

2019年中国教辅图书行业分析报告- 行业供需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年中国教辅图书行业分析报告-行业供需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/397377397377.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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 2015-2018年中国教辅行业市场发展环境解析

第一节 2015-2018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 2015-2018年中国教辅行业市场运行态势剖析

第一节 2015-2018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、图书出版业组织结构分析
- 三、图书出版的板块结构分析

第二节 2015-2018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

第三节 2015-2018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

第三章 2015-2018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

第四章 2015-2018年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 2015-2018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 2015-2018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”

第五章 2015-2018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

第六章 2015-2018年中国教辅图书市场营销透析

第一节 2015-2018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
 - 一、扁平化渠道的优点
 - 二、扁平化渠道的措施保证
- 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

第二节 2015-2018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

第三节 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、教辅图书案例解析—四川新华文轩连锁股份有限公司

第四节 2015-2018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 2015-2018年中国教辅市场竞争格局透析

第一节 2015-2018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解析

一、中国图书出版业行业竞争程度的分析

二、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析

三、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析

四、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析

五、中国图书出版业替代品威胁的分析

三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场

第二节 2015-2018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

第三节 2015-2018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 2019-2025年中国教辅行业竞争趋势分析

第八章 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、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 高等教育出版社

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

第三节 新华出版社

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

第四节 上海世纪出版集团

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

第五节 北京社科图书发行公司

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

第九章 2019-2025年中国教辅行业投资机会与风险规避指引

第一节 2015-2018年中国教辅类图书教辅投资的特点

第二节 2019-2025年中国教辅行业投资机会分析

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 2019-2025年中国教辅行业投资风险预警

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

第四节 2019-2025年中国教辅行业投资规划指引

第十章 2019-2025年中国教辅行业发展趋势与前景展望

第一节 2019-2025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

一、面临的挑战

二、面临的机遇

三、网络与21世纪的中国出版业

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 2019-2025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 2019-2025年中国教辅行业市场预测分析

第四节 2019-2025年中国教辅市场盈利预测分析

第十一章 2015-2018年中国教辅业市场运行环境解析

第一节 2015-2018年中国教辅业政策环境分析

一、《基础教育课程改革纲要（试行）》的颁布和实施

二、中国教辅图书管理机制分析

三、教育体制改革对教辅图书行业的影响

四、教辅图书行业政策法规分析

第二节 2015-2018年中国教辅行业社会环境分析

一、中国人口规模分析

二、中国政府教育投资状况

三、中国应试教育背景下催生教辅市场蓬勃发展

第十二章 2015-2018年中国教辅行业整体运行状况分析

第一节 2015-2018年中国教辅行业发展特征分析

一、同步类教辅市场占有比重较大

二、检测类及考试强化训练类教辅受到挤压

三、专题探讨类教辅将形成新亮点

四、教辅图书涵盖的学科将趋于多元化

五、教辅市场的发展将带来新一轮的科普热

第二节 2015-2018年中国教辅行业市场规模现状分析

一、中国教辅行业整体市场规模分析

二、中国教辅行业市场人均量分析

三、中国教辅行业企业体量分析

四、中国教辅行业市场分布（城市、农村）

第三节 2015-2018年中国教辅行业亮点分析

一、教辅类图书行业平均利润情况分析

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

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

四、教辅类图书市场化进程加快

五、品牌意识增强，但是缺乏针对性的有影响力的宣传

六、内容新颖成为教辅图书生存的前提

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

第四节 2015-2018年中国教辅市场渠道模式分析

一、系统发行模式

二、市场营销模式

三、其它渠道模式

第五节 2015-2018年中国教辅行业存在问题分析

一、行业缺乏监管制度

二、市场极为不规范

三、地方保护主义浓厚

四、教辅盗版现象严重

五、教辅产品质量堪忧

第六节 2015-2018年中国教辅图书市场存在的问题分析

一、选题滞后，内容老化

- 二、急功近利，同质化严重
 - 三、书商雇人写书，错误百出
 - 四、编校人员素质偏低
 - 五、原稿质量水平低
 - 六、教材多元化，导致有些同步教辅不同步
- 第七节 提高教辅图书质量的建议和措施

第十三章 2015-2018年中国中小学教辅市场运行分析

第一节 中国在校生规模

- 一、中国学校规模
- 二、中国在校生规模统计
 - 1、小升初
 - 2、初中升高中
- 三、在校生对教辅的应用情况

第二节 2015-2018年中国中小学教辅市场运行动态分析

- 一、中小学教辅订购情况
- 二、中小学教辅细分类别及所占比重分析
 - 1、诵读类
 - 2、习字贴类
 - 3、辅导类
 - 4、训练类
 - 5、测评类

第三节 2015-2018年中国中小学教辅市场问题探讨

第十四章 2015-2018年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析

第一节 2015-2018年中国英语培训行业教辅市场发展现状分析

- 一、中国英语培训行业教辅市场规模分析
- 二、中国英语培训行业教辅市场结构及特点分析
- 三、中国英语培训行业教辅市场竞争格局分析
- 四、中国英语培训主体企业教辅使用情况分析
- 五、2019-2025年中国英语培训行业教辅市场规模发展趋势分析

第十五章 2015-2018年中国教辅行业主要细分类别市场发展现状及趋势分析

第一节 2015-2018年中国书籍类教辅市场发展现状及趋势分析

- 一、中国书籍类教辅市场发展现状分析

二、中国书籍类教辅市场竞争格局分析

三、2019-2025年中国书籍类教辅市场发展趋势分析

第二节 2015-2018年中国电子类教辅市场发展现状及趋势分析

一、中国电子类教辅市场发展现状分析

二、中国电子类教辅市场竞争格局分析

三、2019-2025年中国电子类教辅市场发展趋势分析

第十六章 2015-2018年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析

第一节 2015-2018年中国少儿教辅市场发展现状及趋势分析

一、中国少儿教辅市场规模发展现状分析

二、中国少儿教辅市场竞争格局分析

三、2019-2025年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析

第二节 2015-2018年中国基础教育教辅市场发展现状及趋势分析

一、中国基础教育教辅市场规模发展现状分析

二、中国基础教育教辅市场竞争格局分析

三、2019-2025年中国基础教育教辅市场规模发展趋势分析

第三节 2015-2018年中国高等教育教辅市场发展现状及趋势分析

一、高等教育教辅市场规模发展现状分析

二、高等教育教辅市场竞争格局分析

三、2019-2025年高等教育教辅市场规模发展趋势分析

第十七章 图书出版发行相关知识概述

第一节 出版发行概述

第二节 图书的商品性质

一、图书是一种文化商品

二、图书商品有显著的差异化

三、图书属于较弱的超必需品

四、图书商品具有正的外部性

第三节 中国图书出版业的发展阶段

一、超常规增长阶段

三、新的增长阶段

第十八章 2015-2018年中国图书出版行业发展形势分析

第一节 2015-2018年中国图书出版业的滞胀现象剖析

一、图书出版业滞胀的表现

二、图书出版业滞胀的原因

三、图书出版业体制改革加速

一、出书结构30分

二、出书质量50分

三、其他20分

第二节 2015-2018年中国图书出版中的品牌分析

一、中国图书出版品牌化的原因

二、出版社品牌竞争力的五大构成

三、品牌竞争时代的图书出版物现状

四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨

第十九章 2015-2018年中国图书出版市场运行动态分析

第一节 2015-2018年中国图书出版市场概述

一、中国图书出版市场规模状况

二、图书出版利润分析

第二节 2015-2018年中国图书出版市场中存在的问题及对策

一、加大对图书出版业的政策支持

二、降低书刊批销市场准入门槛

三、努力培育完善的市场体系

四、加强图书出版业的资本运作

一、联合竞争对手，壮大出版实力

二、设立直销书店，缩短销售链条

三、涉足新华改制，打通产业链条

四、联手零售之王，增设分销渠道

第二十章 2015-2018年中国图书发行运行走势分析

第一节 2015-2018年中国图书发行行业分析

一、网络环境下的图书发行模式

一、网络出版的发展对出版商的影响

三、网上书店

四、网络环境下传统出版业的对策

二、图书发行行业市场行为分析

三、民营图书发行行业状况

第二节 2015-2018年中国图书发行行业的盈利分析

一、中国本土书店处境分析

二、图书发行行业战略扩张原则

三、图书发行行业盈利的战略措施

第三节 2015-2018年中国图书发行业多元化发展分析

一、图书发行行业多元化的原因

二、图书发行行业多元化的考虑因素

三、图书发行企业多元化的策略

第四节 2015-2018年中国图书出版物发行折扣分析

一、图书发行高折扣的市场原因

二、图书发行高折扣的制度原因

三、图书市场高折扣现象的对策

第二十一章 2015-2018年中国不同类型图书出版发行业态势及趋势分析

第一节 2015-2018年中国教育图书出版业发行情况透析

一、2018年教育图书出版总结

二、教育图书市场化改革逐步加快

第二节 2019-2025年中国图书出版行业网络化分析

一、网络渐成图书零售重要渠道

二、图书零售进入网络时代

三、电子图书网络书店冲击传统书店

四、网络阅读率已达49%接近图书阅读率

图表目录：

图表：2018年年末人口数及其构成

图表：2015-2018年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2018年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：中国少儿教辅内容需求现状

图表：您喜欢让孩子读哪类书？

图表：您喜欢看下列哪些杂志？

图表：您希望课外阅读对孩子能有什么好处？

图表：您觉得妨碍儿童阅读的主要因素是什么？

图表：您经常用什么方式进行阅读

图表：中国高等教育教辅内容需求现状

图表：2018年10月开卷全国实体书店成长性分析

图表：2018年10月全国实体书店渠道12个主要细分市场环比表现

图表：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月环比变化

图表：2018年10月12个全国实体书店渠道主要细分市场同比表现

图表：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月的同比变化

图表：2018年10月全国实体书店渠道五大地区环比表现

图表：2018年10月全国实体书店渠道五大地区同比表现

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【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年中国教辅图书行业分析报告-行业供需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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/397377397377.html>