

2021年中国阅读行业分析报告- 行业深度研究与前景评估预测

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《2021年中国阅读行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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/wentibangong/549097549097.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

图书零售市场受疫情影响后迅速反弹

2020年中国图书零售市场码洋规模首次出现负增长，同比下降5.08%，码洋规模为970.8亿元。2015年至2019年，中国图书零售市场保持10%以上的增速，2020年受疫情影响较为显著，低基数下，也进一步凸显2021年的回暖与行业增长的预期。

2020年我国图书零售市场首次出现负增长 资料来源：开卷，观研天下数据中心整理

实体店渠道受疫情影响显著，和前几年相比下降幅度进一步扩大，同比下降33.8%，码洋规模为203.6亿元；网店渠道码洋规模为767.2亿元。

2020年图书零售市场销售渠道市场份额分布 资料来源：开卷，观研天下数据中心整理

2021年上半年图书零售市场同比呈现出正增长，同比增长率为11.45%；2021年1-6月中国图书零售市场码洋规模达361.4亿元，动销品种177万余种。由于2020年上半年疫情影响，低基数下，2021年上半年中国图书零售码洋实现增长，同时，2021年上半年图书码洋较2019年同期增长1.09%，也进一步说明，2021年上半年图书零售市场从回暖到逐步实现增长。

2021年上半年短视频电商中，少儿板块图书码洋占比达58.54%（占比为冠军），其次是心理自助（占比10.91%）、生活类（7.08%）及文艺类（6.87%）。和整体零售市场相比，短视频电商中少儿、心理自助和生活类的码洋比重均高于在整体零售市场的比重规模，其中少儿类码洋比重高出其在整体零售市场中水平30.81个百分点。

2021年上半年各类电商平台少儿类图书零售规模占比 资料来源：观研天下数据中心整理

数字化阅读市场持续扩大，IP成为重要吸引力

在阅读行业中，数字阅读也是不可分割的一份子。中国数字阅读市场规模不断增长，从2018年的259亿元增加至2020年的372亿元，中国数字阅读行业的商业化发展已逐步成熟，形成头部数字阅读企业为代表的规模化运营模式。大量优秀IP作品通过影视化获得观众的认可，不断开辟IP商业化也利于推动数字阅读行业规模的进一步扩大。

2018-2022年我国数字阅读行业市场规模及同比增速

资料来源：观研天下数据中心整理

2020年疫情也间接推动了新晋互联网头部企业进入数字阅读市场，例如2020年7月字节跳动投资网文平台塔读文学，2020年11月字节跳动入股掌阅科技持股11%。头部互联网企业以及新晋公司均在加码阅读市场，例如2021年7月快手联盟也发布助力阅读以及数字阅读的行业解决方案。

阅读产业商业化核心在广告流量收入

传统阅读产业商业化主要通过付费阅读及IP运营授权，流量争夺下，传统数字阅读的付费模式受到挤压，免费阅读应运而生，数字阅读在2020年开启免费阅读，其核心商业化来自广告流量收入（用户可通过购买会员去广告）。免费阅读领域还需探索出可实现盈利

的方式，如稳定的大规模用户广告消费，或打造内容IP步入多元化开发路径，均需要更为精细的优质用户获取。但回归到“付费”与“免费”的问题中，对部分用户来说，免费意味没有“沉没成本”，内容喜好与自身喜好不匹配后即弃文，即使看完，粘性较弱后也难沉淀粉丝经济，难以带来后端的衍生品的商业化，同时，在商业化较难良性运营下也难以孵化出头部的IP内容。

免费阅读历经两年发展，面对流量瓶颈以及内容同质化、用户审美疲劳后需借助优质内容吸引画像更多丰富与口味更多用户群体，进而达到站内生态的重构。新商业动作，例如开发微短句、借助影视作品反哺IP、吸引用户成为平台新方法。七猫、米读、番茄先后在快手、抖音发布由站内小说改编而成的微短剧，快手联盟也在积极探索阅读赛道，针对图书推出“阅读+”的变现方式，突破行业变现天花板。（YM）

观研报告网发布的《2021年中国阅读行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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。

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 2017-2021年中国阅读行业发展概述

第一节 阅读行业发展情况概述

- 一、阅读行业相关定义
- 二、阅读行业基本情况介绍
- 三、阅读行业发展特点分析
- 四、阅读行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、阅读行业需求主体分析

第二节 中国阅读行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、阅读行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国阅读行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国阅读行业生命周期分析

- 一、阅读行业生命周期理论概述
- 二、阅读行业所属的生命周期分析

第四节 阅读行业经济指标分析

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

第五节 中国阅读行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2021年全球阅读行业市场发展现状分析

第一节 全球阅读行业发展历程回顾

第二节 全球阅读行业市场区域分布情况

第三节 亚洲阅读行业地区市场分析

一、亚洲阅读行业市场现状分析

二、亚洲阅读行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲阅读行业市场前景分析

第四节 北美阅读行业地区市场分析

一、北美阅读行业市场现状分析

二、北美阅读行业市场规模与市场需求分析

三、北美阅读行业市场前景分析

第五节 欧洲阅读行业地区市场分析

一、欧洲阅读行业市场现状分析

二、欧洲阅读行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲阅读行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界阅读行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球阅读行业市场规模预测

第三章 中国阅读产业发展环境分析

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、全社会消费品阅读总额

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 中国阅读行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国阅读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 中国阅读行业运行情况

第一节 中国阅读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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国阅读行业市场规模分析

第三节 中国阅读行业供应情况分析

第四节 中国阅读行业需求情况分析

第五节 我国阅读行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国阅读行业供需平衡分析

第七节 中国阅读行业发展趋势分析

第五章 中国阅读所属行业运行数据监测

第一节 中国阅读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 中国阅读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 中国阅读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 2017-2021年中国阅读市场格局分析

第一节 中国阅读行业竞争现状分析

一、中国阅读行业竞争情况分析

二、中国阅读行业主要品牌分析

第二节 中国阅读行业集中度分析

一、中国阅读行业市场集中度影响因素分析

二、中国阅读行业市场集中度分析

第三节 中国阅读行业存在的问题

第四节 中国阅读行业解决问题的策略分析

第五节 中国阅读行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国阅读行业需求特点与动态分析

第一节 中国阅读行业消费市场动态情况

第二节 中国阅读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 阅读行业成本结构分析

第四节 阅读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 中国阅读行业价格现状分析

第六节 中国阅读行业平均价格走势预测

一、中国阅读行业价格影响因素

二、中国阅读行业平均价格走势预测

三、中国阅读行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国阅读行业区域市场现状分析

第一节 中国阅读行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区阅读市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区阅读市场规模分析

四、华东地区阅读市场规模预测

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、华中地区阅读市场规模分析

四、华中地区阅读市场规模预测

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、华南地区阅读市场规模分析

四、华南地区阅读市场规模预测

第九章 2017-2021年中国阅读行业竞争情况

第一节 中国阅读行业竞争结构分析（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 中国阅读行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国阅读行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 阅读行业企业分析（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

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国阅读行业发展前景分析与预测

第一节 中国阅读行业未来发展前景分析

一、阅读行业国内投资环境分析

二、中国阅读行业市场机会分析

三、中国阅读行业投资增速预测

第二节 中国阅读行业未来发展趋势预测

第三节 中国阅读行业市场发展预测

一、中国阅读行业市场规模预测

二、中国阅读行业市场规模增速预测

三、中国阅读行业产值规模预测

四、中国阅读行业产值增速预测

五、中国阅读行业供需情况预测

第四节 中国阅读行业盈利走势预测

一、中国阅读行业毛利润同比增速预测

二、中国阅读行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国阅读行业投资风险与营销分析

第一节 阅读行业投资风险分析

一、阅读行业政策风险分析

二、阅读行业技术风险分析

三、阅读行业竞争风险分析

四、阅读行业其他风险分析

第二节 阅读行业应对策略

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年中国阅读行业发展战略及规划建议

第一节 中国阅读行业品牌战略分析

一、阅读企业品牌的重要性

二、阅读企业实施品牌战略的意义

三、阅读企业品牌的现状分析

四、阅读企业的品牌战略

五、阅读品牌战略管理的策略

第二节 中国阅读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 中国阅读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年中国阅读行业发展策略及投资建议

第一节 中国阅读行业产品策略分析

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 中国阅读行业营销渠道策略

一、阅读行业渠道选择策略

二、阅读行业营销策略

第三节 中国阅读行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国阅读行业重点投资区域分析

二、中国阅读行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/549097549097.html>