

2007-2008年中国出版业研究 发展分析报告

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

《2007-2008年中国出版业研究发展分析报告》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/200806/995.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

报告目录

第一章、出版行业的相关概念及相关要素

第一节、出版行业的概念

一、出版业的定义

二、现代出版业的内涵

三、出版传播目的

四、出版传播的规律

五、出版业的分类

第二节、出版行业的进入壁垒

一、资本需求

二、发行渠道

三、政策法律等制度性壁垒高

四、产品差别壁垒

第三节、出版业的价值链分析

一、出版业价值链概念

二、出版业价值链的现状

三、出版业价值链的管理

四、出版业价值链的整合

第四节、出版行业的经济学分析

一、社会效益

二、垄断竞争

三、专业分工

四、供求关系

五、人事分配

第二章、世界出版业发展分析

第一节、世界出版业综述

一、世界出版业的特点

二、国外出版业宏观管理体系及启示

三、新技术革命对国际出版业的影响

四、经济全球化对世界出版业的影响

第二节、美国

- 一、美国出版行业发展总综述
- 二、2006年美国出版业收入概况
- 三、美国出版市场的竞争策略分析
- 四、美国图书市场状况及营销分析
- 五、浅析美国出版业的营销过程管理
- 六、中美出版市场运作的比较分析

第三节、日本

- 一、日本出版业的历史
- 二、日本的出版业分析
- 三、日本出版业的特点
- 四、日本主要畅销图书的种类
- 五、日本出版业的流通渠道
- 六、日本出版业提高销量的举措

第四节、英国

- 一、英国出版行业的特点
- 二、英国期刊出版业发展的概况
- 三、英国现代图书出版业的特点
- 四、2006年英国图书出版业分析

第五节、台湾

- 一、台湾出版行业的特点
- 二、台湾期刊业的发展状况
- 三、台湾期刊业发展对大陆同业的启示
- 四、台湾出版业发展的问题与对策

第六节、其他国家和地区

- 一、法国出版行业的起源
- 二、澳大利亚图书出版业简况
- 三、韩国出版行业的处境尴尬
- 四、香港出版业发展的趋势

第三章、中国出版业的发展

第一节、中国出版业的发展概况

- 一、中国新闻出版业“十五”回顾

二、中国出版业发展的环境良好

三、出版市场全新格局逐步形成

四、中国出版业的对外政策解读

第二节、中国出版业中的民营资本

一、国内民营书业发展的概况

二、民营资本介入出版业的特点

三、资本运营成为民营书业的热点

四、民营书业逼近出版业核心领域

第三节、中国出版业改革发展分析

一、中国出版业改革转制分析

二、出版业改革缺乏资本动力

三、出版业改革的难点及措施

四、出版业改革的核心是制度创新

第四节、2003-2006年中国出版物进出口分析

一、2003年出版物进出口简况

二、2004年出版物进出口分析

三、2005年出版物进出口分析

四、2006年出版物进出口

第五节、中国重构出版行业的战略分析

一、进行集团化重组

二、实行市场化经营

三、产业化发展的战略

四、主动进军世界文化市场

第四章、报纸的出版

第一节、中国报业的发展概况

一、中国的报业发展特点

二、中国报纸出版体制改革取得的成果

三、中国现代报业集团的发展之路

四、对中国低价厚报发展模式的思考

五、报业的竞争环境与竞争战略分析

第二节、2004-2006年中国报业分析

一、2004年报业的改革发展

二、2005年中国报业经营分析

三、2006中国报业发展的特点

第三节、主要地区报业发展分析

一、湖北省报业发展的主要特征

二、上海报业发展的问题与战略

三、重庆报业发展的差异化策略分析

四、广东报业多方面开拓创新的原因

五、内蒙古自治区报业发展状况探析

第四节、中国报业的发展趋势

一、报纸出版业的集约化水平将会提高

二、中国报业将进入的第四个增长周期

三、中央及省级党报将确定其主流地位

四、都市报的发展模式将会发生重大转变

五、行业专业报纸将转向资源中心观

六、海外市场将成为新的发展空间

第五章、图书出版业

第一节、中国图书出版业总体概况

一、图书业在网络环境下的发行模式

二、中国图书出版业资本变动解析

三、成长中的中国少儿图书出版业

四、中国图书出版业发展面临的机遇

五、未来中国图书出版业发展的趋势

第二节、图书出版业的市场分析

一、中国图书出版市场结构

二、中国图书出版市场行为

三、中国图书出版市场绩效

第三节、图书出版业营销分析

一、中国图书出版业的扁平化营销

二、图书出版业营销结合战略分析

三、出版社图书营销渠道建设分析

四、浅析图书出版业的营销对策

五、国内图书买方市场下的主要策略

第四节、图书出版业发展的问题与对策

- 一、中国图书出版行业的五大病根
- 二、高库存严重制约图书出版业的发展
- 三、中国图书出版业的其他问题探究
- 四、发展中国图书出版业的主要措施?
- 五、关于中国图书出版行业政策的建议

第六章、音像制品的出版

第一节、中国音像产业分析

- 一、中国音像产业的发展历程
- 二、中国音像产业发展的特点
- 三、影响音像产品需求的因素
- 四、中国音像产业进出口分析

第二节、中国音像出版业发展概况

- 一、音像出版产业发展总体回顾
- 二、中国音像出版业发展的特点
- 三、教育音像出版业的发展状况
- 四、未成年人音像出版物市场特点

第三节、教育音像出版物的选题和策划

- 一、选题与列选的依据
- 二、选题过程规范化
- 三、选题策划的原则
- 四、选题策划的步骤及方法

第四节、中国音像出版业存在的问题

- 一、中国音像出版业存在的突出问题
- 二、阻碍中国音像出版业发展的原因
- 三、中国音像出版行业不景气的原因

第五节、发展中国音像出版业的对策与建议

- 一、发展中国音像出版业的基本思路
- 二、发展教育音像出版业应采取的对策
- 三、中国音像出版业发展的出路
- 四、发展未成年人音像出版市场的建议
- 五、中国音像出版行业的发展战略

第七章、网络出版业

第一节、概念

- 一、网络出版的定义及特点
- 二、网络出版的价值及意义
- 三、网络出版的主要形式
- 四、网络出版业发展必需的条件
- 五、网络出版发展的优势

第二节、网络出版业发展总体分析

- 一、2006年网络出版业盈利状况
- 二、互联网出版产业发展综述
- 三、中国网络出版的生态学分析
- 四、网络出版业面临的挑战与对策

第三节、数字出版业

- 一、2006年数字出版业整体概况
- 二、数字出版业技术发展状况
- 三、数字出版的发展中存在的问题
- 四、数字出版产业链发展存在的障碍

第四节、网络出版业存在的问题及对策

- 一、制约网络出版发展的主要因素
- 二、网络出版中存在的版权问题
- 三、解析网络出版的七大盈利模式
- 四、发展网络出版业的主要措施
- 五、加强网络出版知识产权保护的措施

第五节、网络出版业的发展趋势

- 一、著作权集中管理组织将出现
- 二、网络出版物的价格将上升
- 三、网络出版物存储介质的多样化
- 四、网络出版将出现超级出版商
- 五、网络出版周期将不断的缩短

第八章、国内外知名的出版企业

第一节、新闻集团

- 一、企业简介

二、解析新闻集团的中国攻略

三、2007年新闻集团收购道琼斯

第二节、贝塔斯曼

一、贝塔斯曼的发展史

二、贝塔斯曼经营发展的策略

三、贝塔斯曼书友会的运作模式分析

四、德国贝塔斯曼在中国的发展历程

第三节、阿歇特

一、集团介绍

二、法国阿歇特图书集团的发展

三、2006年阿歇特图书出版集团经营状况

第四节、英国培生集团

一、集团介绍

二、培生集团分集团的情况

三、培生集团发展的主要成果

四、未来培生集团发展的主要举措

第五节、高等教育出版社

一、高等教育出版社简介

二、高教社立体化教材的开发历程

三、未来高教社发展的目标与战略

第六节、外语教学与研究出版社

一、外研社介绍

二、外研社的发展历程回顾

三、外研社的多元化发展分析

四、解析外研社模式带来的启迪

第九章、中国出版业面临的问题及其对策

第一节、中国出版行业存在的问题

一、中国出版业亟需解决的问题

二、浅析中国出版业的内忧外患

三、网络时代出版业面临的挑战

四、制约品牌出版业建设的根源

五、中国出版行业国有资产的流失

六、中国国际合作业务中存在的问题

七、出版业人力资源管理中的问题

第二节、解决出版行业问题的对策

一、出版行业国有资产流失的防止对策

二、解析出版行业开展网络营销的策略

三、提高中国出版行业竞争力的对策

四、提高中国出版业国际化水平的策略

五、中国出版业在国际合作中发展的对策

第三节、发展中国出版行业的建议

一、改善出版社版权管理工作的建议

二、促进中国出版行业体制改革的建议

第十章、出版行业的投资分析

第一节、投资特性与投资机会

一、投资出版业的有利和不利因素

二、出版业中可开发的利润空间

三、网络出版业是下一个掘金点

四、图书出版与发行业的投资机会

第二节、出版企业的风险管理

一、风险识别

二、风险评估

三、风险分析

四、风险应对

五、风险监控

第三节、出版企业加强风险管理的对策

一、建立风险管理的组织体系

二、进行内部控制

三、转移风险

四、运用多元化战略

五、实施规模效应战略

六、采取合作博弈策略

第四节、中国出版单位的融资模式

一、内部融资

二、业内融资

三、业外融资

四、引进外资

五、上市融资

第五节、中国出版业的SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、挑战

第十一章、出版行业的发展前景和趋势

第一节、国际出版业的发展趋势

一、世界图书出版业的发展趋势

二、国际出版业朝教育出版方向发展

三、国际出版业向现代化发展的趋势

第二节、中国出版业的发展趋势

一、出版业竞争格局的演变趋势

二、中国出版业集团化建设的趋势

三、中国出版产业的发展趋势

四、现代出版业的发展趋向分析

第三节、“十一五”出版业发展的战略目标

一、“十一五”新闻出版业发展规划

二、“十一五”出版业的五大工程建设

三、“十一五”出版行业经营环境预测

四、“十一五”音像出版行业发展预测

五、“十一五”全国报纸出版业发展纲要

第十二章、出版业的政策法规

第一节、政策法规解读

一、《期刊出版管理规定》解读

二、《新闻出版业会计核算办法》的特点及适用范围

三、《音像制品出版管理规定》体现的四大特点

四、国内报刊行业管理规章解读

第二节、政策法规

- 一、《报纸出版管理规定》
- 二、《互联网出版管理暂行规定》
- 三、《期刊出版管理规定》
- 四、《出版管理条例》
- 五、《出版物市场管理规定》
- 六、《互联网著作权行政保护办法》
- 七、《新闻出版统计管理办法》
- 八、《音像制品出版管理规定》
- 九、《音像制品出版工作流程》
- 十、《新闻记者证管理办法》
- 十一、《中国出版职业资格制度》
- 十二、《中华人民共和国著作权法》
- 十三、《中华人民共和国著作权法实施条例》

图表目录：

- 图表1 市场类型的划分和特征
- 图表2 2004年中国图书、报纸、期刊出口增长率
- 图表3 2004年中国图书、报纸、期刊进口增长率
- 图表4 2004年中国音像制品、电子出版物出口增长率
- 图表5 2004年中国音像制品、电子出版物出口增长率
- 图表6 2005年中国图书、报纸、期刊出口增长率
- 图表7 2005年中国图书、报纸、期刊进口增长率
- 图表8 2005年音像制品、电子出版物出口增长率
- 图表9 2005年音像制品、电子出版物进口增长率
- 图表10 2006年中国图书、报纸、期刊出口增长率
- 图表11 2006年中国图书、报纸、期刊进口增长率
- 图表12 2006年中国音像制品、电子出版物出口增长率
- 图表13 2006年中国音像制品、电子出版物进口增长率
- 图表14 2004年中国报纸的销售额
- 图表15 波特的产业五力分析模型
- 图表16 报业市场的六种竞争力量互动模型
- 图表17 报纸竞争力轮盘模型（立体视图）
- 图表18 报纸竞争力轮盘模型（平面视图）

- 图表19 2005年上半年出版行业主要资本变动事件举例
- 图表20 中国图书出版业资本变动总结情况
- 图表21 中国媒体出版同盟主要成员的营业额
- 图表22 四川新华文轩连锁股份有限公司股东情况
- 图表23 2001-2004年百联集团销售额及店铺情况
- 图表24 中国图书生产码洋、图书纯销售额和GDP增长率的比较
- 图表25 中国图书册数与定价增长率之间的差异
- 图表26 中国图书单品册数和人均利润情况分析
- 图表27 中国图书单品册数、总利润、人均利润增长率比较
- 图表28 中国图书出版业库存金额、册数增长率以及库存额占销售额的比例
- 图表29 国产音像制品成品出口
- 图表30 国产音像制品版权出口
- 图表31 中国互联网出口
- 图表32 2005年国产音像制品出口数量地区分布
- 图表33 2005年国产音像制品出口金额地区分布
- 图表34 2001-2005年中国互联网出版直接产值
- 图表35 中国互联网出版业现阶段的产业规模结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/995.html>