

# 2014-2019年中国教辅类图书市场投资分析及发展 策略建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国教辅类图书市场投资分析及发展策略建议报告》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/201408/272641.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

教辅市场是一个利润诱人的大市场，全国500多家出版社中出教辅书的就有440多家，其中很大一部分出版社的赢利几乎全来自教辅书的销售。然而，也正是这样的现状--投入少、利润高，大家都想来此分一杯羹，这个市场的内部秩序相比更为混乱，各商家之间的搏杀更激烈，市场的竞争更无序。在这种情况下推出的教辅书量虽庞大，但却有一部分是成本低廉、质量低劣的产品，许多图书的选题出现重复的现象。因此，出版社要想将自己的拳头产品营销出去也确实是难上加难。

《2014-2019年中国教辅类图书市场投资分析及发展策略建议报告》对我国教辅类图书的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 2011-2013年世界图书出版业运营状况分析

#### 第一节 美国图书出版业

- 一、美国的图书发行概述
- 二、美国按需出版图书种类超过传统出版
- 三、美国育儿图书出版细化
- 四、美国图书出口贸易分析
- 五、美国出版业热衷中国题材图书

#### 第二节 日本图书出版业

- 一、日本市场的畅销图书出版物概述
- 二、日本图书的流通体制
- 三、日本绞尽脑汁欲盘活图书市场
- 四、日本图书出版业的新型出版形式

#### 第三节 英国图书出版业

- 一、英国图书出版业发展的特点
- 二、英国图书发行业状况
- 三、英国超市的图书市场份额
- 四、英国图书出口形势透析

#### 第四节 德国图书出版发行分析

- 一、德国图书出版业概况
- 二、德国图书贸易管理与发行
- 第二章 2011-2013年中国图书出版行业发展分析
  - 第一节 中国图书出版业发展演进
  - 第二节 中国图书出版发展总况
    - 一、中国图书出版量有所增长
    - 二、中国图书出版业的特性
    - 三、图书出版业组织结构分析
    - 四、图书出版产业利润状况
    - 五、中国图书出版业对外政策
    - 六、中国图书出版业竞争结构解析
  - 第三节 图书出版的板块结构分析
    - 一、以市场为导向的出版结构
    - 二、板块结构出书的现代出版特征
    - 三、板块的推进与转移
  - 第四节 剖析中国图书出版业的滞胀现象
    - 一、图书出版业滞胀的表现
    - 二、图书出版业滞胀的原因
    - 三、图书出版业改革的重点
  - 第五节 图书出版中的品牌分析
    - 一、中国图书出版品牌发展状况
    - 二、中国图书出版品牌化的原因
    - 三、品牌图书支撑出版社的发展
    - 四、出版品牌图书是读者的要求
    - 五、中国图书出版业品牌化运作的模式
  - 第六节 中国图书出版企业发展分析
    - 一、图书出版企业信息化建设综述
    - 二、中国经营性图书出版企业评估制度建立
  - 第七节 中国图书发行行业分析
    - 一、中国图书发行市场结构及模式分析
    - 二、图书发行市场行为分析
    - 三、民营图书发行业已成为中国图书发行的重要力量
    - 四、中国图书发行集团资本经营的路径选择
    - 五、图书发行行业的盈利分析
- 第三章 2011-2013年中国教辅市场运行环境解析

## 第一节2011-2013年中国教辅市场政策环境分析

- 一、《出版管理条例》
- 二、《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》
- 三、《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》
- 四、《出版物市场管理规定》
- 五、国内图书出版市场准入标准提升
- 六、图书发行业实施新标准

## 第二节2011-2013年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、固定资产投资情况
- 六、社会消费品零售总额
- 七、对外贸易&进出口

## 第三节2011-2013年中国教辅市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、居民消费观念

## 第四章2010-2012年国内教辅类图书行业（所属行业）数据监测分析

### 第一节 2010-2012年中国教辅类图书行业（所属行业）总体数据分析

- 一、2010年中国教辅类图书行业全部企业（所属行业）数据分析
- 二、2011年中国教辅类图书行业全部企业（所属行业）数据分析
- 三、2012年中国教辅类图书行业全部企业（所属行业）数据分析

### 第二节 2010-2012年中国教辅类图书行业（所属行业）不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国教辅类图书行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国教辅类图书行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国教辅类图书行业（所属行业）不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国教辅类图书行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国教辅类图书行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国教辅类图书行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国教辅类图书行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

## 第五章 2011-2013年中国图书出版市场分析

### 第一节 中国图书出版市场综述

## 一、体制改革加速我国图书出版市场整合

### 二、挖掘潜在读者群拓展图书出版市场

### 三、从出版社角度分析图书市场的状况

## 第二节 图书出版市场的垄断与竞争

### 一、国内外图书出版市场特征比较

### 二、图书出版市场不完全竞争的根源

### 三、出版市场有效竞争的前提

## 第三节 图书出版市场的成本分析

### 一、图书出版的资金及市场

### 二、图书出版成本预计

### 三、图书出版成本的计算

## 第四节 中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

### 一、中国图书出版市场结构概述

### 二、中国图书出版市场行为简析

### 三、中国图书出版市场绩效考察

## 第五节 图书出版市场中存在的主要问题

### 一、图书出版市场需净化

### 二、高库存牵制图书出版市场发展

### 三、图书出版市场结构不合理

### 四、图书出版市场资源浪费严重

## 第六章 2011-2013年中国教辅行业市场运行态势剖析

### 第一节 2011-2013年中国教辅市场动态分析

#### 一、“超纲”教辅购买热引发思考

#### 二、进校教辅材料优惠让利 为家长减负

#### 三、一教一辅制遭热议，建议统一实行教辅招标

### 第二节 2011-2013年中国教辅市场发展现状分析

#### 一、非国有教辅书业酝酿变局

#### 二、以科学发展观统领教辅出版业发展

#### 三、教辅类报纸发展壮大的突破口

#### 四、中国民办教育的未业新增强点

### 第三节 2011-2013年中国教辅市场面临的机遇与挑战

#### 一、整体格局混乱

#### 二、同质化严重

## 第七章 2011-2013年中国教辅细分市场运行形势剖析

### 第一节 少儿教辅

## 第二节 基础教育教辅

## 第三节 高等教育教辅

## 第四节 成人教辅

## 第八章 2011-2013年中国教辅市场销售情况分析

### 第一节 2011-2013年中国图书市场总体运行态势

- 一、全国图书零售市场走势基本平稳
- 二、生活类图书领衔零售市场
- 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
- 四、全国教辅书质检情况分析
- 五、中国出口美国图书总额首次下滑

### 第二节 2011-2013年中国教辅类书籍市场销售情况分析

- 一、高考服务类教辅书销售升温
- 二、教辅类图书销量分析
- 三、北京图书大厦教辅类图书销售额同比分析
- 四、省城教辅类图书销量日增
- 五、教辅书主打“服务牌”

### 第三节 2011-2013年中国教辅类图书细分市场分析

- 一、教辅图书
- 二、教辅报刊

## 第九章 2011-2013年中国教辅图书市场营销透析

### 第一节 中国教辅图书市场营销要点解析

- 一、中国教辅图书发行渠道
- 二、中国教辅图书发行方法
- 三、中国教辅图书发行方式
- 四、中国教辅图书发行宣传
- 五、中国教辅用于发行的图书类型
- 六、中国教辅图书发行的定价与付款方式

### 第二节 2011-2013年中国图书出版业营销概况

- 一、图书出版的扁平化营销解析
- 二、图书出版营销中的整合营销
- 三、图书出版目标市场定位要准确

### 第三节 目前教辅的发行渠道分为

- 一、邮局订阅
- 二、主渠道
- 三、二渠道

#### 四、自建发行站

##### 第四节 2011-2013年中国教辅类书籍营销模式探析

###### 一、传统的出版物营销模式存在的问题

###### 二、数字环境下出版物新营销模式探索

###### 1. 利用出版社网站“拉”客户

###### 2. 利用门户网站的人流量提高人气

###### 3. 利用新技术维护老客户

###### 三、新营销模式下的显著变化

##### 第五节 教辅图书发行渠道和市场局变

###### 一、关注网络与直销渠道

###### 二、教辅图书案例解析—四川新华文轩连锁股份有限公司

##### 第六节 2011-2013年中国教辅书市场营销策略分析

###### 一、教辅品牌的规划原则

###### 二、教辅品牌的营销策略

###### 三、教辅书营销创新思路

#### 第十章 2011-2013年中国教辅类书籍市场消费全面调研

##### 第一节 受访者基本情况调查分析

###### 一、性别占比

###### 二、年龄分布

###### 三、所在区域分布

###### 四、消费者拥用教辅书比率

##### 第二节 教辅书消费者消费行为调查分析

###### 一、消费者购买教辅书的原因

###### 二、消费者对教辅书的喜好调查分析

###### 三、学生教辅书采购形式调查分析

###### 四、教辅书能否提高学习成绩调查分析

###### 五、消费者是何时使用教辅书的调查分析

###### 六、影响消费者选购教辅书的原因调查分析

#### 第十一章 2006-2011年中国教辅类图书进出口数据统计分析

##### 第一节 2006-2011年中国教辅书进出口数据分析49019900

###### 一、教辅书进出口数量分析

###### 二、教辅书进出口金额分析

###### 三、教辅书进出口国家及地区分析

##### 第二节 2006-2011年中国教辅报刊进出口数据分析49021000

###### 一、教辅报刊进出口数量分析



## 二、教辅报刊进出口金额分析

## 三、教辅报刊进出口国家及地区分析

### 第三节 2006-2011年中国儿童教辅图书进出口数据分析49030000

#### 一、儿童教辅图书进出口数量分析

#### 二、儿童教辅图书进出口金额分析

#### 三、儿童教辅图书进出口国家及地区分析

## 第十二章 2011-2013年中国教辅市场竞争新格局透析

### 第一节2011-2013年中国图书出版类行业竞争总况

#### 一、中国图书市场竞争的三个阶段

##### 1、品牌竞争

##### 2、市场竞争

##### 3、个性化竞争

#### 二、中国图书出版业竞争结构解析

#### 三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场

### 第二节2011-2013年中国教辅市场竞争动态分析

#### 一、3万多教辅“抢滩登陆”

#### 二、民营书营抢食70亿教辅书市场

### 第三节 2011-2013年中国教辅行业集中度分析

#### 一、区域集中度分析

#### 二、市场集中度分析

### 第四节2014-2019年中国教辅行业竞争趋势分析

## 第十三章 2011-2013年世界品牌教辅企业营运状况浅析

### 第一节 培生集团

### 第二节 美国麦格劳 - 希尔公司

### 第三节 德国贝塔斯曼集团

### 第四节 爱尔兰霍顿米孚林

### 第五节 牛津大学出版社

### 第六节 剑桥大学出版社

## 第十四章 2011-2013年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析

### 第一节 人民教育出版社

#### 一、人民教育出版社简介

#### 二、人教社实现社会与经济效益双赢

#### 三、人教社出版《汉语2008》丛书

#### 四、人教社推出学校体育运动书籍

### 第二节 高等教育出版社

## 一、高等教育出版社简介

## 二、高等教育出版社发力社会学习用书

## 三、高教社开通学术期刊在线出版平台

## 四、高教出版社携手SAP突破管理飞跃

## 五、高教版社“蓝色发行”的发行模式

### 第三节 新华出版社

#### 一、新华出版社简介

#### 二、新华出版社新书献读者

#### 三、新华出版社品牌战略阶段分析

### 第四节 其他图书出版发行企业

#### 一、外语与教学研究出版社

#### 二、上海世纪出版集团

#### 三、新华图书发行集团

#### 四、湖北省图书发行集团

#### 五、北京社科图书发行公司

## 第十五章 2014-2019年中国教辅行业发展趋势与前景展望

### 第一节 2014-2019年中国教辅行业发展前景分析

#### 一、中国图书出版业前景展望

#### 二、教辅类书籍市场前景透析

#### 三、数码教辅助工具成学生新宠

### 第二节 2014-2019年中国教辅行业发展趋势分析

#### 一、中国民营教辅业的发展趋势

#### 二、高考教辅出版呈现新趋势

#### 三、教辅书的流行新趋势

### 第三节 2014-2019年中国教辅行业市场预测分析

### 第四节 2014-2019年中国教辅市场盈利预测分析

## 第十六章 2014-2019年中国教辅行业投资前景预测分析

### 第一节 2011-2013年中国教辅类图书教辅环境分析

### 第二节 2014-2019年中国教辅产业投资机会分析

#### 一、中国图书出版业投资潜力分析

#### 二、教辅类书籍投资吸引力分析

### 第三节 2014-2019年中国教辅市场投资风险预警

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、市场运营机制风险

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201408/272641.html>