

2016-2022年中国教辅类图书市场现状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

《2016-2022年中国教辅类图书市场现状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/qitawenjiao1511/943827PHHN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-25

【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《2016-2022年中国教辅类图书市场现状分析及投资前景研究报告》共二十二章。报告介绍了教辅类图书行业相关概述、中国教辅类图书产业运行环境、分析了中国教辅类图书行业的现状、中国教辅类图书行业竞争格局、对中国教辅类图书行业做了重点企业经营状况分析及中国教辅类图书产业发展前景与投资预测。您若想对教辅类图书产业有个系统的了解或者想投资教辅类图书行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2013-2015年中国教辅行业市场发展环境解析 4

第一节 2013-2015年中国教辅市场社会环境分析 4

一、中国人口结构 4

二、学历情况分析 4

三、消费观念 6

第二章 2013-2015年中国教辅行业市场运行态势剖析 10

第一节 2013-2015年中国图书出版行业运行综述 10

一、中国图书出版业的阶段性跨越 10

二、图书出版业组织结构分析 12

三、图书出版的板块结构分析 21

第二节 2013-2015年中国教辅市场发展现状分析 26

一、非国有教辅书业酝酿变局 26

二、以科学发展观统领教辅出版业发展 28

三、教辅类报纸发展壮大的突破口 30

第三节 2013-2015年中国教辅市场面临的机遇与挑战 35

一、整体格局混乱 35

二、同质化严重 37

第三章 2013-2015年中国教辅细分市场运行形势剖析 39

第一节 少儿教辅 39

第二节 基础教育教辅 45

第三节 高等教育教辅 49

第四章 2013-2015年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析 50

第一节 2013-2015年中国图书市场总体运行态势 50

一、全国图书零售市场走势基本平稳 50

二、生活类图书领衔零售市场 52

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 53

四、全国教辅书质检情况分析 54

五、中国出口美国图书总额首次下滑 61

第二节 2013-2015年中国教辅类书籍市场销售情况分析 61

一、服务类教辅书销售升温 61

二、教辅类图书销量上涨30% 62

三、北京图书大厦教辅类图书销售额同比分析 63

四、省城教辅类图书销量日增 63

五、教辅书主打“服务牌” 64

第五章 2013-2015年中国教辅类书籍市场消费全面调研 65

第一节 受访者基本情况调查分析 65

一、性别占比 65

二、年龄分布 65

三、所在区域分布 66

四、消费者拥用教辅书比率 66

第二节 教辅书消费者消费行为调查分析 67

一、消费者购买教辅书的原因 67

二、消费者对教辅书的喜好调查分析 68

三、学生教辅书采购形式调查分析 68

四、教辅书能否提高学习成绩调查分析 69

五、消费者是何时使用教辅书的调查分析 69

六、影响消费者选购教辅书的原因调查分析 70

第六章 2013-2015年中国教辅图书市场营销透析 72

第一节 2013-2015年中国图书出版业营销概况 72

一、图书出版的扁平化营销解析 72

一、扁平化渠道的优点 73

二、扁平化渠道的措施保证 74

二、图书出版营销中的整合营销 77

三、图书出版目标市场定位要准确 81

第二节 2013-2015年中国教辅类书籍营销模式探析 81

一、传统的出版物营销模式存在的问题 81

二、数字环境下出版物新营销模式探索 83

1、利用出版社网站“拉”客户 83

2、利用门户网站的量提高人气 84

3、利用新技术维护老客户 84

三、新营销模式下的显著变化 85

第三节 第教辅图书发行渠道和市场局变 86

一、关注网络与渠道 87

二、教辅图书案例解析——四川新华文轩连锁股份有限公司 87

第四节 2013-2015年中国教辅书市场营销策略分析 89

一、教辅品牌的规划原则 89

二、教辅品牌的营销策略 90

三、教辅书营销创新思路 90

第七章 2013-2015年中国教辅市场竞争格局透析 95

第一节 2013-2015年中国图书出版类行业竞争现状 95

一、中国图书市场竞争的三个阶段 95

1、品版竞争 95

2、市场竞争 96

3、个性化竞争 99

二、中国图书出版业竞争结构解析	102
一、中国图书出版业行业竞争程度的分析	102
二、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析	104
三、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析	105
四、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析	106
五、中国图书出版业替代品威胁的分析	107
三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场	109
第二节2013-2015年中国教辅市场竞争格局	110
一、3万多教辅“抢滩登陆”	110
二、民营书营抢食70亿教辅书市场	111
第三节 2013-2015年中国教辅行业集中度分析	112
一、区域集中度分析	112
二、市场集中度分析	113
第四节 2016-2022年中国教辅行业竞争趋势分析	114
第八章 2013-2015年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析	117
第九章 2016-2022年中国教辅行业投资机会与风险规避指引	118
第一节 2013-2015年中国教辅类图书教辅投资的特点	118
第二节2016-2022年中国教辅行业投资机会分析	118
一、中国图书出版业投资潜力分析	118
二、教辅类书籍投资吸引力分析	119
第三节2016-2022年中国教辅行业投资风险预警	121
一、宏观调控政策风险	121
二、市场竞争风险	121
三、市场运营机制风险	122
第四节2016-2022年中国教辅行业投资规划指引	122
第十章 2016-2022年中国教辅行业发展趋势与前景展望	127
第一节2016-2022年中国教辅行业发展前景分析	127
一、中国图书出版业前景展望	127
一、面临的挑战	127

- 二、面临的机遇 129
- 三、网络与21世纪的中国出版业 131
- 二、教辅类书籍市场前景透析 133
- 三、数码教辅助工具成学生新宠 136
- 第二节2016-2022年中国教辅行业发展趋势分析 136
- 一、中国民营教辅业的发展趋势 136
- 二、教辅出版呈现新趋势 138
- 三、教辅书的流行新趋势 140
- 第三节2016-2022年中国教辅行业市场预测分析 141
- 第四节 2016-2022年中国教辅市场盈利预测分析 142

第十一章 2013-2015年中国教辅业市场运行环境解析 143

- 第一节 2013-2015年中国教辅业政策环境分析 143
- 一、<基础教育课程改革纲要(试行)>的颁布和实施 143
- 二、中国教辅图书管理机制分析 153
- 三、教育体制改革对教辅图书行业的影响 153
- 四、教辅图书行业政策法规分析 153
- 第二节 2013-2015年中国教辅行业社会环境分析 154
- 一、中国人口规模分析 154
- 二、中国政府教育投资状况 155
- 三、中国应试教育背景下催生教辅市场蓬勃发展 158

第十二章 2013-2015年中国教辅行业整体运行状况分析 160

- 第一节 2013-2015年中国教辅行业发展特征分析 160
- 一、同步类教辅市场占有率较大 160
- 二、检测类及考试强化训练类教辅受到挤压 160
- 三、专题探讨类教辅将形成新亮点 161
- 四、教辅图书涵盖的学科将趋于多元化 161
- 五、教辅市场的发展将带来新一轮的科普热 162
- 第二节 2013-2015年中国教辅行业市场规模现状分析 162
- 一、中国教辅行业整体市场规模分析 162
- 二、中国教辅行业市场人均量分析 163

三、中国教辅行业企业体量分析 163

四、中国教辅行业市场分布（城市、农村） 163

第三节 2013-2015年中国教辅行业亮点分析 164

一、教辅类图书行业平均利润情况分析 164

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 164

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 165

四、教辅类图书市场化进程加快 165

五、品牌意识增强，但是缺乏针对性的有影响力的宣传 166

六、内容新颖成为教辅图书生存的前提 166

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 166

第四节 2013-2015年中国教辅市场渠道模式分析 167

一、系统发行模式 167

二、市场营销模式 167

三、其它渠道模式 167

第五节 2013-2015年中国教辅行业存在问题分析 172

一、行业缺乏监管制度 172

二、市场极为不规范 172

三、地方保护主义浓厚 173

四、教辅盗版现象严重 174

五、教辅产品质量堪忧 174

第六节 2013-2015年中国教辅图书市场存在的问题分析 175

一、选题滞后，内容老化 175

二、急功近利，同质化严重 176

三、书商雇人写书，错误百出 176

四、编校人员素质偏低 176

五、原稿质量水平低 176

六、教材多元化，导致有些同步教辅不同步 177

第七节 提高教辅图书质量的建议和措施 177

第十三章 2013-2015年中国中小学教辅市场运行分析 181

第一节 中国在校生规模 181

一、中国学校规模 181

二、中国在校生规模统计 181

1、小升初 181

2、初中升高中 182

三、在校生对教辅的应用情况 182

第二节 2013-2015年中国中小学教辅市场运行动态分析 182

一、中小学教辅订购情况 183

二、中小学教辅细分类别及所占比重分析 186

1、诵读类 186

2、习字贴类 187

3、辅导类 188

4、训练类 188

5、测评类 189

第三节 2013-2015年中国中小学教辅市场问题探讨 190

第十四章 2013-2015年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析 195

第一节 2013-2015年中国英语培训行业教辅市场发展现状分析 195

一、中国英语培训行业教辅市场规模分析 195

二、中国英语培训行业教辅市场结构及特点分析 202

三、中国英语培训行业教辅市场竞争格局分析 204

四、中国英语培训主体企业教辅使用情况分析 205

五、2016-2022年中国英语培训行业教辅市场规模发展趋势分析 206

第十五章 2013-2015年中国教辅行业主要细分类别市场发展现状及趋势分析 209

第一节 2013-2015年中国书籍类教辅市场发展现状及趋势分析 209

一、中国书籍类教辅市场发展现状分析 209

二、中国书籍类教辅市场竞争格局分析 213

三、2016-2022年中国书籍类教辅市场发展趋势分析 214

第二节 2013-2015年中国电子类教辅市场发展现状及趋势分析 214

一、中国电子类教辅市场发展现状分析 214

二、中国电子类教辅市场竞争格局分析 216

三、2016-2022年中国电子类教辅市场发展趋势分析 216

第十六章 2013-2015年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析 218

第一节 2013-2015年中国少儿教辅市场发展现状及趋势分析 218

一、中国少儿教辅市场规模发展现状分析 218

二、中国少儿教辅市场竞争格局分析 221

三、2016-2022年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析 222

第二节 2013-2015年中国基础教育教辅市场发展现状及趋势分析 225

一、中国基础教育教辅市场规模发展现状分析 225

二、中国基础教育教辅市场竞争格局分析 226

三、2016-2022年中国基础教育教辅市场规模发展趋势分析 227

第三节 2013-2015年中国高等教育教辅市场发展现状及趋势分析 229

一、高等教育教辅市场规模发展现状分析 229

二、高等教育教辅市场竞争格局分析 230

三、2016-2022年高等教育教辅市场规模发展趋势分析 233

第十七章 图书出版发行相关知识概述 236

第一节 出版发行概述 236

第二节 图书的商品性质 240

一、图书是一种文化商品 240

二、图书商品有显著的差异化 240

三、图书属于较弱的超必需品 242

四、图书商品具有正的外部性 245

第三节 中国图书出版业的发展阶段 246

一、超常规增长阶段（1978-1985年） 246

三、新的增长阶段（1995年至今） 266

第十八章 2011-2015年中国图书出版行业发展形势分析 273

第一节 2011-2015年中国图书出版业的滞胀现象剖析 273

一、图书出版业滞胀的表现 273

二、图书出版业滞胀的原因 281

三、图书出版业体制改革加速 284

一、出书结构 30分 286

二、出书质量 50分 286

三、其他 20分 287

第二节 2011-2015年中国图书出版中的品牌分析 289

一、中国图书出版品牌化的原因 289

二、出版社品牌竞争力的五大构成 291

三、品牌竞争时代的图书出版物现状 293

四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨 295

第十九章 2011-2015年中国图书出版市场运行动态分析 303

第一节 2011-2015年中国图书出版市场概述 303

一、中国图书出版市场规模状况 303

二、图书出版利润分析 310

第二节 2013-2015年中国图书出版市场中存在的问题及对策 316

一、加大对图书出版业的政策支持 316

二、降低书刊批销市场准入门槛 317

三、努力培育完善的市场体系 318

四、加强图书出版业的 321

一、联合竞争对手，壮大出版实力 321

二、设立书店，缩短销售链条 322

三、涉足新华改制，打通产业链条 322

四、联手零售之王，增设分销渠道 323

第二十章 2011-2015年中国图书发行运行走势分析 325

第一节 2011-2015年中国图书发行行业分析 325

一、网络环境下的图书发行模式 325

一、网络出版的发展对出版商的影响 333

三、网上书店 339

四、网络环境下传统出版业的对策 348

二、图书发行行业市场行为分析 353

三、民营图书发行行业状况 356

第二节 2011-2015年中国图书发行行业的盈利分析 361

一、中国本土书店处境分析 361

二、图书发行行业战略扩张原则 363

三、图书发行行业盈利的战略措施 364

第三节 2011-2015年中国图书发行业多元化发展分析 365

一、图书发行行业多元化的原因 365

二、图书发行行业多元化的考虑因素 367

三、图书发行企业多元化的策略 370

第四节 2011-2015年中国图书出版物发行折扣分析 373

一、图书发行高折扣的市场原因 373

二、图书发行高折扣的制度原因 375

三、图书市场高折扣现象的对策 376

第二十一章 2011-2015年中国不同类型图书出版发行业态势分析 379

第一节 2011-2015年中国教育图书出版业发行情况透析 379

一、2015年教育图书出版总结 379

二、教育图书市场化改革逐步加快 381

第二十二章 博思数据对中国图书出版发行行业发展趋势预测分析 382

第一节 2016-2022年中国图书出版行业网络化分析 382

一、网络渐成图书零售重要渠道 382

二、图书零售进入网络时代 384

三、电子图书网络书店冲击传统书店 386

四、网络阅读率已达49%接近图书阅读率 387

图表目录:

图表 1 2015年人口数及其构成 4

图表 2 2015年10月居民消费价格主要数据 6

图表 3 2003年12月—2015年10月居民消费价格指数（上年同月=100） 7

图表 4 中国少儿教辅内容需求现状 41

图表 5 您喜欢让孩子读哪类书？ 42

图表 6 您喜欢看下列哪些杂志？ 43

图表 7 您希望课外阅读对孩子能有什么好处？ 43

图表 8 您觉得妨碍儿童阅读的主要因素是什么？ 44

图表 9 您经常用什么方式进行阅读 44

图表 10 中国高等教育教辅内容需求现状	49
图表 11 2015年10月开卷全国图书零售市场成长性分析	50
图表 12 2015年10月9个主要细分市场环比表现	51
图表 13 近几年来全国图书市场12月环比变化	51
图表 14 2015年10月9个主要细分市场同比表现	51
图表 15 近几年来全国图书市场12月的同比变化	51
图表 16 2015年10月五大地区环比表现	52
图表 17 2015年10月五大地区同比表现	52
图表 18 2013-2015年全国主要分类图书零售市场同比增长率比较	52
图表 19 中国图书零售市场成长性与规模	54
图表 20 2015年1-10月零售市场构成	54
图表 21 2015年度全国教育教辅类报纸质量检查综合分数排名	58
图表 22 受访者性别占比	65
图表 23 受访者年龄分布	65
图表 24 受访者所在区域分布	66
图表 25 消费者拥用教辅书比率	67
图表 26 消费者购买教辅书的原因	67
图表 27 消费者对教辅书的喜好调查分析	68
图表 28 学生教辅书采购形式调查分析	68
图表 29 教辅书能否提高学习成绩调查分析	69
图表 30 消费者是何时使用教辅书的调查分析	69
图表 31 影响消费者选购教辅书的原因调查分析	70
图表 32 整合营销的策略流程图	79
图表 33 2016-2022年中国教辅行业市场预测分析	141
图表 34 2016-2022年中国教辅行业市场盈利能力预测	142
图表 35 中国教辅行业整体市场规模	162
图表 36 中国教辅行业市场人均量	163
图表 37 中国教辅行业企业体量	163
图表 38 中国教辅行业市场分布（城市、农村）	164
图表 39 诵读类占中小学教辅比重	186
图表 40 习字贴类占中小学教辅比重	187
图表 41 辅导类占中小学教辅比重	188

图表 42 训练类占中小学教辅比重 188

图表 43 测评类占中小学教辅比重 189

图表 44 高中生英语教辅资料使用情况调查结果 196

图表 45 需求曲线与价格弹性 241

图表 46 美国经济中部分商品的价格弹性 241

图表 47 2011-2015年书籍、课本随人均收入增长的变化情况 242

图表 48 2012-2015年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况 243

图表 49 2012-2015年中国书籍、课本、图片出版总量 243

图表 50 美国一些商品的收入弹性 244

图表 51 全社会书报杂志零售额在社会消费品零售总额中的比重 245

图表 52 2013-2015年中国图书出版概况 246

图表 53 2013-2015年中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量（万吨） 248

图表 54 2013-2015年中国图书出版概况 250

图表 55 2013-2015年上海各图书发行部门图书库存变化（万册） 251

图表 56 2013-2015年中国新华书店的图书销售量（亿册） 251

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/qitawenjiao1511/943827PHHN.html>