

# 2011-2015年中国教辅类图书 书市场监测与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

# 一、报告报价

《2011-2015年中国教辅类图书市场监测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.chinairr.org/report/R13/R1303/201010/19-54412.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

教辅是一类图书的总称，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。我国教辅市场有着良好的发展空间。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国教辅类图书市场监测与投资前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国教辅市场运行环境、世界图书出版业运营状况等，接着分析了中国教辅行业的现状，然后具体介绍了中国教辅市场竞争格局。随后，报告对中国教辅书籍做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国教辅行业发展趋势与投资预测。您若想对教辅产业有个系统的了解或者想投资教辅行业，本报告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。

### 第一章 2010年中国教辅市场运行环境分析

#### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2010年中国教辅市场政策环境分析

##### 一、《出版管理条例》

##### 二、《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》

##### 三、《外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法》

##### 四、《出版物市场管理规定》

#### 第三节 2010年中国教辅市场社会环境分析

### 第二章 2010年世界图书出版业运营状况分析

#### 第一节 美国图书出版业

##### 一、美国的图书发行概述

##### 二、美国按需出版图书种类超过传统出版

##### 三、美国育儿图书出版细化

#### 四、美国图书出口贸易分析

#### 五、美国出版业热衷中国题材图书

#### 第二节 日本图书出版业

##### 一、日本市场的畅销图书出版物概述

##### 二、日本图书的流通体制

##### 三、日本绞尽脑汁欲盘活图书市场

##### 四、日本图书出版业的新型出版形式

#### 第三节 英国图书出版业

##### 一、英国图书出版业发展的特点

##### 二、英国图书发行业状况

##### 三、英国超市的图书市场份额

##### 四、英国图书出口形势透析

#### 第四节 德国图书出版发行分析

##### 一、德国图书出版业概况

##### 二、德国图书贸易管理与发行

### 第三章 2010年中国图书出版行业整体运行状况分析

#### 第一节 2010年中国图书出版发展状况

##### 一、中国图书出版业步入新的增长阶段

##### 二、图书出版业组织结构分析

##### 三、图书出版产业利润状况

##### 四、中国图书出版业资本状况分析

##### 五、剖析中国图书出版业的滞胀现象

##### 六、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨

#### 第二节 2010年中国图书出版市场分析

##### 一、中国图书出版市场规模状况

##### 二、农村图书出版市场分析

##### 三、从出版社角度分析图书市场状况

#### 第三节 2010年中国图书出版市场的成本分析

##### 一、图书出版的资金及市场

##### 二、图书出版成本预计

##### 三、图书出版成本的计算

## 第四章 2010年中国教辅行业市场运行态势分析

### 第一节 2010年中国教辅市场动态分析

- 一、“超纲”教辅购买热引发思考
- 二、进校教辅材料优惠让利 为家长减负
- 三、一教一辅制遭热议，建议统一实行教辅招标

### 第二节 2010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
- 四、中国民办教育的未业新增亮点

### 第三节 2010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

## 第五章 2010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

### 第四节 成人教辅

## 第六章 2010年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

### 第一节 2010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 2010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、教辅类图书销量分析
- 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”

## 第七章 2010年中国教辅图书市场营销透析

### 第一节 2010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

#### 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 2010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 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 2010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

## 第八章 2010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

## 第九章 2010年中国教辅市场竞争格局分析

### 第一节 2010年中国图书出版类行业竞争总况

#### 一、中国图书市场竞争的三个阶段

- 1、品牌竞争
- 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

#### 三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场

### 第二节 2010年中国教辅市场竞争动态分析

- 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 2010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 2011-2015年中国教辅行业竞争趋势分析

## 第十章 2010年世界品牌教辅企业营运状况浅析

### 第一节 培生集团

### 第二节 美国麦格劳 - 希尔公司

### 第三节 德国贝塔斯曼集团

### 第四节 爱尔兰霍顿米孚林

### 第五节 牛津大学出版社

### 第六节 剑桥大学出版社

## 第十一章 2010年中国教辅书籍典型出版企业竞争力分析

### 第一节 人民教育出版社

- 一、人民教育出版社简介
- 二、人教社实现社会与经济效益双赢

三、人教社出版《汉语2008》丛书

四、人教社推出学校体育运动书籍

## 第二节 高等教育出版社

一、高等教育出版社简介

二、高等教育出版社发力社会学习用书

三、高教社开通学术期刊在线出版平台

四、高教出版社携手SAP突破管理飞跃

五、高教版社“蓝色发行”的发行模式

## 第三节 新华出版社

一、新华出版社简介

二、新华出版社新书献读者

三、新华出版社品牌战略阶段分析

## 第四节 其他图书出版发行企业

一、外语与教学研究出版社

二、上海世纪出版集团

三、新华图书发行集团

四、湖北省图书发行集团

五、北京社科图书发行公司

# 第十二章 2011-2015年中国教辅行业发展趋势与投资预测分析

## 第一节 2011-2015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

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 2011-2015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 2011-2015年中国教辅行业市场预测分析

## 第四节 2011-2015年中国教辅产业投资机会分析

## 第五节 2011-2015年中国教辅市场投资风险分析

## 第六节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中国人口规模

图表：学历结构

图表：年龄结构

图表：受访者性别占比

图表：受访者年龄分布

图表：受访者所在区域分布

图表：消费者拥用教辅书比率

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国教辅类图书市场监测与投资前景预测报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

图表：消费者购买教辅书的原因

图表：消费者对教辅书的喜好调查分析

图表：学生教辅书采购形式调查分析

图表：教辅书能否提高学习成绩调查分析

图表：消费者是何时使用教辅书的调查分析

图表：影响消费者选购教辅书的原因调查分析

图表：2011-2015年中国教辅市场预测分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201010/19-54412.html>