

2014-2019年中国图书零售 连锁市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国图书零售连锁市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1407/4932710TA7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-07-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国图书零售连锁市场深度调研与投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国图书零售连锁行业的概念，接着分析了中国图书零售连锁行业发展环境，然后对中国图书零售连锁行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国图书零售连锁行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国图书零售连锁行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

随着国际统一市场的不断形成，商业国际与经营规模化成了世界零售业发展的主流方向、我国图书发行业目前正面临着外资强势抢滩与市场细化，买方市场萎缩的双重挑战、而连锁经营正是在这严峻的市场环境下实现低成本、高市场占有率的有效商业运作手段之一。国外图书连锁经营已经成功运作并获得极大成功，欧美国家连锁书店占据了图书零售业重要地位，美国四大连锁书店巴诺、鲍德斯、百万、皇冠的零售额占美国全年图书零售额50%、英国70%的图书零售市场控制在25家连锁店中、日本几乎没有独立的经营书店，几乎所有书店在某种形式的连锁状态下经营、实际上我国在加入WTO之前整个出版发行行业的集团化连锁经营已经在全国各省如火如荼地展开了、有的连锁经营已具相当规模，如上海图书城、深圳书城、北方书城等，有的正在筹备之中。

2008年以来，图书零售市场已经渐渐进入一个平稳发展的阶段，几年来，年度市场增长率均在5%以下，2010年的同比增长率更是不足2%。进入2011-2013年，各月市场同比状况不一，全国图书零售市场整体同比增长率为5.74%，这一水平相比于2010年同期增加了3.77个百分点，增速有所提升。

第一章 2013-2014年中国图书零售连锁行业综述

第一节 图书零售连锁行业概述

- 一、图书零售连锁特点
- 二、图书零售连锁的主要模式
- 三、图书零售企业发展连锁经营的必要性

第二节 中国图书零售连锁行业发展背景

- 一、图书零售连锁行业经济背景
 - (1) 国际宏观经济环境分析
 - (2) 国内宏观经济环境分析
 - (3) 宏观经济环境对行业的影响
- 二、图书零售连锁行业政策背景

（1）图书出版发行行业政策

- 1) 《新闻出版业“十二五”规划》
- 2) 《出版物市场管理规定》
- 3) 文化产业“十二五”规划
- 4) 《文化产业振兴规划》
- 5) 《图书公平交易规则》
- 6) 《关于推进和规范出版物发行连锁经营的若干意见》
- 7) 《关于新华书店（发行集团）股份制改造的若干意见》

（2）连锁经营政策

- 1) 《关于加强城乡出版物发行网点建设的通知》
- 2) 《商业特许经营管理条例》

三、图书出版行业社会环境分析

- （1）居民收入增长情况分析
- （2）居民文化素质情况分析
- （3）居民文化消费情况分析
- （4）居民阅读情况调查分析

第二章 2013-2014年中国图书零售连锁行业相关行业发展现状分析

第一节 图书零售连锁行业相关行业概述

第二节 中国图书发行行业发展现状

一、图书发行行业市场规模

- （1）图书发行行业销售数量规模
- （2）图书发行行业销售收入规模

二、图书发行行业出版规模分析

- （1）图书发行行业总体出版规模分析
- （2）图书发行行业书籍出版规模分析
- （3）图书发行行业课本出版规模分析
- （4）图书发行行业图片出版规模分析

三、图书发行行业进出口规模分析

- （1）图书发行行业出口市场分析
- （2）图书发行行业进口市场分析

四、图书发行行业发展前景

第三节 中国物流行业发展现状分析

一、物流行业发展状况

- (1) 物流总额增幅及构成
- (2) 物流总费用增幅及贡献
- (3) 物流总增加值增幅及贡献
- (4) 物流固定资产投资增幅
- (5) 物流企业经营与效益情况

二、零售物流发展状况

- (1) 社会消费品零售总额
- (2) 零售物流发展现状
- (3) 零售物流发展展望

第四节 中国连锁经营行业发展现状分析

一、连锁经营行业发展阶段

二、连锁经营行业经营规模分析

三、连锁经营行业业态及增长

四、连锁经营行业发展的特点

五、连锁经营行业社会效应分析

六、连锁经营行业发展趋势分析

第五节 中国零售业信息化行业发展现状分析

一、零售业信息化行业市场规模

- (1) 零售业信息化行业投资规模
- (2) 零售业信息化行业普及规模

二、零售业信息化行业发展现状及特点

- (1) 零售业信息化行业发展现状
- (2) 零售业信息化行业发展特点

三、零售业信息化行业发展趋势分析

第三章 2013-2014年中国图书零售连锁行业发展分析

第一节 国外图书零售连锁行业发展动态

一、美国图书零售连锁行业发展动态

- (1) 巴诺公司
- (2) 博德斯公司

二、英国图书零售连锁行业发展动态

- (1) 瓦特斯通公司
- (2) WH史密斯公司

三、日本图书零售连锁行业发展动态

- (1) 丸善书店
- (2) BOOK OFF书店

第二节 国内图书零售连锁行业发展分析

一、民营图书零售连锁行业发展分析

- (1) 民营图书连锁行业发展现状
- (2) 民营图书连锁行业面临的问题

二、国营图书连锁行业发展分析

- (1) 国营图书连锁行业说明
- (2) 新华书店向连锁经营过渡历程
- (3) 新华书店连锁经营特点
- (4) 新华书店连锁经营优势
- (5) 新华书店连锁经营面临的问题

第三节 行业投资兼并与重组分析

一、行业投资兼并与重组典型案例分析

- (1) 贝塔斯曼收购北京二十一世纪图书连锁有限公司
- (2) 四川新华文轩香港上市
- (3) 皖新传媒收购江苏大众书局
- (4) 北方联合出版传媒领衔出版行业整合
- (5) 吉林出版集团与中华工商联合出版社改制重组
- (6) 时代出版传媒股份有限公司的投资重组兼并事件

二、行业投资兼并与重组特征

第四节 图书零售连锁行业发展趋势及建议

一、民营图书连锁行业发展趋势及建议

二、新华书店连锁行业发展趋势及建议

第四章 2013-2014年中国图书零售行业主要竞争业态分析

第一节 图书零售行业竞争业态综述

一、图书零售行业内部竞争业态概述

二、图书零售行业外部竞争业态概述

第二节 图书大卖场竞争能力分析

一、图书大卖场概述

二、图书大卖场竞争优势与劣势

(1) 图书大卖场竞争优势

(2) 图书大卖场竞争劣势

三、典型图书大卖场分析

(1) 北京图书大厦经营状况分析

(2) 上海书城经营状况分析

第三节 专业书店竞争能力分析

一、专业书店概述

二、专业书店竞争优势与劣势

(1) 专业书店竞争优势

(2) 专业书店竞争劣势

三、典型专业书店分析

(1) 溪水边书屋

(2) 小逗号儿童书店

第四节 网上书店竞争能力分析

一、网上书店发展概况

二、网上书店竞争优势与劣势

(1) 网上书店竞争优势

(2) 网上书店竞争劣势

三、典型网上书店分析

(1) 当当网经营状况分析

(2) 卓越亚马逊经营状况分析

第五节 电子书竞争能力分析

一、电子书行业概述

二、电子书竞争优势与劣势

(1) 电子书竞争优势

(2) 电子书竞争劣势

三、典型电子书企业分析

(1) 汉王科技经营状况分析

(2) 盛大文学有限公司经营状况分析

第五章 2013-2014年中国不同类型的图书市场分析

第一节 中国教育类图书市场分析

一、大专及大专以上课本市场分析

(1) 高等教育入学率分析

(2) 高等教育在校学生数分析

(3) 大专及大专以上课本需求前景分析

二、中专课本市场分析

(1) 中专生在校学生数分析

(2) 中专课本需求前景分析

三、中学课本市场分析

(1) 中学生入学率分析

(2) 中学生数分析

(3) 中学课本需求前景分析

四、小学课本市场分析

(1) 小学生入学率分析

(2) 小学生在校学生数分析

(3) 小学课本需求前景分析

五、业余教育课本市场分析

六、扫盲课本市场分析

七、教学用书市场分析

第二节 中国大众图书市场分析

一、大众图书概述

二、少儿图书市场分析

(1) 少儿类畅销书榜单

(2) 少儿图书出版发展需求分析

三、旅游类图书出版市场分析

(1) 旅游类图书的三大功能

(2) 旅游类图书市场分析

(3) 旅游类图书赢利模式转型分析

四、大众图书市场发展前景

第三节 中国专业图书市场分析

一、专业图书市场调研

- (1) 专业图书市场潜力调研
- (2) 专业图书购买动机调研
- (3) 专业图书购买影响因素调研
- (4) 专业图书价格调研

二、部分专业图书市场分析

- (1) 科技类图书市场分析
- (2) 古籍类图书市场分析

三、专业图书市场发展前景

第六章 2013-2014年中国图书市场调研分析

第一节 全国读者调研分析

- 一、调研情况说明
- 二、调研数据分析

第二节 畅销图书市场调研分析

一、虚构类畅销书市场调研

- (1) 2010年虚构类畅销书市场调研
- (2) 2011年上半年虚构类畅销书市场调研
- (3) 上榜虚构类畅销书作者统计分析
- (4) 上榜虚构类畅销书出版社统计分析
- (5) 上榜虚构类畅销书价格情况统计分析

二、非虚构类畅销书市场调研

- (1) 2011年非虚构类畅销书市场调研
- (2) 2012年非虚构类畅销书市场调研
- (3) 上榜非虚构类畅销书作者统计分析
- (4) 上榜非虚构类畅销书出版社统计分析
- (5) 上榜非虚构类畅销书价格情况统计分析

三、少儿类畅销书市场调研

- (1) 2011年少儿类畅销书市场调研
- (2) 2012年少儿类畅销书市场调研
- (3) 上榜少儿类畅销书作者统计分析

(4) 上榜少儿类畅销书出版社统计分析

(5) 上榜少儿类畅销书价格情况统计分析

第三节 畅销书受众市场调研分析

一、畅销书受众市场调研分析

(1) 畅销书受众群体特征

(2) 畅销书成为受众阅读的首选类型

(3) 受众市场需求具有较强的诱导性

(4) 畅销书总体评价

(5) 受众的需求动机

二、受众隐性阅读心理分析

(1) 从众心理

(2) 炫示心理

(3) 猎奇心理

第七章 2013-2014年中国图书零售连锁行业企业分析

第一节 国营图书连锁企业个案分析

一、新华文轩出版传媒股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业经营情况分析

1) 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

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新发展动向

二、湖北省新华书店(集团)有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业优势与劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

三、上海新华传媒连锁有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经营产品分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 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
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组
- (7) 企业最新发展动向

四、江西新华发行集团有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经营产品分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业优势与劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

五、浙江省新华书店集团有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经营产品分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业优势与劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

第二节 民营图书零售连锁行业企业个案分析

一、广州市金榜图书销售有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业优劣势分析

二、贵州行知连锁图书有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

三、昆明新知集团有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

四、江苏大众书局图书连锁有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

五、陕西嘉汇汉唐图书发行有限责任公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经营产品分析

(3) 企业销售网络分析

(4) 企业优势与劣势分析

第八章 2014-2019年中国图书零售连锁行业投资分析

第一节 未来几年投资环境分析

第二节 图书零售连锁行业市场趋势分析

第三节 博思数据投资建议

图表目录：（部分）

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2007-2014年中国图书销售量变化（单位：亿册/张/份/盒）

图表：2014年中国图书销售额变化（单位：亿元）

图表：2008-2014年图书出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表：2008-2014年图书出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表：2008-2014年图书定价情况（单位：亿元，元/册）

图表：2008-2014年图书用纸情况（单位：万吨，%）

图表：2008-2014年书籍出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表：2008-2014年书籍出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表：2008-2014年书籍定价情况（单位：亿元，元/册）

图表：2008-2014年书籍用纸情况（单位：万吨，%）

图表：2008-2014年课本出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表：2008-2014年课本出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表：2008-2014年课本定价情况（单位：亿元，元/册）

图表：2008-2014年课本用纸情况（单位：万吨，%）

图表：2008-2014年图片出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表：2008-2014年图片出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表：2008-2014年图片定价情况（单位：亿元，元/册）

图表：2008-2014年图片用纸情况（单位：万吨，%）

图表：2013-2014年中国各类图书出口种次占比（单位：%）

图表：2013-2014年中国各类图书出口数量占比（单位：%）

图表：2013-2014年中国各类图书出口金额占比（单位：%）

图表：2013-2014年中国各类图书进口种次占比（单位：%）

图表：2013-2014年中国各类图书进口数量占比（单位：%）

图表：2013-2014年中国各类图书进口金额占比（单位：%）

图表：2012年各月社会物流总额及增长变化情况（单位：万亿元，%）

图表：2009-2014年中国社会物流总额及需求系数（单位：亿元，%）

图表：2004-2012年社会物流总额构成及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2012年社会物流总额及增减变化情况（单位：亿元，%）

图表：2013-2014年中国社会物流总额及构成（单位：亿元，%）

图表：2009-2014年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）

图表：2010年社会物流总费用构成情况（单位：%）

图表：2009-2014年中国物流业增加值统计（单位：亿元，%）

图表：2010-2012年物流相关行业固定资产投资及变化情况（单位：亿元，%）

图表：2012主要连锁便利店门店数排行

图表：贝塔斯曼进入中国大事记

图表：2007-2014年全球电子书销售价格与销售量走势（单位：元，万本）

图表：我国电子书产业链构成

图表：2013-2014年中国电子书终端市场营收占比

图表：汉王的运营模式

图表：盛大文学的运营模式

图表：中国移动的“移动文学”运营模式

图表：2010-2012年我国高等教育毛入学率（单位：%）

图表：2010-2012年高等教育在校学生数变动情况（单位：万人）

图表：2010-2012年中专生在校学生数变动情况（单位：万人）

图表：2010-2012年我国高中阶段教育毛入学率（单位：%）

图表：2010-2012年我国初中阶段教育毛入学率（单位：%）

图表：2010-2012年高中生在校学生数变动情况（单位：万人）

图表：2010-2012年初中生在校学生数变动情况（单位：万人）

图表：2010-2012年我国小学生毛入学率（单位：%）

图表：2010-2012年小学生在校学生数变动情况（单位：万人）

图表：2010-2012年扫盲班学生数变动情况（单位：万人）

图表：被调查居民每月逛书店次数（单位：次，%）

图表：调查居民每年购买专业图书平均花费（单位：元，%）

图表：不同学历读者每年购买专业图书平均花费（单位：元，%）

图表：不同职业读者每年购买专业图书平均花费（单位：元，%）

图表：读者购买专业图书的动机分布（单位：%）

图表：不同学历的读者购买专业图书的动机（单位：%）

图表：不同职业的读者购买专业图书的动机（单位：%）

图表：读者选择专业图书的决定因素（单位：%）

图表：各种因素对不同学历的读者选择专业图书时的影响情况（单位：%）

图表：各种因素对不同职业的读者选择专业图书时的影响情况（单位：%）

图表：读者对专业图书价格的评价（单位：%）

图表：读者对专业图书价格的接受程度（单位：%）

图表：不同学历的读者能接受的最高价位（单位：元，%）

图表：不同职业的读者能接受的最高价位（单位：元，%）

图表：2010年读者最喜欢阅读的图书类型（单位：%）

图表：2010年读者购买最多的图书类型（单位：%）

图表：读者阅读电子书（含网络阅读）的情况（单位：%）

图表：读者是否曾经付费阅读过电子书（单位：%）

图表：读者对于“看电子书比看纸质书更方便”的看法（单位：%）

图表：读者对于“电子书的出现使我减少了购买纸书的数量”的看法（单位：%）

图表：近一年读者主要的购书场所前三位（单位：%）

图表：影响读者购买图书的因素前五位（单位：%）

图表：新华文轩出版传媒股份有限公司的股权架构

图表：2008-2014年新华文轩出版传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表：2008-2014年新华文轩出版传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表：略……

更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1407/4932710TA7.html>