



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年出版业行业市场调查及未来前景预测研究报告

一、调研说明

《2013-2017年出版业行业市场调查及未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/219790.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章、出版行业的相关概述

第一节、出版行业的概念

- 一、出版业的定义
- 二、出版业的分类
- 三、现代出版业的内涵
- 四、出版传播的目的
- 五、出版传播的规律

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、世界出版业总体发展情况
- 二、2010年世界出版业呈低迷状态
- 三、国外出版业宏观管理体系及启示
- 四、新技术革命对国际出版业的影响

五、世界出版业的兼并重组特征分析

第二节、美国

- 一、美国出版业发展的特征
- 二、2010年美国商业印刷出版业的发展
- 三、2010年美国按需出版图书的增长情况
- 四、新技术给美国传统出版业带来重大影响
- 五、2011年美国新媒体出版业发展特点剖析
- 六、美国出版市场的竞争策略分析

第三节、日本

- 一、日本出版业呈持续下滑趋势
- 二、日本出版业中的"文库本"发展概况
- 三、2010年日本出版业的发展现状
- 四、日本出版业的流通渠道

第四节、英国

- 一、英国出版业的发展特征
- 二、2009年英国出版业发展情况
- 三、2010年英国出版业发展状况
- 四、英国数字出版业发展现状及趋势

第五节、法国

- 一、2009年法国出版业发展情况
- 二、2010年法国出版业发展简况
- 三、外来图书蜂拥2011年法国图书出版市场
- 四、法国出版行业经济政策解析

第六节、台湾地区

- 一、台湾出版行业的特点
- 二、台湾数字出版产业的发展
- 三、台湾出版业发展的问题与对策
- 四、台湾出版产业未来的发展建议

第七节、其他国家和地区

- 一、澳大利亚出版业概述
- 二、韩国出版行业的处境尴尬
- 三、香港出版业发展的趋势

四、澳门出版业发展剖析

第三章、中国出版业的发展

第一节、中国出版业发展总体概况

- 一、"十一五"期间我国新闻出版业发展成绩显著
- 二、我国出版业发展变化的特点
- 三、中国出版市场全新格局逐步形成
- 四、国内出版集团的成长路径及模式分析

第二节、2008-2011年中国出版业的发展分析

- 一、2008年中国出版业发展浅析
- 二、2009年我国出版产业的发展
- 三、2010年我国出版产业的发展
- 四、2011年我国出版产业的发展

第三节、2006-2010年中国出版物进出口分析

- 一、2006年中国出版物进出口分析
- 二、2007年中国出版物进出口分析
- 三、2008年中国出版物进出口分析
- 四、2009年中国出版物进出口分析
- 五、2010年中国出版物进出口分析

第四节、中国各省市出版业的发展

- 一、"十一五"期间浙江省新闻出版业的发展概况
- 二、2011年上海出版业发展成绩斐然
- 三、2011年湖北出版业持续快速发展态势
- 四、2011年陕西出版业发展成果盘点
- 五、2012年福建省出版业发展行动计划

第五节、中国出版业中的民营资本

- 一、民营资本进入我国出版业的模式
- 二、民营书业已成为出版业的生力军
- 三、民营资本进入我国出版业的利弊
- 四、促进民营资本进入我国出版业的建议

第六节、中国出版业改革发展分析

- 一、我国出版业体制改革的背景

- 二、2010年新闻出版业体制改革进程加速
- 三、2011年新闻出版业体制改革的成果
- 四、出版业改革的核心是制度创新
- 五、“十二五”时期我国出版业改革发展的任务

第七节、中国少数民族出版业发展探讨

- 一、少数民族出版的基本概述
- 二、我国少数民族出版业的发展现况
- 三、我国少数民族出版的主要问题
- 四、我国少数民族出版业的发展对策

第四章、中外出版业合作发展分析

第一节、中外出版业合作发展环境

- 一、中国出版业的对外政策解读
- 二、中国将加大对国际出版合作的扶持力度
- 三、中国对出版业开展国际合作政策扶持
- 四、国际出版合作发展前景趋势

第二节、中外出版业合作发展概况

- 一、2011年政府积极推动出版业海外合作
- 二、2011年中外出版商的合作状况
- 三、中国出版对外合作业务中存在的问题
- 四、中国出版业在国际合作中发展的对策

第三节、中俄出版合作发展分析

- 一、中俄出版合作发展的历史
- 二、中俄出版合作发展概况
- 三、推进中俄出版合作发展的建议

第四节、海峡两岸出版业合作发展分析

- 一、大陆对台湾出版政策开放程度
- 二、两岸出版业合作发展概况
- 三、2012年两岸出版业合作取得实质性进展
- 四、两岸出版产业合作发展的对策与建议
- 五、未来两岸出版领域合作将进一步扩大

第五章、报纸的出版

第一节、中国报业的发展概况

- 一、我国报纸出版体制改革取得的成果
- 二、报业的竞争环境与竞争战略分析
- 三、我国报业"走出去"发展探析
- 四、中国报业的数字化转型发展情况

第二节、2009-2011年中国报业发展运行情况

- 一、2009年我国报纸出版业的发展
- 二、2009年我国报业发展的四大亮点
- 三、2010年我国报纸出版业的发展
- 四、2010年中国报业的市场规模分析
- 五、2011年中国报业与新媒体加速融合

第三节、中国报业发展面临的问题

- 一、中国报业发展中的主要不足
- 二、阻碍我国报业发展的内外因素
- 三、我国报业存在的主要问题

第四节、我国报业发展的对策

- 一、我国报业升级与转型的策略
- 二、我国报业发展需转向数字化
- 三、我国报业全媒体转型的途径
- 四、构建科学的报纸出版体制机制
- 五、我国报业经营的数据库营销策略

第五节、中国报业的发展趋势

- 一、"十二五"期间我国报刊业发展规划
- 二、我国报业的未来发展走向
- 三、报纸发行模式的发展趋势
- 四、报纸版式创新的发展趋势

第六章、图书出版业

第一节、中国图书出版业的发展阶段

- 一、超常规增长阶段（1978-1985年）
- 二、调整与徘徊阶段（1986-1994年）

三、新的增长阶段（1995年至今）

第二节、中国图书出版业的发展概况

- 一、中国图书出版业整体发展状况
- 二、2009年我国图书出版业运行情况
- 三、2010年我国图书出版业运行情况
- 四、2011年我国图书出版领域的大事盘点
- 五、中国图书出版业的发展趋势

第三节、中国图书版权贸易分析

- 一、2008年中国图书版权贸易回顾
- 二、2009年我国图书版权贸易情况
- 三、2010年我国图书版权贸易情况
- 四、中国图书版权贸易存在的问题

第四节、图书出版业营销分析

- 一、图书营销部门的机制创新解析
- 二、中国图书出版业的扁平化营销
- 三、图书出版业营销结合战略分析
- 四、出版社图书营销渠道建设分析
- 五、浅析图书出版业的营销对策
- 六、国内图书买方市场下的主要策略

第五节、图书出版业发展问题与对策

- 一、我国图书出版业存在的问题
- 二、我国图书出版业经营发展的对策
- 三、发展我国图书出版业的主要措施
- 四、中国图书出版实现个性化的原则探索

第六节、2012年中国图书出版业发展热点预测

- 一、学术类图书
- 二、经管类图书
- 三、文学类图书
- 四、生活类图书
- 五、少儿类图书

第七章、音像出版业

- 第一节、中国音像出版业的发展概况
 - 一、我国音像出版业的产业链特征
 - 二、2009年我国音像制品出版物统计
 - 三、2010年我国音像出版业的发展概况
 - 四、2010年我国音像制品出版物统计
 - 五、我国电子音像出版业发展形势分析
 - 六、“十二五”期间我国光盘复制业发展规划

第二节、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

第三节、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因素
- 三、我国音像出版业陷入三大困局

第四节、发展中国音像出版业的对策

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

第八章、网络出版业

第一节、网络出版的相关概述

- 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、网络出版业发展的必需条件
- 五、网络出版发展的优势

第二节、网络出版业发展分析

- 一、网络出版发展对我国出版业的影响
- 二、中国网络出版业发展总体概况

- 三、我国网络出版业的发展特征
- 四、我国网络出版业的盈利模式
- 五、中国网络游戏出版业发展现状
- 六、网络出版产业渐受我国政府重视

第三节、数字出版业

- 一、2009年中国数字出版产业发展回顾
- 二、“十一五”期间数字出版实现跨越式发展
- 三、2011年中国数字出版产业发展状况
- 四、我国数字出版产业发展存在的弱势
- 五、促进我国数字出版业发展的建议
- 六、“十二五”期间数字出版业发展规划

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、我国网络出版产业发展面临的挑战
- 四、加快我国网络出版业发展的建议

第五节、网络出版业的发展趋势

- 一、我国网络出版业的发展走向
- 二、我国网络出版业的发展趋势

第九章、国内外出版业上市公司分析

第一节、新闻集团

- 一、公司简介
- 二、2010财年新闻集团经营状况
- 三、2011财年新闻集团经营状况
- 四、2012财年上半年新闻集团经营状况

第二节、法国拉加代尔集团

- 一、公司简介
- 二、2009年拉加代尔集团经营状况
- 三、2010年拉加代尔集团经营状况
- 四、2011年拉加代尔集团经营状况

第三节、英国培生集团

- 一、公司介绍
- 二、2009年英国培生集团经营状况
- 三、2010年英国培生集团经营状况
- 四、2011年英国培生集团经营状况

第四节、新华文轩出版传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月新华文轩经营状况分析
- 三、2011年1-6月新华文轩经营状况分析

第五节、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月出版传媒经营状况分析
- 三、2010年1-12月出版传媒经营状况分析
- 四、2011年1-9月出版传媒经营状况分析

第六节、时代出版传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月时代出版经营状况分析
- 三、2010年1-12月时代出版经营状况分析
- 四、2011年1-9月时代出版经营状况分析

第七节、上海新华传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月新华传媒经营状况分析
- 三、2010年1-12月新华传媒经营状况分析
- 四、2011年1-9月新华传媒经营状况分析

第八节、安徽新华传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月皖新传媒经营状况分析
- 三、2010年1-12月皖新传媒经营状况分析
- 四、2011年1-9月皖新传媒经营状况分析

第九节、中文天地出版传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月中文传媒经营状况分析
- 三、2011年1-9月中文传媒经营状况分析

第十节、中南出版传媒集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月中南传媒经营状况分析
- 三、2011年1-9月中南传媒经营状况分析

第十章、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、我国出版业宏观管理存在的不足
- 二、中国出版业亟需解决的问题
- 三、中国出版业发展面临的挑战
- 四、制约出版业品牌建设的根源
- 五、中国出版行业国有资产的流失

第二节、我国出版行业发展的对策

- 一、我国传统出版业发展需加快数字化转型
- 二、我国新闻出版业需推动创新发展
- 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、转变我国出版业发展方式的建议
- 六、新技术环境下我国出版业的发展对策
- 七、防止出版业国有资产流失的对策

第三节、完善中国出版业管理体制的建议

- 一、加强我国出版业的宏观管理的具体对策
- 二、改善出版社版权管理工作的建议
- 三、促进中国出版行业体制改革的建议

第四节、中国出版集团发展对策

- 一、我国出版产业集团化应处理好的关系
- 二、我国出版集团多元化发展策略
- 三、我国出版集团管控的信息化发展战略

第十一章、出版行业的投资分析

第一节、中国出版投融资体制改革分析

- 一、多元投资主体

二、多条融资渠道

三、多种投融资方式

第二节、出版业投资机会分析

一、政策性拐点为出版业带来投资价值

二、三大动力预示我国出版业大有可为

三、图书出版与发行业的投资机会

四、出版业体制改革带来投资良机

第三节、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

第四节、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

第五节、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

第六节、中国出版业的SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、挑战

第十二章、出版行业的发展趋势及发展规划

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、中国出版产业的近期发展趋势预测
- 二、新技术背景下我国出版业发展形势
- 三、中国出版业集团化建设的趋势
- 四、2013-2017年中国出版业发展预测分析

第三节、“十二五”期间我国新闻出版业发展规划

- 一、“十二五”期间我国新闻出版业的发展环境
- 二、“十二五”期间新闻出版业发展指导思想和基本要求
- 三、“十二五”期间我国新闻出版业发展的主要目标
- 四、“十二五”期间我国新闻出版业发展的重点任务
- 五、“十二五”期间新闻出版业发展的主要措施

第四节、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”发展规划

- 一、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”的指导思想
- 二、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”的基本原则
- 三、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”的主要目标
- 四、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”的重点任务
- 五、“十二五”期间我国新闻出版业“走出去”的政策措施

第五节、“十二五”期间我国新闻出版业科技发展规划

- 一、“十二五”期间新闻出版业科技发展面临的形势
- 二、“十二五”期间新闻出版业科技发展指导思想
- 三、“十二五”期间新闻出版业科技发展主要目标和任务
- 四、“十二五”期间新闻出版业科技发展重点任务
- 五、“十二五”期间新闻出版业科技发展保障措施

第十三章、出版业的政策法规

第一节、2010年出版领域的政策发布实施概况

- 一、新闻出版业一号文件明确发展路径

- 二、国家支持引导数字文化产业创新发展
- 三、出版总署启动规范出版物网络发行相关办法的制定
- 四、出版总署发布文件规范数字出版业发展
- 五、电子书产业政策出台加速出版业数字化进程

第二节、2011-2012年出版领域的政策发布实施概况

- 一、新《音像制品管理条例》正式发布实施
- 二、国家发布出版物市场管理政策
- 三、新《订户订购进口出版物管理办法》出台实施
- 四、出版总署制定政策严管教辅材料出版发行
- 五、2012年新闻出版业"一号文件"解读
- 六、政府下发文件推进出版传媒集团改革发展

第三节、政策法规

- 一、《出版管理条例》
- 二、《出版物市场管理规定》
- 三、《报纸出版管理规定》
- 四、《期刊出版管理规定》
- 五、《互联网出版管理暂行规定》
- 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、《音像制品管理条例》
- 十、《音像制品进口管理办法》
- 一、1 《音像制品出版工作流程》
- 一、2 《中国出版职业资格制度》
- 一、3 《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》

图表目录：

- 图表1 市场类型的划分和特征
- 图表2 2010年全球出版企业排名
- 图表3 2007-2010年全球出版行业主要收购情况
- 图表4 "十一五"期间我国新闻出版业主要指标实现情况
- 图表5 2009年新闻出版业主要经济指标

- 图表6 2009年全国出版物进出口经营单位对外贸易情况
- 图表7 2009年新闻出版业企业法人单位的所有制结构
- 图表8 2006年中国图书、报纸、期刊出口增长率
- 图表9 2006年中国图书、报纸、期刊进口增长率
- 图表10 2006年中国音像制品、电子出版物出口增长率
- 图表11 2006年中国音像制品、电子出版物进口增长率
- 图表12 中国向俄罗斯引进和输出图书版权情况
- 图表13 波特的产业五力分析模型
- 图表14 报业市场的六种竞争力量互动模型
- 图表15 报纸竞争力轮盘模型（立体视图）
- 图表16 报纸竞争力轮盘模型（平面视图）
- 图表17 主要媒体日到达率变化趋势
- 图表18 报纸在不同年龄、学历人群中的日到达率变化趋势
- 图表19 一、二、三线城市报纸日到达率的变化
- 图表20 中国图书出版概况（1949-1985年）
- 图表21 中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量
- 图表22 中国图书出版概况（1985-1994年）
- 图表23 上海各图书发行部门图书库存变化
- 图表24 中国新华书店的图书销售量
- 图表25 中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费的比重
- 图表26 卖方市场图示
- 图表27 卖方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较
- 图表28 买方市场图示
- 图表29 买方市场下的不同供给弹性下的价格变化比较
- 图表30 中国的图书销售额及单位印张价格
- 图表31 中国图书市场的需求弹性测算
- 图表32 图书平均印数的变化情况
- 图表33 中国的职工平均工资
- 图表34 中国出版社的增长情况
- 图表35 中国图书出版概况（1994-2005年）
- 图表36 2008-2010年图书出版市场供需对比表
- 图表37 我国三大图书市场特征

- 图表38 2010年我国课本出版占图书出版总量的比例
- 图表39 2005-2010年全国一般图书销售均价
- 图表40 2008年中国版权引进地情况
- 图表41 2008年中国版权输出地情况
- 图表42 2009-2010财年新闻集团合并损益表
- 图表43 2009-2010财年新闻集团不同部门收入细分情况
- 图表44 2009-2010财年新闻集团不同部门营业损益细分情况
- 图表45 2010-2011财年新闻集团合并损益表
- 图表46 2011-2012财年上半年新闻集团合并损益表
- 图表47 2011-2012财年上半年新闻集团不同部门收入细分情况
- 图表48 2011-2012财年上半年新闻集团不同部门营业损益细分情况
- 图表49 2008-2009年拉加代尔集团综合损益表
- 图表50 2009年拉加代尔集团不同业务综合财务状况
- 图表51 2008-2009年拉加代尔集团不同地区收入情况
- 图表52 2008-2009年末拉加代尔集团不同地区资产情况
- 图表53 2009-2010年拉加代尔集团不同部门净销售额情况
- 图表54 2010-2011年拉加代尔不同部门净销售额情况
- 图表55 2007-2009年培生集团综合损益表
- 图表56 2008-2009年培生集团主要财务指标
- 图表57 2009年培生集团不同业务主要财务指标情况
- 图表58 2008-2010年培生集团综合损益表
- 图表59 2010年培生集团不同业务主要财务指标情况
- 图表60 2008-2010年培生集团不同地区销售情况
- 图表61 2008-2010年培生集团不同部门销售额情况
- 图表62 2010-2011年培生集团综合损益表
- 图表63 2010-2011年培生集团不同部门销售额及调整后营业利润情况
- 图表64 2010年1-12月新华文轩合并收益表
- 图表65 2010年1-12月新华文轩主营业务分部资料
- 图表66 2010-2011年上半年新华文轩综合损益表
- 图表67 2010-2011年上半年新华文轩收入及收益情况
- 图表68 2009年1-12月出版传媒主要财务数据
- 图表69 2009年1-12月出版传媒非经常性损益项目及金额

- 图表70 2007年-2009年出版传媒主要会计数据
- 图表71 2007年-2009年出版传媒主要财务指标
- 图表72 2009年1-12月出版传媒主营业务分行业、产品情况
- 图表73 2009年1-12月出版传媒主营业务分地区情况
- 图表74 2010年1-12月出版传媒主要财务数据
- 图表75 2010年1-12月出版传媒非经常性损益项目及金额
- 图表76 2008年-2010年出版传媒主要会计数据
- 图表77 2008年-2010年出版传媒主要财务指标
- 图表78 2010年1-12月出版传媒主营业务分行业、产品情况
- 图表79 2010年1-12月出版传媒主营业务分地区情况
- 图表80 2011年1-9月出版传媒主要会计数据及财务指标
- 图表81 2011年1-9月出版传媒非经常性损益项目及金额
- 图表82 2009年1-12月时代出版主要财务数据
- 图表83 2009年1-12月时代出版非经常性损益项目及金额
- 图表84 2007年-2009年时代出版主要会计数据
- 图表85 2007年-2009年时代出版主要财务指标
- 图表86 2009年1-12月时代出版主营业务分行业、产品情况
- 图表87 2009年1-12月时代出版主营业务分地区情况
- 图表88 2010年1-12月时代出版主要财务数据
- 图表89 2010年1-12月时代出版非经常性损益项目及金额
- 图表90 2008年-2010年时代出版主要会计数据
- 图表91 2008年-2010年时代出版主要财务指标
- 图表92 2010年1-12月时代出版主营业务分行业、产品情况
- 图表93 2010年1-12月时代出版主营业务分地区情况
- 图表94 2011年1-9月时代出版主要会计数据及财务指标
- 图表95 2011年1-9月时代出版非经常性损益项目和金额
- 图表96 2009年1-12月新华传媒主要财务数据
- 图表97 2009年1-12月新华传媒非经常性损益项目及金额
- 图表98 2007年-2009年新华传媒主要会计数据
- 图表99 2007年-2009年新华传媒主要财务指标
- 图表100 2009年1-12月新华传媒主营业务分产品情况
- 图表101 2009年1-12月新华传媒主营业务分地区情况

- 图表102 2010年1-12月新华传媒主要财务数据
- 图表103 2010年1-12月新华传媒非经常性损益项目及金额
- 图表104 2008年-2010年新华传媒主要会计数据
- 图表105 2008年-2010年新华传媒主要财务指标
- 图表106 2010年1-12月新华传媒主营业务分产品情况
- 图表107 2010年1-12月新华传媒主营业务分地区情况
- 图表108 2011年1-9月新华传媒主要会计数据及财务指标
- 图表109 2011年1-9月新华传媒非经常性损益项目及金额
- 图表110 2009年1-12月皖新传媒主要财务数据
- 图表111 2009年1-12月皖新传媒非经常性损益项目及金额
- 图表112 2007年-2009年皖新传媒主要会计数据
- 图表113 2007年-2009年皖新传媒主要财务指标
- 图表114 2009年1-12月皖新传媒主营业务分行业情况
- 图表115 2009年1-12月皖新传媒主营业务分地区情况
- 图表116 2010年1-12月皖新传媒主要财务数据
- 图表117 2010年1-12月皖新传媒非经常性损益项目及金额
- 图表118 2008年-2010年皖新传媒主要会计数据
- 图表119 2008年-2010年皖新传媒主要财务指标
- 图表120 2010年1-12月皖新传媒主营业务分行业情况
- 图表121 2010年1-12月皖新传媒主营业务分地区情况
- 图表122 2011年1-9月皖新传媒主要会计数据及财务指标
- 图表123 2011年1-9月皖新传媒扣除非经常性损益项目和金额
- 图表124 2010年1-12月中文传媒主要财务数据
- 图表125 2010年1-12月中文传媒非经常性损益项目及金额
- 图表126 2008年-2010年中文传媒主要会计数据
- 图表127 2008年-2010年中文传媒主要财务指标
- 图表128 2010年1-12月中文传媒主营业务分行业、产品情况
- 图表129 2011年1-9月中文传媒主要会计数据和财务指标
- 图表130 2011年1-9月中文传媒非经常性损益项目和金额
- 图表131 2010年1-12月中南传媒主要财务数据
- 图表132 2010年1-12月中南传媒非经常性损益项目及金额
- 图表133 2008年-2010年中南传媒主要会计数据

- 图表134 2008年-2010年中南传媒主要财务指标
- 图表135 2010年1-12月中南传媒主营业务分行业、产品情况
- 图表136 2010年1-12月中南传媒主营业务分地区情况
- 图表137 2011年1-9月中南传媒主要会计数据及财务指标
- 图表138 2011年1-9月中南传媒扣除非经常性损益项目和金额
- 图表139 2008年以来中国出版业出台主要新政
- 图表140 "1号文件"中蕴藏VC/PE投资机会剖析
- 图表141 2013-2017年中国新闻出版业总产值预测
- 图表142 "十二五"期间我国新闻出版业发展主要指标
- 图表143 "十二五"期间社会主义核心价值观体系建设工程
- 图表144 "十二五"期间新闻出版精品生产工程
- 图表145 "十二五"期间新闻出版公共服务建设工程
- 图表146 "十二五"期间新闻出版产业发展重点
- 图表147 "十二五"期间新闻出版产业振兴工程
- 图表148 "十二五"期间新闻出版科技创新工程
- 图表149 "十二五"期间新闻出版"走出去"工程
- 图表150 "十二五"期间新闻出版市场监管工程

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/219790.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。