

2019年中国教辅类图书行业分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国教辅类图书行业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/461641461641.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国教辅市场运行环境解析

第一节 2016-2019年中国教辅市场政策环境分析

一、《出版管理条例》

二、《出版物市场管理规定》

三、2016-2019年新闻出版总署关于进一步加强中小学教辅材料出版发行管理的通知

四、2016-2019年教育部等四部委关于加强中小学教辅材料使用管理工作的通知

五、2016-2019年我国将对中小学主要教辅材料实行政府指导价

六、2016-2019年教育部再次重申：严格执行教辅材料使用管理规定

第二节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、居民消费价格指数

三、工业品出厂价格指数

四、全国居民收入情况

五、恩格尔系数

六、工业发展形势

七、社会消费品零售总额

八、固定资产投资情况

九、对外贸易&进出口

十、货币供应量

十一、2016-2019年中国经济发展预测

十二、“十三五”中后期我国经济增长潜力分析

第三节 2016-2019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

第二章 2016-2019年中国图书出版市场分析

第一节 2016-2019年中国图书出版市场综述

一、图书出版新政

二、图书出版基本情况

三、图书市场动向

四、2016-2019年新闻出版产业分析

五、2016-2019年图书发展趋势

第二节 图书出版业营销分析

一、图书营销部门的机制创新解析

二、中国图书出版业的扁平化营销

三、图书营销战略模式与选择

四、出版社图书营销渠道建设分析

五、出版社服务营销的现状及对策

六、国内图书买方市场下的主要策略

第三节 图书出版业发展的问题与对策

一、中国图书出版行业的五大病根

二、中国图书出版业如何面对三大挑战

三、中国图书出版业的其他问题探究

四、信用问题阻碍图书出版发行业

五、发展中国图书出版业的主要措施

六、我国图书出版业的经营对策

第三章 2016-2019年中国教辅行业市场运行态势剖析

第一节 教辅类产品评价发展现状和原因分析

一、教辅类产品评价发展历史和现状

二、教辅类产品评价现状分析

第二节 2016-2019年中国教辅行业市场运行态势

一、教辅图书的市场价值

二、教辅图书的市场环境

三、教辅图书存在的市场问题

四、教辅图书的发展趋势

五、教辅图书的营销战略

第三节 2016-2019年资质门槛下的教辅出版工作分析

一、教辅图书市场现状：散、滥

二、出版资质审批的目的

三、新政时期出版社的作为

四、两点担忧

第四节 我国教辅出版的现状、问题与建议

一、我国教辅出版的现状

二、我国教辅出版的历史及其启示

三、对目前我国教辅出版的建议

第四章 2016-2019年中国教辅市场销售情况统计分析

第一节 2016-2019年中国图书市场总体运行态势

一、图书零售渠道分析

二、市场热点分析

三、畅销书分析

四、2016-2019年实体书店生存环境分析

五、2016-2019年渠道变革期书店经营形势分析

第二节 2016-2019年中国中小学教材教辅市场情况分析

一、2016-2019年我国中小学教材教辅出版发行市场的亮点

二、我国中小学教材教辅出版工作的新思考

第三节 2016-2019年教辅类报刊的现状、困境与出路分析

一、出版问题

二、营销问题

三、对策与出路

第五章 2016-2019年中小学教辅图书市场全面调研

第一节 中小学教辅图书市场现状分析

一、教辅图书的概念与类别

二、教辅图书市场现状分析

（一）市场环境分析

（二）市场主体分析

（三）渠道分析

第二节 中小学教辅图书出版发行要把好“五关口”

一、策划和组稿关

二、书稿编校关

三、印刷复制关

四、图书发行关

五、意见反馈关

第三节 数字出版——造就教辅图书市场新的契机

一、教辅图书数字出版的可行性分析

二、出版社在教辅图书数字出版中的角色定位

三、教辅图书数字出版产品形态

第六章 2016-2019年中国教辅图书市场营销透析

第一节 2016-2019年中国图书出版业营销概况

- 一、图书行业渠道现状分析
- 二、各种图书的分类及生存渠道
- 三、当前图书发行渠道管理中存在的问题

第二节 中国教辅图书市场营销要点解析

- 一、教辅图书的市场分析
- 二、教辅图书发展特点
- 三、教辅图书存在的问题
- 四、教辅图书品牌概念

第三节 2016-2019年中国教辅类书籍营销模式探析

- 一、教辅图书的品牌营销对策
- 二、教辅图书渠道设计
- 三、渠道的管理

第四节 中小学教辅图书营销存在的问题

- 一、教辅图书市场存在的不良现象
- 二、市场主体营销水平较低
 - (一) 市场营销意识淡薄
 - (二) 营销战略战术缺乏针对性
 - (三) 市场营销手段落后

三、教辅图书营销渠道亟待优化

第五节 中小学教辅图书营销对策研究

- 一、渠道建设——教辅图书营销的生命线
- 二、品牌——出版企业的核心竞争力

第六节 2016-2019年中国教辅书市场营销策略分析

- 一、现象观察
- 二、营销支招

第七章 我国教辅图书市场现行深度分销模式研究

第一节 传统的教辅销售渠道

- 一、背景
- 二、意义
- 三、研究范围和框架

第二节 深度分销的相关概念和特征

- 一、深度分销的概念
- 二、深度分销的基本思想
- 三、深度分销的基本内涵
- 四、深度分销的实现条件
- 五、深度分销的优势
- 六、深度分销的发展趋势

第三节 教辅图书市场现行深度分销模式分析

- 一、我国图书市场的发展现状
- 二、教辅图书市场的深度分销
- 三、教辅图书市场深度分销的意义
- 四、教辅图书深度分销的运作模式

第四节 教辅图书市场深度分销的困境

- 一、来自教辅图书市场产品的困境
- 二、来自教辅图书市场外部环境的挑战
- 三、来自教辅图书市场内部环境的困扰
- 四、深度分销模式自身缺陷带来的困境

第五节 教辅图书市场深度分销的出路

- 一、从加强产品质量和转变经营意识寻找出路
- 二、从改善教辅图书市场内外部环境寻找出路
- 三、通过深化运用深度分销模式寻找出路
- 四、未来教辅图书市场的可能走向
- 五、教辅“农民军”的成功启示

第六节 主要结论

- 一、教辅出版商应优化渠道分销模式构建营销价值链
- 二、出版商与经销商应通过密切分工合作掌控渠道终端
- 三、教辅图书深度分销模式应更加深化精细操作深度

第八章 2016-2019年中国教辅市场竞争新格局透析

第一节 2016-2019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、2016-2019年我国出版物发行单位
- 三、2016-2019年实体书店竞争形势分析

第二节 2016-2019年中国教辅市场竞争动态分析

- 一、教辅图书市场竞争的五个阶段
- 二、2016-2019年中小学教辅书市场乱象竞争
- 三、教辅新政对教辅图书营销发行市场的触动

第三节 2016-2019年教辅新政背景下的民营书业

- 一、民营书业面临的形势与问题
- 二、民营书业三大趋势
- 三、对政府和企业的建议

第四节 2016-2019年当当网蚕食教材教辅图书市场

- 一、网上教材教辅第一店
- 二、赢在供应链

第五节 2016-2019年品牌教辅市场占有率策略

- 一、福建教育：加强专业化 打造品牌优势
- 二、龙门书局：质量为王 四要素为本
- 三、大象社：与教育接轨 与教学同步

第六节 2020-2026年中国教辅行业竞争趋势分析

第九章 世界品牌教辅企业营运状况浅析

第一节 培生集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 美国麦格劳 - 希尔公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 德国贝塔斯曼集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 爱尔兰霍顿米夫林

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 牛津大学出版社

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 剑桥大学出版社

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十章 2016-2019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、2016-2019年人教社将通过规范教辅授权管理支持教辅新政

三、2016-2019年人教社进军西北整合地方出版资源

四、2016-2019年人民教育出版社与华东师大签署战略合作协议

五、人民教育出版社学习型工具书的出版和规划

第二节 高等教育出版社

一、高等教育出版社简介

二、高等教育出版社经营情况

三、高等教育出版社发展展望

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

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、新华书店

第十一章 2020-2026年中国教辅行业发展趋势展望

第一节 2020-2026年图书出版业发展预测

一、“十三五”时期新闻出版业发展的主要目标

二、未来中国图书出版业发展的趋势

三、数字出版的十大趋势

第二节 2020-2026年中国教辅行业发展前景分析

一、教辅类书籍市场前景透析

二、“教辅新政”对市场的影响

第三节 2016-2019年教辅新政下民营书业的发展路径

一、新政的实施和影响

二、政策趋势和市场走向

三、未来的路径

第十二章 2020-2026年中国教辅行业发展策略展望

第一节 我国教辅出版发行中的问题及对策探究

一、对教辅的概述及大致分类

二、教辅的作用

三、教辅出版发行中存在的问题

四、教辅出版发行中的问题解决策略

第二节 美国教辅书现状及对我国的启示

- 一、美国教辅书现状及原因
- 二、我国的教辅书现状及原因
- 三、对我国的启示

第三节 教改新形势下教辅图书的定位与微观策略

- 一、面对教改形势，准确定位
- 二、做好细节，步步为营

第四节 新形势下加快教辅出版数字化转型的思考

- 一、问题的提出
- 二、数字出版的优势与教辅应有特质高度契合
- 三、同步类数字教辅产品的研发思路

图表目录

图表：2016年-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表；2016-2019年居民消费价格主要数据

图表；2016年-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表；2016年-2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2016-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2016-2019年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表；2016年-2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表；2016年-2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表；2016年-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表；2016年-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表；2016年-2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2016-2019年我国经济发展主要指标变化趋势

图表：2016-2019年我国城乡居民收入消费总趋势

图表：2016-2019城镇和农村居民消费支出结构

图表：2016-2019年年末人口数及其构成

图表：2016-2019年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数

图表：城镇居民消费水平及构成状况

图表：2016-2019年全国主要分类图书零售市场同比增长率比较

图表：2016-2019年莫言作品动销与监控销售的年内比较

图表详见报告正文……（GY YX）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国教辅类图书行业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/461641461641.html>