

# 2021-2027年中国教辅图书 市场分析与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国教辅图书市场分析与投资战略报告》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/B88477L9JD.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

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国教辅图书市场分析与投资战略报告》共二十二章。首先介绍了教辅图书相关概念及发展环境，接着分析了中国教辅图书规模及消费需求，然后对中国教辅图书市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国教辅图书面临的机遇及发展前景。您若想对中国教辅图书有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章2015-2019年中国教辅行业市场发展环境解析

第一节2015-2019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2015-2019年中国教辅行业市场运行态势剖析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

#### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国教辅图书市场营销透析

#### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国教辅市场竞争格局透析

#### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2021-2027年中国教辅行业竞争趋势分析

### 第八章2015-2019年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析

### 第九章2021-2027年中国教辅行业投资机会与风险规避指引

#### 第一节2015-2019年中国教辅类图书教辅投资的特点

#### 第二节2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国教辅行业投资规划指引

### 第十章2021-2027年中国教辅行业发展趋势与前景展望

#### 第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国教辅行业市场预测分析

第四节2021-2027年中国教辅市场盈利预测分析

第十一章2015-2019年中国教辅业市场运行环境解析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国教辅行业整体运行状况分析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国中小学教辅市场问题探讨

## 第十四章2015-2019年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析

### 第一节2015-2019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、2021-2027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2015-2019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2015-2019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、2021-2027年中国书籍类教辅市场发展趋势分析

### 第二节2015-2019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、2021-2027年中国电子类教辅市场发展趋势分析

## 第十六章2015-2019年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析

### 第一节2015-2019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、2021-2027年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析

第二节2015-2019年中国基础教育教学市场发展现状及趋势分析

一、中国基础教育教学市场规模发展现状分析

二、中国基础教育教学市场竞争格局分析

三、2021-2027年中国基础教育教学市场规模发展趋势分析

第三节2015-2019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、2021-2027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（1978-1985年）

三、新的增长阶段（1995年至今）

第十八章2015-2019年中国图书出版行业发展形势分析

第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国图书出版市场运行动态分析

### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国图书发行运行走势分析

### 第一节2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019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2015-2019年中国不同类型图书出版发行业态势分析

第一节2015-2019年中国教育图书出版业发行情况透析

一、2019年教育图书出版总结

二、教育图书市场化改革逐步加快

第二十二章2021-2027年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析

第一节2021-2027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1：2019年年末人口数及其构成

图表2：2015-2019年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表3：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表4：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表5：中国少儿教辅内容需求现状

图表6：您喜欢让孩子读哪类书？

图表7：您喜欢看下列哪些杂志？

图表8：您希望课外阅读对孩子能有什么好处？

图表9：您觉得妨碍儿童阅读的主要因素是什么？

图表10：您经常用什么方式进行阅读

图表11：中国高等教育教辅内容需求现状

图表12：开卷全国实体书店成长性分析

图表13：全国实体书店渠道12个主要细分市场环比表现

图表14：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月环比变化

图表15：12个全国实体书店渠道主要细分市场同比表现

图表16：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17：全国实体书店渠道五大地区环比表现

图表18：全国实体书店渠道五大地区同比表现

图表19：本月少儿类首次上榜图书

图表20：零售市场构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/B88477L9JD.html>