

2018年中国图书零售行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国图书零售行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340527340527.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、国务院立法推进全民阅读

基于落后的现状，相关政府部门先后出台了一系列鼓励支持全面阅读的提案、条例和法案，从政策层面推动我国向国民阅读大国发展。

在刚刚结束的2018年全国两会上，全国政协委员、民进中央副主席朱永新向全国政协十三届一次会议提交了《关于建立国家阅读节，深化全民阅读的提案》，建议把全民阅读提升为国家战略，设立国家阅读节，支持举办共读活动，推动全民阅读走向深入。国务院办公厅提请全国人大常委会制定全民阅读促进条例（新闻出版广电总局起草）列入2018年立法工作计划。

我们梳理了从2006年中宣部、新闻出版总署等多部门联合倡议全民阅读到2017年《全民阅读促进条例（草案）》十余年来的阅读立法推进历程，回顾全民阅读如何从少数人的倡议逐步发展为全社会的潮流：

2006-2007年，中宣部、中央文明办、新闻出版总署等17个部门联合倡议开展全民阅读活动；

2009年，在前期大量梳理和研究的基础上，《公共图书馆法》初稿正式完成；
2011年12月《公共图书馆法（草案送审稿）》经文化部入会研究后正式上报国务院；

2012年11月，党的十八大报告首次将开展全民阅读活动纳入我国社会主义文化强国建设；

2013年全国两会期间邬书林、厉以宁、葛剑雄、白岩松等115位政协委员联名签署并提交《关于制定实施国家全民阅读战略的提案》，明确提出由全国人大制定《全民阅读法》、由国务院制定《全民阅读促进条例》的建议；

2013年下半年，国家新闻出版广电总局全民阅读立法起草组成立，全民阅读立法被列入国家立法工作计划；

2014年3月，李克强总理作政府工作报告，首次提出倡导全民阅读；

2015年12月，国务院法制办发布《中华人民共和国公共图书馆法（征求意见稿）》；
2016年2月，《全民阅读促进条例（征求意见稿）》完成起草，并公开征求意见；

2017年3月，《中华人民共和国公共文化服务保障法》正式颁布，全民阅读被纳入其中；

2017年6月，国务院法制办审议并原则通过了《全民阅读促进条例（草案）》，自2017年6月起正式实施；

2017年11月，《中华人民共和国公共图书馆法》正式颁布； 2018年3月，全国政协委员朱永新提交《关于建立国家阅读节，深化全民阅读的提案》，建议把全民阅读提升为国家战略。国务院办公厅关于印发国务院2018年立法工作计划的通知，其中包括为坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛，提请全国人大常委会制定全民阅读促进条例（新闻出版

广电总局起草)。

图表：全民阅读立法推进历程梳理

图表来源：公开资料整理

《全民阅读促进条例(草案)》以法律的形式确认了我国公民享有基本阅读权利,并对政府如何加大全民阅读投入和保障力度、如何创造良好的阅读环境进而引领社会风尚进行了规范和约束。比如,《全民阅读促进条例(草案)》规定县级以上政府应当将全民阅读所需经费纳入财政预算、将全民阅读设施建设纳入本级城乡建设规划,并加强公共图书馆、社区书屋等场馆建设,定期举办全民阅读活动等。全民阅读立法的意义在于强化政府保障公民基本阅读权利的公共服务职能,提供充足的阅读资源与良好的阅读环境以满足民众的阅读需求,通过规范化的财政行为、系统化的阅读设施建设、社会舆论导向以及阅读氛围的营造来鼓励民众进行阅读活动,引领社会自觉形成全民阅读之风。

二、地方立法加速推进

在《全民阅读促进条例》(以下简称《促进条例》)正式出台之前,江苏、湖北、深圳、辽宁、四川等五省市已先行出台地方性全民阅读促进办法,预计更多省市将会仿效:

江苏:江苏省2014年即出台了全国首部地方性全民阅读法规(《江苏省人民代表大会常务委员会关于促进全民阅读的决定》),规定政府应安排专项资金用于促进全民阅读,将促进全民阅读工作作为江苏基本实现现代化指标体系考核的重要内容,并正式将每年4月23日设定为江苏全民阅读日;

湖北:2015年3月1日,《湖北省全民阅读促进办法》正式实施,要求加大对城乡公共阅读服务基础设施建设投入,加强全民阅读基础设施建设,并将全民阅读指数纳入精神文明建设目标考核体系;

深圳:2016年深圳也出台了《深圳经济特区全民阅读促进条例》,将深圳市传统阅读活动深圳读书月法制化,并将定期发布全民阅读指数;

辽宁:辽宁省人大常委会也出台了《关于促进全民阅读的决定》,要求全省各级各类公共图书馆免费开放,并安排不少于两周时间的阅读推广和阅读辅导活动; 四川:2016年4月23日,《四川省人大常委会关于促进全民阅读的决定》正式实施,鼓励各地开展特色阅读活动,打造全民阅读精品项目,将书香天府全民阅读活动打造成四川省文化名片。

我们从财政行为、场所建设、社会团体、相关活动、数字阅读、考核体系六个方面综合比较了上述五省市的全民阅读促进政策:

图表：全民阅读立法先行五省市政策比较

图表来源：公开资料整理

鲁豫沪闽等省市加快立法步伐,《促进条例》或将引发连锁效应。江苏、湖北、深圳、辽宁、四川五省市先行进行全民阅读立法,以及2017年国务院《全民阅读促进条例》的出台,有望引发其他省市加速推进阅读立法工作的连锁效应,吉林省人大常委会于2017年9月

出台《吉林省全民阅读促进条例》，山东、河南、上海、福建、河北等地的全民阅读立法正在积极酝酿之中。《促进条例》的基本要求是政府将推动全民阅读的相关支出纳入财政预算，并将全民阅读纳入城乡规划，全国范围内地方政府阅读立法工作的跟进有望使全民阅读成为政府长期的文化自觉，推动公共文化政策进一步完善。

三、政策落地推动阅读成为公民的自发追求，图书零售将迎来利好

全民阅读政策在全国范围内的逐步落地将推动图书需求强劲增长，这对于图书零售市场而言，显然是一大利好。以深圳为例，《深圳经济特区全民阅读促进条例》实施后，已经开展17年的深圳读书月成为法定读书节日，政府的财政支持为各承办单位及参与单位提供了保障；在阅读服务场所建设上积极探索大书城、小书吧模式，以大书城作为主阵地，形成庞大的读书、购书网络，通过阅读设施的建设营造出阅读无处不在的良好氛围；深圳出版发行集团推动制定了《全民阅读典范城市推广计划》，从亲子阅读、青工阅读等7个层面开展40余项、1000多场全年性全民阅读活动；深圳少年儿童图书馆推出青少年阅读指数平台，光明新区凤凰小学为学生量身打造分级阅读，民间读书组织后院读书会大量增加读书分享活动。这些活动都调动了当地民众的阅读热情，全民阅读活动的社会关注度与参与度显著提升。

我们仍然从财政行为、设施建设、社会团体、相关活动、数字阅读、考核体系六个方面展望政策实际落地后对图书零售市场及出版发行企业可能产生的影响：

财政行为：《促进条例》及各省市出台的地方法规均提到县级以上政府应当将全民阅读纳入本级国民经济和社会发展规划、将全民阅读工作所需相关经费按规定纳入本级财政预算，各级政府将会把全民阅读相关经费纳入预算口径，这部分政府支出有望转化为图书市场新增购买量；

设施建设：《促进条例》提出政府应加强和完善出版物发行网点的规划和建设，地方性出版发行龙头企业有望受益；同时，各省市法规大都涉及新建、改建和扩建住宅小区配套建设应设置公共阅读服务场所、完善各级各类公共图书馆服务体系以及在机场、车站、码头等公共场所规划建设公共阅读设施，社区阅读站、公共图书馆、便民阅读站等新增公共阅读设施将带来新增配套图书需求；
社会团体：《促进条例》及地方性法规均鼓励、支持、发展阅读推广组织及全民阅读公益基金会，社会力量的加入在引领阅读风尚的同时，也有望提升图书购买热情，销售渠道与图书公司均将受益；

相关活动：政府所倡导的全民阅读活动形式多样、丰富多彩，主要包括读书日、读书月、读书节等，《促进条例》明文指出各级政府及有关部门应当在每年4月23日‘世界读书日’、9月28日‘孔子诞辰日’及其他重要节庆日期间组织开展全民阅读活动，读书日、孔子诞辰日读书活动的开展将至少新增每年两次的集中采购潮，与政府合作密切的实体销售渠道有望获益；

数字阅读：各省市推进数字阅读的措施均围绕公共图书馆的数字资源展开，预计各主要公共图书馆将获得新增预算，用于采购数字化图书阅读资源和建设数字化阅读平台，数字阅读领军企业有望受益；
考核体系：各省市大都将全民阅读工作纳入精神文明建设指标体

系，将间接改善图书零售市场需求（因为存在潜在的政府购买）。

观研天下发布的《2018年中国图书零售行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国图书零售行业发展概述

第一节 图书零售行业发展情况概述

- 一、图书零售行业相关定义
- 二、图书零售行业基本情况介绍
- 三、图书零售行业发展特点分析

第二节 中国图书零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、图书零售行业产业链条分析
- 三、中国图书零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国图书零售行业生命周期分析

- 一、图书零售行业生命周期理论概述
- 二、图书零售行业所属的生命周期分析

第四节 图书零售行业经济指标分析

- 一、图书零售行业的赢利性分析
- 二、图书零售行业的经济周期分析
- 三、图书零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国图书零售行业进入壁垒分析

- 一、图书零售行业资金壁垒分析
- 二、图书零售行业技术壁垒分析
- 三、图书零售行业人才壁垒分析
- 四、图书零售行业品牌壁垒分析
- 五、图书零售行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球图书零售行业市场发展现状分析

第一节 全球图书零售行业发展历程回顾

第二节 全球图书零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲图书零售行业地区市场分析

- 一、亚洲图书零售行业市场现状分析
- 二、亚洲图书零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲图书零售行业市场前景分析

第四节 北美图书零售行业地区市场分析

- 一、北美图书零售行业市场现状分析
- 二、北美图书零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美图书零售行业市场前景分析

第五节 欧盟图书零售行业地区市场分析

- 一、欧盟图书零售行业市场现状分析
- 二、欧盟图书零售行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟图书零售行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界图书零售行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球图书零售行业市场规模预测

第三章 中国图书零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品图书零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国图书零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国图书零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国图书零售行业运行情况

第一节 中国图书零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国图书零售行业市场规模分析

第三节 中国图书零售行业供应情况分析

第四节 中国图书零售行业需求情况分析

第五节 中国图书零售行业供需平衡分析

第六节 中国图书零售行业发展趋势分析

第五章 中国图书零售所属行业运行数据监测

第一节 中国图书零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国图书零售所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国图书零售所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国图书零售市场格局分析

第一节 中国图书零售行业竞争现状分析

一、中国图书零售行业竞争情况分析

二、中国图书零售行业主要品牌分析

第二节 中国图书零售行业集中度分析

一、中国图书零售行业市场集中度分析

二、中国图书零售行业企业集中度分析

第三节 中国图书零售行业存在的问题

第四节 中国图书零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国图书零售行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国图书零售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国图书零售行业消费特点

第二节 中国图书零售行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 图书零售行业成本分析

第四节 图书零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国图书零售行业价格现状分析

第六节 中国图书零售行业平均价格走势预测

一、中国图书零售行业价格影响因素

二、中国图书零售行业平均价格走势预测

三、中国图书零售行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国图书零售行业区域市场现状分析

第一节 中国图书零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区图书零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区图书零售市场规模分析

四、华东地区图书零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区图书零售市场规模分析

四、华中地区图书零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区图书零售市场规模分析

第九章 2016-2018年中国图书零售行业竞争情况

第一节 中国图书零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国图书零售行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国图书零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 图书零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国图书零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国图书零售行业未来发展前景分析

一、图书零售行业国内投资环境分析

二、中国图书零售行业市场机会分析

三、中国图书零售行业投资增速预测

第二节 中国图书零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国图书零售行业市场发展预测

一、中国图书零售行业市场规模预测

二、中国图书零售行业市场规模增速预测

三、中国图书零售行业产值规模预测

四、中国图书零售行业产值增速预测

五、中国图书零售行业供需情况预测

第四节中国图书零售行业盈利走势预测

一、中国图书零售行业毛利润同比增速预测

二、中国图书零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国图书零售行业投资风险与营销分析

第一节 图书零售行业投资风险分析

一、图书零售行业政策风险分析

二、图书零售行业技术风险分析

三、图书零售行业竞争风险分析

四、图书零售行业其他风险分析

第二节 图书零售行业企业经营发展分析及建议

一、图书零售行业经营模式

二、图书零售行业销售模式

三、图书零售行业创新方向

第三节 图书零售行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国图书零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国图书零售行业品牌战略分析

一、图书零售企业品牌的重要性

二、图书零售企业实施品牌战略的意义

三、图书零售企业品牌的现状分析

四、图书零售企业的品牌战略

五、图书零售品牌战略管理的策略

第二节 中国图书零售行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国图书零售行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国图书零售行业发展策略及投资建议

第一节中国图书零售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国图书零售行业定价策略分析

第三节中国图书零售行业营销渠道策略

- 一、图书零售行业渠道选择策略
- 二、图书零售行业营销策略

第四节中国图书零售行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国图书零售行业重点投资区域分析
- 二、中国图书零售行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340527340527.html>