

2014-2020年中国教辅类图书市场深度调研与投资前景研究报告

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

《2014-2020年中国教辅类图书市场深度调研与投资前景研究报告》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/jiaoyu1409/U2510487FF.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】2014-09-20

【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《2014-2020年中国教辅类图书市场深度调研与投资前景研究报告》共十六章，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。

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。

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统计分析

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 2014-2020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 2014-2020年中国教辅行业发展趋势与前景展望

第一节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年中国教辅行业市场预测分析

第四节 2014-2020年中国教辅市场盈利预测分析

第十六章 博思数据关于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 2014-2020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2014-2020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

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

。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaoyu1409/U2510487FF.html>