

2017-2023年中国教辅图书行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国教辅图书行业市场运营态势及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201707/543592.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：

- 第一章2014-2016年中国教辅行业市场发展环境解析 17
 - 第一节2014-2016年中国教辅市场社会环境分析 17
 - 一、中国人口结构 17
 - 二、学历情况分析 17
 - 三、消费观念 18
 - 第二章2014-2016年中国教辅行业市场运行态势剖析 20
 - 第一节2014-2016年中国图书出版行业运行综述 20
 - 一、中国图书出版业的阶段性跨越 20
 - 二、图书出版业组织结构分析 22
 - 三、图书出版的板块结构分析 31
 - 第二节2014-2016年中国教辅市场发展现状分析 36
 - 一、非国有教辅书业酝酿变局 36
 - 二、以科学发展观统领教辅出版业发展 38
 - 三、教辅类报纸发展壮大的突破口 40
 - 第三节2014-2016年中国教辅市场面临的机遇与挑战 44
 - 一、整体格局混乱 44
 - 二、同质化严重 47
 - 第三章2014-2016年中国教辅细分市场运行形势剖析 49
 - 第一节少儿教辅 49
 - 第二节基础教育教辅 54
 - 第三节高等教育教辅 58
 - 第四章2014-2016年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析 60
 - 第一节2014-2016年中国图书市场总体运行态势 60
 - 一、全国图书零售市场走势基本平稳 60
 - 二、生活类图书领衔零售市场 62
 - 三、教辅教材类图书在零售市场当中呈现出明显的上升趋势 63
 - 四、全国教辅书质检情况分析 65
 - 五、中国出口美国图书总额首次下滑 71
 - 第二节2014-2016年中国教辅类书籍市场销售情况分析 72
 - 一、高考服务类教辅书销售升温 72
 - 二、教辅类图书销量上涨30% 72
 - 三、北京图书大厦教辅类图书销售额同比分析 73

- 四、省城教辅类图书销量日增 73
- 五、教辅书主打“服务牌” 74
- 第五章2014-2016年中国教辅类书籍市场消费全面调研 75
 - 第一节受访者基本情况调查分析 75
 - 一、性别占比 75
 - 二、年龄分布 75
 - 三、所在区域分布 76
 - 四、消费者拥用教辅书比率 76
 - 第二节教辅书消费者消费行为调查分析 77
 - 一、消费者购买教辅书的原因 77
 - 二、消费者对教辅书的喜好调查分析 77
 - 三、学生教辅书采购形式调查分析 78
 - 四、教辅书能否提高学习成绩调查分析 78
 - 五、消费者是何时使用教辅书的调查分析 79
 - 六、影响消费者选购教辅书的原因调查分析 79
- 第六章2014-2016年中国教辅图书市场营销透析 82
 - 第一节2014-2016年中国图书出版业营销概况 82
 - 一、图书出版的扁平化营销解析 82
 - 一、扁平化渠道的优点 83
 - 二、扁平化渠道的措施保证 84
 - 二、图书出版营销中的整合营销 87
 - 三、图书出版目标市场定位要准确 91
 - 第二节2014-2016年中国教辅类书籍营销模式探析 91
 - 一、传统的出版物营销模式存在的问题 91
 - 二、数字环境下出版物新营销模式探索 92
 - 1、利用出版社网站“拉”客户 93
 - 2、利用门户网站的人流量提高人气 93
 - 3、利用新技术维护老客户 94
 - 三、新营销模式下的显著变化 95
 - 第三节第教辅图书发行渠道和市场局变 96
 - 一、关注网络与直销渠道 96
 - 二、教辅图书案例解析—四川新华文轩连锁股份有限公司 97
 - 第四节2014-2016年中国教辅书市场营销策略分析 98
 - 一、教辅品牌的规划原则 99
 - 二、教辅品牌的营销策略 99

三、教辅书营销创新思路	100
第七章2014-2016年中国教辅市场竞争格局透析	105
第一节2014-2016年中国图书出版类行业竞争现状	105
一、中国图书市场竞争的三个阶段	105
1、品版竞争	105
2、市场竞争	106
3、个性化竞争	109
二、中国图书出版业竞争结构解析	112
一、中国图书出版业行业竞争程度的分析	112
二、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析	114
三、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析	115
四、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析	116
五、中国图书出版业替代品威胁的分析	117
三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场	119
第二节2014-2016年中国教辅市场竞争格局	120
一、3万多教辅“抢滩登陆”	120
二、民营书营抢食70亿教辅书市场	121
第三节2014-2016年中国教辅行业集中度分析	122
一、区域集中度分析	122
二、市场集中度分析	123
第四节2017-2023年中国教辅行业竞争趋势分析	123
第八章2014-2016年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析	127
第九章2017-2023年中国教辅行业投资机会与风险规避指引	128
第一节2014-2016年中国教辅类图书教辅投资的特点	128
第二节2017-2023年中国教辅行业投资机会分析	128
一、中国图书出版业投资潜力分析	128
二、教辅类书籍投资吸引力分析	129
第三节2017-2023年中国教辅行业投资风险预警	131
一、宏观调控政策风险	131
二、市场竞争风险	131
三、市场运营机制风险	131
第四节2017-2023年中国教辅行业投资规划指引	132
第十章2017-2023年中国教辅行业发展趋势与前景展望	137
第一节2017-2023年中国教辅行业发展前景分析	137
一、中国图书出版业前景展望	137

一、面临的挑战	137
二、面临的机遇	139
三、网络与21世纪的中国出版业	141
二、教辅类书籍市场前景透析	143
三、数码教辅助工具成学生新宠	146
第二节2017-2023年中国教辅行业发展趋势分析	146
一、中国民营教辅业的发展趋势	146
二、高考教辅出版呈现新趋势	148
三、教辅书的流行新趋势	150
第三节2017-2023年中国教辅行业市场预测分析	151
第四节2017-2023年中国教辅市场盈利预测分析	152
第十一章2014-2016年中国教辅业市场运行环境解析	153
第一节2014-2016年中国教辅业政策环境分析	153
一、《基础教育课程改革纲要(试行)》的颁布和实施	153
二、中国教辅图书管理机制分析	162
三、教育体制改革对教辅图书行业的影响	163
四、教辅图书行业政策法规分析	163
第二节2014-2016年中国教辅行业社会环境分析	164
一、中国人口规模分析	164
二、中国政府教育投资状况	165
三、中国应试教育背景下催生教辅市场蓬勃发展	167
第十二章2014-2016年中国教辅行业整体运行状况分析	169
第一节2014-2016年中国教辅行业发展特征分析	169
一、同步类教辅市场占有率较大	169
二、检测类及考试强化训练类教辅受到挤压	169
三、专题探讨类教辅将形成新亮点	170
四、教辅图书涵盖的学科将趋于多元化	170
五、教辅市场的发展将带来新一轮的科普热	170
第二节2014-2016年中国教辅行业市场规模现状分析	171
一、中国教辅行业整体市场规模分析	171
二、中国教辅行业市场人均量分析	171
三、中国教辅行业企业体量分析	172
四、中国教辅行业市场分布(城市、农村)	172
第三节2014-2016年中国教辅行业亮点分析	173
一、教辅类图书行业平均利润情况分析	173

- 二、教辅类图书行业市场竞争激烈，然而缺乏有竞争力的出版及发行商 173
- 三、市场混乱局面仍将持续，行业由无序转到有序至少还需要3-5年 174
- 四、教辅类图书市场化进程加快 174
- 五、品牌意识增强，但是缺乏针对性的有影响力的宣传 174
- 六、内容新颖成为教辅图书生存的前提 175
- 七、教辅类图书发行时间性强，对渠道的要求高，使渠道成为教辅类图书的必争之地 175
- 第四节2014-2016年中国教辅市场渠道模式分析 175
 - 一、系统发行模式 175
 - 二、市场营销模式 176
 - 三、其它渠道模式 176
- 第五节2014-2016年中国教辅行业存在问题分析 180
 - 一、行业缺乏监管制度 180
 - 二、市场极为不规范 181
 - 三、地方保护主义浓厚 182
 - 四、教辅盗版现象严重 182
 - 五、教辅产品质量堪忧 183
- 第六节2014-2016年中国教辅图书市场存在的问题分析 183
 - 一、选题滞后，内容老化 184
 - 二、急功近利，同质化严重 184
 - 三、书商雇人写书，错误百出 184
 - 四、编校人员素质偏低 184
 - 五、原稿质量水平低 185
 - 六、教材多元化，导致有些同步教辅不同步 185
- 第七节提高教辅图书质量的建议和措施 185
- 第十三章2014-2016年中国中小学教辅市场运行分析 189
 - 第一节中国在校生规模 189
 - 一、中国学校规模 189
 - 二、中国在校生规模统计 189
 - 1、小升初 189
 - 2、初中升高中 189
 - 三、在校生对教辅的应用情况 189
 - 第二节2014-2016年中国中小学教辅市场运行动态分析 189
 - 一、中小学教辅订购情况 189
 - 二、中小学教辅细分类别及所占比重分析 193
 - 1、诵读类 193

2、习字贴类 194

3、辅导类 194

4、训练类 195

5、测评类 195

第三节2014-2016年中国中小学教辅市场问题探讨 196

第十四章2014-2016年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析 201

第一节2014-2016年中国英语培训行业教辅市场发展现状分析 201

一、中国英语培训行业教辅市场规模分析 201

二、中国英语培训行业教辅市场结构及特点分析 208

三、中国英语培训行业教辅市场竞争格局分析 210

四、中国英语培训主体企业教辅使用情况分析 211

五、2017-2023年中国英语培训行业教辅市场规模发展趋势分析 212

第十五章2014-2016年中国教辅行业主要细分类别市场发展现状及趋势分析 215

第一节2014-2016年中国书籍类教辅市场发展现状及趋势分析 215

一、中国书籍类教辅市场发展现状分析 215

二、中国书籍类教辅市场竞争格局分析 219

三、2017-2023年中国书籍类教辅市场发展趋势分析 220

第二节2014-2016年中国电子类教辅市场发展现状及趋势分析 220

一、中国电子类教辅市场发展现状分析 220

二、中国电子类教辅市场竞争格局分析 221

三、2017-2023年中国电子类教辅市场发展趋势分析 222

第十六章2014-2016年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析 223

第一节2014-2016年中国少儿教辅市场发展现状及趋势分析 223

一、中国少儿教辅市场规模发展现状分析 223

二、中国少儿教辅市场竞争格局分析 226

三、2017-2023年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析 227

第二节2014-2016年中国基础教育教辅市场发展现状及趋势分析 229

一、中国基础教育教辅市场规模发展现状分析 230

二、中国基础教育教辅市场竞争格局分析 231

三、2017-2023年中国基础教育教辅市场规模发展趋势分析 232

第三节2014-2016年中国高等教育教辅市场发展现状及趋势分析 234

一、高等教育教辅市场规模发展现状分析 234

二、高等教育教辅市场竞争格局分析 235

三、2017-2023年高等教育教辅市场规模发展趋势分析 238

第十七章 图书出版发行相关知识概述 240

- 第一节出版发行概述 240
- 第二节图书的商品性质 244
 - 一、图书是一种文化商品 244
 - 二、图书商品有显著的差异化 244
 - 三、图书属于较弱的超必需品 246
 - 四、图书商品具有正的外部性 249
- 第三节中国图书出版业的发展阶段 250
 - 一、超常规增长阶段（1978-1985年） 250
 - 三、新的增长阶段（1995年至今） 270
- 第十八章2012-2016年中国图书出版行业发展形势分析 277
 - 第一节2012-2016年中国图书出版业的滞胀现象剖析 277
 - 一、图书出版业滞胀的表现 277
 - 二、图书出版业滞胀的原因 284
 - 三、图书出版业体制改革加速 288
 - 一、出书结构30分 290
 - 二、出书质量50分 290
 - 三、其他20分 291
 - 第二节2012-2016年中国图书出版中的品牌分析 293
 - 一、中国图书出版品牌化的原因 293
 - 二、出版社品牌竞争力的五大构成 295
 - 三、品牌竞争时代的图书出版物现状 297
 - 四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨 299
- 第十九章2012-2016年中国图书出版市场运行动态分析 307
 - 第一节2012-2016年中国图书出版市场概述 307
 - 一、中国图书出版市场规模状况 307
 - 二、图书出版利润分析 309
 - 第二节2014-2016年中国图书出版市场中存在的问题及对策 315
 - 一、加大对图书出版业的政策支持 315
 - 二、降低书刊批销市场准入门槛 316
 - 三、努力培育完善的市场体系 317
 - 四、加强图书出版业的资本运作 319
 - 一、联合竞争对手，壮大出版实力 320
 - 二、设立直销书店，缩短销售链条 320
 - 三、涉足新华改制，打通产业链条 321
 - 四、联手零售之王，增设分销渠道 321

第二十章2012-2016年中国图书发行运行走势分析	324
第一节2012-2016年中国图书发行行业分析	324
一、网络环境下的图书发行模式	324
一、网络出版的发展对出版商的影响	332
三、网上书店	338
四、网络环境下传统出版业的对策	347
二、图书发行行业市场行为分析	352
三、民营图书发行行业状况	355
第二节2012-2016年中国图书发行行业的盈利分析	360
一、中国本土书店处境分析	360
二、图书发行行业战略扩张原则	362
三、图书发行行业盈利的战略措施	363
第三节2012-2016年中国图书发行业多元化发展分析	364
一、图书发行行业多元化的原因	364
二、图书发行行业多元化的考虑因素	366
三、图书发行企业多元化的策略	368
第四节2012-2016年中国图书出版物发行折扣分析	371
一、图书发行高折扣的市场原因	372
二、图书发行高折扣的制度原因	373
三、图书市场高折扣现象的对策	375
第二十一章2012-2016年中国不同类型图书出版发行业态势分析	378
第一节2012-2016年中国教育图书出版业发行情况透析	378
一、2016年教育图书出版总结	378
二、教育图书市场化改革逐步加快	378
第二十二章2017-2023年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析	379 (ZY ZM)
第一节2017-2023年中国图书出版行业网络化分析	379
一、网络渐成图书零售重要渠道	379
二、图书零售进入网络时代	381
三、电子图书网络书店冲击传统书店	383
四、网络阅读率已达49%接近图书阅读率	384

图表目录：

图表1：2016年年末人口数及其构成 17

图表2：2012-2016年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 18

图表3：2016年居民消费价格月度涨跌幅度 19

- 图表4：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 19
- 图表5：中国少儿教辅内容需求现状 51
- 图表6：您喜欢让孩子读哪类书？ 52
- 图表7：您喜欢看下列哪些杂志？ 53
- 图表8：您希望课外阅读对孩子能有什么好处？ 53
- 图表9：您觉得妨碍儿童阅读的主要因素是什么？ 54
- 图表10：您经常用什么方式进行阅读 54
- 图表11：中国高等教育教辅内容需求现状 59
- 图表12：2016年10月开卷全国实体书店成长性分析 60
- 图表13：2016年10月全国实体书店渠道12个主要细分市场环比表现 61
- 图表14：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月环比变化 61
- 图表15：2016年10月12个全国实体书店渠道主要细分市场同比表现 61
- 图表16：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月的同比变化 62
- 图表17：2016年10月全国实体书店渠道五大地区环比表现 62
- 图表18：2016年10月全国实体书店渠道五大地区同比表现 62
- 图表19：本月少儿类首次上榜图书 62
- 图表20：零售市场构成 64
- 图表21：2008年度全国教育教辅类报纸质量检查综合分数排名 69
- 图表22：受访者性别占比 75
- 图表23：受访者年龄分布 75
- 图表24：受访者所在区域分布 76
- 图表25：消费者拥用教辅书比率 76
- 图表26：消费者购买教辅书的原因 77
- 图表27：消费者对教辅书的喜好调查分析 78
- 图表28：学生教辅书采购形式调查分析 78
- 图表29：教辅书能否提高学习成绩调查分析 79
- 图表30：消费者是何时使用教辅书的调查分析 79
- 图表31：影响消费者选购教辅书的原因调查分析 79
- 图表32：整合营销的策略流程图 89
- 图表33：民营运作的四个走向 146
- 图表34：2017-2023年中国教辅行业市场预测分析 151
- 图表35：2017-2023年中国教辅行业市场盈利能力预测 152
- 图表36：中国教辅行业整体市场规模 171
- 图表37：中国教辅行业市场人均量 171
- 图表38：中国教辅行业企业体量 172

- 图表39：中国教辅行业市场分布（城市、农村） 172
- 图表40：诵读类占中小学教辅比重 193
- 图表41：习字贴类占中小学教辅比重 194
- 图表42：辅导类占中小学教辅比重 194
- 图表43：训练类占中小学教辅比重 195
- 图表44：测评类占中小学教辅比重 196
- 图表45：高中生英语教辅资料使用情况调查结果 202
- 图表46：中国基础教育教辅内容需求现状 230
- 图表47：需求曲线与价格弹性 245
- 图表48：美国经济中部分商品的价格弹性 245
- 图表49：1977-1989年书籍、课本随人均收入增长的变化情况 246
- 图表50：1977-1989年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况 247
- 图表51：1977-1989年中国书籍、课本、图片出版总量 247
- 图表52：美国一些商品的收入弹性 248
- 图表53：全社会书报杂志零售额在社会消费品零售总额中的比重 249
- 图表54：1949-1985年中国图书出版概况 250
- 图表55：1978-1985年中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量（万吨） 252
- 图表56：1985-1994年中国图书出版概况 254
- 图表57：1980-1989年上海各图书发行部门*图书库存变化（万册） 255
- 图表58：1977-1989年中国新华书店的图书销售量（亿册） 255
- 图表59：中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费*的比重 256
- 图表60：卖方市场 257
- 图表61：不同供给弹性下的价格变化比较 258
- 图表62：买方市场 258
- 图表63：不同需求弹性下的价格变化比较 258
- 图表64：1978-1987年中国的图书销售额及单位印张价格* 259
- 图表65：1978-1987年中国图书市场的需求弹性测算* 260
- 图表66：1977 - 1989年图书平均印数的变化情况 261
- 图表67：1977-1987年中国的职工平均工资 261
- 图表68：1987年中国城镇居民家庭中人均全年生活费支出及书报费支出 263
- 图表69：1978-1987年上海版图书的成本价格 264
- 图表70：中国出版社的增长情况 266
- 图表71：1994-2005年中国图书出版概况 271
- 图表72：2005-2009年中国图书出版种类分布统计 272
- 图表73：2005-2009年中国图书总印数亿册（张） 272

- 图表74：各细分市场码洋比重对比 307
- 图表75：近年新书品种及新书平均定价对比 308
- 图表76：影响图书最终利润的因素 309
- 图表77：发行价格升降对出版利润的影响 311
- 图表78：图书发行价格与最终利润价格 313
- 图表79：近期中国图书出版业资本变动总结情况 319
- 图表80：四川新华文轩连锁股份有限公司股东情况 321
- 图表81：传统的出版发行模式和流程 331
- 图表82：网络环境下出版商与最终消费者关系 331
- 图表83：网络环境下出版商、发行商、零售商与最终消费者的关系 332
- 图表84：传统发行模式与网上书店发行模式比较 335
- 图表85：传统发行模式与网络发行模式特点对比 336
- 图表86：传统的图书发行渠道 336
- 图表87：网络环境下多元化的发行渠道 337
- 图表88：北京大学研究生最常去的够舒场所排名 338
- 图表89：传统购书方式 342
- 图表90：网上书店购书方式 343
- 图表91：是否在网上书店买过书 344
- 图表92：对网上书店之物流速度满意度 346
- 图表93：对网上书店之物流价格满意度 346
- 图表94：买书时遇到的折扣情况 350
- 图表95：民营图书从业者与图书行业之SWOT分析表 356
- 图表96：民营图书从业者之SWOT矩阵分析表 358

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/543592.html>