

中国图书零售连锁市场现状调研与 发展前景分析报告（2025-2031年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国图书零售连锁市场现状调研与发展前景分析报告（2025-2031年）

报告编号： 1A13373 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/3/37/TuShuLingShouLianSuoHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

图书零售连锁业在过去几年经历了重大的变革。随着互联网和电子商务的发展，线上购书成为了消费者的首选方式之一，这对实体书店构成了挑战。然而，实体书店也在积极转型，通过提供独特的阅读体验、举办文化活动等方式吸引顾客。目前，图书零售连锁店不仅在店面设计上更加注重体验感，还在服务模式上不断创新，如引入咖啡馆、艺术展览等复合业态，增强了顾客粘性。

未来，图书零售连锁业将朝着更加多元化、体验化和社区化的方向发展。产业调研网指出，一方面，实体书店将继续探索新的商业模式，如线上线下融合、会员制度等，以适应消费者行为的变化。另一方面，随着人们对文化生活品质的追求提升，实体书店将更加注重营造独特的阅读和文化交流空间，成为社区的文化中心。此外，图书零售连锁业还将借助数字化技术，如虚拟现实(VR)和增强现实(AR)，为顾客提供更加沉浸式的购物体验。

第1章 中国图书零售连锁行业综述

1.1 图书零售连锁行业概述

1.1.1 图书零售连锁的定义

1.1.2 图书零售连锁的主要模式

1.1.3 图书零售企业发展连锁经营的必要性

1.2 中国图书零售连锁行业发展背景

1.2.1 图书零售连锁行业经济背景

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济环境分析

1.2.2 图书零售连锁行业政策背景

(1) 图书出版发行行业政策

- (2) 连锁经营政策

- 1.2.3 图书出版行业社会环境分析

- (1) 居民收入增长情况分析
- (2) 居民文化素质情况分析
- (3) 居民文化消费情况分析
- (4) 居民阅读情况调查分析

第2章 中国图书零售连锁行业相关行业发展现状

2.1 图书零售连锁行业相关行业概述

2.2 中国图书发行行业发展现状

2.2.1 图书发行行业市场规模分析

- (1) 图书发行行业销售数量规模
- (2) 图书发行行业销售收入规模

2.2.2 图书发行行业出版规模分析

- (1) 图书发行行业总体出版规模分析
- (2) 图书发行行业书籍出版规模分析
- (3) 图书发行行业课本出版规模分析
- (4) 图书发行行业图片出版规模分析

2.2.3 图书发行行业进出口规模分析

- (1) 图书发行行业出口市场分析
- (2) 图书发行行业进口市场分析

2.2.4 图书发行行业资本运作分析

- (1) 图书发行企业上市情况
- (2) 图书发行上市企业经营情况

2.3 中国物流行业发展现状分析

2.3.1 物流行业发展状况

- (1) 物流总额增幅及构成
- (2) 物流总费用增幅及贡献
- (3) 物流总增加值增幅及贡献
- (4) 物流固定资产投资增幅
- (5) 物流企业经营与效益情况

2.3.2 零售物流发展状况

- (1) 社会消费品零售总额
- (2) 零售物流发展现状
- (3) 零售物流发展展望

2.4 中国连锁经营行业发展现状分析

2.4.1 连锁经营行业发展阶段

2.4.2 连锁经营行业经营规模分析

2.4.3 连锁经营行业业态及增长

（1）我国零售连锁经营业态分类

（2）服务零售连锁经营发展现状

（3）商品零售连锁经营发展现状

2.4.4 连锁经营行业社会效应分析

2.4.5 连锁经营行业发展趋势分析

2.5 中国零售业信息化行业发展现状分析

2.5.1 零售业信息化行业市场规模

（1）零售业信息化行业投资规模

（2）零售业信息化行业普及程度

2.5.2 零售业信息化行业发展现状及特点

（1）零售业信息化行业发展现状

（2）零售业信息化行业发展特点

2.5.3 零售业信息化行业发展趋势分析

第3章 中国图书零售连锁行业发展分析

3.1 国外图书零售连锁行业发展动态

3.1.1 美国图书零售连锁行业发展动态

（1）巴诺公司

（2）博德斯公司

3.1.2 英国图书零售连锁行业发展动态

（1）瓦特斯通公司

（2）wh史密斯公司

3.1.3 日本图书零售连锁行业发展动态

（1）丸善书店

（2）book off书店

3.2 国内图书零售连锁行业发展分析

3.2.1 民营图书零售连锁行业发展分析

（1）民营图书连锁行业发展现状

（2）民营图书连锁行业面临的问题

3.2.2 国营图书连锁行业发展分析

（1）国营图书连锁行业发展现状

（2）新华书店资产运行情况

（3）新华书店门店及覆盖情况

（4）新华书店卖场面积统计

（5）新华书店劳动生产率情况

- (6) 新华书店产品结构统计
- (7) 新华书店网上书店建设情况
- (8) 新华书店企业上市情况

3.3 行业投资兼并与重组分析

3.3.1 行业投资兼并与重组典型案例分析

- (1) 贝塔斯曼收购北京二十一世纪图书连锁有限公司
- (2) 四川新华文轩香港上市
- (3) 皖新传媒收购江苏大众书局
- (4) 北方联合出版传媒领衔出版行业整合
- (5) 吉林出版集团与中华工商联合出版社改制重组
- (6) 时代出版传媒股份有限公司的投资重组兼并事件

3.3.2 行业投资兼并与重组特征

3.4 图书零售连锁行业发展趋势及建议

3.4.1 民营图书连锁行业发展趋势及建议

3.4.2 济研：新华书店连锁行业发展趋势及建议

第4章 中国图书零售行业主要竞争业态分析

4.1 图书零售行业竞争业态综述

4.1.1 图书零售行业内部竞争业态概述

4.1.2 图书零售行业外部竞争业态概述

4.2 图书大卖场竞争能力分析

4.2.1 图书大卖场概述

4.2.2 图书大卖场竞争优势与劣势

- (1) 图书大卖场竞争优势
- (2) 图书大卖场竞争劣势

4.2.3 典型图书大卖场分析

- (1) 北京图书大厦经营状况分析
- (2) 上海书城经营状况分析

4.3 专业书店竞争能力分析

4.3.1 专业书店概述

4.3.2 专业书店竞争优势与劣势

- (1) 专业书店竞争优势
- (2) 专业书店竞争劣势

4.3.3 典型专业书店分析

- (1) 溪水边书屋
- (2) 小逗号儿童书店

4.4 网上书店竞争能力分析

4.4.1 网上书店发展概况

4.4.2 网上书店竞争优势与劣势

（1）网上书店竞争优势

（2）网上书店竞争劣势

4.4.3 典型网上书店分析

（1）当当网经营状况分析

（2）卓越亚马逊经营状况分析

4.5 电子书竞争能力分析

4.5.1 电子书行业概述

（1）逐步走向成熟的数字阅读内容与读者市场

（2）电子书终端市场的拓展及影响要素

4.5.2 电子书竞争优势与劣势

（1）电子书竞争优势

（2）电子书竞争劣势

4.5.3 典型电子书企业分析

（1）汉王科技经营状况分析

（2）盛大文学有限公司经营状况分析

第5章 不同种类的图书市场分析

5.1 中国教育类图书市场分析

5.1.1 大专及大专以上课本市场分析

（1）高等教育入学率分析

（2）高等教育在校学生数分析

（3）大专及大专以上课本需求前景分析

5.1.2 中专课本市场分析

（1）中专生在校学生数分析

（2）中专课本需求前景分析

5.1.3 中学课本市场分析

（1）中学生入学率分析

（2）中学生数分析

（3）中学课本需求前景分析

5.1.4 小学课本市场分析

（1）小学生入学率分析

（2）小学生在校学生数分析

（3）小学课本需求前景分析

5.1.5 业余教育课本市场分析

5.1.6 扫盲课本市场分析

5.1.7 教学用书市场分析

5.2 中国大众图书市场分析

5.2.1 大众图书概述

5.2.2 少儿图书市场分析

（1）少儿类畅销书榜单

（2）少儿图书出版发展需求分析

5.2.3 旅游类图书出版市场分析

（1）旅游类图书的三大功能

（2）旅游类图书市场分析

（3）旅游类图书赢利模式转型分析

5.2.4 大众图书市场发展前景

5.3 中国专业图书市场分析

5.3.1 专业图书市场调研

（1）专业图书市场潜力调研

（2）专业图书购买动机调研

（3）专业图书购买影响因素调研

（4）专业图书价格调研

5.3.2 部分专业图书市场分析

（1）科技类图书市场分析

（2）古籍类图书市场分析

5.3.3 专业图书市场发展前景

第6章 中国图书市场调研分析

6.1 全国读者调研分析

6.1.1 调研情况说明

6.1.2 调研数据分析

（1）读书是否是读者生活中一种重要的休闲方式

（2）读者最喜欢阅读的图书类型

（3）读者购买最多的图书类型

（4）读者阅读电子书（含网络阅读）的情况

（5）读者是否曾经付费阅读过电子书

（6）读者对于“看电子书比看纸质书更方便”的看法

（7）读者对于“电子书的出现使我减少了购买纸书的数量”的看法

（8）近一年读者主要的购书场所

（9）影响读者购买图书的因素

6.2 畅销图书市场调研分析

6.2.1 虚构类畅销书市场调研

- (1) 2014年虚构类畅销书市场调研
- (2) 2014年2月虚构类畅销书市场调研
- (3) 上榜虚构类畅销书作者统计分析
- (4) 上榜虚构类畅销书出版社统计分析
- (5) 上榜虚构类畅销书价格情况统计分析

6.2.2 非虚构类畅销书市场调研

- (1) 2014年第四季度非虚构类畅销书市场调研
- (2) 2014年2月非虚构类畅销书市场调研
- (3) 上榜非虚构类畅销书作者统计分析
- (4) 上榜非虚构类畅销书出版社统计分析
- (5) 上榜非虚构类畅销书价格情况统计分析

6.2.3 少儿类畅销书市场调研

- (1) 2014年少儿类畅销书市场调研
- (2) 2014年2月少儿类畅销书市场调研
- (3) 上榜少儿类畅销书作者统计分析
- (4) 上榜少儿类畅销书出版社统计分析
- (5) 上榜少儿类畅销书价格情况统计分析

6.3 畅销书受众市场调研分析

6.3.1 畅销书受众市场调研分析

- (1) 畅销书受众群体特征
- (2) 畅销书成为受众阅读的首选类型
- (3) 受众市场需求具有较强的诱导性
- (4) 畅销书总体评价
- (5) 受众的需求动机

6.3.2 受众隐性阅读心理分析

- (1) 从众心理
- (2) 炫示心理
- (3) 猎奇心理

第7章 中:智林：中国图书零售连锁行业企业分析

7.1 国营图书连锁企业个案分析

7.1.1 新华文轩出版传媒股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经营产品分析
- (3) 企业销售网络分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

（6）企业投资兼并与重组

.....

7.2 民营图书零售连锁行业企业个案分析

7.2.1 广州市金榜图书销售有限公司经营分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业主要经营产品分析

（3）企业销售网络分析

（4）企业优劣势分析

.....

图表目录

图表 1：全国部分新华书店集团上市情况（非排名）

图表 2：2025年欧盟及个别成员国gdp增速比较（单位：%）

图表 3：2025年欧盟主要经济指标（单位：%）

图表 4：2020-2025年我国gdp及其增速（单位：亿元，%）

图表 5：2020-2025年我国工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表 6：2020-2025年我国社会零售总额及其增速（单位：亿元，%）

图表 7：全国各省市文化产业“十五五”规划纲要汇总

图表 8：2020-2025年农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表 9：2020-2025年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表 10：2020-2025年普通高等教育、中等职业教育和普通高中招生人数（单位：万人）

图表 11：中国图书销售量变化（单位：亿册/张/份/盒）

图表 12：中国图书销售额变化（单位：亿元）

图表 13：图书出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表 14：图书出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表 15：图书定价情况（单位：亿元，元/册）

图表 16：图书用纸情况（单位：万吨，%）

图表 17：书籍出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表 18：书籍出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表 19：书籍定价情况（单位：亿元，元/册）

图表 20：书籍用纸情况（单位：万吨，%）

图表 21：课本出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表 22：课本出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

图表 23：课本定价情况（单位：亿元，元/册）

图表 24：课本用纸情况（单位：万吨，%）

图表 25：图片出版种数及增长情况（单位：种，%）

图表 26：图片出版印数及增长情况（单位：亿册，万册）

- 图表 27：图片定价情况（单位：亿元，元/册）
- 图表 28：图片用纸情况（单位：万吨，%）
- 图表 29：中国各类图书出口种次占比（单位：%）
- 图表 30：中国各类图书出口数量占比（单位：%）
- 图表 31：中国各类图书出口金额占比（单位：%）
- 图表 32：中国各类图书进口种次占比（单位：%）
- 图表 33：中国各类图书进口数量占比（单位：%）
- 图表 34：中国各类图书进口金额占比（单位：%）
- 图表 35：规模前十出版集团上市情况
- 图表 36：2025-2031年社会物流总额各月累计及增长变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表 37：2025年社会物流总费用构成情况（单位：%）
- 图表 38：2025-2031年社会物流固定资产投资增长情况（单位：亿元，%）
- 图表 39：重点调查企业分布情况（单位：%）
- 图表 40：重点调查企业登记注册类型分布情况（单位：%）
- 图表 41：2025-2031年重点调查企业平均仓储面积情况（单位：%）
- 图表 42：重点调查物流企业收入规模分布情况（单位：%）
- 图表 43：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按物流企业类型分）（单位：%）
- 图表 44：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按登记注册类型分）（单位：%）
- 图表 45：重点调查物流企业收入利润率分布情况（单位：%）
- 图表 46：重点调查物流企业资产规模分布情况（单位：%）
- 图表 47：2020-2025年社会消费品零售总额月度增长情况（单位：亿元）
- 图表 48：部分省份新华书店总资产、净资产收益率、固定资产比率排名（单位：万元，%）
- 图表 49：每百万人拥有新华书店网点数量排名（单位：家，人）
- 图表 50：每百万人拥有新华书店网点数量分布图（单位：家）
- 图表 51：每百万人拥有新华书店网点面积排名（单位：平米，人）
- 图表 52：每百万人拥有新华书店网点面积分布图（单位：平米）
- 图表 53：部分地区新华书店劳动生产率排名（单位：万元，人，万元/人）
- 图表 54：各地新华书店劳动生产率分布图（单位：万元/人）
- 图表 55：2020-2025年全国部分新华书店零售码洋涨幅排名（单位：万元，%）
- 图表 56：2020-2025年全国部分新华书店各项指标涨幅情况（单位：%）
- 图表 57：全国部分新华书店书刊及电子音像制品常备品种情况（非排名）（单位：种）
- 图表 58：全国部分新华书店书刊及电子音像制品在销品种情况（非排名）（单位：种）
- 图表 59：全国部分新华书店网上书城读者访问情况
- 图表 60：全国部分新华书店网上书城建设情况（非排名）
- 图表 61：全国部分新华书店集团上市情况（非排名）
- 图表 62：贝塔斯曼进入中国大事记

图表 63: 汉王的运营模式

图表 64: 盛大文学的运营模式

图表 65: 中国移动的“移动文学”运营模式

图表 66: 我国高等教育毛入学率 (单位: %)

图表 67: 高等教育在校学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 68: 中专生在校学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 69: 我国高中阶段教育毛入学率 (单位: %)

图表 70: 我国初中阶段教育毛入学率 (单位: %)

图表 71: 高中生在校学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 72: 初中生在校学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 73: 我国小学生毛入学率 (单位: %)

图表 74: 小学生在校学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 75: 扫盲班学生数变动情况 (单位: 万人)

图表 76: 少儿类畅销书排行榜前五 (单位: 元)

图表 77: 被调查居民每月逛书店次数 (单位: 次, %)

图表 78: 调查居民每年购买专业图书平均花费 (单位: 元, %)

图表 79: 不同学历读者每年购买专业图书平均花费 (单位: 元, %)

图表 80: 不同职业读者每年购买专业图书平均花费 (单位: 元, %)

图表 81: 读者购买专业图书的动机分布 (单位: %)

图表 82: 不同学历的读者购买专业图书的动机 (单位: %)

图表 83: 不同职业的读者购买专业图书的动机 (单位: %)

图表 84: 读者选择专业图书的决定因素 (单位: %)

图表 85: 各种因素对不同学历的读者选择专业图书时的影响情况 (单位: %)

图表 86: 各种因素对不同职业的读者选择专业图书时的影响情况 (单位: %)

图表 87: 读者对专业图书价格的评价 (单位: %)

图表 88: 读者对专业图书价格的接受程度 (单位: %)

图表 89: 不同学历的读者能接受的最高价位 (单位: 元, %)

图表 90: 不同职业的读者能接受的最高价位 (单位: 元, %)

图表 91: 读者最喜欢阅读的图书类型 (单位: %)

图表 92: 读者购买最多的图书类型 (单位: %)

图表 93: 读者阅读电子书 (含网络阅读) 的情况 (单位: %)

图表 94: 读者是否曾经付费阅读过电子书 (单位: %)

图表 95: 读者对于“看电子书比看纸质书更方便”的看法 (单位: %)

图表 96: 读者对于“电子书的出现使我减少了购买纸书的数量”的看法 (单位: %)

图表 97: 近一年读者主要的购书场所前三位 (单位: %)

图表 98: 影响读者购买图书的因素前五位 (单位: %)

图表 99：2025年虚构类畅销书排行榜前十名

.....

.....略

2002年7月，新闻出版总署出台关于推进新华书店连锁经营的文件，即《关于新华书店（发行集团）股份制改造的若干意见》，文件要求三年内连锁经营完成两项工作。，新闻出版总署发布《出版物市场管理规定》，放开了民营连锁经营权：注册资本不少于300万、拥有10家以上直营门店的企业均可以申请连锁经营，注册资本达到1000万、拥有10家以上直营门店的企业可以申请从事全国连锁经营。中国书业由此迎来了百花齐放的时代。

近年来，在网购和电子书的冲击下，传统图书业面临严峻挑战。我国民营连锁书店频频陷入财务危机，内外压力下，曾经的佼佼者，江苏大众书局图书连锁有限公司、昆明新知图书城有限责任公司等也相继陷入发展屏障，其中江苏大众书局图书连锁有限公司已经更名、重组。

国营书店存在的困境一开始从2025年开始，那时候中国多个省份的民营书店先是关张，后来新华书店纷纷开始重组改革。新华书店由于受计划经济运作模式的影响，在销售服务上，不适应社会需求，加上民营渠道的影响，新华书店在部分地区的优势已经不复存在，改革势在必行。

过去的十年间，全国新华书店系统处于结构调整和经济转型的关键时期，行业结构、主体面貌、市场现状发生了翻天覆地的变化，全国各级新华书店已基本完成股份制改造和集团化组建，成为了真正的市场主体，多元化经营与创新型盈利模式不断涌现，四川、上海等走在前沿的新华发行集团已重组上市，引领新华系统走进资本运营的新时代。

“十一五”期间，我国新闻出版业投融资体制改革取得重大突破，45家新闻出版企业成功上市，总市值达到5700亿元。在这45家上市的新闻出版企业中，只有四家是新华书店，分别在上海、四川、安徽、江苏四个省市。新华书店在网上书店的强力竞争和出版社自办发行的巨大压力下，生存状况渐入困境，而这四家新华发行集团的成功上市无疑给新华书店系统打了一剂强心针。

另外，随着网络技术和电子商务的普及、深入，全国有实力的省级新华书店均借助强大的现货品种和物流渠道优势开展了网上书城的建设。但绝大多数的网上书城经营品种以图书为主或说仅有图书、音像制品，只有文轩网、北京图书大厦网上书店有少量数码产品、家电产品销售。但对比当当网、亚马逊网这类起步早、风投劲的超大型网络书店，新华书店的网上书城存在折扣高企、品类单一、送货缓慢等问题，且影响力和知名度上与前者有较大差距。

略.....

订阅“中国图书零售连锁市场现状调研与发展前景分析报告（2025-2031年）”，编号：1A13373，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/37/TuShuLingShouLianSuoHangYeYanJiuBaoGao.html>

热点：图书零售连锁有哪些、图书零售业、图书零售经营条件、图书连锁店渠道策略、图书零售系统
了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！