

2025-2031年中国图书出版 市场评估与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国图书出版市场评估与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202501/476275.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2025-2031年中国图书出版市场评估与投资策略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着图书出版行业竞争的不断加剧，大型图书出版企业间重组兼并与资本运作日趋频繁，国内优秀的图书出版企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的图书出版企业迅速崛起，逐渐成为图书出版行业中的翘楚！

本报告利用资讯长期对图书出版行业市场跟踪搜集的一手市场数据，采用与国际同步的五力分析等科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国图书出版行业发展状况；图书出版行业各细分领域市场分析；中国图书出版行业各类图书出版分析以及专题研究；中国图书出版市场的领先企业经营情况；中国图书出版行业未来的发展趋势与前景；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个图书出版行业的市场走向和投资前景。

报告目录：

第1章：中国图书出版行业发展综述

1.1 图书出版行业产业链分析

1.1.1 产业链及主要业务流程

1.1.2 各环节的主要职能和业务关系

1.2 图书出版行业政策环境分析

1.2.1 图书出版行业相关政策

1.2.2 出版体制改革成果

1.2.3 图书出版行业发展规划

1.3 图书出版行业经济环境分析

1.3.1 宏观经济环境对图书出版业的影响程度分析

1.3.2 宏观经济环境机会与威胁分析

- (1) 宏观环境机会分析
- (2) 宏观经济环境威胁分析
- 1.4 图书出版行业社会环境分析
 - 1.4.1 居民收入增长情况分析
 - 1.4.2 居民文化素质情况分析
 - 1.4.3 居民文化消费情况分析
 - (1) 城市综合排名及文化消费潜在规模
 - (2) 城乡差异对文化消费的影响
 - (3) 区域差异对文化消费的影响
 - 1.4.4 全国国民阅读调查报告解读
 - (1) 国民阅读率上升0.2个百分点
 - (2) 三分之一的人使用微信阅读
 - (3) 人均纸质书阅读量较2024年减少0.21本
 - (4) 纸质图书阅读和手机阅读时长增势明显
 - (5) 调查新增Pad阅读数据
 - (6) “阅读新闻”仍为主要网上活动
 - (7) 纸质阅读地位未被撼动
 - (8) 超四成的成年国民认为自己的阅读量较少
 - (9) 仅四分之一国民满意自己阅读情况
 - (10) 三分之二的人只看免费手机读物
 - (11) 未成年人图书阅读率稳步上升
 - (12) 88.8%的家庭有陪儿童阅读的习惯

第2章：中国图书出版行业发展状况

- 2.1 中国图书出版行业发展现状分析
 - 2.1.1 图书出版行业总体情况
 - (1) 新闻出版产业经济总量规模
 - (2) 图书出版行业总量规模
 - (3) 出版物进出口总量规模
 - (4) 新闻出版单位数量与就业人数
 - 2.1.2 图书出版行业比重分析
 - 2.1.3 图书出版行业总体经济规模综合评价
 - 2.1.4 行业发展中存在的问题

2.2 中国图书出版行业出版规模分析

2.2.1 行业总体出版规模分析

- (1) 种数分析
- (2) 印数分析
- (3) 定价分析
- (4) 用纸量分析

2.2.2 书籍出版规模分析

- (1) 种数分析
- (2) 印数分析
- (3) 定价分析
- (4) 用纸量分析

2.2.3 课本出版规模分析

- (1) 种数分析
- (2) 印数分析
- (3) 定价分析
- (4) 用纸量分析

2.2.4 图片出版规模分析

- (1) 种数分析
- (2) 印数分析
- (3) 定价分析
- (4) 用纸量分析

2.3 中国图书版权管理及版权贸易分析

2.3.1 图书版权管理情况

2.3.2 图书版权贸易情况

- (1) 图书版权引进分析
- (2) 图书版权输出分析

2.4 中国图书出版行业竞争分析

2.4.1 图书出版行业波特五力竞争结构

- (1) 行业内部竞争格局
- (2) 图书出版行业对上游议价能力
- (3) 图书出版行业对行业下游议价能力
- (4) 行业潜在进入者威胁

(5) 行业替代品威胁

(6) 竞争情况总结

2.4.2 图书出版行业竞争趋势分析

(1) 影响图书出版行业竞争的主要因素

1) 读者的竞争

2) 新的出版物替代产品

3) 来自上下游供应商和分销商的竞争

4) 同业间的竞争

5) 企业自身的竞争力

(2) 图书出版行业的新型价值链

第3章：中国教育出版市场发展分析

3.1 教育出版在行业中的份额

3.2 教育出版市场发展状况分析

3.2.1 教育出版市场规模分析

3.2.2 教育出版市场特性分析

(1) 行业区域性分析

(2) 行业季节性分析

3.2.3 教育出版市场竞争状况分析

3.2.4 教育出版市场盈利能力分析

3.2.5 教育出版市场发展前景分析

3.3 教育图书数字出版状况分析

3.3.1 发展现状

3.3.2 教育图书出版数字化领先案例

3.3.3 教育图书数字出版发展前景

第4章：中国大众图书与专业图书出版分析

4.1 大众出版领域市场分析

4.1.1 大众图书市场现状分析

4.1.2 少儿图书出版市场分析

(1) 少儿图书领域层次失衡

(2) 儿童文学翻译同质化凸显

(3) 与国外仍有整体性差距

(4) 少儿图书出版对策分析

- 1) 固守精品理念 出特色图书
- 2) 少儿图书编辑要加强学习 图书制作体现人文关怀
- 3) 为农村儿童提供更广更好的服务

(5) 少儿图书出版发展需求分析

- 1) 分级阅读
- 2) 跨界发展

4.1.3 饮食类图书出版市场分析

(1) 市场整体分析

- 1) 出版品种数接近 整体竞争较为激烈
- 2) 发展平稳 未出现过百大社
- 3) 薄利多销 定价相对适中
- 4) 众口难调 各有所爱

(2) 细分选题出版社分析

(3) 年度影响力TOP50

4.1.4 旅游类图书出版市场分析

(1) 旅游类图书的三大功能

- 1) 激发人们旅游的兴趣
- 2) 提供人们旅游的信息
- 3) 满足人们精神之旅的体验

(2) 旅游类图书市场分析

- 1) 品种规模扩展 码洋比重稳定
- 2) 旅游指南为主 主题愈加丰富
- 3) 内容日趋广泛 品牌系列最火
- 4) 热点带动市场 偶然搅动必然
- 5) 产品创新升级 功能趋向多元

(3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析

- 1) 单一传播途径向多种传播途径融合转变
- 2) 旅游图书的出版者向旅游信息的整合传播者转变
- 3) 依托旅游信息的内容优势搭建平台
- 4) 利用资源整合对旅游目的地进行整合营销

4.1.5 大众图书市场竞争状况

4.1.6 大众图书市场发展前景

4.2 专业图书出版市场分析

4.2.1 专业图书市场竞争状况

4.2.2 专业图书市场存在问题

4.2.3 专业图书市场发展策略

(1) 内容为王

(2) 作者的品牌化

(3) 品牌图书系列化

(4) 整体设计及品牌营销

4.2.4 专业图书数字出版趋势分析

4.2.5 专业图书市场发展前景

第5章：中国细分类别图书出版市场发展分析

5.1 各类图书出版情况分析

5.1.1 各类图书出版种类排名情况

5.1.2 各类图书出版总印数排名情况

5.1.3 各类图书出版总定价排名情况

5.2 主要类别图书出版分析

5.2.1 经济类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

5.2.2 文化、科学、教育、体育类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

(2) 图书出版印数分析

(3) 图书出版定价分析

(4) 图书出版市场分析

1) 文化类

2) 科学类图书

3) 教育类图书

4) 体育类图书

5.2.3 语言、文字类图书出版分析

(1) 图书出版种类分析

- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

5.2.4 文学类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书市场规模分析
- (5) 图书出版市场现状分析及发展建议

1) 图书市场现状分析

2) 文学类图书市场发展建议

5.2.5 艺术类图书出版分析

- (1) 图书出版种类分析
- (2) 图书出版印数分析
- (3) 图书出版定价分析
- (4) 图书出版市场分析

第6章：中国图书出版行业主要经营分析

6.1 中国图书出版出版集团排名分析

6.1.1 总体经济规模排名

6.1.2 经济效益排名

6.2 中国图书出版行业重点企业案例分析

6.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (4) 企业图书产品分析

1) 教育出版发行逆境维稳

- 2) 大众出版亮点频出
- 3) 国际化战略加快推进
 - (5) 企业组织架构分析
 - (6) 企业出版业务模式分析

- 1) 采购模式
- 2) 生产模式
- 3) 销售及退货管理模式
- 4) 存货管理
 - (7) 企业经营状况优劣势分析
 - (8) 企业发展规划分析
 - (9) 企业投资兼并与重组分析
 - (10) 企业最新发展动向分析

6.2.2 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析

- 1) 出版
- 2) 发行
- 3) 报纸与新媒体经营
- 4) 印刷
- 5) 印刷物资销售

- (3) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析

- (4) 企业图书产品分析
 - 1) 抓教材教辅 核心市场更加夯实
 - 2) 抓品牌图书 优势板块更加集中
- (5) 企业组织架构分析
- (6) 企业出版业务模式分析

- 1) 本版图书（含教材）出版的经营模式

2) 外版教材租型业务模式

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业发展战略分析

(9) 企业投资并购分析

(10) 企业最新发展动向分析

6.2.3 中国教育出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 人民教育出版社有限公司有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业主营业务分析

3) 企业经营情况分析

4) 企业组织架构分析

5) 企业发展战略分析

6) 企业经营状况优劣势分析

7) 企业最新发展动向

(2) 高等教育出版社经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业主营业务分析

3) 企业经营情况分析

4) 企业业务模式分析

5) 企业组织架构分析

6) 企业经营状况优劣势分析

7) 企业最新发展动向分析

6.2.4 中文天地出版传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 出版板块

2) 教材教辅板块

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.5 浙江出版联合集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析

1) 图书发行

2) 图书印刷

3) 数字产业

4) 物资贸易

5) 投资物业

- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业图书产品分析
- (5) 企业组织架构分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.6 河北出版传媒集团有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析

1) 编辑出版

2) 报刊传媒

- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业图书产品分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.7 时代出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

(9) 企业最新发展动向分析

6.2.8 中国出版集团公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.2.9 山东出版集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业图书产品分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.2.10 中原大地传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

1) 大教育出版观的战略目标得到持续推进

2) 大众出版和专业出版的战略目标得到持续推进

3) 重点项目申报得到持续推进

4) 版权输出与引进得到持续推进

5) 数字化业态创新进一步深化

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

第7章：中国图书出版行业发展前景与投资规划

7.1 中国图书出版行业发展前景与趋势预测

7.1.1 图书出版行业发展前景预测

(1) 作为弱周期行业，行业需求仍然看好

(2) 政策支持力度和导向有望保持稳定，财税政策存在不确定性

(3) 内容和外延性增长是未来挖掘的重点

(4) 品牌化、集团化、专业化将成为发展趋势

7.1.2 图书出版行业发展趋势分析

(1) 传统方兴未艾 数字大势所趋

(2) 全媒体出版时代来临 内容终成王者

(3) 传统与数字 合作大于竞争

7.2 互联网对图书出版行业的变革分析

7.2.1 盈利模式的变革

7.2.2 内容媒介的变革

7.2.3 营销模式的变革

7.3 中国图书出版行业投资特性分析

7.3.1 图书出版行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 规模壁垒

(3) 人才壁垒

(4) 品牌及经验壁垒

7.3.2 图书出版行业盈利模式分析

(1) 盈利模式分析

1) 横向型盈利模式

2) 纵向型盈利模式

3) 相关多元化盈利模式

(2) 盈利模式创新建议

1) 增加盈利点

2) 增强盈利能力

7.3.3 图书出版行业盈利影响因素分析

(1) 政府投入不断加大

(2) 市场需求不断增长

(3) 互联网渗透带来发展机遇

7.4 中国图书出版行业投资机会与建议

7.4.1 图书出版行业投资机会分析

(1) “文化MALL”摸索前行 智能技术支撑“智慧书城”模式

(2) 连锁经营遇调整期 个性书店迎来春天

(3) 多元化经营成常态 跨界融合提升服务质量

(4) 传统营销遇到瓶颈 复合型人才行业需求量大

(5) 网络价格乱战消退 电商逐渐回归理性

(6) 书业销售转入移动战场 借用微信搭建营销平台

(7) 馆配市场稳中有升 数字资源将迎行业规范

(8) 内容营销更加成熟 专业策划与制作不可缺少

7.4.2 图书出版行业投资风险分析

(1) 行业政策风险

1) 税收优惠政策变化

2) 免费教材推广和教材循环使用政策

(2) 行业技术风险

(3) 行业供求风险

(4) 行业其他风险

1) 选题风险

2) 出版和发行市场不规范带来的风险

7.4.3 图书出版行业投资建议

图表目录

图表1：图书出版发行行业产业链简图

图表2：图书出版发行行业主要业务流程

图表3：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%）

图表4：图书出版行业主要政策

图表5：图书出版行业体制改革进程

图表6：图书出版行业发展规划

图表7：2020-2024年图书出版行业收入与GDP增长率对比图（单位：%）

图表8：2020-2024年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表9：2020-2024年我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）

图表10：2020-2024年我国普通本专科、中等职业教育和普通高中招生人数（单位：万人）

图表11：2020-2024年中国文化消费指数总体变动情况

图表12：2024年中国城乡文化消费指数总体情况

图表13：2020-2024年国民阅读率（单位：%）

图表14：2020-2024年国民数字化阅读方式（单位：%）

图表15：2020-2024年国民阅读量（单位：本）

图表16：2020-2024年国民阅读纸质媒介接触时长（单位：分钟）

图表17：2020-2024年国民阅读新兴媒介接触时长（单位：分钟）

图表18：2020-2024年国民上网主要活动（单位：%）

图表19：2020-2024年国民阅读媒介倾向（单位：%）

图表20：2020-2024年国民阅读数量评价（单位：%）

图表21：2020-2024年国民阅读数量反馈（单位：%）

图表22：2020-2024年国民阅读满意度（单位：%）

图表23：2020-2024年国民对图书的价格承受能力（单位：%）

图表24：2020-2024年国民对各类型图书的价格承受能力（单位：元）

图表25：2020-2024年中国未成年人阅读率（单位：%）

图表26：2020-2024年中国未成年人阅读量（单位：本）

图表27：2024年全国出版、印刷和发行服务主要经济指标（单位：亿元，%）

图表28：2020-2024年全国出版、印刷和发行服务营业收入及增长率变化（单位：亿元，%）

图表29：2024年图书出版总量规模（单位：万种，亿册（张），亿印张，亿元，%）

图表30：2020-2024年我国图书出版行业销售收入规模（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202501/476275.html>