

# 2020年中国图书市场分析报告- 市场竞争格局与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国图书市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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/qikantushu/485332485332.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

进入2019年，我国图书市场景气度依旧较好。根据数据显示，截止到2019年三季度，我国出版发行实现营业收入 790.20 亿元，同比增长 1.10%，实现归母净利润 94.56 亿元，同比增长 1.90%。并且在2019 年业绩预告的 9 家出版公司均实现盈利，7 家实现净利润同比增长。

2019 年Q1-Q3我国出版发行板块营业收入及归母净利润情况

数据来源：中国出版协会

出版发行板块 2019 年业绩预告情况汇总

公司名称

预警类型

增速中值（%）

预警内容

广弘控股

预增

52.00

约 23300 万元 ~ 27600 万元,增长 39% ~ 65%

读者传媒

预增

60.00

约 6371 万元 ~ 7220 万元,增长 50% ~ 70%

中信出版

略增

18.54

约 22000 万元 ~ 27000 万元,增长 6.44% ~ 30.63%

中南传媒

略增

2.91

实现归母净利润 12.74 亿元，同比增长 2.91%

中原传媒

略增

11.88

实现归属于上市公司股东的净利润 8.21 亿元，同比增长 11.88%

天舟文化

扭亏

102.81

约 2800 万元 ~ 3300 万元,增长 102.579% ~ 103.0396%

世纪天鸿

略增

3.90

实现归母净利润 3,304.78 万元，同比增长 3.90%

皖新传媒

预减

-50.00

约 48900 万元 ~ 59700 万元,下降 45% ~ 55%

时代出版

略减

-28.50

约 22000 万元 ~ 25000 万元,下降 24% ~ 33%资料来源：公司公告

图书市场未来趋势

精品化趋势加强，上游聚焦品类集约，下游精准定位营销

目前图书市场头部销售码洋贡献度集中、长尾更长的趋势不断加强，单纯依靠扩大品种规模也将难以提升内的竞争能力，因此我们认为集中于长销经典图书的打磨才是获得可持续发展与增长的驱动力。从上游内容生产端来看，近几年新书品种规模的缩减、重版图书的品种增加，显示出在政策指引下上游出版商供给侧进行的策略调整。上游图书策划及出版商对于新书品种的缩减和产品线塑造的考量，我们认为需要建立在信息化系统的基础上，以此能迅速获得渠道分销及终端销售的反馈信息，精准定位目标读者受众，并确立自身的内容及品牌优势。

从下游销售终端来看，除依托畅销图书带动整体销量外，实施精准营销策略同样是关键。线上网络渠道本身在销售信息采集、用户行为画像等信息化具有优势，能够帮助其进行选品及销售定价策略的选择，因此我们认为通过线上自营网店实现精准营销的方式会被行业更多的采用。线下门店渠道在升级改造过程中主要路径是以打造图书+文创+餐饮等综合文化消费和体验空间，以此获得更多线下流量和销售转化；但其中最为核心的图书销售营业面积受到挤压，书店同样需要进行压缩品种。开卷数据显示 2019 年实体店图书的在架品种和高上架率品种的占比均在下降，但在架动销率并未提升，因此线下实体渠道精品化选品策略同样重要，尤其对于门店客流的精准定位和偏好分析，才能充分发挥实体店阅读体验优势。

市场下沉潜力足，从关注价格最终到关注品质

随着经济的发展和居民消费结构的改变，低线城市居民对文化娱乐消费的需求日益旺盛，图书零售作为文娱消费的品类，下沉市场趋势已有显现。从线下渠道来看，开卷数据已有显示 2019 年三线城市书店较一二线城市书店销售同比已转为正向增长。从线上渠道来看，低线

城市图书销售已经成为线上渠道增长的主要推动力，中国图书市场报告数据显示 2019 年各线城市市场图书成交额增速前三的分别为五线、三线和六线城市，低线城市对文教类、童书等品类的销量增量有明显推动；当当数据同样显示，2019 年其图书顾客增速最快的省份为四川、湖南、云南、江西，而三四五线城市增速尤为迅猛，其中四五线城市增速高达 58%，是特级城市的 3.7 倍。

一方面下沉市场的消费潜力不可忽视。从 2016 年以来我国三四五线城市社会零售消费增速超越一线、新一线及二线城市消费增速，且保持增长明显优势的数据即可得到验证；而近年来城镇与农村居民文教娱乐服务消费占消费性支出比例存在差异，反应出目前下沉市场用户文化娱乐消费能力并未充分释放，因此渠道下沉有望持续为图书销售带来增量。另一方面，渠道下沉虽然短期来看将会驱动线上折扣继续走低，但从 questmobile 报告数据来看，品质与品牌消费在小镇青年消费中的关注度正在不断提升，因此长期来看下沉市场对图书内容与品质的要求将不断提升而对图书销售折扣的关注度有所降低，有望带动如中高端童书、精品内容图书等品类的下沉市场销量增长。

#### 新媒体平台打造图书营销多元矩阵

随着微信小程序、短视频、直播等新媒体的发展，使得阅读推广渠道不断丰富，逐步构建起了多元化的营销矩阵。2019 年阅读行业新媒体发展报告显示，在其监测的阅读行业 98 个活跃抖音账号发布的短视频内容中阅读推介类资讯 24% 的信息量占比第一，以推送新书推荐、小说连载等为主要内容，通过专属内容标签实现向垂直细分用户的精准推介，而在上述账号 1-11 月发布的 7702 条视频内容中，用户均表现出较高的互动意愿，包括近 320 万人次参与讨论，并有 730 多万人次进行了二次传播，形成了传播范围进行了有效的扩充。以抖音为代表的短视频平台，展现了其在短时间内形成高流量聚集传播、强用户互动参与的媒介特点，并以此形成了产品的高曝光度和消费的有效转化。此外，2019 年电商直播带货成为线上营销的新热门，不仅在日化、食品等快消品类的销量上带动效应明显，在图书销售的尝试上亦获得成功。但从目前来看电商直播带货流量更多集中于头部 KOL，且图书内容营销内涵与直播用户需求契合度并未得到很好的验证，因此适合电商直播带货的图书类型上更倾向于快消类的休闲娱乐读物。

预计未来图书线上营销的普及程度和多元化模式会不断加强，包括出版商、书店、作者及数字阅读运营商在内的市场参与者有望充分利用线上线下多种渠道联动构建品牌与内容营销矩阵推动销售；此外受今年疫情影响，一些线下的阅读体验及服务有望加速向线上转移，例如门店开设微店、小程序进行同城图书、文创用品的销售，通过线上直播的方式与读者进行读书沙龙等互动，通过公众号、短视频等方式推送图书推介内容和实现场景营销，强化与读者的粘性。资料来源：互联网（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国图书市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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。

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。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 2017-2020年中国图书行业发展概述

#### 第一节 图书行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国图书行业上下游产业链分析

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

#### 第三节 中国图书行业生命周期分析

- 一、图书行业生命周期理论概述

## 二、图书行业所属的生命周期分析

### 第四节 图书行业经济指标分析

#### 一、图书行业的赢利性分析

#### 二、图书行业的经济周期分析

#### 三、图书行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国图书行业进入壁垒分析

#### 一、图书行业资金壁垒分析

#### 二、图书行业技术壁垒分析

#### 三、图书行业人才壁垒分析

#### 四、图书行业品牌壁垒分析

#### 五、图书行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球图书行业市场发展现状分析

### 第一节 全球图书行业发展历程回顾

### 第二节 全球图书行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲图书行业地区市场分析

#### 一、亚洲图书行业市场现状分析

#### 二、亚洲图书行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲图书行业市场前景分析

### 第四节 北美图书行业地区市场分析

#### 一、北美图书行业市场现状分析

#### 二、北美图书行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美图书行业市场前景分析

### 第五节 欧盟图书行业地区市场分析

#### 一、欧盟图书行业市场现状分析

#### 二、欧盟图书行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟图书行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界图书行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球图书行业市场规模预测

## 第三章 中国图书产业发展环境分析

### 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 中国图书行业运行情况

第一节 中国图书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 中国图书行业市场规模分析

第三节 中国图书行业供应情况分析

第四节 中国图书行业需求情况分析

第五节 中国图书行业供需平衡分析

第六节 中国图书行业发展趋势分析

第五章 中国图书所属行业运行数据监测

第一节 中国图书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 2017-2020年中国图书市场格局分析

### 第一节 中国图书行业竞争现状分析

- 一、中国图书行业竞争情况分析
- 二、中国图书行业主要品牌分析

### 第二节 中国图书行业集中度分析

- 一、中国图书行业市场集中度分析
- 二、中国图书行业企业集中度分析

### 第三节 中国图书行业存在的问题

### 第四节 中国图书行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国图书行业竞争力分析

- 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 2017-2020年中国图书行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国图书行业消费市场动态情况

### 第二节 中国图书行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 图书行业成本分析

### 第四节 图书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 中国图书行业价格现状分析

### 第六节 中国图书行业平均价格走势预测

- 一、中国图书行业价格影响因素
- 二、中国图书行业平均价格走势预测
- 三、中国图书行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国图书行业区域市场现状分析

### 第一节 中国图书行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区图书市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区图书市场规模分析
- 四、华东地区图书市场规模预测

#### 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、华中地区图书市场规模分析
- 四、华中地区图书市场规模预测

#### 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、华南地区图书市场规模分析
- 四、华南地区图书市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国图书行业竞争情况

### 第一节 中国图书行业竞争结构分析（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、发展现状

###### 四、优劣势分析

###### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

###### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

###### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

###### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、发展现状

###### 四、优劣势分析

##### 第十一章 2021-2026年中国图书行业发展前景分析与预测

## 第一节 中国图书行业未来发展前景分析

### 一、图书行业国内投资环境分析

### 二、中国图书行业市场机会分析

### 三、中国图书行业投资增速预测

## 第二节 中国图书行业未来发展趋势预测

## 第三节 中国图书行业市场发展预测

### 一、中国图书行业市场规模预测

### 二、中国图书行业市场规模增速预测

### 三、中国图书行业产值规模预测

### 四、中国图书行业产值增速预测

### 五、中国图书行业供需情况预测

## 第四节 中国图书行业盈利走势预测

### 一、中国图书行业毛利润同比增速预测

### 二、中国图书行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国图书行业投资风险与营销分析

### 第一节 图书行业投资风险分析

#### 一、图书行业政策风险分析

#### 二、图书行业技术风险分析

#### 三、图书行业竞争风险分析

#### 四、图书行业其他风险分析

### 第二节 图书行业企业经营发展分析及建议

#### 一、图书行业经营模式

#### 二、图书行业销售模式

#### 三、图书行业创新方向

### 第三节 图书行业应对策略

#### 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 2021-2026年中国图书行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国图书行业品牌战略分析

#### 一、图书企业品牌的重要性

#### 二、图书企业实施品牌战略的意义

#### 三、图书企业品牌的现状分析

#### 四、图书企业的品牌战略

#### 五、图书品牌战略管理的策略

### 第二节 中国图书行业市场重点客户战略实施

#### 一、实施重点客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

#### 三、对重点客户的营销策略

#### 四、强化重点客户的管理

#### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国图书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 2021-2026年中国图书行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国图书行业产品策略分析

#### 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 中国图书行业定价策略分析

### 第三节 中国图书行业营销渠道策略

#### 一、图书行业渠道选择策略

#### 二、图书行业营销策略

### 第四节 中国图书行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国图书行业重点投资区域分析

#### 二、中国图书行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/485332485332.html>