

2019-2025年中国图书批发 产业深度调研与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国图书批发产业深度调研与发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/pifalingshou/33847730IJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

图书批发行业作为图书出版行业的重要环节，在电子商务和数字化的浪潮下，旧有模式日益式微，在线阅读、电子商务品台等新模式发展迅速，将迎来发展的黄金阶段。

2016年全国图书零售市场规模为701亿元，较2015年的624亿元增长了12.30%；2016年，全国图书零售市场动销品种数175.09万种，新书品种数约为21.03万，较2015年同比增长4.31%。从实体书店和网上书店分别来看，渠道差异还是非常明显。网店规模首次超过实体书店，分布格局尚不平衡。2016年，实体书店渠道同比增长率为-2.33%，出现小幅下降，没有能够延续2015年正向增长的势头。网上书店在2016年依然保持30%左右的增长，增长的主要推动力来自于第三方平台，第三方图书业务同比增速达60%左右。出版社、出版公司、新华书店开店和深度运营是第三方平台销售增长的主要推动力。

从线下批发网店来看，实体批发网店数量不断下降。2015年，全国共有出版物发行网点163650处，与2014年相比下降3.52%。其中新华书店及其发行网点8918处，与2014年相比下降0.04%；供销社发行网点537处，与2014年相比下降23.29%；出版社自办发行网点425处，与2014年相比下降4.28%；邮政系统发行网点37586处；上述系统外批发网点8368处；集个体零售网点107816处。而电子出版、在线阅读增长迅速。

2016年，全国图书零售市场动销品种数1725.09万，新书品种数约为21.03万，较2015年同比增长4.31%。近几年动销品种数及新书品种数

年份	动销品种数（万）	新书品种数（万）
2011年	114	17.9
2012年	125	20.5
2013年	126	20.2
2014年	132	19.8
2015年	168	19.67

2017年1-6月，全国图书零售市场规模继续保持增长，全国图书零售市场同比增长率保持在10%左右，总品种规模小幅增长，品种规模同比增长8.15%。从实体书店和网上书店分别来看，渠道差异明显，分布格局尚未平衡，实体书店市场规模基本稳定，2017年1-6月同比负增长，为-1.41%，规模46.59亿元；网店持续快速增长，同比增长30%左右。2017年上半年虚构类TOP15 2017年上半年非虚构类TOP15

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国图书批发产业深度调研与发展趋势预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分

析报告,投资发展报告,市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报,免费报告,行业咨询,数据等,是中国知名的研究报告提供商。 报告目录:第一章 图书批发行业相关概述1.1 服务的内涵与特征1.1.1 服务的内涵1.1.2 服务的特征1.2 图书批发行业相关概述1.1.1 图书批发行业的定义1.1.2 图书批发行业的分类1.1.3 图书批发行业的产业链结构1.1.4 图书批发行业在国民经济中的地位1.3 图书批发行业统计标准介绍1.3.1 行业统计部门和统计口径1.3.2 行业研究机构介绍1.3.3 行业主要统计方法介绍1.3.4 行业涵盖数据种类介绍 第二章 中国图书批发行业发展环境2.1 中国图书批发行业政策法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.2.1 文化产业“十三五”规划2.1.2.2 《新闻出版业“十三五”规划》 2.1.2.3 《出版物市场管理规定》 2.1.2.4 《文化产业振兴规划》 2.1.2.5 《图书公平交易规则》 2.1.2.6 关于促进出版物网络发行健康发展的通知2.1.3 政策环境对行业的影响2.2 中国图书批发行业经济环境分析2.2.1 宏观经济形势分析2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析2.3 中国图书批发行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境分析2.3.2 社会发展对行业的影响分析2.4 中国图书批发行业消费环境分析2.4.1 行业消费驱动分析2.4.2 行业消费需求特点2.4.3 行业消费群体分析2.4.4 消费环境对行业的影响分析 第三章 中国图书批发行业发展概述3.1 中国图书批发行业发展状况分析3.1.1 中国图书批发行业发展阶段3.1.2 中国图书批发行业发展总体概况3.1.3 中国图书批发行业发展特点分析3.1.4 中国图书批发行业商业模式分析3.2 2014-2017年图书批发行业发展现状3.2.1 2014-2017年中国图书批发行业市场规模3.2.2 2014-2017年中国图书批发行业发展分析3.2.3 2014-2017年中国图书批发企业发展分析3.3 2014-2017年中国图书批发行业市场供需分析3.3.1 中国图书批发行业供给分析3.3.2 中国图书批发行业需求分析3.3.3 中国图书批发行业供需平衡 第四章 中国图书批发行业发展前景分析4.1 2019-2025年中国图书批发市场发展前景4.1.1 2019-2025年图书批发市场发展潜力4.1.2 2019-2025年图书批发市场发展前景展望4.1.3 2019-2025年图书批发细分行业发展前景分析4.2 2019-2025年中国图书批发市场发展趋势预测4.2.1 2019-2025年图书批发行业发展趋势4.2.2 2019-2025年图书批发市场规模预测4.2.3 2019-2025年图书批发行业应用趋势预测4.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测4.3 2019-2025年图书批发行业投资风险分析4.3.1 行业政策风险4.3.2 宏观经济风险4.3.3 市场竞争风险4.3.4 关联产业风险4.3.5 其他投资风险4.4 2019-2025年中国图书批发行业面临的困境及对策4.4.1 中国图书批发行业面临的困境及对策1、中国图书批发行业面临困境2、中国图书批发行业对策探讨4.4.2 中国图书批发企业发展困境及策略分析1、中国图书批发企业面临的困境2、中国图书批发企业的对策探讨4.4.3 国内图书批发企业的出路分析 第五章 中国图书批发行业服务领域分析5.1 图书批发行业服务领域概况5.1.1 行业主要服务领域5.1.2 行业服务结构分析5.1.3 服务发展趋势分析5.1.4 服务策略建议分析5.2 服务领域—5.2.1 市场发展现状概述5.2.2 行业市场应用规模5.2.3 行业市场需求分析5.3 服务领域

二5.3.1 市场发展现状概述5.3.2 行业市场应用规模5.3.3 行业市场需求分析 第六章 中国图书批发行业市场竞争格局分析6.1 图书批发行业竞争格局分析6.1.1 图书批发行业区域分布格局6.1.2 图书批发行业企业规模格局6.1.3 图书批发行业企业性质格局6.2 图书批发行业竞争状况分析6.2.1 图书批发行业上游议价能力6.2.2 图书批发行业下游议价能力6.2.3 图书批发行业新进入者威胁6.2.4 图书批发行业替代产品威胁6.2.5 图书批发行业内部竞争分析6.3 图书批发行业投资兼并重组整合分析6.3.1 投资兼并重组现状6.3.2 投资兼并重组案例6.3.3 投资兼并重组趋势 第七章 中国图书批发行业企业经营分析7.1 新华文轩出版传媒股份有限公司竞争力分析7.1.1 企业发展基本情况7.1.2 企业经营状况分析7.1.3 企业发展战略分析7.2 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司竞争力分析7.2.1 企业发展基本情况7.2.2 企业经营状况分析7.2.3 企业发展战略分析7.3 黑龙江邮政书店连锁经营有限责任公司竞争力分析7.3.1 企业发展基本情况7.3.2 企业经营状况分析7.3.3 企业发展战略分析7.4 海南凤凰新华发行有限责任公司竞争力分析7.4.1 企业发展基本情况7.4.2 企业经营状况分析7.4.3 企业发展战略分析7.5 广东学而优图书文化发展有限公司竞争力分析7.5.1 企业发展基本情况7.5.2 企业经营状况分析7.5.3 企业发展战略分析7.6 广州市金榜图书销售有限公司竞争力分析7.6.1 企业发展基本情况7.6.2 企业经营状况分析7.6.3 企业发展战略分析7.7 贵州行知连锁图书有限公司竞争力分析7.7.1 企业发展基本情况7.7.2 企业经营状况分析7.7.3 企业发展战略分析7.8 四川今日阅读文化传播有限公司竞争力分析7.8.1 企业发展基本情况7.8.2 企业经营状况分析7.8.3 企业发展战略分析7.9 贵州西西弗文化传播有限公司竞争力分析7.9.1 企业发展基本情况7.9.2 企业经营状况分析7.9.3 企业发展战略分析7.10 四川索盟图书连锁有限公司竞争力分析7.10.1 企业发展基本情况7.10.2 企业经营状况分析7.10.3 企业发展战略分析 第八章 互联网对图书批发行业的影响分析8.1 互联网对图书批发行业的影响8.1.1 智能服务设备发展情况分析1、智能服务设备发展概况2、主要服务APP应用情况8.1.2 服务智能设备经营模式分析1、智能硬件模式2、服务APP模式3、虚实结合模式4、个性化资讯模式8.1.3 智能设备对图书批发行业的影响分析1、智能设备对图书批发行业的影响2、服务智能设备的发展趋势分析8.2 互联网+服务发展模式分析8.2.1 互联网+服务商业模式解析1、商业模式一（1）服务模式（2）盈利模式2、商业模式二（1）服务模式（2）盈利模式8.2.2 互联网+服务案例分析1、案例一2、案例二8.3 互联网背景下图书批发行业发展趋势分析 第九章 图书批发企业市场营销策略探讨9.1 服务营销的特点9.1.1 服务产品的无形性9.1.2 服务的不可分离性9.1.3 服务产品的可变性9.1.4 服务产品的易失性9.2 图书批发企业的营销策略9.2.1 内部营销与交互作用营销9.2.2 差别化管理9.2.3 服务质量管理9.2.4 平衡供求的策略9.3 图书批发企业提高服务质量的营销策略9.3.1 服务质量的主要影响因素模型9.3.2 服务质量影响因素关系分析9.3.3 图书批发企业提高服务质量的营销策略分析9.4 图书批发企业的品牌营销9.4.1 图书批发企业品牌营销中存在的问题1、品牌营销处于初级阶段2、缺乏品牌塑造意愿3、服务品牌理

念脱离实质4、品牌营销定位不具备持续价值9.4.2 图书批发企业品牌营销策略分析1、实行差异化的服务2、树立服务品牌营销意识3、提高顾客满意度与忠诚度4、打造高品质的企业服务文化 第十章 研究结论及建议10.1 研究结论10.2 智研数据研究中心建议10.2.1 行业发展策略建议10.2.2 行业投资方向建议10.2.3 行业投资方式建议 图表目录图表：图书批发行业服务特点图表：图书批发产业链分析图表：图书批发行业生命周期图表：图书批发行业商业模式图表：2014-2017年中国图书批发行业市场规模分析图表：2019-2025年中国图书批发行业市场规模预测略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/33847730IJ.html>