

2013-2018年中国教辅类图书市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国教辅类图书市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/jiaoyu1308/Q87504IV9F.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-08-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国教辅类图书市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了中国教辅类图书行业发展环境，接着分析了中国教辅类图书行业规模及消费需求，然后对中国教辅类图书行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国教辅类图书行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国教辅类图书行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国教辅类图书市场竞争力分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

在教育出版商纷纷向教育资源服务商转型的大背景下，我国教辅类报刊市场的内涵和外延随之日益丰富。我国现有100多家教辅报刊社，其中英语类约40家，语文类、数学类各占20多家。在武汉、太原、重庆等地调查时发现，这些教辅类报刊社的发展已步入群雄并起态势，且与教辅图书出版商、教辅网站之间的关系开始发生深刻变化，正面临向素质教育转型的挑战。

2012年我国新闻出版产业主要经济指标保持较快增长，全国出版、印刷和发行服务实现营业收入16635.3亿元，较2011年增加2066.7亿元，增长14.2%；增加值4617.0亿元，较2011年增加595.3亿元，增长14.8%。

2012年全国共出版图书41.4万种，较2011年增加4.4万种，增长12.0%。其中，文学类图书增加1.0万种，增长30.4%；少年儿童读物增加0.9万种，增长40.4%；天文学、地球科学类图书增长21.1%，航空、航天类图书增长36.4%。

第一章 2012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 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 2013年中国教辅市场运行环境解析

第一节 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 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第三节 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 2007-2013年中国图书出版行业数据监测分析

第一节 2007-2013年中国图书出版行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011年二季度中国图书出版行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2013年中国图书出版行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2013年中国图书出版行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2013年中国图书出版行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 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 2013年中国教辅行业市场运行态势剖析

第一节 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 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 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 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2013年中国教辅市场销售情况统计分析

第一节 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 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 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 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 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 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 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 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 2007-2013年中国教辅类图书进出口数据统计分析

第一节 2007-2013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 2007-2013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 2007-2013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 2013年中国教辅市场竞争新格局透析

第一节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 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2013-2018年中国教辅行业竞争趋势分析

第十三章 2012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 2013年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析（企业可自选）

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 2013-2018年中国教辅行业发展趋势与前景展望

第一节 2013-2018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2013-2018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2013-2018年中国教辅行业市场预测分析

第四节 2013-2018年中国教辅市场盈利预测分析

第十六章 2013-2018年中国教辅行业投资前景预测分析

第一节 2013年中国教辅类图书教辅环境分析

第二节2013-2018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2013-2018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

第四节 博思数据投资建议

图表目录：（部分）

图表：2007-2013年国内生产总值

图表：2007-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2007-2013年年末国家外汇储备

图表：2007-2013年财政收入

图表：2007-2013年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：中国人口规模

图表：学历结构

图表：年龄结构

图表：受访者性别占比

图表：受访者年龄分布

图表：受访者所在区域分布

图表：消费者拥用教辅书比率

图表：消费者购买教辅书的原因

图表：消费者对教辅书的喜好调查分析

图表：学生教辅书采购形式调查分析

图表：教辅书能否提高学习成绩调查分析

图表：消费者是何时使用教辅书的调查分析

图表：影响消费者选购教辅书的原因调查分析

图表：2007-2013年我国图书出版行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业资产规模增长趋势图

图表：2011年二季度我国图书出版行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年二季度我国图书出版行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年二季度我国图书出版行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年二季度我国图书出版行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2013年我国图书出版行业产成品增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2013年我国图书出版行业费用使用统计图

图表：2007-2013年我国图书出版行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2013年我国图书出版行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2013年中国教辅书进出口数量分析

图表：2007-2013年中国教辅书进出口金额分析

图表：2007-2013年中国教辅书进出口平均单价分析

图表：2007-2013年中国教辅书进出口国家及地区分析

图表：2007-2013年中国教辅报刊进出口数量分析

图表：2007-2013年中国教辅报刊进出口金额分析

图表：2007-2013年中国教辅报刊进出口平均单价分析

图表：2007-2013年中国教辅报刊进出口国家及地区分析

图表：2007-2013年中国儿童教辅图书进出口数量分析

图表：2007-2013年中国儿童教辅图书进出口金额分析

图表：2007-2013年中国儿童教辅图书进出口平均单价分析

图表：2007-2013年中国儿童教辅图书进出口国家及地区分析

图表：2013-2018年中国教辅市场预测分析

图表：2013-2018年中国教辅市场盈利预测分析

图表：略……

更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaoyu1308/Q87504IV9F.html>