

2010-2013年中国教辅类图书行业市场分析及投资 咨询报告

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《2010-2013年中国教辅类图书行业市场分析及投资咨询报告》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/7661176611.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

第一章 2009-2010年中国教辅行业市场发展环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年上半年中国宏观经济运行情况
- (二) 中国经济复苏路径
- (三) 2009年下半年宏观经济走势分析与预测
- (四) 2009年下半年中央宏观经济政策预测-将维持扩张

二、2009-2010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》

三、2009-2010年中国教辅市场社会环境分析

- (一) 中国人口结构
- (二) 学历情况分析
- (三) 消费观念

第二章 2009-2010年全球图书出版业运营状况分析

一、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) 美国出版业热衷中国题材图书

二、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) 日本图书出版业的新型出版形式

三、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

第三章 2009-2010年中国教辅行业市场运行态势分析

一、2009-2010年中国图书出版行业运行综述

- (一) 中国图书出版业的阶段性跨越
- (二) 图书出版的板块结构分析

(三) 图书出版业改革的重点

二、2009-2010年中国教辅市场发展现状分析

- (一) 08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亮点

三、2009-2010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

第四章 2009-2010年中国教辅细分市场运行形势分析

一、少儿教辅

二、基础教育教辅

三、高等教育教辅

四、成人教辅

第五章 2009-2010年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

一、2009-2010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

三、2009-2010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) 教辅类图书销量上涨30%
- (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”

第六章 2009-2010年中国教辅图书市场营销分析

一、2009-2010年中国图书出版业营销概况

- (一) 图书出版的扁平化营销分析
- (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

二、2008-2009年中国教辅类书籍营销模式分析

- (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

三、第教辅图书发行渠道和市场局变

(一) 关注网络与直销渠道

(二) 教辅图书案例分析—四川新华文轩连锁股份有限公司

四、2009-2010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

第七章 2009-2010年中国教辅类书籍市场消费全面调研

一、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

二、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

第八章 2009-2010年中国教辅市场竞争格局分析

一、2009-2010年中国图书出版类行业竞争现状

(一) 中国图书市场竞争的三个阶段

1、品版竞争

2、市场竞争

3、个性化竞争

(二) 中国图书出版业竞争结构分析

(三) 出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场

二、2009-2010年中国教辅市场竞争格局

(一) 3万多教辅“抢滩登陆”

(二) 民营书营抢食70亿教辅书市场

三、2010-2013年中国教辅行业竞争趋势分析

第九章 全球品牌教辅企业分析

一、培生集团

二、美国麦格劳 - 希尔公司

三、德国贝塔斯曼集团

四、爱尔兰霍顿米孚林

五、牛津大学出版社

六、剑桥大学出版社

第十章 中国教辅书籍典型出版企业分析

一、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

二、高等教育出版社

(一) 高等教育出版社简介

(二) 2008年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

三、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

四、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

第十一章 2010-2013年中国教辅行业发展及投资前景分析

一、2010-2013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分析

(三) 数码教辅助工具成学生新宠

二、2010-2013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

三、2010-2013年中国教辅行业投资分析

(一) 中国教辅行业投资环境分析

(二) 中国教辅行业投资机会分析

(三) 中国教辅行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：1992-2009年上半年我国GDP增速走势

图表：2001-2009年上半年我国工业增加值增速走势

图表：2005-2009年上半年我国投资、消费、出口增长走势

图表：1997-2009年上半年我国CPI、PPI走势图

图表：2005-2009年上半年我国进出口贸易走势图

图表：1996-2009年上半年我国货币供应量走势图

图表：2005-2009年上半年我国新增贷款及增速

图表：中国经济增长复苏路径

图表：2009年下半年CPI预测

图表：2009年宏观经济各项指标预测

图表：1979-2009年中国财政赤字率

图表：1998-2008年中国财政负债率

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/7661176611.html>