



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2013年中国教辅类图书行业 市场分析及投资咨询报告

# 一、调研说明

《2010-2013年中国教辅类图书行业市场分析及投资咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/144070.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第一章 2009-2010年中国教辅行业市场发展环境分析

#### 一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年上半年中国宏观经济运行情况
- (二) 中国经济复苏路径
- (三) 2009年下半年宏观经济走势分析与预测
- (四) 2009年下半年中央宏观经济政策预测-将维持扩张

#### 二、2009-2010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》

#### 三、2009-2010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 2009-2010年全球图书出版业运营状况分析

#### 一、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) 美国出版业热衷中国题材图书

#### 二、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) 日本图书出版业的新型出版形式

#### 三、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

### 第三章 2009-2010年中国教辅行业市场运行态势分析

#### 一、2009-2010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) 图书出版的板块结构分析

(三) 图书出版业改革的重点

#### 二、2009-2010年中国教辅市场发展现状分析

(一) 08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强点

#### 三、2009-2010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

### 第四章 2009-2010年中国教辅细分市场运行形势分析

#### 一、少儿教辅

#### 二、基础教育教辅

#### 三、高等教育教辅

#### 四、成人教辅

### 第五章 2009-2010年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

#### 一、2009-2010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

#### 三、2009-2010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"

### 第六章 2009-2010年中国教辅图书市场营销分析

#### 一、2009-2010年中国图书出版业营销概况

- （一）图书出版的扁平化营销分析
- （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

#### 二、2008-2009年中国教辅类书籍营销模式分析

- （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

#### 三、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）教辅图书案例分析&mdash;四川新华文轩连锁股份有限公司

#### 四、2009-2010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

### 第七章 2009-2010年中国教辅类书籍市场消费全面调研

#### 一、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

#### 二、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

## 第八章 2009-2010年中国教辅市场竞争格局分析

- 一、2009-2010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分析
  - (三) 出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场
- 二、2009-2010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
- 三、2010-2013年中国教辅行业竞争趋势分析

## 第九章 全球品牌教辅企业分析

- 一、培生集团
- 二、美国麦格劳 - 希尔公司
- 三、德国贝塔斯曼集团
- 四、爱尔兰霍顿米孚林
- 五、牛津大学出版社
- 六、剑桥大学出版社

## 第十章 中国教辅书籍典型出版企业分析

- 一、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
- 二、高等教育出版社

- (一) 高等教育出版社简介
- (二) 2008年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

### 三、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

### 四、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

## 第十一章 2010-2013年中国教辅行业发展及投资前景分析

### 一、2010-2013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分析
- (三) 数码教辅助工具成学生新宠

### 二、2010-2013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

### 三、2010-2013年中国教辅行业投资分析

- (一) 中国教辅行业投资环境分析
- (二) 中国教辅行业投资机会分析
- (三) 中国教辅行业投资风险分析

图表目录(部分):

图表：1992-2009年上半年我国GDP增速走势

图表：2001-2009年上半年我国工业增加值增速走势

图表：2005-2009年上半年我国投资、消费、出口增长走势

图表：1997-2009年上半年我国CPI、PPI走势图

图表：2005-2009年上半年我国进出口贸易走势图

图表：1996-2009年上半年我国货币供应量走势图

图表：2005-2009年上半年我国新增贷款及增速

图表：中国经济增长复苏路径

图表：2009年下半年CPI预测

图表：2009年宏观经济各项指标预测

图表：1979-2009年中国财政赤字率

图表：1998-2008年中国财政负债率

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144070.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的



一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。