

<<中国图书出版业的产业组织分析>>

图书基本信息

书名：<<中国图书出版业的产业组织分析>>

13位ISBN编号：9787219059883

10位ISBN编号：7219059884

出版时间：2008-4

出版时间：广西人民出版社

作者：史东辉,王利明,董宝生

页数：353

字数：320000

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>

<<中国图书出版业的产业组织分析>>

内容概要

本书的出版有以下两方面的价值：一方面，作为我国第一部系统分析图书出版产业组织的著作，本书无疑填补了我国出版经济研究的一项空白，也是我国出版科学研究领域的一项创新；另一方面，作为一项研究成果，本书对推进我国出版业改革和发展有着重要的理论价值。

通过对我国图书出版产业组织的历史演变、现状的系统分析，本书全面揭示了我国图书出版业这一特定服务业部门的产业组织特征，深入剖析了其一系列特殊性。

本书还就推进、完善我国图书出版业的体制改革和产业组织合理化等问题提出了相应的判断和建议。

<<中国图书出版业的产业组织分析>>

书籍目录

引言 0.1 服务业的产业组织：初步研究结论与问题 0.1.1 服务业的产业组织：已有研究的若干初步结论 0.1.2 服务业产业组织尚需进一步研究的若干问题 0.2 改革与重组：我国图书出版业面临的挑战与选择 0.2.1 我国图书出版业的体制改革与经济转轨 0.2.2 经济转轨时期的我国图书出版业：有关特征与问题 0.2.3 我国图书出版业的产业组织合理化：其意义及需要研究的若干问题 0.3 本项研究的基本思路 0.3.1 已有研究综述 0.3.2 本书的结构与主要内容

第一章 我国图书市场需求：容量、特征与问题 1.1 图书市场需求形成的一般机理：理论与经验 1.1.1 图书需求的形成 1.1.2 我国图书需求与经济增长：数据与指标 1.1.3 协整检验与误差修正模型 1.1.4 回归分析 1.2 周期性、偏好与替代产品：我国图书市场需求形成的进一步透视 1.2.1 图书产品的生命周期 1.2.2 偏好 1.2.3 替代产品 1.3 我国图书需求的若干重要特征 1.3.1 国内图书市场容量扩张陷于停滞 1.3.2 各地图书市场需求差别显著 1.3.3 需求日趋多样化 本章小结

第二章 我国图书出版业的供给与竞争：若干特性 2.1 图书市场的供给 2.1.1 图书出版活动及其分工 2.1.2 出版社 2.1.3 图书发行与印刷 2.2 我国图书供给规模及其变迁 2.2.1 我国图书供给规模的总体增长 2.2.2 现阶段我国图书供给的若干结构特征 2.3 出版社之间的竞争：若干特殊性 2.3.1 选题与组稿：出版社之间竞争的焦点 2.3.2 同一出版社内不同图书之间的竞争与协调 本章小结

第三章 我国图书出版业的政府规制 3.1 政府规制出版业的理论依据 3.1.1 出版自由与出版业的政府规制 3.1.2 负外部性、信息不对称与出版规制 3.1.3 非价值物品、公共物品的有效供给与出版规制 3.2 出版规制的历史与经验 3.2.1 若干国家出版规制的特点与经验 3.2.2 计划经济时期我国政府规制出版业的历史回顾 3.2.3 经济过渡时期我国政府出版规制的演变 3.3 我国图书出版业政府规制的现状与特征 3.3.1 我国出版业政府规制的目标、原则与体系 3.3.2 我国图书出版业政府规制的主要内容 本章小结

第四章 出版单位的规模及其分布 4.1 出版社的规模分布及其特征 4.1.1 出版社的生产集中度与规模分布 4.1.2 不同类别出版社的规模分布 4.1.3 不同规模出版社的分布特征 4.2 出版社规模及其分布结构的演变 4.2.1 出版社集中比率的变化 4.2.2 我国出版社平均规模的演变及其经济规模 4.2.3 各大类出版社规模分布结构的演变 本章小结

第五章 我国图书市场的产品差别化 5.1 图书市场的产品差别化构成及影响读者选择的因素 5.1.1 图书市场产品差别化的构成因素、程度与基本特征 5.1.2 我国图书市场影响读者选择的因素 5.2 不同类别图书之间的差别化与竞争 5.2.1 不同类别图书之间的差别化与竞争：理论透视 5.2.2 我国不同类别图书之间的差别化与竞争：经验性估计 5.3 同一类别图书之间的差别化与竞争 5.3.1 同一类别且内容相似图书之间的差别化与竞争：理论透视 5.3.2 同一类别但内容不同图书之间的差别化与竞争 5.4 差别化竞争 5.4.1 选题及图书内容竞争的常见策略 5.4.2 品牌与广告竞争 5.4.3 销售渠道 本章小结

第六章 进入壁垒与退出障碍 6.1 我国图书出版业的进入壁垒 6.1.1 进入壁垒的基本内涵、成因及其衡量：理论与经验 6.1.2 我国图书出版业进入壁垒的程度 6.1.3 我国图书出版业进入壁垒的成因及问题 6.2 我国图书出版社的潜在竞争压力 6.2.1 加入WTO以后我国出版业面临的挑战 6.2.2 民营出版机构的潜在竞争压力 6.3 我国图书出版业的退出障碍 6.3.1 退出障碍 (Exit Barriers) 的基本内涵、成因及其影响 6.3.2 我国图书出版业的退出与退出障碍 本章小结

第七章 图书定价与市场竟争 7.1 图书定价：机理与常见方式 7.1.1 图书零售价格的决定与特征 7.1.2 图书批发价格的决定 7.2 我国图书零售价格的若干特征 7.2.1 我国图书零售价格的总体变化 7.2.2 不同类别图书的零售价格变化：进一步透视 7.2.3 非中小学教材类图书的零售价格变化 7.3 我国出版社的图书定价策略：案例研究 7.3.1 各类单册定价 7.3.2 印数与每印张定价：不同出版社的策略 7.3.3 印数与每印张定价：不同类别图书的特点 本章小结

第八章 中小学教材市场的垄断与竞争 8.1 我国中小学教材出版与发行的政府规制及其改革 8.1.1 我国教材出版规制的主要内容 8.1.2 我国中小学教材的价格规制 8.1.3 我国中小学教材的发行招投标制度 8.2 我国中小学教材市场竞争格局的初步形成 8.2.1 我国中小学教材市场规模的变迁 8.2.2 竞争者数量明显增加 8.2.3 地方出版教材规模相对扩张 8.3 中小学教材政府规制改革的初步成效及主要问题 8.3.1 我国中小学教材政府规制改革成效的进一步透视 8.3.2 地区市场割据与买方垄断：新问题的凸显 8.3.3 中小学教材利润与价格规制：老问题的若干思考 本章小结

第九章 出版集团 9.1 我国出版业集团化建设的历史与现状 9.1.1 我国出版业集团化建设

<<中国图书出版业的产业组织分析>>

的历史演变 9.1.2 我国出版业集团化建设的现状 9.2 目前我国出版集团的主要特点 9.2.1 图书出版规模较大,门类齐全 9.2.2 集团体制、组织结构与经营管理 9.2.3 发展战略与多角化 9.3 集团公司 9.3.1 集团公司的治理结构 9.3.2 集团公司的多重职能 本章小结第十章 我国图书出版业的市场绩效与产业组织合理化:问题与建议 10.1 我国图书出版业的利润水平:所谓“暴利” 10.1.1 我国图书出版业的“暴利”:现象与证据 10.1.2 我国图书出版业的盈利水平:与其他第三次产业部门的比较 10.2 我国图书出版业“暴利”问题的成因与实质 10.2.1 图书出版业的利润率水平:多角度审视 10.2.2 图书出版业的利润的主要来源 10.3 我国图书出版业产业组织的主要问题 10.3.1 部分不当规制政策导致竞争不足 10.3.2 对市场垄断力量缺乏有效的约束 10.4 我国图书出版业的产业组织合理化:若干建议 10.4.1 我国图书出版业政府规制改革的基本思路 10.4.2 建立较为规范和完备的产业反垄政策体系 本章小结参考文献

章节摘录

第一章 我国图书市场需求：容量、特征与问题从供给的角度来看，在以满足需求、实现有效供给为目的的体制下，任何一个产业的成长显然都会受到市场需求量（即所谓市场容量）的限制。

如果产业总供给明显少于产业总需求，那就会造成产业性的供给短缺；反之，则会导致产业供给能力的严重过剩。

当然还需要特别指出的是，大多数产业的经验表明，尽管厂商或是产业性的创新努力有过刺激需求增长的成功案例，但就普通性而论，主导市场容量扩张的依旧是需求者自身，来自供给方面的努力的影响似乎永远是第二位的、有限的。

因此，对任何一个产业的市场结构、竞争行为和程度以及所谓资源配置效率的变迁来说，市场需求特别是市场容量无疑是一个不容忽视的重要前提。

1.1 图书市场需求形成的一般机理：理论与经验图书出版业的市场需求乃是顾客对图书产品的需求，大部分属于居民消费需求。

几乎与所有的消费品一样，图书出版业的市场需求既是居民对教育、娱乐、文化等方面需求的具体表现，又受到居民支付能力和偏好的影响。

另外，也有小部分图书本质上属于投资品，如各类所谓专业图书和专业工具书，顾客购买的目的是为了增进专业技能。

1.1.1 图书需求的形成马斯洛（Abraham Harold Maslow）在1943年出版的《人类激励理论》中，提出了著名的五层次需要学说。

在马斯洛看来，人类价值体系存在两类不同的需要：一类是沿生物谱系上升方向逐渐变弱的本能或冲动，称为低级需要和生理需要；一类是随生物进化而逐渐显现的潜能或需要，称为高级需要。

随着人类社会的进步，这两类不同的需要又演化为五种与生活水平高度相关的五个层次的需要：生存需要，这是人类维持自身生存的最基本要求，包括饥、渴、衣、住、行的方面的要求。

安全需要，这是人类要求保障自身安全、摆脱事业和丧失财产威胁、避免职业病的侵袭和接触严酷的的监督等方面的需要。

社会需要，包括友爱和归属的需要。

尊重需要，即人人都希望自己有稳定的社会地位，要求个人的能力和成就得到社会的承认。

<<中国图书出版业的产业组织分析>>

编辑推荐

《中国图书出版业的产业组织分析》还就推进、完善我国图书出版业的体制改革和产业组织合理化等问题提出了相应的判断和建议。

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>