

2014-2020年中国图书出版 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国图书出版市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitawenjiao1409/N51984WUPL.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国图书出版市场竞争力分析及投资前景研究报告》共八章。首先介绍了图书出版相关概述、中国图书出版市场运行环境等，接着分析了中国图书出版市场发展的现状，然后介绍了中国图书出版重点区域市场运行形势。随后，报告对中国图书出版重点企业经营状况分析，最后分析了中国图书出版行业发展趋势与投资预测。您若想对图书出版产业有个系统的了解或者想投资图书出版行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

根据2013年6月新闻出版广电总局发布的《2012年全国新闻出版业基本情况》，截至2012年年底，全国共有出版社570家（包括副牌社33家），其中，中央级出版社220家（包括副牌社13家），地方出版社360家（包括副牌社20家）。

教材出版方面，教材出版市场中仍存在一定的垄断，目前人民教育出版社教材占据市场主要份额。自2001年新课改以来，人民教育出版社的垄断地位被打破，有多家独立法人团体或出版社被教育部批准编写出版中小学教材。

目前教材编写出版主要机构如下，地方集团中江苏、湖南、广东等有实力进行编写出版，但人民教育出版社仍占主要份额。

资料来源：博思数据整理

目前全国所有出版社均为国有经营。由于国家对出版社实行特许经营制和行政许可制许可管理，行业准入相当严格，成为特殊行业。

一般图书出版方面，国有出版单位才拥有专有出版权，而民营出版企业只能和国有出版单位进行合作出版。近年来，民营出版企业机制灵活，发展迅猛，渗透力和竞争力不断提高。

（2）图书发行格局

发行方式可以分为：总发行、批发、零售、连锁经营，其中大型发行集团、连锁经营系统、大型书城是主力。资料来源：博思数据整理

发行主体为：新华书店、民营书店、外资书店、网上书店及出版社自办发行业务等。其中，通过数年改革与连锁经营的推进，全国大部分省份形成了新华书店发行集团，教材发行仍以各地新华书店为主要渠道。

根据新闻出版总署发布的《2012年全国新闻出版业基本情况》，2012年，全国共有出版物发行网点162,633处，与上年相比增长2.40%。其中新华书店及其发行网点8,403处，与上年相比减少1.16%；供销社发行网点647处，与上年相比减少24.86%；出版社自办发行网点446处，与上年相比减少0.22%；文化、教育、广电、邮政系统发行网点36,721处，与上年相比增长3.65%；上述系统外批发网点6,505处，与上年相比增长5.10%；集个体零售网点116,081处，

与上年相比增长 1.78%。

国有新华书店大多已经完成改制，逐步建立了现代企业制度。改制后的新华书店摆脱了原有产权不清、运营不畅的局面，卸下了历史遗留的行政事业单位包袱。新华书店因各地的连锁网点、自身品牌和所拥有的房屋土地等在图书发行上具有非常明显的优势，且目前绝大多数的教材发行都由各地的新华书店完成。

国内民营书店灵活性较强，不断开拓国内连锁零售发行方式，并初步形成了一定规模。从国内目前民营书店格局来看，资源整合能力较强的民营书店才能生存发展下去，未来的发展趋势是不断向产业链上游渗透，与出版社合作，并积极寻找资本通道，做自身优势的零售发行。

近年来国内网上书店发展较快，较成功的有当当网、亚马逊-卓越网、京东等。同时，随着很多出版社、书店、大型零售连锁机构开设自己的网上书店，网络销售领域竞争将更加激烈。

第1章：中国图书出版行业发展背景 16

1.1 图书出版行业定义 16

1.1.1 图书出版行业定义 16

1.1.2 图书出版行业发展阶段 16

1.1.3 图书出版行业产业链分析 18

(1) 产业链及主要业务流程 18

(2) 各环节的主要职能和业务关系 20

1.2 图书出版行业政策环境分析 21

1.2.1 图书出版行业监管部门 21

(1) 意识形态主管部门 21

(2) 出版行业主管部门 22

(3) 教育行政部门 22

(4) 文化业主管部门 22

1.2.2 图书出版行业相关政策 22

1.2.3 出版体制改革成果 24

1.2.4 图书出版行业发展规划 25

1.3 图书出版行业经济环境分析 26

1.3.1 国际宏观经济环境分析 26

1.3.2 国内宏观经济环境分析 28

1.3.3 宏观经济环境对图书出版行业影响分析	31
1.4 图书出版行业社会环境分析	32
1.4.1 居民收入增长情况分析	32
1.4.2 居民文化素质情况分析	33
1.4.3 居民文化消费情况分析	34
1.4.4 居民阅读情况调查分析	34
(1) 居民图书阅读率进一步上升	35
(2) 图书阅读量呈上升态势, 报纸和期刊阅读量有所下降	35
(3) 我国国民每天接触传统纸质媒介时长有所增加	35
(4) 电子书阅读率有所提升, 电子报和电子期刊的阅读率略有下降	36
(5) 国民上网率提升86.8%的网民表示上网进行与阅读相关的活动	36
(6) 居民对图书、期刊的价格承受能力有所提高	36
(6) 纸质阅读仍是国民偏好的阅读形式	36
(7) 五成以上国民认为阅读量偏小	37
(8) 0-16周岁未成年人图书阅读率有所下降	37
(10) 家长陪读时间有所增加	38

第2章：中国图书出版行业发展状况 40

2.1 中国图书出版行业发展现状分析 40

2.1.1 图书出版行业发展概况 40

- (1) 行业规模与产品结构 40
- (2) 行业发展中存在的问题 41

2.1.2 行业出版社规模分析 42

2.1.3 行业单位数量分析 43

2.1.4 行业从业人员规模分析 43

2.1.5 行业市场规模分析 44

- (1) 行业销售数量规模 44
- (2) 行业销售收入规模 44

2.1.6 行业利润规模分析 46

2.1.6 行业区域发展状况 46

2.2 中国图书零售市场分析 46

2.2.1 中国图书零售市场综述 46

2.2.2 地面图书零售市场分析	47
2.2.3 B2C图书出版物市场分析	48
2.3 中国图书出版行业出版规模分析	50
2.3.1 行业总体出版规模分析	50
(1) 种数分析	50
(2) 印数分析	51
(3) 定价分析	51
(4) 用纸量分析	52
2.3.2 行业书籍出版规模分析	52
(1) 种数分析	52
(2) 印数分析	53
(3) 定价分析	53
(4) 用纸量分析	54
2.3.3 行业课本出版规模分析	54
(1) 种数分析	54
(2) 印数分析	55
(3) 定价分析	56
(4) 用纸量分析	56
2.3.4 行业图片出版规模分析	56
(1) 种数分析	56
(2) 印数分析	56
(3) 定价分析	57
(4) 用纸量分析	57
2.4 中国图书出版行业进出口市场分析	58
2.4.1 图书出版行业进出口状况综述	58
2.4.2 图书出版行业进出口市场分析	58
(1) 图书出版行业出口市场分析	58
1) 行业出口市场分析	58
2) 行业出口国家和地区分析	61
(2) 图书出版行业进口市场分析	61
1) 行业进口市场分析	62
2) 行业进口国家和地区分析	63

2.5 中国图书出版行业竞争分析	64
2.5.1 图书出版行业波特五力竞争结构	64
(1) 行业内部竞争格局	64
(2) 图书出版行业对上游议价能力	65
(3) 图书出版行业对行业下游议价能力	65
(4) 行业潜在进入者威胁	66
(5) 行业替代品威胁	66
(6) 竞争情况总结	66
2.5.2 图书出版行业竞争趋势分析	66
(1) 影响图书出版行业竞争的主要因素	66
(2) 图书出版行业的新型价值链	67

第3章：中国教育出版领域市场分析 61

3.1 教育出版市场综述	61
3.1.1 教育出版在行业中的份额	61
3.1.2 教育出版市场规模分析	61
3.1.3 教育出版市场特性分析	62
(1) 行业区域性分析	62
(2) 行业季节性分析	62
3.1.4 教育出版市场竞争状况分析	63
3.1.5 教育出版市场盈利能力分析	63
3.1.6 教育出版市场影响因素分析	63
3.1.6 教育图书数字出版现状分析	65
(1) 发展现状	65
(2) 教育图书出版数字化领先案例	66
(3) 教育图书数字出版发展前景	71
3.1.7 教育出版市场需求前景分析	71
3.2 大专及大专以上课本市场分析	71
3.2.1 高等教育入学率分析	71
3.2.2 高等教育在校学生数分析	72
3.2.3 大专及大专以上课本供给分析	73
(1) 课本出版种类分析	73

- (2) 课本印数规模分析 73
- (3) 课本印张规模分析 74
- 3.2.4 大专及大专以上课本总定价分析 74
- 3.2.5 大专及大专以上课本需求前景分析 75
- 3.3 中专课本市场分析 76
- 3.3.1 中专生在校学生数分析 76
- 3.3.2 中专课本供给分析 76
 - (1) 课本出版种类分析 76
 - (2) 课本印数规模分析 76
 - (3) 课本印张规模分析 76
- 3.3.3 中专课本总定价分析 77
- 3.3.4 中专课本需求前景分析 77
- 3.4 中学课本市场分析 78
- 3.4.1 中学生入学率分析 78
 - (1) 高中生入学率分析 78
 - (2) 初中生入学率分析 78
- 3.4.2 中学生数分析 80
 - (1) 高中生在校学生数分析 80
 - (2) 初中生在校学生数分析 80
- 3.4.3 中学课本供给分析 81
 - (1) 课本出版种类分析 81
 - (2) 课本印数规模分析 81
 - (3) 课本印张规模分析 82
- 3.4.4 中学课本总定价分析 82
- 3.4.5 中学课本需求前景分析 83
- 3.5 小学课本市场分析 83
- 3.5.1 小学生入学率分析 83
- 3.5.2 小学生在校学生数分析 84
- 3.5.3 小学课本供给分析 84
 - (1) 课本出版种类分析 84
 - (2) 课本印数规模分析 85
 - (3) 课本印张规模分析 85

3.5.4 小学课本总定价分析	86
3.5.5 小学课本需求前景分析	86
3.6 业余教育课本市场分析	86
3.6.1 业余教育课本供给分析	86
(1) 课本出版种类分析	86
(2) 课本印数规模分析	86
(3) 课本印张规模分析	87
3.6.2 业余教育课本总定价分析	87
3.6.3 业余教育课本需求前景分析	88
3.6 扫盲课本市场分析	88
3.6.1 扫盲班分析	88
3.6.2 扫盲课本供给分析	100
3.6.3 扫盲课本总定价分析	100
3.6.4 扫盲课本需求前景分析	101
3.7 教学用书市场分析	101
3.7.1 各级各类学校教职工分析	101
(1) 高等教育教职工数	101
(2) 中等教育教职工数	102
3.7.2 教学用书供给分析	102
(1) 课本出版种类分析	102
(2) 课本印数规模分析	103
(3) 课本印张规模分析	103
3.7.3 教学用书总定价分析	103
3.7.4 教学用书需求前景分析	104

第4章：中国大众图书与专业出版领域市场分析 105

4.1 大众出版领域市场分析	105
4.1.1 大众图书市场现状分析	105
4.1.2 少儿图书出版市场分析	106
(1) 少儿图书出版市场现状分析	106
(2) 少儿类畅销书榜单	106
(3) 少儿图书数字出版市场	107

- 1) 少儿图书数字出版市场现状分析 107
- 2) MPR少儿图书出版分析 108
- 3) 少儿出版的数字出版案例分析 112
- 4) 少儿图书数字出版发展前景 117
 - (4) 少儿图书出版面临的瓶颈 118
 - (5) 少儿图书出版瓶颈原因诊断 120
 - (6) 少儿图书出版对策分析 121
 - (6) 少儿图书出版发展需求分析 122
- 4.1.3 饮食类图书出版市场分析 124
 - (1) 市场规模与成长性 124
 - (2) 饮食类畅销书趋势分析 126
- 4.1.4 旅游类图书出版市场分析 128
 - (1) 旅游类图书的三大功能 128
 - (2) 旅游类图书市场分析 130
 - (3) 旅游类图书出版赢利模式转型分析 132
- 4.1.5 大众图书市场竞争状况 134
- 4.1.6 大众图书市场发展前景 134
- 4.2 专业出版领域市场分析 135
 - 4.2.1 专业图书市场调研 135
 - (1) 专业图书市场潜力调研 135
 - (2) 专业图书购买动机调研 136
 - (3) 专业图书购买影响因素调研 137
 - (4) 专业图书价格调研 140
 - 4.2.2 部分专业图书市场分析 143
 - (1) 科技出版市场分析 143
 - (2) 古籍出版市场分析 146
 - 4.2.3 专业图书市场存在问题 146
 - 4.2.4 专业图书市场竞争状况 147
 - 4.2.5 专业图书市场发展策略 147
 - 4.2.6 专业图书市场发展前景 150

第5章：中国图书出版行业各类图书出版分析 151

- 5.1 各类图书出版情况分析 151
 - 5.1.1 各类图书出版种类排名情况 151
 - 5.1.2 各类图书出版总印数排名情况 151
 - 5.1.3 各类图书出版总定价排名情况 152
- 5.2 主要类别图书出版分析 152

第6章：中国图书出版行业专题研究 165

- 6.1 数字出版发展分析165
 - 6.1.1 数字出版行业发展现状分析165
 - (1) 数字出版规模165
 - (2) 数字出版结构166
 - (3) 数字出版区域分布 168
 - 6.1.2 传统出版领域的数字出版分析 162
 - (1) 大众出版的数字化建设
 - (2) 专业出版的数字化战略
 - (3) 高等教育出版数字化分析
- 6.2 手机出版发展分析 170
 - 6.2.1 手机出版背景分析
 - (1) 手机网民规模
 - (2) 网民上网设备
 - 6.2.2 手机出版特征分析
 - 6.2.3 手机出版市场规模分析
 - 6.2.4 手机出版市场需求潜力分析
 - 6.2.5 手机出版建议
- 6.3 按需出版发展分析 177
 - 6.3.1 按需出版定义及特点
 - (1) 按需出版的定义
 - (2) 按需出版与数字出版的关系
 - (3) 按需出版的特点和优势
 - 6.3.2 按需出版的关键技术
 - (1) 内容数字化及其管理系统
 - (2) 在线订单管理系统

- (3) 生产流程管理系统
- (4) 物流和配送管理系统
- (5) 精确的信息管理系统
- (6) 标准化作业及其相关标准

6.3.3 按需出版发展状况

- (1) 美国按需出版发展状况
- (2) 国内按需出版发展状况

6.3.4 按需出版市场发展潜力

6.3.5 按需出版发展建议

6.4 民营书业发展分析215

6.4.1 民营书业发展现状分析

- (1) 民营书业地位及实力不断增强
- (2) 民营国有合作渐趋深入规范
- (3) 民营书业管理水平不断提高

6.4.2 民营书业面临的困境

- (1) 教辅出版的版权困扰
- (2) 大众出版的两难选择
- (3) 实体书店生存堪忧

6.4.3 民营书业进一步发展建议

- (1) 尽快出台发展指导意见
- (2) 给予更有力的财政货币政策
- (3) 对民营实体书店着重扶持
- (4) 建立现代企业制度构建人才保障体系
- (5) 追求创新提高出版物质量

6.5 畅销书出版运作分析 240

6.5.1 畅销书出版运作机制分析

- (1) 由品牌策划人组建精干的团队
- (2) 畅销书出版运作的机构设置及其管理
- (3) 畅销书选题运作
- (4) 畅销书生产运作
- (5) 畅销书营销运作

6.5.2 畅销书出版运作的典型模式

- (1) 分支机构独立运作模式
- (2) 项目负责制运作模式
- (3) 品牌延伸运作模式
- (4) 品牌移植运作模式
- (5) 媒体互动运作模式

6.5.3 畅销书出版运作特征分析

- (1) 注重全程策划和全程营销
- (2) 高投入高风险
- (3) 突出高回报效益
- (4) 与社会热点共鸣

第7章：中国图书出版行业主要经营分析265

7.1 中国图书出版企业总体发展状况分析 265

7.1.1 图书出版企业公司上市情况及资产和收入排名

- (1) 上市企业资产排名
- (2) 上市企业收入排名

7.1.2 文化企业30强新闻出版类企业入选名单

7.2 中国图书出版行业领先企业个案分析 262

7.2.1 江苏凤凰出版传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.2 浙江出版联合集团有限公司经营情况分析265

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.3 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析270

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.4 山东出版集团有限公司经营情况分析 275

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.5 中原出版传媒投资控股集团有限公司经营情况分析278

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.6 江西省出版集团公司经营情况分析 284

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.6 时代出版传媒股份有限公司经营情况分析287

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.7 中国出版集团公司经营情况分析 301

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析

- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.8 长江出版传媒股份有限公司经营情况分析 306

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.10 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司经营情况分析310

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.11 上海世纪出版股份有限公司经营情况分析 315

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.12 高等教育出版社经营情况分析318

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.13 上海文艺出版（集团）有限公司经营情况分析 323

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.14 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析 324

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.15 陕西出版集团有限责任公司经营情况分析 326

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.16 中国科学出版集团有限责任公司经营情况分析332

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.16 人民教育出版社经营情况分析336

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.17 人民卫生出版社有限公司经营情况分析340

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

7.2.18 天舟文化股份有限公司经营情况分析 345

- (1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析
- 7.2.20 北京出版集团有限责任公司经营情况分析347
- (1) 公司简介
 - (2) 公司经营情况分析
 - (3) 公司竞争优势分析
 - (4) 公司主要经营业务分析
 - (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

第8章：中国图书出版行业投资与前景分析 352

8.1 中国图书出版行业投资特性分析 352

8.1.1 图书出版行业进入壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 规模壁垒
- (3) 人才壁垒
- (4) 品牌及经验壁垒

8.1.2 图书出版行业盈利模式分析

- (1) 盈利模式分析
- (2) 盈利模式创新建议

8.1.3 图书出版行业盈利影响因素分析

8.2 中国图书出版行业资本运作分析364

8.2.1 出版行业企业上市情况

8.2.2 中国教育出版传媒集团组建

- (1) 组建情况
- (2) 发展战略

8.2.3 出版企业联合重组分析

8.2.4 风险投资涌入图书出版行业

8.3 中国图书出版行业发展趋势与前景分析363

8.3.1 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

8.3.2 图书出版行业发展前景分析

8.4 中国图书出版行业投资建议 366

8.4.1 图书出版行业投资机会分析

(1) “三农”图书面临机遇

(2) RFID标签：图书出版领域的新商机

(3) 军事图书市场不断升温

8.4.2 图书出版行业投资风险分析 372

(1) 行业政策风险 476

(2) 行业技术风险

(3) 行业供求风险

(4) 行业其他风险

8.4.3 博思数据关于图书出版行业投资建议

图表目录

图表1：图书出版行业发展阶段 16

图表2：1867-2015年我国图书总印数（单位：亿册） 17

图表3：图书出版发行行业产业链简图 18

图表4：图书出版发行行业主要业务流程 18

图表5：图书出版发行行业收入在产业链各环节的分配情况（单位：%） 21

图表6：图书出版行业主要政策 23

图表6：图书出版行业发展规划 25

图表7：2013年发达经济体增长情况（单位：%） 26

图表8：2013年主要新兴经济体增长情况（单位：%） 27

图表10：2013年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%） 27

图表11：2005-2013年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%） 28

图表12：2006年以来中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：亿元，%） 30

图表13：2013年宏观经济预测（单位：%） 31

图表14：2007年以来中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%） 32

图表15：2007年以来农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%） 32

图表16：2007年以来普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数（单位：万人） 33

图表16：2011-2013年全国出版、印刷和发行服务营业收入（单位：亿元，%）	40
图表17：2013年全国图书出版总量规模（单位：万种，亿册（张），亿印张，亿元，%）	41
图表18：图书出版行业发展中存在的问题	41
图表20：2006年以来图书出版行业出版社规模（单位：家）	42
图表21：2013年新闻出版行业单位数量与构成（单位：家，%）	43
图表22：2013年新闻出版行业直接就业人数的产业类别构成（单位：万人，%）	44
图表23：2007年以来我国图书动销品种（单位：万种，%）	44
图表24：2011-2013年图书零售市场增速（单位：%）	45
图表25：地面书店与网络书店市场细分构成比较（单位：%）	45
图表26：2008年以来我国图书出版行业利润规模（单位：亿元%）	46
图表26：新闻出版种数及增长情况（单位：种，%）	46
图表27：2012、2013年开卷地面零售渠道月度指数对比	47
图表28：2014年上半年各板块“规模-增长”矩阵图	47
图表30：2012-2013年中国B2C市场出版物交易规模（单位：亿元，%）	48
图表31：2013年中国B2C市场出版物交易额份额（单位：%）	50
更多图表略……	

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1409/N51984WUPL.html>