

中国图书出版发行行业现状深度研究与未来前景 预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国图书出版发行行业现状深度研究与未来前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706414.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

1、图书出版产业链以出版发行为核心持续演化发展

图书出版是指书籍、地图、年画、图片、画册，以及含有文字、图画内容的年历、月历、日历，以及由新闻出版总署认定的其他内容载体形式的编辑，并通过印刷发行向社会出售的活动，或者说，是指依照国家有关法规设立的图书出版法人实体的出版活动。

我国图书出版发行行业产业链由内容创作策划、出版、发行、分销和零售五个环节构成，涵盖从上游的作者、纸张印刷商，到下游的实体书店、线上零售渠道和消费者等，每个环节均具有较为独立的商业体系，产业链愈发细化成熟。

一般运作模式如下：作者将版权授权给策划机构后，出版社对作品进行报批，通过后可申请书号，进行图书出版，并在国家新闻出版广电总局备案。出版社委托印刷企业进行实体图书的印刷之后，发行商从出版社购入图书，并销售给下游分销商、零售商，下游分销零售最终面向消费者进行多渠道销售。其中，出版及发行业务为产业链中核心盈利环节，多数国有出版集团同时涉及出版及发行业务。

2、图书出版发行行业资质审核严格，国有属性较强

《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》规定出版物印刷、发行等文化类企业国有资本必须控股51%以上，各地方政府将旗下出版集团和发行集团打包成为区域性国有出版集团来进行上市融资。地方出版集团具备牌照优势和股权优势，在区域内有较高的地位。

目前，我国图书出版发行行业的国有属性要求决定行业整体竞争格局为国有综合出版集团为主、民营为辅，市场格局稳定，其中中央及北京出版集团包括以专业及大众出版为定位的中国出版等，地方出版集团包括凤凰传媒、山东出版等，民营出版包括新经典、果麦文化等。

我国图书出版发行行业部分企业情况

证券代码

公司名称

主要市场

公司属性

601928.SH

凤凰传媒

江苏省

地方国有企业

601098.SH

中南传媒

湖南省

地方国有企业

601921.SH

浙版传媒

浙江省

地方国有企业

601801.SH

皖新传媒

安徽省

地方国有企业

601019.SH

山东出版

山东省

地方国有企业

601811.SH

新华文轩

四川省

地方国有企业

600373.SH

中文传媒

江西省

地方国有企业

000719.SZ

中原传媒

河南省

地方国有企业

601900.SH

南方传媒

广东省

地方国有企业

600551.SH

时代出版

安徽省

地方国有企业

600757.SH

长江传媒

湖北省

地方国有企业

601949.SH

中国出版

全国

中央国有企业

000529.SZ

广弘控股

广东省

地方国有企业

601858.SH

中国科传

全国

中央国有企业

601999.SH

出版传媒

辽宁省

地方国有企业

603533.SH

掌阅科技

全国

民营企业

600229.SH

城市传媒

山东省

地方国有企业

资料来源：观研天下整理

3、一般图书零售市场压力释放，2023年规模企稳回升

2022年，受到疫情、大厂裁员、居民收入下降等影响因素，一定程度上抑制了大众消费的意愿，我国图书出版发行行业承压，市场规模下降至871亿元，同比下降12%。不过，随着二十大报告对新时代出版工作指明方向，实体书店转型升级深入以及政府扩大对书店的扶持政策，我国图书出版行业需求复苏，2023年规模企稳回升，为912亿元，同比增长4.72%。

数据来源：观研天下整理

3、图书零售各细分市场规规模增减不一，其中少儿读物类份额占比扩大

在细分市场方面，2023年，我国图书零售各细分市场规规模增减不一，其中文化教育书细分市场销售同比增长8.23%，少儿读物细分市场销售同比增长3.19%，而社会科学书细分市场

销售同比下降1.08%，文学艺术书细分市场销售同比下降1.98%，科技生活书细分市场销售同比下降1.68%。

数据来源：观研天下整理

具体从2023年图书零售市场销售结构来看，社会科学类份额最大，占比26.42%，比重同比缩小1.06个百分点；其次是少儿读物类，份额占比25.09%，比重同比扩大3.53个百分点；文化教育类份额居中，占比22.28%，比重同比扩大0.57个百分点；文学艺术类份额第四，占比18.78%，比重同比缩小1.55个百分点；科技生活类份额最小，占比7.43%，比重同比缩小1.49个百分点。

数据来源：观研天下整理

4、平台电商地位稳固，短视频电商异军突起成第二大销售渠道

图书零售现阶段已经从实体店逐渐发展到以网店为主，而网店渠道也经历从货架电商到短视频电商的转变。根据市场渠道结构占比，平台电商仍然是销售规模最大的渠道。根据数据显示，2023年，平台电商、短视频电商、垂直及其他电商、实体店码洋占比分别为41.46%、26.67%、19.93%、11.93%，其中短视频电商码洋占比上升10.25pct，超越垂直及其他电商成为第二大销售渠道。

数据来源：观研天下整理

在增速方面，短视频电商发展潜力巨大。根据数据显示，2023年，短视频电商码洋同比增长率达到70.1%，成为整体零售市场增长的主要动力，而实体店、平台电商和垂直及其他电商渠道的销售均出现负增长，分别同比下降18.24%、3.68%和10.08%。

数据来源：观研天下整理

4、多家图书出版发行企业纷纷入局短视频直播赛道

《额尔古纳河的右岸》在董宇辉推荐之前累积印量60万册，茅盾文学奖加持下本就是畅销书，但董宇辉推荐后一年半时间总印量超过600万册，翻了十倍，同样在董宇辉直播间，麦家新书《人间信》一场卖出6.8万册；中信出版社出版的《幽默感：成为更受欢迎的人》在2023年由抖音达人@Terry余崇正推荐，在“一个女人有幽默感，也太让人上头了”的一条视频卖出3万册。由此可见，短视频直播电商赛道潜力巨大。

而面对快速发展且潜力巨大的渠道，越来越多的图书出版社入局短视频直播赛道。2023年南方传媒成立“新华严选”直播基地，以期打造日销百万的大场直播间。目前该直播基地内共有9个直播间、1个综合性拍摄间，直播团队达45人，直播时间固定在6:30~13:30和21:00~0:00这两个时间段。截至2023年上半年，累计直播289场，销售超1600万元。根据抖音发布的数据，平台自播主版社数量同比增长64%，过去一年出版社商家开店动销率提升15%。

5、直播电商成为出版社的突破口，对图书出版发行行业是机遇也是挑战

综上所述，虽然直播电商为图书出版发行行业带来巨大的流量与销量，成为出版社的突破口。但是，一味的追随流量方向，很容易造成价格混乱，效率和收益降低，成本分配也开始流向渠道和达人，甚至有个时候品牌要跟推广达人和作者共同商讨降低推广费与版税，从而保证各方尽可能获取利润。

在市场价格方面，短视频直播电商作为图书出版发行的新渠道，对传统出版发行的控价水平要求更高，尤其是当一本图书爆火之后，出现多个达人带货此书，售价与推广费用也会随之发生变化，而造成这种现象的最根本的原因是消费者对图书产品的价格敏感度较高，所以只有控价能力出色，才能保证新渠道各个环节参与者都能挣到钱。这对图书出版发行行业而言，直播电商依旧属于新事物，有机遇，同样也存在挑战。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国图书出版发行行业现状深度研究与未来前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国图书出版发行行业发展概述

第一节 图书出版发行行业发展情况概述

一、图书出版发行行业相关定义

二、图书出版发行特点分析

三、图书出版发行行业基本情况介绍

四、图书出版发行行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、图书出版发行行业需求主体分析

第二节中国图书出版发行行业生命周期分析

一、图书出版发行行业生命周期理论概述

二、图书出版发行行业所属的生命周期分析

第三节图书出版发行行业经济指标分析

一、图书出版发行行业的赢利性分析

二、图书出版发行行业的经济周期分析

三、图书出版发行行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球图书出版发行行业市场发展现状分析

第一节全球图书出版发行行业发展历程回顾

第二节全球图书出版发行行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲图书出版发行行业地区市场分析

一、亚洲图书出版发行行业市场现状分析

二、亚洲图书出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲图书出版发行行业市场前景分析

第四节北美图书出版发行行业地区市场分析

一、北美图书出版发行行业市场现状分析

二、北美图书出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、北美图书出版发行行业市场前景分析

第五节欧洲图书出版发行行业地区市场分析

一、欧洲图书出版发行行业市场现状分析

二、欧洲图书出版发行行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲图书出版发行行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界图书出版发行行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球图书出版发行行业市场规模预测

第三章 中国图书出版发行行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对图书出版发行行业的影响分析

第三节中国图书出版发行行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对图书出版发行行业的影响分析

第五节中国图书出版发行行业产业社会环境分析

第四章 中国图书出版发行行业运行情况

第一节中国图书出版发行行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国图书出版发行行业市场规模分析

一、影响中国图书出版发行行业市场规模的因素

二、中国图书出版发行行业市场规模

三、中国图书出版发行行业市场规模解析

第三节中国图书出版发行行业供应情况分析

一、中国图书出版发行行业供应规模

二、中国图书出版发行行业供应特点

第四节中国图书出版发行行业需求情况分析

一、中国图书出版发行行业需求规模

二、中国图书出版发行行业需求特点

第五节中国图书出版发行行业供需平衡分析

第五章 中国图书出版发行行业产业链和细分市场分析

第一节中国图书出版发行行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、图书出版发行行业产业链图解

第二节中国图书出版发行行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对图书出版发行行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对图书出版发行行业的影响分析

第三节我国图书出版发行行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国图书出版发行行业市场竞争分析

第一节中国图书出版发行行业竞争现状分析

- 一、中国图书出版发行行业竞争格局分析
- 二、中国图书出版发行行业主要品牌分析

第二节中国图书出版发行行业集中度分析

- 一、中国图书出版发行行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国图书出版发行行业市场集中度分析

第三节中国图书出版发行行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国图书出版发行行业模型分析

第一节中国图书出版发行行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国图书出版发行行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国图书出版发行行业SWOT分析结论

第三节中国图书出版发行行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国图书出版发行行业需求特点与动态分析

第一节中国图书出版发行行业市场动态情况

第二节中国图书出版发行行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节图书出版发行行业成本结构分析

第四节图书出版发行行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国图书出版发行行业价格现状分析

第六节中国图书出版发行行业平均价格走势预测

一、中国图书出版发行行业平均价格趋势分析

二、中国图书出版发行行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国图书出版发行行业所属行业运行数据监测

第一节中国图书出版发行行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国图书出版发行行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国图书出版发行行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国图书出版发行行业区域市场现状分析

第一节 中国图书出版发行行业区域市场规模分析

一、影响图书出版发行行业区域市场分布的因素

二、中国图书出版发行行业区域市场分布

第二节 中国华东地区图书出版发行行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区图书出版发行行业市场分析

(1) 华东地区图书出版发行行业市场规模

(2) 华南地区图书出版发行行业市场现状

(3) 华东地区图书出版发行行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区图书出版发行行业市场分析

(1) 华中地区图书出版发行行业市场规模

(2) 华中地区图书出版发行行业市场现状

(3) 华中地区图书出版发行行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区图书出版发行行业市场分析

(1) 华南地区图书出版发行行业市场规模

(2) 华南地区图书出版发行行业市场现状

(3) 华南地区图书出版发行行业市场规模预测

第五节 华北地区图书出版发行行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区图书出版发行行业市场分析

(1) 华北地区图书出版发行行业市场规模

(2) 华北地区图书出版发行行业市场现状

(3) 华北地区图书出版发行行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区图书出版发行行业市场分析

(1) 东北地区图书出版发行行业市场规模

(2) 东北地区图书出版发行行业市场现状

(3) 东北地区图书出版发行行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区图书出版发行行业市场分析

(1) 西南地区图书出版发行行业市场规模

(2) 西南地区图书出版发行行业市场现状

(3) 西南地区图书出版发行行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区图书出版发行行业市场分析

(1) 西北地区图书出版发行行业市场规模

(2) 西北地区图书出版发行行业市场现状

(3) 西北地区图书出版发行行业市场规模预测

第十一章 图书出版发行行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国图书出版发行行业发展前景分析与预测

第一节中国图书出版发行行业未来发展前景分析

一、图书出版发行行业国内投资环境分析

二、中国图书出版发行行业市场机会分析

三、中国图书出版发行行业投资增速预测

第二节中国图书出版发行行业未来发展趋势预测

第三节中国图书出版发行行业规模发展预测

一、中国图书出版发行行业市场规模预测

二、中国图书出版发行行业市场规模增速预测

三、中国图书出版发行行业产值规模预测

四、中国图书出版发行行业产值增速预测

五、中国图书出版发行行业供需情况预测

第四节中国图书出版发行行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国图书出版发行行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国图书出版发行行业进入壁垒分析

一、图书出版发行行业资金壁垒分析

二、图书出版发行行业技术壁垒分析

三、图书出版发行行业人才壁垒分析

四、图书出版发行行业品牌壁垒分析

五、图书出版发行行业其他壁垒分析

第二节图书出版发行行业风险分析

一、图书出版发行行业宏观环境风险

二、图书出版发行行业技术风险

三、图书出版发行行业竞争风险

四、图书出版发行行业其他风险

第三节中国图书出版发行行业存在的问题

第四节中国图书出版发行行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国图书出版发行行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国图书出版发行行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国图书出版发行行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节图书出版发行行业营销策略分析

一、图书出版发行行业产品策略

二、图书出版发行行业定价策略

三、图书出版发行行业渠道策略

四、图书出版发行行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706414.html>