

2025-2030年中国图书出版行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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2013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企业经营分析

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7：2019-2024年图书出版行业收入与GDP增长率对比图（单位：%）

图表8：2019-2024年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表9：2019-2024年我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）

图表10：2019-2024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11：2019-2024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13：2019-2024年国民阅读率（单位：%）

图表14：2019-2024年国民数字化阅读方式（单位：%）

图表15：2019-2024年国民阅读量（单位：本）

图表16：2019-2024年国民阅读纸质媒介接触时长（单位：分钟）

图表17：2019-2024年国民阅读新兴媒介接触时长（单位：分钟）

图表18：2019-2024年国民上网主要活动（单位：%）

图表19：2019-2024年国民阅读媒介倾向（单位：%）

图表20：2019-2024年国民阅读数量评价（单位：%）

图表21：2019-2024年国民阅读数量反馈（单位：%）

图表22：2019-2024年国民阅读满意度（单位：%）

图表23：2019-2024年国民对图书的价格承受能力（单位：%）

图表24：2019-2024年国民对各类型图书的价格承受能力（单位：元）

图表25：2019-2024年中国未成年人阅读率（单位：%）

图表26：2019-2024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28：2019-2024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30：2019-2024年我国图书出版行业销售收入规模（单位：亿元）

图表31：2019-2024年我国图书出版行业利润规模（单位：亿元）

图表32：2024年全国出版物对外贸易情况（单位：万册（份、盒、张），万美元）

图表33：2024年新闻出版单位数量与构成（单位：家，%）

图表34：2024年行业就业人数产业类别构成（单位：万人，%）

图表35：2024年各类出版物在全部出版物总量中所占比重（单位：%）

图表36：2024年各类出版物的增长速度与结构变动情况（单位：%、百分点）

图表37：2024年新闻产业各产业类别总体经济规模综合评价

图表38：2019-2024年中国图书出版品种变动比较（单位：万种，%）

图表39：2019-2024年中国图书出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表40：2019-2024年中国图书出版印数及增长情况（单位：亿册，%）

图表41：2019-2024年中国图书定价情况（单位：亿元，%）

图表42：2019-2024年中国图书用纸情况（单位：万吨，%）

图表43：2019-2024年中国书籍出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表44：2019-2024年中国书籍出版印数及增长情况（单位：亿册，%）

图表45：2019-2024年中国书籍定价情况（单位：亿元，%，元/册）

图表46：2019-2024年中国书籍用纸情况（单位：万吨，%）

图表47：2019-2024年中国课本出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表48：2019-2024年中国课本出版印数及增长情况（单位：亿册，%）

图表49：2019-2024年中国课本定价情况（单位：亿元，%，元/册）

图表50：2019-2024年中国课本用纸情况（单位：万吨，%）

图表51：2019-2024年中国图片出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表52：2019-2024年中国图片出版印数及增长情况（单位：亿册，%）

图表53：2019-2024年中国图片定价情况（单位：亿元，%，元/册）

图表54：2019-2024年中国图片用纸情况（单位：万吨，%）

图表55：2019-2024年中国图书版权合同登记情况（单位：份）

图表56：2019-2024年中国图书版权引进情况（单位：种）

图表57：2019-2024年中国图书版权引进地分布（单位：种）

图表58：2019-2024年中国图书版权输出情况（单位：种）

图表59：2019-2024年中国图书版权输出地分布（单位：种）

图表60：图书出版行业现有企业的竞争分析

图表61：图书出版行业对上游议价能力分析

图表62：图书出版行业对下游议价能力分析

- 图表63: 图书出版行业潜在进入者威胁分析
- 图表64: 图书出版行业五力分析结论
- 图表65: 新型出版价值链
- 图表66: 2019-2024年中国课本总印数及总定价占比(单位: %)
- 图表67: 2019-2024年中国课本出版总印数及定价总金额(单位: 亿册(张), 亿元)
- 图表68: 安徽教育社“时代e博”全媒体出版项目主体内容
- 图表69: 2019-2024年中国饮食类图书品种成长趋势(单位: 种, 家)
- 图表70: 2024年饮食类图书出版社品种规模TOP20(单位: %)
- 图表71: 2024年饮食类图书定价分布(单位: 种, %)
- 图表72: 2024年饮食类图书细分大类分布(单位: %)
- 图表73: 2024年家常菜谱选题出版社品种分布(单位: %)
- 图表74: 2024年茶酒饮料选题出版社品种分布(单位: %)
- 图表75: 2024年度饮食类图书影响力TOP50
- 图表76: 专业图书市场存在的主要问题
- 图表77: 2019-2024年中国各类图书出版种类TOP5(单位: 种)
- 图表78: 2019-2024年中国各类图书出版总印数TOP5(单位: 万册)
- 图表79: 2019-2024年中国各类图书出版总定价TOP5(单位: 万元)
- 图表80: 2019-2024年经济类图书出版种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表81: 2019-2024年初版经济类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表82: 2019-2024年重版、重印经济类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表83: 2019-2024年经济类图书出版总印数规模及增长情况(单位: 万册, %)
- 图表84: 2019-2024年经济类图书出版总印张规模及增长情况(单位: 万印张, %)
- 图表85: 2019-2024年经济类图书出版定价总额及增长情况(单位: 万元, %)
- 图表86: 2019-2024年经济类图书出版单价变化情况(单位: 元/册, %)
- 图表87: 2024年经济类图书影响力榜单TOP10
- 图表88: 2019-2024年文化、科学、教育、体育类图书出版种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表89: 2019-2024年初版文化、科学、教育、体育类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表90: 2019-2024年重版、重印文化、科学、教育、体育类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表91: 2019-2024年文化、科学、教育、体育类图书出版总印数规模及增长情况(单位: 万册, %)
- 图表92: 2019-2024年文化、科学、教育、体育类图书出版总印张规模及增长情况(单位: 万印张, %)
- 图表93: 2019-2024年文化、科学、教育、体育类图书出版定价总额及增长情况(单位: 万元, %)
- 图表94: 2019-2024年文化、科学、教育、体育类图书出版单价变化情况(单位: 元/册, %)
- 图表95: 2024年度“大众喜爱的50种图书”文化类图书入选书目
- 图表96: 2019-2024年语言、文字类图书出版种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表97: 2019-2024年初版语言、文字类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表98: 2019-2024年重版、重印语言、文字类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表99: 2019-2024年语言、文字类图书出版总印数规模及增长情况(单位: 万册, %)
- 图表100: 2019-2024年语言、文字类图书出版总印张规模及增长情况(单位: 万印张, %)
- 图表101: 2019-2024年语言、文字类图书出版定价总额及增长情况(单位: 万元, %)
- 图表102: 2019-2024年语言、文字类图书出版单价变化情况(单位: 元/册, %)
- 图表103: 2019-2024年语言、文字类图书地位(单位: %)
- 图表104: 2019-2024年文学类图书出版种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表105: 2019-2024年初版文学类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表106: 2019-2024年重版、重印文学类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表107: 2019-2024年文学类图书出版总印数规模及增长情况(单位: 万册, %)
- 图表108: 2019-2024年文学类图书出版总印张规模及增长情况(单位: 万印张, %)
- 图表109: 2019-2024年文学类图书出版定价总额及增长情况(单位: 万元, %)
- 图表110: 2019-2024年文学类图书出版单价变化情况(单位: 元/册, %)
- 图表111: 2019-2024年文学类图书地位(单位: %)
- 图表112: 2019-2024年艺术类图书出版种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表113: 2019-2024年初版艺术类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表114: 2019-2024年重版、重印艺术类图书种类规模及增长情况(单位: 种, %)
- 图表115: 2019-2024年艺术类图书出版总印数规模及增长情况(单位: 万册, %)
- 图表116: 2019-2024年艺术类图书出版总印张规模及增长情况(单位: 万印张, %)
- 图表117: 2019-2024年艺术类图书出版定价总额及增长情况(单位: 万元, %)
- 图表118: 2019-2024年艺术类图书出版单价变化情况(单位: 元/册, %)
- 图表119: 2019-2024年艺术类图书地位(单位: %)
- 图表120: 2024年图书出版集团总体经济规模综合排名(前10位)
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！