

2014-2020年中国教辅类图书行业深度研究与投资前景调研报告

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

《2014-2020年中国教辅类图书行业深度研究与投资前景调研报告》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/U72719TMMG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

第一章 2012-2014年中国教辅行业市场发展环境解析 4

第一节 2012-2014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 2012-2014年中国教辅行业市场运行态势剖析 10

第一节 2012-2014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 2012-2014年中国教辅市场发展现状分析 26

一、08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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析 50

第一节 2012-2014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 2012-2014年中国教辅类书籍市场销售情况分析 61
 - 一、高考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 2012-2014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 2012-2014年中国教辅图书市场营销透析 72

- 第一节 2012-2014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 2012-2014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、利用门户网站的人流量提高人气	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 2012-2014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 2012-2014年中国教辅市场竞争格局透析	95
第一节 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2014-2020年中国教辅行业竞争趋势分析	114
第八章 2012-2014年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析	117
第九章 2014-2020年中国教辅行业投资机会与风险规避指引	118
第一节 2012-2014年中国教辅类图书教辅投资的特点	118
第二节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年中国教辅行业投资规划指引	122
第十章 2014-2020年中国教辅行业发展趋势与前景展望	127
第一节 2014-2020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 2014-2020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、高考教辅出版呈现新趋势 138
- 三、教辅书的流行新趋势 140
- 第三节 2014-2020年中国教辅行业市场预测分析 141
- 第四节 2014-2020年中国教辅市场盈利预测分析 142

第十一章 2012-2014年中国教辅业市场运行环境解析 143

- 第一节 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014年中国教辅行业整体运行状况分析 160

- 第一节 2012-2014年中国教辅行业发展特征分析 160
 - 一、同步类教辅市场占有比重较大 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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014年中国中小学教辅市场问题探讨 190

第十四章 2012-2014年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析 195

第一节 2012-2014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、2014-2020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 2012-2014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 2012-2014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、2014-2020年中国书籍类教辅市场发展趋势分析 214

第二节 2012-2014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、2014-2020年中国电子类教辅市场发展趋势分析 216

第十六章 2012-2014年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析 218

第一节 2012-2014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、2014-2020年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析 222

第二节 2012-2014年中国基础教育教学市场发展现状及趋势分析 225

- 一、中国基础教育教学市场规模发展现状分析 225
- 二、中国基础教育教学市场竞争格局分析 226
- 三、2014-2020年中国基础教育教学市场规模发展趋势分析 227

第三节 2012-2014年中国高等教育教学市场发展现状及趋势分析 229

- 一、高等教育教学市场规模发展现状分析 229
- 二、高等教育教学市场竞争格局分析 230
- 三、2014-2020年高等教育教学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 2008-2014年中国图书出版行业发展形势分析 273

第一节 2008-2014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 2008-2014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 2008-2014年中国图书出版市场运行动态分析 303

第一节 2008-2014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 2012-2014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 2008-2014年中国图书发行运行走势分析 325

第一节 2008-2014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 2008-2014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 2008-2014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 2008-2014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 2008-2014年中国不同类型图书出版发行业态势分析 379

第一节 2008-2014年中国教育图书出版业发行情况透析 379

- 一、2012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 2012-2015年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析 382

第一节 2012-2015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 2014年年末人口数及其构成 4
- 图表 2 2014年5月居民消费价格主要数据 6

- 图表 3 2003年12月—2014年5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 2014年5月开卷全国图书零售市场成长性分析 50
- 图表 12 2014年5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 2014年5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 2014年5月五大地区环比表现 52
- 图表 17 2014年5月五大地区同比表现 52
- 图表 18 2012-2014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 2014年1-5月零售市场构成 54
- 图表 21 2014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 2014-2020年中国教辅行业市场预测分析 141
- 图表 34 2014-2020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 2011-2014年书籍、课本随人均收入增长的变化情况 242
- 图表 48 2011-2014年书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况 243
- 图表 49 2011-2014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 1949-1985年中国图书出版概况 246
- 图表 53 1978-1985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 1985-1994年中国图书出版概况 250
- 图表 55 1980-1989年上海各图书发行部门*图书库存变化（万册） 251
- 图表 56 2011-2014年中国新华书店的图书销售量（亿册） 251
- 图表 57 中国城镇居民家庭中人均全年书报杂志费占生活费*的比重 252
- 图表 58 卖方市场 253
- 图表 59 不同供给弹性下的价格变化比较 254
- 图表 60 买方市场 254
- 图表 61 不同需求弹性下的价格变化比较 255
- 图表 62 2011-2014年中国的图书销售额及单位印张价格* 255
- 图表 63 2011-2014年中国图书市场的需求弹性测算* 256
- 图表 64 1977 - 1989年图书平均印数的变化情况 257
- 图表 65 1977-1987年中国的职工平均工资 257
- 图表 66 1987年中国城镇居民家庭中人均全年生活费支出及书报费支出 259

- 图表 67 2011-2014年上海版图书的成本价格 260
- 图表 68 中国出版社的增长情况 262
- 图表 69 1994-2005年中国图书出版概况 267
- 图表 70 2005-2014年中国图书出版种类分布统计 268
- 图表 71 2005-2014年中国图书总印数 亿册（张） 268
- 图表 72 近几年我国在线零售渠道图书销售规模与成长性回顾(码洋) 303
- 图表 73 近5年图书零售市场品种规模回顾 305
- 图表 74 2012-2014年全国主要分类图书零售市场同比增长率比较 306
- 图表 75 2014年地面书店与网上书店畅销书上榜类型比较(右图为去掉少儿类之后的100名榜单构成) 307
- 图表 76 2014年大众畅销书排行榜TOP30 308
- 图表 77 影响图书最终利润的因素 310
- 图表 78 发行价格升降对出版利润的影响 312
- 图表 79 图书发行价格与最终利润价格 315
- 图表 80 近期中国图书出版业资本变动总结情况 321
- 图表 81 四川新华文轩连锁股份有限公司股东情况 323
- 图表 82 传统的出版发行模式和流程 332
- 图表 83 网络环境下出版商与最终消费者关系 332
- 图表 84 网络环境下出版商、发行商、零售商与最终消费者的关系 332
- 图表 85 传统发行模式与网上书店发行模式比较 336
- 图表 86 传统发行模式与网络发行模式特点对比 336
- 图表 87 传统的图书发行渠道 337
- 图表 88 网络环境下多元化的发行渠道 338
- 图表 89 北京大学研究生最常去的够舒场所排名 339
- 图表 90 传统购书方式 343
- 图表 91 网上书店购书方式 343
- 图表 92 是否在网上书店买过书 345
- 图表 93 对网上书店之物流速度满意度 347
- 图表 94 对网上书店之物流价格满意度 347
- 图表 95 买书时遇到的折扣情况 351
- 图表 96 民营图书从业者与图书行业之SWOT分析表 357
- 图表 97 民营图书从业者之SWOT矩阵分析表 359

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/U72719TMMG.html>