

图书基本信息

书名：<<中国图书出版产业增长方式转变研究>>

13位ISBN编号：9787563370672

10位ISBN编号：7563370676

出版时间：2008年1月

出版时间：广西师范大学出版社

作者：陈昕

页数：145

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

本书试图运用现代经济学的概念、理论和方法对中国图书出版产业增长方式转变作一系统的研究。首先，对中国图书出版产业发展的现状进行分析，描述中国图书出版产业增长方式转变的内在要求和外部；其次，同时，从经济学的角度梳理和归纳中国图书出版产业表现出来的诸多问题和矛盾，并在一个统一的框架内给出系统性的解释。

其次，对发达国家图书出版产业发展规律和特征进行详细的分析，以此作为中国图书出版产业发展路径转变的借鉴。

最后，从产业融合理论入手，深入研究产业融合下出版产业表现出来的新的发展规律，以此作为中国图书出版产业增长方式转变的理论指导，在此基础上给出中国图书出版产业增长方式转变的主要思路、基本路径和政策建议。

## 作者简介

陈昕，1952年6月出生，浙江省鄞县人，上海世纪出版股份有限公司董事长、总裁。1981年起，先后担任学林出版社编辑、编辑室主任，上海三联书店副总编辑、总编辑，三联书店(香港)有限公司副总编辑、总编辑，上海人民出版社社长兼总编辑，上海市新闻出版局副局长。著有《编匠心集》、《WTO与中国出版》、《中国出版产业论稿》、《消费经济学批判》(合作)等7部专著，并有学术论文近百篇。

## 书籍目录

前言第一篇 中国图书出版产业发展现状分析 第一章 中国图书出版产业经历了一个高速增长的发展时期 一、实物指标和价值指标：价涨量增，同步上扬 二、出版单位：数量与规模的双重扩张 三、运营模式：市场化手段的采用与市场化程度的提高 四、新兴出版：风生水起，方兴未艾 第二章 中国图书出版产业目前存在的主要问题及矛盾 一、规模小，集中度低，原子型组织结构特征明显 二、区域市场分割尚未打破 三、竞争无序，商业诚信缺失 四、短期行为加剧，缺乏创新精神 五、营销理念落后，营销手段单 六、出版结构不尽合理 第三章 问题背后的原因分析 第四章 中国图书出版产业面临的挑战 第五章 粗放型增长难以为继，增长方式亟待转型第二篇 发达国家图书出版产业发展经验的借鉴及比较 第六章 美国和欧洲的出版产业 一、集团的大型化、跨国化趋势明显，垄断程度进一步加深 二、定位为内容提供商 三、突出主业，强化核心竞争力，走专而精的道路 四、用信息技术对出版产业进行全面改造 五、小型出版公司富有竞争活力，中等规模的出版公司竞争能力最差 六、多渠道的发行体系 第七章 日本的出版业 一、强大的发行中盘体系 二、分工细化 三、市场意识强烈 四、积极进行信息化改造 五、新型商业模式崛起 第八章 比较与体会 一、产业组织的集中度非常高，且企业呈现两极分化态势 二、产业布局的集中度非常高 三、商业模式已经转型 四、大型出版集团的扩张都采用资本运作的方式 五、积极适应全球化的大趋势，把国际市场作为企业发展的战略重点第三篇 中国图书出版产业增长方式转变的思路、内容及路径 第九章 产业融合对增长方式转变的影响 一、产业融合的内涵 二、产业融合对图书出版产业发展的影响 第十章 中国图书出版产业增长方式转变的思路、内容及路径 一、企业化改制是增长方式转变的前提 二、集团化和规模化是增长方式转变的基础 三、成为内容提供者、进行文化创新是增长方式转变的方向 四、数字化与信息化建设是增长方式转变的关键 五、重造产业链与价值链是增长方式转变的保证 六、培育企业家精神是增长方式转变的动力 第十一章 中国图书出版产业新的商业模式的基本特点 一、从提供产品向提供多元化服务转型 二、从产品竞争和渠道竞争向内容竞争和品牌竞争转型 三、从传统技术向信息技术转型 四、从单一模式向多元模式转型 五、从地域视野向全球视野转型 六、从传统竞争手段向新型竞争手段转型 第十二章 中国图书出版产业增长方式转变的政策建议 一、深化出版体制改革 二、打破行政垄断和地区分割，调整出版产业布局 三、推动出版产业结构优化升级 四、引导出版企业的集团化发展 五、降低进入门槛，实现出版企业的充分竞争 六、加快出版企业信息化、数字化进程 七、鼓励出版企业实施“走出去”战略，并购海外著名出版企业 八、完善出版产业的经营环境主要参考文献附录 出版企业的使命追求与经营之道 一、公司使命：塑造企业未来的基石 二、战略变革：突破企业成长的周期 三、市场主体：建立现代企业制度 四、商业模式：打造数字化时代的业务平台 五、竞争策略：寻找在出版产业链、价值链中的位置后记

章节摘录

第一章 中国图书出版产业经历了一个高速增长的发展时期 一、实物指标和价值指标：价涨量增，同步上场 从1978年到2005年，中国图书出版产业的发展是引人注目的，这同中国整体宏观经济的发展和社会进步的变化是吻合的。

但是如果深入考察图书出版产业的变化趋势和增长轨迹，则可以看出，其发展和增长并不是稳态的，而是存在一定程度的波动，在某些阶段这些波动甚至表现得十分明显。

本书选取了总印张数、总印数、图书出版种类、新出图书种数、定价总金额、图书纯销售收入以及出版利润7个指标及其相应的附表1、附表2和附表3，其直观的变化趋势则如图1和图2所示。

从附表1和图1可以看到，从1978年到2005年，中国图书出版产业的图书出版种数和新出图书种数分别从14987种和11888种增长到2000473种和128578种，27年间扩张了13.8倍和9.8倍，年均增长10.51%和9.22%。

27年间的增长几乎是逐年递增的，仅在1990年和1995年出现了一定程度的负增长，连续且高速增长的态势十分明显。

编辑推荐

1978年中国吹响了改革开放的号角。

在这近30年的时间里，中国图书出版产业取得了令世人瞩目的快速发展，但是这种增长在很大程度上是通过外延式、数量性、粗放型的方式加以实现的。

进入21世纪，这种粗放型增长方式所掩盖的一些深层次矛盾开始显现出来；与此同时，信息技术革命和入世后外国资本的进入又对中国图书出版产业形成了外部冲击。

内在矛盾和外部冲击使得中国图书出版产业传统的粗放型增长方式变得难以为继，转变增长方式势在必行。

——陈昕

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>