

# 2017-2022年中国教辅类图书行业深度研究与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国教辅类图书行业深度研究与投资前景预测报告》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/J68941JHFN.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

教辅，即“教学辅导”的简称，是教学辅导类图书资料的总称，也称精读（港），同步辅导，参考书等，是一种辅佐教材的参考性书籍，往往由知识讲解和练习题组成。其使用者包括学生、教师及教研员等。在亚洲如中国大陆、台湾、香港、日本、新加坡等地，初高中教辅具有广泛的市场。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国教辅类图书行业深度研究与投资前景预测报告》共二十二章。首先介绍了教辅类图书相关概念及发展环境，接着分析了中国教辅类图书规模及消费需求，然后对中国教辅类图书市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国教辅类图书面临的机遇及发展前景。您若想对中国教辅类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 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 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
  - 一、扁平化渠道的优点 73
  - 二、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、关注网络与直销渠道 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
一、中国图书出版业行业竞争程度的分析	102
二、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析	104
三、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析	105
四、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析	106
五、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

- 一、面临的挑战 127
- 二、面临的机遇 129
- 三、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、《基础教育课程改革纲要(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
- 三、新的增长阶段（1995年至今） 266

## 第十八章 2012-2016年中国图书出版行业发展形势分析 273

### 第一节 2012-2016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
- 一、出书结构 30分 286

二、出书质量 50分 286

三、其他 20分 287

第二节 2012-2016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 2012-2016年中国图书出版市场运行动态分析 303

第一节 2012-2016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、加强图书出版业的资本运作 321

一、联合竞争对手，壮大出版实力 321

二、设立直销书店，缩短销售链条 322

三、涉足新华改制，打通产业链条 322

四、联手零售之王，增设分销渠道 323

第二十章 2012-2016年中国图书发行运行走势分析 325

第一节 2012-2016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

一、网络出版的发展对出版商的影响 333

三、网上书店 339

四、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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国不同类型图书出版发行业态势分析	379
第一节 2012-2016年中国教育图书出版业发行情况透析	379
一、2015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(ZY WZY)
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 2015年人口数及其构成	4
图表 2 2015年12月居民消费价格主要数据	6
图表 3 2003年12月&mdash;2015年12月居民消费价格指数（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 2015年12月开卷全国图书零售市场成长性分析 50
- 图表 12 2015年12月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 2015年12月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 2015年12月五大地区环比表现 52
- 图表 17 2015年12月五大地区同比表现 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 2015年1-12月零售市场构成 54
- 图表 21 2015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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/J68941JHFN.html>