

# 2021年中国高校实体书店市场分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国高校实体书店市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/wentibangong/529876529876.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

校园实体书店被誉为“校园文化地标”，是校园内最具特色和代表性的综合性文化场所，其雏形是主营各类教辅图书的读者服务部。2019年，教育部下发《关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》，要求“各高校应至少有一所图书经营品种、规模与本校特点相适应的校园实体书店，没有的应尽快补建”。根据高校图书情报工作指导委相关数据显示，410所高校中，校园内有实体书店的只占42.2%，售卖教辅类图书占比78.5%，这与“文化地标”的定位不符。同时，随着网络书店与民营书店的崛起，在一定程度上冲击着高校实体书店行业发展。

### 一、供应商的议价能力

高校实体书店的供应商是书商、系统服务商等。由于高校实体书店整体规模不大且图书数量不高，所以书商的议价能力就变强。不过，在2013年，财政部推出《关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》，其中就明确要对零售、批发等环节的增值税进行免除。另外，随着政策的支持，很多高校都对本校内部的书店开办提供支持，并从水电费、租金等方面给这些书店提供了一定的优惠措施，并根据实际情况在设备设施投入方面给予一定的支持。总的来说，供应商的议价能力不强。

### 二、购买者的议价能力

高校实体书店的购买者是在校学生、教师、周边其他社会人士及高校内相关机构，主要以在校学生为主。目前，校园图书市场早已处于买方市场状态，尤其是网上书店和数字阅读的出现，使读者在图书产品的选择上空间很大。而且由于在校学生是高校实体书店的主要消费人员，所以购买者整体议价水平较高。

### 三、潜在进入者的威胁

在教育部的号召下，许多在大众市场上经营良好的品牌连锁书店、民营书店表示将进军高校市场，在校园内开设分店。实际上，目前已有一部分连锁书店和民营书店进入高校实体书店行列当中来了，例如辽宁出版集团与省内高校联合推出了品牌化、连锁化“校园书店”项目。这些连锁书店凭借着雄厚资金以及稳定的供应方，将书店设计装修成高端化、种类多样化类型，同时再融合自己的文化理念和阅读氛围，来吸引年轻大学生的目光。不过，由于连锁书店个性强、模式固定，其品牌定位可能与该高校的专业特色相脱离，而且过度强调品牌效应、室内装潢，将书店打造成一个网红书店，这会使得书店的商业氛围过浓而文化建设不足。因此，对于这类书店而言，潜在进入者所带来的威胁呈现出中等水平。

我国部分高校实体书店及简介

名称

简介

广西师范大学出版社独秀书房

3年时间里，通过高校出场地、出版社进行建设及运营的合作方式，独秀书房已建成13家实

体书店，遍及桂林、南宁、柳州、玉林、梧州、贺州6个城市的10所高校，总经营面积超过4000平方米，图书品种10多万种，辐射上百万师生和市民群体，成为颇具社会影响力的“人文实验室”，学生在这里除了买书、读书、讨论、交流、上网外，还能当兼职的书房售货员。

#### 博库书城徐州工程学院书店

自2017年4月营业以来，已逐渐形成“阅读学习、展示交流、文化沙龙、师生活动、专题培训和学术体验”为一体的校园书店。这家建筑面积260平方米的书店，不仅卖书，还经营文创产品、点心、咖啡和茶。最为特别的是，书店开在学校的图书馆里，由出版社、专业书店以及学校三方共同开办

#### 厦大出版社南强书苑

南强书苑结合图书、校园文创、咖啡文化等，采取多元化经营模式，实现自身转型发展、创新文化服务、丰富校内文化阅读活动。转型后的南强书苑，重点打造各种阅读活动，多次举办阅读分享会、名师讲坛等一系列阅读活动，逐步发展为读者心目中的厦门大学“文化阅读会客厅”

#### 华东理工大学陇上书店

是一家由华东理工大学出版社门市部化工书店升级的高校书店。店内陈列图书品种超5000种，册数超过2万册，以科学和人文类图书为主要方向，同时涉及历史、艺术、生活、美学等多种图书。此外，书店还经营咖啡和文创产品数据来源：公开资料整理

#### 四、替代品的威胁

高校实体书店替代品有图书馆、网上书店、数字阅读、线上知识付费服务、咖啡厅。除此之外，爱奇艺、哔哩哔哩、抖音等视频平台以及微信等社交软件也在很大程度上侵占了学生的阅读时间。究其原因，随着电商迅猛发展以及人们生活节奏加快，导致许多消费者鉴于网店拥有价格低廉、运输快捷等突出优势而选择网上购书，同时人们阅读模式也呈现出典型的碎片化特征，手机与电子阅读逐步渗透传统书店市场。因此，高校实体书店的替代品威胁很大。

2020年中国图书零售市场渠道结构 数据来源：公开资料整理

2016-2020年我国图书零售市场网店渠道规模及增长情况 数据来源：公开资料整理

2016-2019年我国数字阅读行业用户规模及市场规模统计情况 数据来源：公开资料整理

#### 五、同业竞争者的竞争程度

高校实体书店行业竞争者是校园内其他书店、书摊及高校周边私营书店。根据相关数据显示，校园内有2个以上实体书店的高校占6.6%。这比例虽不高，但对于在同一经营范围内的书店而言并不友好，主要体现在三个方面：一是校园内图书市场比较小，而拥有先开权的书店通过会员制、积分券等形式已培养一批消费者，其忠诚度较高；二是，校园书店选址极其重要，在宿舍、食堂与教学楼等人流量大的地方所带来的客流量也多，所以这类书店凭借位置优势以及便利性，更容易获得消费量的增加；三是，高校书摊、书贩售卖盗版书、考试

复印资料的现象存在，由于大学生没有收入来源、购买力不强，所以更容易去购买这类价格低廉的盗版书和复习资料，并且高校对这类书店打击力度较低，因此对售卖正版书的正规实体书店来说冲击较大。

综上所述，高校实体书店行业应避免潜在竞争者、替代产品、现有竞争者三方面因素带来的威胁，必须利用自身资源优势以及政策优势来提高市场竞争力，具体可以从开发社交属性、向数字化转型等方面入手。

我国高校实体书店行业竞争策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国高校实体书店市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国高校实体书店行业发展概述

#### 第一节 高校实体书店行业发展情况概述

##### 一、高校实体书店行业相关定义

## 二、高校实体书店行业基本情况介绍

## 三、高校实体书店行业发展特点分析

### 第二节 中国高校实体书店行业上下游产业链分析

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、高校实体书店行业产业链条分析

#### 三、中国高校实体书店行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

### 第三节 中国高校实体书店行业生命周期分析

#### 一、高校实体书店行业生命周期理论概述

#### 二、高校实体书店行业所属的生命周期分析

### 第四节 高校实体书店行业经济指标分析

#### 一、高校实体书店行业的赢利性分析

#### 二、高校实体书店行业的经济周期分析

#### 三、高校实体书店行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国高校实体书店行业进入壁垒分析

#### 一、高校实体书店行业资金壁垒分析

#### 二、高校实体书店行业技术壁垒分析

#### 三、高校实体书店行业人才壁垒分析

#### 四、高校实体书店行业品牌壁垒分析

#### 五、高校实体书店行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球高校实体书店行业市场发展现状分析

### 第一节 全球高校实体书店行业发展历程回顾

### 第二节 全球高校实体书店行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲高校实体书店行业地区市场分析

##### 一、亚洲高校实体书店行业市场现状分析

##### 二、亚洲高校实体书店行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲高校实体书店行业市场前景分析

#### 第四节 北美高校实体书店行业地区市场分析

##### 一、北美高校实体书店行业市场现状分析

##### 二、北美高校实体书店行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美高校实体书店行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟高校实体书店行业地区市场分析

##### 一、欧盟高校实体书店行业市场现状分析

二、欧盟高校实体书店行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟高校实体书店行业市场前景分析

第六节 全球高校实体书店行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界高校实体书店行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球高校实体书店行业市场规模预测

第三章 中国高校实体书店产业发展环境分析

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、全社会消费品高校实体书店总额

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 中国高校实体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

第三节 中国高校实体书店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 中国高校实体书店行业运行情况

第一节 中国高校实体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 中国高校实体书店行业市场规模分析

第三节 中国高校实体书店行业供应情况分析

第四节 中国高校实体书店行业需求情况分析

第五节 中国高校实体书店行业供需平衡分析

第六节 中国高校实体书店行业发展趋势分析

## 第五章 中国高校实体书店所属行业运行数据监测

### 第一节 中国高校实体书店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 中国高校实体书店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 中国高校实体书店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 2017-2020年中国高校实体书店市场格局分析

### 第一节 中国高校实体书店行业竞争现状分析

#### 一、中国高校实体书店行业竞争情况分析

#### 二、中国高校实体书店行业主要品牌分析

### 第二节 中国高校实体书店行业集中度分析

#### 一、中国高校实体书店行业市场集中度分析

#### 二、中国高校实体书店行业企业集中度分析

### 第三节 中国高校实体书店行业存在的问题

### 第四节 中国高校实体书店行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国高校实体书店行业竞争力分析

#### 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 2017-2020年中国高校实体书店行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国高校实体书店行业消费市场动态情况



## 第二节 中国高校实体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 高校实体书店行业成本分析

## 第四节 高校实体书店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 中国高校实体书店行业价格现状分析

## 第六节 中国高校实体书店行业平均价格走势预测

- 一、中国高校实体书店行业价格影响因素
- 二、中国高校实体书店行业平均价格走势预测
- 三、中国高校实体书店行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国高校实体书店行业区域市场现状分析

### 第一节 中国高校实体书店行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区高校实体书店市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区高校实体书店市场规模分析
- 四、华东地区高校实体书店市场规模预测

#### 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、华中地区高校实体书店市场规模分析
- 四、华中地区高校实体书店市场规模预测

#### 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、华南地区高校实体书店市场规模分析
- 四、华南地区高校实体书店市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国高校实体书店行业竞争情况

### 第一节 中国高校实体书店行业竞争结构分析（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 中国高校实体书店行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国高校实体书店行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 高校实体书店行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国高校实体书店行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国高校实体书店行业未来发展前景分析

- 一、高校实体书店行业国内投资环境分析
- 二、中国高校实体书店行业市场机会分析
- 三、中国高校实体书店行业投资增速预测

### 第二节 中国高校实体书店行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国高校实体书店行业市场发展预测

- 一、中国高校实体书店行业市场规模预测
- 二、中国高校实体书店行业市场规模增速预测
- 三、中国高校实体书店行业产值规模预测
- 四、中国高校实体书店行业产值增速预测
- 五、中国高校实体书店行业供需情况预测

#### 第四节 中国高校实体书店行业盈利走势预测

- 一、中国高校实体书店行业毛利润同比增速预测
- 二、中国高校实体书店行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国高校实体书店行业投资风险与营销分析

### 第一节 高校实体书店行业投资风险分析

- 一、高校实体书店行业政策风险分析
- 二、高校实体书店行业技术风险分析
- 三、高校实体书店行业竞争风险分析
- 四、高校实体书店行业其他风险分析

### 第二节 高校实体书店行业企业经营发展分析及建议

- 一、高校实体书店行业经营模式
- 二、高校实体书店行业销售模式

### 三、高校实体书店行业创新方向

#### 第三节 高校实体书店行业应对策略

- 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年中国高校实体书店行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国高校实体书店行业品牌战略分析

- 一、高校实体书店企业品牌的重要性
- 二、高校实体书店企业实施品牌战略的意义
- 三、高校实体书店企业品牌的现状分析
- 四、高校实体书店企业的品牌战略
- 五、高校实体书店品牌战略管理的策略

### 第二节 中国高校实体书店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 中国高校实体书店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年中国高校实体书店行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国高校实体书店行业产品策略分析

- 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 中国高校实体书店行业定价策略分析

### 第三节 中国高校实体书店行业营销渠道策略

一、高校实体书店行业渠道选择策略

二、高校实体书店行业营销策略

第四节 中国高校实体书店行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国高校实体书店行业重点投资区域分析

二、中国高校实体书店行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

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/529876529876.html>