

# 2015-2020年中国教辅类图书市场态势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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国教辅类图书市场态势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/chuanmei1502/Q87504F5KF.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-11

【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

## 报告目录：

### 第一章 2011-2014年世界图书出版业发展现状分析

#### 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 2011-2014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 2011-2014年中国教辅市场运行环境解析

### 第一节 2011-2014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2011-2014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2011-2014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 2007-2014年中国图书出版行业数据监测分析

### 第一节 2007-2014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 2014年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 2007-2014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 2007-2014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 2007-2014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 2011-2014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 2011-2014年中国教辅行业市场供需分析剖析

### 第一节 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014年中国教辅市场销售情况统计分析

第一节 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2006-2014年中国教辅类图书进出口数据统计分析

#### 第一节 2006-2014年中国教辅书进出口数据分析

##### 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 2006-2014年中国教辅报刊进出口数据分析

##### 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 2006-2014年中国儿童教辅图书进出口数据分析

##### 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 2011-2014年中国教辅市场竞争新格局透析

#### 第一节 2011-2014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 2011-2014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 2011-2014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 2015-2020年中国教辅行业竞争趋势分析

## 第十三章 2011-2014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 2011-2014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 2015-2020年中国教辅行业发展趋势与前景展望

### 第一节 2015-2020年中国教辅行业趋势预测分析

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 2015-2020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 2015-2020年中国教辅行业市场预测分析

### 第四节 2015-2020年中国教辅市场盈利预测分析

## 第十六章 2015-2020年中国教辅行业行业前景调研分析分析

### 第一节 2011-2014年中国教辅类图书教辅环境分析

### 第二节 2015-2020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 2015-2020年中国教辅市场投资前景预警

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 专家投资建议

## 图表目录：

图表 1 2014年1-3季度国内生产总值

图表 2 GDP环比增长速度

图表 3 规模以上工业增加值同比增长速度

图表 4 固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 5 分地区投资相邻两个月累计同比增速

图表 6 固定资产投资到位资金同比增速

图表 7 全国居民消费价格涨跌幅

图表 8 10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表 9 10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表 10 2014年10月居民消费价格主要数据

图表：2007-2014年我国图书出版行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业资产规模增长趋势图

图表：2014年我国图书出版行业不同类型企业数量分布图

图表：2014年我国图书出版行业不同所有制企业数量分布图

图表：2014年我国图书出版行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年我国图书出版行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2014年我国图书出版行业产成品增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2014年我国图书出版行业费用使用统计图

图表：2007-2014年我国图书出版行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2014年我国图书出版行业主要盈利指标增长趋势图

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：2006-2014年中国教辅书进出口数量分析

图表：2006-2014年中国教辅书进出口金额分析

图表：2006-2014年中国教辅书进出口平均单价分析

图表：2006-2014年中国教辅书进出口国家及地区分析

图表：2006-2014年中国教辅报刊进出口数量分析

图表：2006-2014年中国教辅报刊进出口金额分析

图表：2006-2014年中国教辅报刊进出口平均单价分析

图表：2006-2014年中国教辅报刊进出口国家及地区分析

图表：2006-2014年中国儿童教辅图书进出口数量分析

图表：2006-2014年中国儿童教辅图书进出口金额分析

图表：2006-2014年中国儿童教辅图书进出口平均单价分析

图表：2006-2014年中国儿童教辅图书进出口国家及地区分析

图表：2015-2020年中国教辅市场预测分析

图表：2015-2020年中国教辅市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/Q87504F5KF.html>