

中国连锁书店行业现状深度研究与未来投资预测报告（2022-2029年）

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《中国连锁书店行业现状深度研究与未来投资预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202204/586466.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

连锁书店经营成本以及线上渠道冲击分析

连锁书店行业优势

优势

具体内容

文化空间多功能定位

各类实体书店积极进行转型升级,不断创新融合发展模式,一大批功能多元、形态多样的书店应运而生,不断丰富着书店的内涵。

在功能上,实体书店基于文化空间定位,在书籍零售之外做了许多延展和探索。复合经营成为业界共性,咖啡茶饮、文创、讲座等已经是许多书店的基础性业务,策展布展、自出版、学术交流等作为特色业务也为部分书店添彩不少。

商圈减租免租

商业地产的入驻优惠也是实体书店复苏的一大助力。互联网经济的兴起不仅使实体书店面临困境,也让饱和的大型商业地产面临了销量和客流量下降的压力。尽管盈利艰难,但是实体书店作为文化地标,其集聚周边人气的的作用十分显著,因此引入实体书店成为了商业地产吸引客流、增强顾客粘性的重要手段。

文化气氛浓郁

线下实体书店文化气氛浓郁,能够给消费者以视觉、听觉、触觉等多种感官上的刺激,在连锁书店选书、读书、买书给消费者带来一种亲身体验的享受和乐趣。

品牌效应明显

通常连锁书店已经具备了一定的知名度和影响力,新店的铺设前期无须投入很多精力在宣传方面,就可能通过连锁体系网罗固定的顾客群。统一采购、统一配送从而降低进货成本:事实上不仅降低了成本,通常总部由专门人员挑选和良好渠道供货的书籍,质量和品位都有一定的保证。连锁书店通常采用会员制,锁定一定的固定读者,提高了竞争力。

资料来源:观研天下数据中心整理

连锁书店行业劣势

劣势

具体内容

品牌建设投入不够

连锁书店品牌建设趋于同质化,与国外的鸢屋连锁书店、国内的诚品书店、西西弗连锁书店等品牌相比,竞争力不足,没有独特的品牌优势。很多企业成立之初,其基础往往是靠广告打出来的。

不论是国内还是国外，连锁书店的市场占有率都太低。品牌专项资金的有效投入很大程度上决定着企业创建品牌的意识和开展品牌建设的积极性。但凡知名企业，通常都非常注重品牌建设，着力激活该行业在市场主体的发展活力。而连锁书店品牌建设的投入不足，自主开发产品的动力就不足，市场表现力也就不够，经营活动发展也受其掣肘。

行业创新能力不足

当前连锁书店创新力萎缩，行业内某一 催 酵 鯨 蓍 } 玄惨透例如“24小时书店”一时兴起就在各地扎堆出现。加之连锁书店知识产权不明确，无法对自有产权进行保护，这就使企业竞争力大打折扣。

店铺成本较高

实体书店正成为商业地产的“标准配置”，但长期来看仍有隐忧，当优惠租约到期、商圈发展稳定之后，实体书店能否健康持续的发展下去，仍是一个亟待解决的问题。

门店经营成本上升

除开店面租金之外，连锁书店的成本包括店内的摆设和装潢费用、库存所需费用、电费水费、售人员的工资等等，随着各物价的增长,门店经营成本上升也跟着增长，连锁书店经营利润的压缩

资料来源：观研天下数据中心整理

连锁书店行业机会

机会

具体内容

政策环境提供利好条件

《关于支持实体书店发展的指导意见》由中宣部与11个相关部门联合发出，在公共文化政策的助推、以及新零售业态全面占据传统商业领域的形势下，实体书店“回暖”成为一股潮流。读者越来越注重体验式消费，而作为城市的重要文化基础，连锁书店的引流效应越来越显现。如今，谈起书店，人们已不再期待它仅仅是个买书的地方，“书店”的范畴被大大扩展，连锁书店成为了城市生活的新空间，在中国也持续着蓬勃发展的势头。

全民阅读的大背景

我国人口众多，城市人口数都在大幅攀升，比例逐年增长中，庞大的人口基数意味着巨大的刚性消费群，全民阅读的庞大消费集群使得文化阅读市场受众越来越多。

文化空间的消费方式

书店的职能承担中，除了阅读的课堂，还有“书房”的概念，诸如购买文创产品，共享亲子时光、组织沙龙活动等等，连锁书店提供的更多是个性化服务。人们去到书店，除了阅读书籍，也会参与互动展示学习、追求服务体验和分享，这种观念的改变使得书店有更多的机会将产品与活动进行“捆绑”，提供更多顺应消费者喜好的创意。

资料来源：观研天下数据中心整理

连锁书店行业威胁

威胁

具体内容

线上书店的冲击

线上书店作为互联网经济的产物，较之于传统的实体书店而言，省去了高昂的成本开支，能以更优惠的价格吸引消费者。

阅读方式的转变

随着科学技术的发展,电子书也在越来越多的被很多人接受。电子书不但存储量大,而且便于携带,一本电子书就能够存储至少几十本的txt文本,而且体积很小,人们能够将它装在口袋中,随时都能够拿出来进行阅读。网络下载电子书的使用与推广,使实体书店失去了很多的顾客。伴随着移动阅读的新潮,很多人在呼吁“低碳阅读”,因为全球每年因为造纸要砍伐很多森林,而印刷也会污染环境。手机阅读应用程序的下载与使用也是实体书店的又一个威胁,现在几乎所有的手机都有电子书阅读功能,由于这些阅读功能,使得部分年轻人很少光顾实体书店。

资料来源：观研天下数据中心整理

连锁书店定位图书、文创、饮品一体化

我国实体书店数量超过7万家，受政策拉动影响实体书店传统卖场升级改造的力度不断加大，湖北、安徽、云南、江苏、浙江、四川、湖南、新疆等省区国有新华书店都投入大量资金，实现了书店环境的改造和功能的提升。

从品牌建设方面来看，为提高核心竞争力，连锁实体书店行业相关企业积极推动品牌建设，发挥各自的优势希冀占据更大的市场，激烈的市场竞争也在一定程度上促进了连锁实体书店行业的快速发展。

当前我国连锁实体书店行业已经形成三大梯队竞争格局。其中，新华书店、樊登书店、汇智光华、西西弗书店、蔚蓝书店凭借丰富的市场经验和优势，占据连锁实体书店行业主要市场。

中国连锁书店市场竞争格局

梯队

企业名称

门店数量（家）

门店面积（m²）

第一梯队

新华书店

10000+

1000-10000

西西弗书店

300+

500-800

樊登书店

200+

10-500

汇智光华

200+

200-500

渔书

200+

200-800

蔚蓝书店

100+

200-500

第二梯队

中信书店

85+

500-1000

言又几

55+

500-5000

猫的天空之城概念书店

55+

150-350

大众书局

50+

500-6000

第三梯队

小型连锁实体书店

-

-

资料来源：观研天下数据中心整理

一、西西弗书店

西西弗书店是一家全国性主题体验连锁精致书店，长期以来，西西弗秉承“参与构成本地精神生活”的价值理念，以“引导推动大众精品阅读”的经营理念发展连锁书店。

目前旗下有西西弗书店、矢量咖啡、不二生活文创、七十二阅听课儿童阅读体验空间、推石文化等子品牌。以28年对图书和阅读的专注研究，西西弗细分出标准线（黑标/绿标/红标）、主题线、定制线三大店型产品线，分别匹配不同城市商业体定位，为读者打造层次丰富的阅读体验；开创专业的图书产品线和大数据系统，让读者轻松的选到好书；搭建互动交流平台，与读者共享城市文化空间。

公司总部位于重庆，截止目前，西西弗在全国80多个城市拥有300多家实体连锁书店，300多家意式咖啡馆，超过500万活跃会员。西西弗书店主营收入还是以图书为主，文创和咖啡的毛利率较高，保持在60%~70%左右。根据资料来看，西西弗书店图书销售占比75%左右，咖啡等餐饮收入占比18.7%，其他收入占比6.3%。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、新华书店

在新阅读环境下，新华书店与民营书店同样面临生存压力,新华书店的转型升级围绕着网点和技术两个主题展开,新华书店的网点布局逐渐优化，不断从大城市向乡镇下移，向政府机关、社区、学校等多个区域拓展;新华书店拥有了更多“技术”的基因，技术应用不断优化提升，自助售书模式、售书机器人、共享书店等新型的经营方式渐次出现;此外，更加重视差异化经营，突出每一个门店的特色，从外观上打造“一店一面”的设计，结合当地文化打造经营特色;大中小各种规模的书店并重，包括文化综合体、特色书店、24小时书店、小微型书店等，不同类型、不同规模的书店不断涌现。

三、中信书店

中信出版是我国出版龙头企业，近年来整体市占率稳居出版机构第一。公司加速推进书店转型，中信书店进一步将书店与文化新零售相结合，打造城市文化生活空间是中信书店的重要发展方向。依托中信出版的优质内容主题，加快“文化新零售”供应链的打造，中信书店逐渐转型为以品牌输出、供应链支撑和主题文化空间策划的新型书店。通过文创产品、餐饮服务等高利润率服务增加企业营收，有利于扩大书店的受众群体，提高书店的整体利润率。

资料来源：企业财报，观研天下数据中心整理

连锁书店个体用户需求差异较大

连锁书店消费者个体需求差异较大，连锁书店消费者主要集中在一线、二线具有经济发展优势的城市；中青年群体用户连锁书店消费比重最大，消费者主要集中于16-40岁年龄层；女性消费者连锁书店渗透率略高于男性消费者。近年来用户偏好文学、小说类的书，受大环境的影响和民众知识水平的不断提升，社科类图书比重也在不断上升。

连锁书店消费者画像

资料来源：观研天下数据中心整理

书店咖啡和文创毛利率较高

近年来，众多连锁书店参与者积极探索线下实体门店运营新模式，将图书、咖啡、文创等主题相结合，打造全新的第三空间文化消费模式。得益于书店的文化属性连锁书店自带流量，随着中国消费升级，文化空间的模式侧重点较为明显，咖啡、文创引领连锁书店新模式。咖啡、文创等主题的加入，大大提高了连锁书店的盈利性，其中咖啡和文创的毛利率保持在60%以上。

资料来源：公开资料整理（cyy）

观研报告网发布的《中国连锁书店行业现状深度研究与未来投资预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国连锁书店行业发展概述

第一节 连锁书店行业发展情况概述

- 一、连锁书店行业相关定义
- 二、连锁书店特点分析
- 三、连锁书店行业基本情况介绍
- 四、连锁书店行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、连锁书店行业需求主体分析

第二节 中国连锁书店行业生命周期分析

- 一、连锁书店行业生命周期理论概述
- 二、连锁书店行业所属的生命周期分析

第三节 连锁书店行业经济指标分析

- 一、连锁书店行业的赢利性分析
- 二、连锁书店行业的经济周期分析
- 三、连锁书店行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球连锁书店行业市场发展现状分析

第一节 全球连锁书店行业发展历程回顾

第二节 全球连锁书店行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲连锁书店行业地区市场分析

- 一、亚洲连锁书店行业市场现状分析
- 二、亚洲连锁书店行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲连锁书店行业市场前景分析

第四节 北美连锁书店行业地区市场分析

- 一、北美连锁书店行业市场现状分析
- 二、北美连锁书店行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美连锁书店行业市场前景分析

第五节 欧洲连锁书店行业地区市场分析

- 一、欧洲连锁书店行业市场现状分析
- 二、欧洲连锁书店行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲连锁书店行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界连锁书店行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球连锁书店行业市场规模预测

第三章 中国连锁书店行业产业发展环境分析

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 我国宏观经济环境对连锁书店行业的影响分析

第三节 中国连锁书店行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节 政策环境对连锁书店行业的影响分析

第五节 中国连锁书店行业产业社会环境分析

第四章 中国连锁书店行业运行情况

第一节 中国连锁书店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 中国连锁书店行业市场规模分析

- 一、影响中国连锁书店行业市场规模的因素
- 二、中国连锁书店行业市场规模
- 三、中国连锁书店行业市场规模解析

第三节 中国连锁书店行业供应情况分析

- 一、中国连锁书店行业供应规模
- 二、中国连锁书店行业供应特点

第四节 中国连锁书店行业需求情况分析

- 一、中国连锁书店行业需求规模
- 二、中国连锁书店行业需求特点

第五节中国连锁书店行业供需平衡分析

第五章 中国连锁书店行业产业链和细分市场分析

第一节中国连锁书店行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、连锁书店行业产业链图解

第二节中国连锁书店行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对连锁书店行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对连锁书店行业的影响分析

第三节我国连锁书店行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国连锁书店行业市场竞争分析

第一节中国连锁书店行业竞争现状分析

- 一、中国连锁书店行业竞争格局分析
- 二、中国连锁书店行业主要品牌分析

第二节中国连锁书店行业集中度分析

- 一、中国连锁书店行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国连锁书店行业市场集中度分析

第三节中国连锁书店行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国连锁书店行业模型分析

第一节中国连锁书店行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国连锁书店行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国连锁书店行业SWOT分析结论

第三节中国连锁书店行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国连锁书店行业需求特点与动态分析

第一节中国连锁书店行业市场动态情况

第二节中国连锁书店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

第三节连锁书店行业成本结构分析

第四节连锁书店行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国连锁书店行业价格现状分析

第六节中国连锁书店行业平均价格走势预测

一、中国连锁书店行业平均价格趋势分析

二、中国连锁书店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国连锁书店行业所属行业运行数据监测

第一节中国连锁书店行业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

第二节中国连锁书店行业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

第三节中国连锁书店行业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

第十章 2018-2022年中国连锁书店行业区域市场现状分析

第一节中国连锁书店行业区域市场规模分析

一、影响连锁书店行业区域市场分布的因素

二、中国连锁书店行业区域市场分布

第二节中国华东地区连锁书店行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区连锁书店行业市场分析

（1）华东地区连锁书店行业市场规模

（2）华南地区连锁书店行业市场现状

（3）华东地区连锁书店行业市场规模预测

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、华中地区连锁书店行业市场分析

（1）华中地区连锁书店行业市场规模

（2）华中地区连锁书店行业市场现状

（3）华中地区连锁书店行业市场规模预测

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、华南地区连锁书店行业市场分析

- (1) 华南地区连锁书店行业市场规模
- (2) 华南地区连锁书店行业市场现状
- (3) 华南地区连锁书店行业市场规模预测

第五节华北地区连锁书店行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区连锁书店行业市场分析

- (1) 华北地区连锁书店行业市场规模
- (2) 华北地区连锁书店行业市场现状
- (3) 华北地区连锁书店行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区连锁书店行业市场分析

- (1) 东北地区连锁书店行业市场规模
- (2) 东北地区连锁书店行业市场现状
- (3) 东北地区连锁书店行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区连锁书店行业市场分析

- (1) 西南地区连锁书店行业市场规模
- (2) 西南地区连锁书店行业市场现状
- (3) 西南地区连锁书店行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区连锁书店行业市场分析

- (1) 西北地区连锁书店行业市场规模
- (2) 西北地区连锁书店行业市场现状
- (3) 西北地区连锁书店行业市场规模预测

第十一章 连锁书店行业企业分析（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、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.

第十二章 2022-2029年中国连锁书店行业发展前景分析与预测

第一节中国连锁书店行业未来发展前景分析

- 一、连锁书店行业国内投资环境分析
- 二、中国连锁书店行业市场机会分析
- 三、中国连锁书店行业投资增速预测

第二节中国连锁书店行业未来发展趋势预测

第三节中国连锁书店行业规模发展预测

- 一、中国连锁书店行业市场规模预测
- 二、中国连锁书店行业市场规模增速预测
- 三、中国连锁书店行业产值规模预测
- 四、中国连锁书店行业产值增速预测
- 五、中国连锁书店行业供需情况预测

第四节中国连锁书店行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国连锁书店行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国连锁书店行业进入壁垒分析

- 一、连锁书店行业资金壁垒分析
- 二、连锁书店行业技术壁垒分析
- 三、连锁书店行业人才壁垒分析
- 四、连锁书店行业品牌壁垒分析
- 五、连锁书店行业其他壁垒分析

第二节连锁书店行业风险分析

- 一、连锁书店行业宏观环境风险
- 二、连锁书店行业技术风险
- 三、连锁书店行业竞争风险
- 四、连锁书店行业其他风险

第三节中国连锁书店行业存在的问题

第四节中国连锁书店行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国连锁书店行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国连锁书店行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国连锁书店行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 连锁书店行业营销策略分析

- 一、连锁书店行业产品策略
- 二、连锁书店行业定价策略
- 三、连锁书店行业渠道策略
- 四、连锁书店行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202204/586466.html>