

2017-2022年中国教辅类图书行业全景调研及市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国教辅类图书行业全景调研及市场需求预测报告》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.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/006189YL0Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2014-2016年中国教辅行业市场发展环境解析 4

第一节 2014-2016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 2014-2016年中国教辅行业市场运行态势剖析 10

第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析 50

第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国教辅图书市场营销透析 72

第一节 2014-2016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
 - 1、扁平化渠道的优点 73
 - 2、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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国教辅市场竞争格局透析 95

第一节 2014-2016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

1、中国图书出版业行业竞争程度的分析 102

2、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析 104

3、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析 105

4、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析 106

5、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 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年中国教辅行业竞争趋势分析 | 114 |
| 第八章 2014-2016年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析 | 117 |
| 第九章 2017-2022年中国教辅行业投资机会与风险规避指引 | 118 |
| 第一节 2014-2016年中国教辅类图书教辅投资的特点 | 118 |
| 第二节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国教辅行业投资规划指引 | 122 |
| 第十章 2017-2022年中国教辅行业发展趋势与前景展望 | 127 |
| 第一节 2017-2022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 |
| 1、面临的挑战 | 127 |
| 2、面临的机遇 | 129 |
| 3、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 2017-2022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 2017-2022年中国教辅行业市场预测分析 | 141 |
| 第四节 2017-2022年中国教辅市场盈利预测分析 | 142 |
| 第十一章 2014-2016年中国教辅业市场运行环境解析 | 143 |
| 第一节 2014-2016年中国教辅业政策环境分析 | 143 |

- 一、<基础课程改革纲要(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 2014-2016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 2014-2016年中国教辅行业整体运行状况分析 160
 - 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国中小学教辅市场问题探讨 | 190 |

第十四章 2014-2016年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析 195

第一节 2014-2016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、2017-2022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 2014-2016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 2014-2016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、2017-2022年中国书籍类教辅市场发展趋势分析 214

第二节 2014-2016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、2017-2022年中国电子类教辅市场发展趋势分析 216

第十六章 2014-2016年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析 218

第一节 2014-2016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、2017-2022年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析 222

第二节 2014-2016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、2017-2022年中国基础教育教辅市场规模发展趋势分析 227

第三节 2014-2016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、2017-2022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
- 二、新的增长阶段（1995年至今） 266

第十八章 2014-2016年中国图书出版行业发展形势分析 273

第一节 2014-2016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
 - 1、出书结构 30分 286
 - 2、出书质量 50分 286
 - 3、其他 20分 287

第二节 2014-2016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 2014-2016年中国图书出版市场运行动态分析 303

第一节 2014-2016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 2014-2016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
 - 1、联合竞争对手，壮大出版实力 321
 - 2、设立书店，缩短销售链条 322
 - 3、涉足新华改制，打通产业链条 322
 - 4、联手零售之王，增设分销渠道 323

第二十章 2014-2016年中国图书发行运行走势分析 325

第一节 2014-2016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
 - 1、网络出版的发展对出版商的影响 333
 - 2、网上书店 339
 - 3、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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国不同类型图书出版发行业态势分析 379

第一节 2014-2016年中国教育图书出版业发行情况透析 379

- 一、2016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 2017-2022年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析 382 (ZYPX)

第一节 2017-2022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 2016年人口数及其构成 4

图表 2 2016年居民消费价格主要数据 6

图表 3 2016年居民消费价格指数（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 2016年开卷全国图书零售市场成长性分析 50

图表 12 2016年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 2016年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 2016年五大地区环比表现 52

图表 17 2016年五大地区同比表现 52

图表 18 2014-2016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 2016年零售市场构成 54

图表 21 2016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 2017-2022年中国教辅行业市场预测分析 141
- 图表 34 2017-2022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 2014-2016年书籍、课本随人均收入增长的变化情况 242
- 图表 48 2012-2016年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况 243
- 图表 49 2012-2016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 2014-2016年中国图书出版概况 246
- 图表 53 2014-2016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 2014-2016年中国图书出版概况 250

图表 55 2014-2016年上海各图书发行部门图书库存变化（万册） 251

图表 56 2014-2016年中国新华书店的图书销售量（亿册） 251

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/006189YL0Y.html>