

2018年中国连锁书店行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2018年中国连锁书店行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/348334348334.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

经过了2016年的“十三五”的开局之年，实体书店在2017年这个“十三五”承前启后的关键一年里迎来了大发展与大繁荣。在国家和地方政府相关政策指引、指导下，实体书店进一步加强了转型升级改造的实践与落地，力度加大、步伐加快，大到文化综合体，小到个性化特色小书店渐次涌现，实体书店进入了主业+多元同步发展的3.5或4.0时代，初步构建起了线上与线下渠道融合、线下细分市场多品牌经营、网点布局不断优化、产品线与服务链进一步丰富、科技支撑程度不断提高的阅读服务新格局，转型成效明显，社会影响日盛，不少实体书店成为各地的文化中心与地标，有力支撑了全民阅读活动的蓬勃发展，切实担负着传承中华文明、传播先进文化的重要职责与历史使命。

大型连锁书店面对传统市场空间和盈利空间的挤压，开始寻求转型，探索以多种活动方式丰富书店文化内涵的经营模式，努力打造“文化Mall”的品牌特色。大型连锁书店以往凭借多品种多类型的图书产品、舒适的购书环境、高效的现代化管理系统常年维持图书零售市场的高占比，但近年来由于受到互联网文化的冲击优势正在逐渐减弱。

国内外大型连锁书店共同点：均采用文化Mall模式。文化Mall是将文化产业以Mall的方式进行整合，是一种新型的以文化产业为主的跨行业商业业态，是文化与生活方式的有机结合。具体而言，以大型连锁书店为主导的文化Mall的关键在于以图书为核心，以文化为立足点，覆盖全生活方式领域，展示人文、创意、艺术、生活的精神之美，满足消费者全方位的文化消费需求。

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，目前已发展为拥有近30家图书零售店、20余家意式咖啡馆、超过700名员工、60万活跃会员的连锁文化企业，连锁店辐射上海、深圳、重庆、成都、贵州、福州等省市。

不同品牌经营策略不同，选址有所差异，但购物中心、街铺/步行街为跨界书店的主要物业选择。

2013-2017年我国商品房销售面积（亿平方米）

资料来源：观研天下数据中心整理

从物业类型看，购物中心成为跨界书店最青睐的场所，其次为街铺/步行街；百货由于其经营压力以及物业条件限制，仅有9%的店铺选择；另外跨界书店选址不局限于传统商业，古迹/博物馆、医院/学校/车站等均有开店。不同品牌因其定位、经营策略等不同，选址出现差异，如猫的天空之城多在景点、文创街区开店，街铺店多于购物中心店；PAGE ONE提供大

量外文书籍，多选在高知客群集中的品质感高、体验感好的购物中心;先锋书店致力于为读者打造的建筑之元素、宗教之情结、人文之关怀的阅读空间，因此多选在古迹/博物馆/风景区等具有特色的场所。(YM) 观研天下发布的《2018年中国连锁书店行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

第一章 2018-2024年连锁书店行业发展环境因素及产业链分析

1.1 2018年中国宏观经济走势及对连锁书店行业走势影响分析

1.1.1 国内经济运行现状

1.1.2 国内经济趋势判断

1.1.3 对连锁书店行业的影响分析

1.2 连锁书店行业上下游产业价值链分析

1.2.1 产业链模型介绍

1.2.2 连锁书店行业产业价值链分析

1.2.2.1 产业链主要环节分析

1.2.2.2 产业链各环节传导机制分析

1.3 连锁书店行业相关政策环境分析

第二章 2013-2018年国内连锁书店价格走势及影响因素调研分析

2.1 我国连锁书店市场价格机制研究

2.1.1 连锁书店市场价格构成

2.2.2 连锁书店市场价格波动规律

2.2.3 连锁书店行业价格管控机制及价格调整政策

2.2 2013-2018年国内连锁书店价格走势回顾

2.2.1 2013-2018年价格走势整体特征分析

2.2.2 影响2013-2018年价格走势的主要因素分析

2.2.2.1 政策因素分析

2.2.2.2 市场因素分析

2.2.2.3 技术因素分析

2.2.2.4 竞争因素分析

2.2.2.5 突发事件因素分析

2.2.2.6 其他因素分析

第三章 2013-2018年上游原材料市场对连锁书店价格走势影响调研分析

3.1 连锁书店主要原材料构成分析

3.2 2013-2018年主要原材料供应情况及价格

3.2.1 主要原材料产能及供给分析

3.2.2 主要原材料价格变化趋势分析

3.3 上游原材料行业议价能力分析

3.4 上游原材料市场与连锁书店价格走势关联机制研究

3.4.1 价格传导机制介绍

3.4.2 上游原材料市场价格传导的周期性

3.4.3 上游原材料市场价格传导的时滞性

3.4.4 上游原材料市场价格传导的波动性

第四章 2013-2018年连锁书店行业国内重点企业发展及价格体系调研分析

4.1 企业A

4.1.1 企业发展概况

4.1.2 2013-2018年连锁书店产销状况分析

4.1.3 2013-2018年连锁书店价格体系

4.1.4 2018-2024年连锁书店经销量与价格预测

4.1.5 2018-2024年企业连锁书店未来发展战略

4.2 企业B

4.2.1 企业发展概况

4.2.2 2013-2018年连锁书店产销状况分析

4.2.3 2013-2018年连锁书店价格体系

4.2.4 2018-2024年连锁书店经销量与价格预测

4.2.5 2018-2024年企业连锁书店未来发展战略

4.3 企业C

4.3.1 企业发展概况

4.3.2 2013-2018年连锁书店产销状况分析

4.3.3 2013-2018年连锁书店价格体系

4.3.4 2018-2024年连锁书店经销量与价格预测

4.3.5 2018-2024年企业连锁书店未来发展战略

4.4 企业D

4.4.1 企业发展概况

4.4.2 2013-2018年连锁书店产销状况分析

4.4.3 2013-2018年连锁书店价格体系

4.4.4 2018-2024年连锁书店经销量与价格预测

4.4.5 2018-2024年企业连锁书店未来发展战略

4.5 企业E

4.5.1 企业发展概况

4.5.2 2013-2018年连锁书店产销状况分析

4.5.3 2013-2018年连锁书店价格体系

4.5.4 2018-2024年连锁书店经销量与价格预测

4.5.5 2018-2024年企业连锁书店未来发展战略

第五章 中国连锁书店进出口市场价格调研及趋势预测

5.1 连锁书店进出口市场发展现状

5.1.1 2013-2018年我国连锁书店进出口量统计

5.1.2 我国连锁书店进出口地域格局分析

5.2 2013-2018年进口价格走势及影响因素

5.2.1 进口价格走势

5.2.2 影响进口价格因素

5.3 2013-2018年进口价格走势及影响因素

5.3.1 出口价格走势

5.3.2 影响出口价格因素

5.4 2013-2018年我国连锁书店进出口价格对比

5.4.1 细分产品价格进出口对比

5.4.2 不同区域产品进出口价格对比

5.5 连锁书店进出口对国内市场价格的影响分析

5.6 2018-2024年我国连锁书店进出口价格预测

第六章 2013-2018年我国连锁书店价格特点及定价策略分析

6.1 连锁书店价格波动的特点及重要影响因素分析

6.1.1 连锁书店价格波动的的季节性

6.1.2 连锁书店价格波动的的周期性

6.1.3 连锁书店价格波动重要影响因素分析

6.2 我国连锁书店产品定价策略分析

6.2.1 成本导向定价法

6.2.2 需求导向定价法

6.2.3 竞争导向定价法

6.3 我国连锁书店定价机制的改进趋势

6.4 不同地域连锁书店价格水平分析

6.4.1 东北

6.4.2 华北

6.4.3 华东

6.4.4 华中

6.4.5 华南

6.4.6 西北

6.4.7 西南

6.5 连锁书店经销模式及渠道价格构成

6.5.1 销售主要渠道分析

6.5.2 渠道价格构成

6.5.3 产品出厂价构成

6.5.4 产品零售价构成

第七章 2018-2024年我国连锁书店市场价格走势与影响因素预测

7.1 2018-2024年我国连锁书店价格机制发展趋势预测

7.2 2018-2024年连锁书店走势及影响因素预测

7.2.1 2018-2024年产品价格走势预测

7.2.1.1 原材料价格预测

7.2.1.2 成本价格变动预测

7.2.2 2018-2024年产品价格走势影响因素

7.2.2.1 人民币汇率变化影响

7.2.2.2 全球产业转移影响分析

7.2.2.3 其他因素分析

7.3 2018-2024年我国不同地区连锁书店市场价格预测

7.3.1 东北

7.3.2 华北

7.3.3 华东

7.3.4 华中

7.3.5 华南

7.3.6 西北

7.3.7 西南

7.4 2018-2024年连锁书店价格走势对市场影响分析

7.4.1 2018-2024年连锁书店价格变化对相关产业影响分析

7.4.2 2018-2024年连锁书店价格走势对本行业整体发展趋势影响

7.4.3 2018-2024年连锁书店价格走势对本行业竞争格局影响

7.5 2018-2024年连锁书店价格变化企业应对策略建议

7.5.1 挖掘渠道优势

7.5.2 借力资本市场

7.5.3 打造创立自主品牌

第八章 行业相关建议

8.1 本报告主要结论及观点

8.2 策略建议

8.2.1 宏观策略角度

8.2.2 中观产业角度

8.2.3 微观企业角度

8.3 连锁书店市场品牌策略与价格的关联性分析

8.3.1 市场品牌定位及策略分析

8.3.2 市场品牌知名度及策略分析

8.3.3 市场品牌美誉度及策略分析

8.3.4 市场品牌忠诚度及策略分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/348334348334.html>