

## 2024-2029年中国教辅图书行业市场供需调查与投资潜力研究报告

## 报告简介

教辅图书行业研究报告中的教辅图书行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对教辅图书行业进行细化分析，重点企业状况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、供需状况等，是企业了解教辅图书行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及教辅图书行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国教辅图书行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外教辅图书行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了教辅图书行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于教辅图书产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国教辅图书行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

## 报告目录

## 第一章 2019-2023年中国教辅行业市场发展环境解析 17

## 第一节 2019-2023年中国教辅市场社会环境分析 17

## 一、中国人口结构 17

## 二、学历情况分析 17

## 三、消费观念 18

## 第二章 2019-2023年中国教辅行业市场运行态势剖析 20

## 第一节 2019-2023年中国图书出版行业运行综述 20

## 一、中国图书出版业的阶段性跨越 20

## 二、图书出版业组织结构分析 22

## 三、图书出版的板块结构分析 31

## 第二节 2019-2023年中国教辅市场发展现状分析 36

一、非国有教辅书业酝酿变局	36
二、以科学发展观统领教辅出版业发展	38
三、教辅类报纸发展壮大的突破口	40
第三节 2019-2023年中国教辅市场面临的机遇与挑战	44
一、整体格局混乱	44
二、同质化严重	47
第三章 2019-2023年中国教辅细分市场运行形势剖析	49
第一节 少儿教辅	49
第二节 基础教育教辅	54
第三节 高等教育教辅	58
第四章 2019-2023年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析	60
第一节 2019-2023年中国图书市场总体运行态势	60
一、全国图书零售市场走势基本平稳	60
二、生活类图书领衔零售市场	62
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	63
四、全国教辅书质检情况分析	65
五、中国出口美国图书总额首次下滑	71
第二节 2019-2023年中国教辅类书籍市场销售情况分析	72
一、高考服务类教辅书销售升温	72
二、教辅类图书销量上涨30%	72
三、北京图书大厦教辅类图书销售额同比分析	73
四、省城教辅类图书销量日增	73
五、教辅书主打“服务牌”	74
第五章 2019-2023年中国教辅类书籍市场消费全面调研	75

第一节 受访者基本情况调查分析	75
一、性别占比	75
二、年龄分布	75
三、所在区域分布	76
四、消费者拥用教辅书比率	76
第二节 教辅书消费者消费行为调查分析	77
一、消费者购买教辅书的原因	77
二、消费者对教辅书的喜好调查分析	77
三、学生教辅书采购形式调查分析	78
四、教辅书能否提高学习成绩调查分析	78
五、消费者是何时使用教辅书的调查分析	79
六、影响消费者选购教辅书的原因调查分析	79
第六章 2019-2023年中国教辅图书市场营销透析	82
第一节 2019-2023年中国图书出版业营销概况	82
一、图书出版的扁平化营销解析	82
一、扁平化渠道的优点	83
二、扁平化渠道的措施保证	84
二、图书出版营销中的整合营销	87
三、图书出版目标市场定位要准确	91
第二节 2019-2023年中国教辅类书籍营销模式探析	91
一、传统的出版物营销模式存在的问题	91
二、数字环境下出版物新营销模式探索	92
1、利用出版社网站“拉”客户	93
2、利用门户网站的人流量提高人气	93

- 3、利用新技术维护老客户 94
- 三、新营销模式下的显著变化 95
- 第三节 第教辅图书发行渠道和市场局变 96
  - 一、关注网络与直销渠道 96
  - 二、教辅图书案例解析—四川新华文轩连锁股份有限公司 97
- 第四节 2019-2023年中国教辅书市场营销策略分析 98
  - 一、教辅品牌的规划原则 99
  - 二、教辅品牌的营销策略 99
  - 三、教辅书营销创新思路 100
- 第七章 2019-2023年中国教辅市场竞争格局透析 105
  - 第一节 2019-2023年中国图书出版类行业竞争现状 105
    - 一、中国图书市场竞争的三个阶段 105
      - 1、品版竞争 105
      - 2、市场竞争 106
      - 3、个性化竞争 109
    - 二、中国图书出版业竞争结构解析 112
      - 一、中国图书出版业行业竞争程度的分析 112
      - 二、中国图书出版业购买者的价格谈判能力分析 114
      - 三、中国图书出版业供应商的价格谈判能力分析 115
      - 四、中国图书出版业潜在进入者进入障碍的分析 116
      - 五、中国图书出版业替代品威胁的分析 117
    - 三、出版巨头贝塔斯曼看好中国出版物分销市场 119
  - 第二节 2019-2023年中国教辅市场竞争格局 120
    - 一、3万多教辅“抢滩登陆” 120

- 二、民营书营抢食70亿教辅书市场 121
- 第三节 2019-2023年中国教辅行业集中度分析 122
  - 一、区域集中度分析 122
  - 二、市场集中度分析 123
- 第四节 2024-2029年中国教辅行业竞争趋势分析 123
- 第八章 2019-2023年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析 127
- 第九章 2024-2029年中国教辅行业投资机会与风险规避指引 128
  - 第一节 2019-2023年中国教辅类图书教辅投资的特点 128
  - 第二节 2024-2029年中国教辅行业投资机会分析 128
    - 一、中国图书出版业投资潜力分析 128
    - 二、教辅类书籍投资吸引力分析 129
  - 第三节 2024-2029年中国教辅行业投资风险预警 131
    - 一、宏观调控政策风险 131
    - 二、市场竞争风险 131
    - 三、市场运营机制风险 131
  - 第四节 2024-2029年中国教辅行业投资规划指引 132
- 第十章 2024-2029年中国教辅行业发展趋势与前景展望 137
  - 第一节 2024-2029年中国教辅行业发展前景分析 137
    - 一、中国图书出版业前景展望 137
      - 一、面临的挑战 137
      - 二、面临的机遇 139
      - 三、网络与21世纪的中国出版业 141
    - 二、教辅类书籍市场前景透析 143
    - 三、数码教辅助工具成学生新宠 146

第二节 2024-2029年中国教辅行业发展趋势分析	146
一、中国民营教辅业的发展趋势	146
二、高考教辅出版呈现新趋势	148
三、教辅书的流行新趋势	150
第三节 2024-2029年中国教辅行业市场预测分析	151
第四节 2024-2029年中国教辅市场盈利预测分析	152
第十一章 2019-2023年中国教辅业市场运行环境解析	153
第一节 2019-2023年中国教辅业政策环境分析	153
一、《基础教育课程改革纲要(试行)》的颁布和实施	153
二、中国教辅图书管理机制分析	162
三、教育体制改革对教辅图书行业的影响	163
四、教辅图书行业政策法规分析	163
第二节 2019-2023年中国教辅行业社会环境分析	164
一、中国人口规模分析	164
二、中国政府教育投资状况	165
三、中国应试教育背景下催生教辅市场蓬勃发展	167
第十二章 2019-2023年中国教辅行业整体运行状况分析	169
第一节 2019-2023年中国教辅行业发展特征分析	169
一、同步类教辅市场占有率较大	169
二、检测类及考试强化训练类教辅受到挤压	169
三、专题探讨类教辅将形成新亮点	170
四、教辅图书涵盖的学科将趋于多元化	170
五、教辅市场的发展将带来新一轮的科普热	170
第二节 2019-2023年中国教辅行业市场规模现状分析	171

- 一、中国教辅行业整体市场规模分析 171
- 二、中国教辅行业市场人均量分析 171
- 三、中国教辅行业企业体量分析 172
- 四、中国教辅行业市场分布(城市、农村) 172
- 第三节 2019-2023年中国教辅行业亮点分析 173
  - 一、教辅类图书行业平均利润情况分析 173
  - 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 173
  - 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 174
  - 四、教辅类图书市场化进程加快 174
  - 五、品牌意识增强，但是缺乏针对性的有影响力的宣传 174
  - 六、内容新颖成为教辅图书生存的前提 175
  - 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 175
- 第四节 2019-2023年中国教辅市场渠道模式分析 175
  - 一、系统发行模式 175
  - 二、市场营销模式 176
  - 三、其它渠道模式 176
- 第五节 2019-2023年中国教辅行业存在问题分析 180
  - 一、行业缺乏监管制度 180
  - 二、市场极为不规范 181
  - 三、地方保护主义浓厚 182
  - 四、教辅盗版现象严重 182
  - 五、教辅产品质量堪忧 183
- 第六节 2019-2023年中国教辅图书市场存在的问题分析 183
  - 一、选题滞后，内容老化 184

- 二、急功近利，同质化严重 184
- 三、书商雇人写书，错误百出 184
- 四、编校人员素质偏低 184
- 五、原稿质量水平低 185
- 六、教材多元化，导致有些同步教辅不同步 185
- 第七节 提高教辅图书质量的建议和措施 185
- 第十三章 2019-2023年中国中小学教辅市场运行分析 189
- 第一节 中国在校生规模 189
- 一、中国学校规模 189
- 二、中国在校生规模统计 189
- 1、小升初 189
- 2、初中升高中 189
- 三、在校生对教辅的应用情况 189
- 第二节 2019-2023年中国中小学教辅市场运行动态分析 189
- 一、中小学教辅订购情况 189
- 二、中小学教辅细分类别及所占比重分析 193
- 1、诵读类 193
- 2、习字贴类 194
- 3、辅导类 194
- 4、训练类 195
- 5、测评类 195
- 第三节 2019-2023年中国中小学教辅市场问题探讨 196
- 第十四章 2019-2023年中国细分培训行业教辅市场规模现状分析 201
- 第一节 2019-2023年中国英语培训行业教辅市场发展现状分析 201

- 一、中国英语培训行业教辅市场规模分析 201
- 二、中国英语培训行业教辅市场结构及特点分析 208
- 三、中国英语培训行业教辅市场竞争格局分析 210
- 四、中国英语培训主体企业教辅使用情况分析 211
- 五、2024-2029年中国英语培训行业教辅市场规模发展趋势分析 212
- 第十五章 2019-2023年中国教辅行业主要细分类别市场发展现状及趋势分析 215
- 第一节 2019-2023年中国书籍类教辅市场发展现状及趋势分析 215
- 一、中国书籍类教辅市场发展现状分析 215
- 二、中国书籍类教辅市场竞争格局分析 219
- 三、2024-2029年中国书籍类教辅市场规模发展趋势分析 220
- 第二节 2019-2023年中国电子类教辅市场发展现状及趋势分析 220
- 一、中国电子类教辅市场发展现状分析 220
- 二、中国电子类教辅市场竞争格局分析 221
- 三、2024-2029年中国电子类教辅市场规模发展趋势分析 222
- 第十六章 2019-2023年中国教辅行业主要细分群体市场规模分析 223
- 第一节 2019-2023年中国少儿教辅市场发展现状及趋势分析 223
- 一、中国少儿教辅市场规模发展现状分析 223
- 二、中国少儿教辅市场竞争格局分析 226
- 三、2024-2029年中国少儿教辅市场规模发展趋势分析 227
- 第二节 2019-2023年中国基础教育教辅市场发展现状及趋势分析 229
- 一、中国基础教育教辅市场规模发展现状分析 230
- 二、中国基础教育教辅市场竞争格局分析 231
- 三、2024-2029年中国基础教育教辅市场规模发展趋势分析 232
- 第三节 2019-2023年中国高等教育教辅市场发展现状及趋势分析 234

- 一、高等教育教辅市场规模发展现状分析 234
- 二、高等教育教辅市场竞争格局分析 235
- 三、2024-2029年高等教育教辅市场规模发展趋势分析 238
- 第十七章 图书出版发行相关知识概述 240
  - 第一节 出版发行概述 240
  - 第二节 图书的商品性质 244
    - 一、图书是一种文化商品 244
    - 二、图书商品有显著的差异化 244
    - 三、图书属于较弱的超必需品 246
    - 四、图书商品具有正的外部性 249
  - 第三节 中国图书出版业的发展阶段 250
    - 一、超常规增长阶段(2019-2023年) 250
    - 三、新的增长阶段(1995年至今) 270
- 第十八章 2019-2023年中国图书出版行业发展形势分析 277
  - 第一节 2019-2023年中国图书出版业的滞胀现象剖析 277
    - 一、图书出版业滞胀的表现 277
    - 二、图书出版业滞胀的原因 284
    - 三、图书出版业体制改革加速 288
      - 一、出书结构30分 290
      - 二、出书质量50分 290
      - 三、其他20分 291
  - 第二节 2019-2023年中国图书出版中的品牌分析 293
    - 一、中国图书出版品牌化的原因 293
    - 二、出版社品牌竞争力的五大构成 295

三、品牌竞争时代的图书出版物现状	297
四、中国图书出版业品牌化运作的模式探讨	299
第十九章 2019-2023年中国图书出版市场运行动态分析	307
第一节 2019-2023年中国图书出版市场概述	307
一、中国图书出版市场规模状况	307
二、图书出版利润分析	309
第二节 2019-2023年中国图书出版市场中存在的问题及对策	315
一、加大对图书出版业的政策支持	315
二、降低书刊批销市场准入门槛	316
三、努力培育完善的市场体系	317
四、加强图书出版业的资本运作	319
一、联合竞争对手，壮大出版实力	320
二、设立直销书店，缩短销售链条	320
三、涉足新华改制，打通产业链条	321
四、联手零售之王，增设分销渠道	321
第二十章 2019-2023年中国图书发行运行走势分析	324
第一节 2019-2023年中国图书发行行业分析	324
一、网络环境下的图书发行模式	324
一、网络出版的发展对出版商的影响	332
三、网上书店	338
四、网络环境下传统出版业的对策	347
二、图书发行行业市场行为分析	352
三、民营图书发行行业状况	355
第二节 2019-2023年中国图书发行行业的盈利分析	360

一、中国本土书店处境分析	360
二、图书发行行业战略扩张原则	362
三、图书发行行业盈利的战略措施	363
第三节 2019-2023年中国图书发行业多元化发展分析	364
一、图书发行行业多元化的原因	364
二、图书发行行业多元化的考虑因素	366
三、图书发行企业多元化的策略	368
第四节 2019-2023年中国图书出版物发行折扣分析	371
一、图书发行高折扣的市场原因	372
二、图书发行高折扣的制度原因	373
三、图书市场高折扣现象的对策	375
第二十一章 2019-2023年中国不同类型图书出版发行业态势分析	378
第一节 2019-2023年中国教育图书出版业发行业况透析	378
一、2019-2023年教育图书出版总结	378
二、教育图书市场化改革逐步加快	378
第二十二章 2024-2029年中国图书出版发行行业发展趋势预测分析	379
第一节 2024-2029年中国图书出版行业网络化分析	379
一、网络渐成图书零售重要渠道	379
二、图书零售进入网络时代	381
三、电子图书网络书店冲击传统书店	383
四、网络阅读率已达49%接近图书阅读率	384
图表目录	
图表：2019-2023年年末人口数及其构成	17
图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数	18

- 图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 19
- 图表：2019-2023年居民消费价格比上年涨跌幅度 19
- 图表：中国少儿教辅内容需求现状 51
- 图表：您喜欢让孩子读哪类书? 52
- 图表：您喜欢看下列哪些杂志? 53
- 图表：您希望课外阅读对孩子能有什么好处? 53
- 图表：您觉得妨碍儿童阅读的主要因素是什么? 54
- 图表：您经常用什么方式进行阅读 54
- 图表：中国高等教育教辅内容需求现状 59
- 图表：开卷全国实体书店成长性分析 60
- 图表：全国实体书店渠道12个主要细分市场环比表现 61
- 图表：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月环比变化 61
- 图表：12个全国实体书店渠道主要细分市场同比表现 61
- 图表：近几年来全国实体书店渠道图书市场10月的同比变化 62
- 图表：全国实体书店渠道五大地区环比表现 62
- 图表：全国实体书店渠道五大地区同比表现 62
- 图表：本月少儿类首次上榜图书 62
- 图表：零售市场构成 64
- 图表：2019-2023年度全国教育教辅类报纸质量检查综合分数排名 69
- 图表：受访者性别占比 75
- 图表：受访者年龄分布 75
- 图表：受访者所在区域分布 76
- 图表：消费者拥用教辅书比率 76
- 图表：消费者购买教辅书的原因 77

- 图表：消费者对教辅书的喜好调查分析 78
- 图表：学生教辅书采购形式调查分析 78
- 图表：教辅书能否提高学习成绩调查分析 79
- 图表：消费者是何时使用教辅书的调查分析 79
- 图表：影响消费者选购教辅书的原因调查分析 79
- 图表：整合营销的策略流程图 89
- 图表：民营运作的四个走向 146
- 图表：2024-2029年中国教辅行业市场预测分析 151
- 图表：2024-2029年中国教辅行业市场盈利能力预测 152
- 图表：中国教辅行业整体市场规模 171
- 图表：中国教辅行业市场人均量 171
- 图表：中国教辅行业企业体量 172
- 图表：中国教辅行业市场分布(城市、农村) 172
- 图表：诵读类占中小学教辅比重 193
- 图表：习字贴类占中小学教辅比重 194
- 图表：辅导类占中小学教辅比重 194
- 图表：训练类占中小学教辅比重 195
- 图表：测评类占中小学教辅比重 196
- 图表：高中生英语教辅资料使用情况调查结果 202
- 图表：中国基础教育教辅内容需求现状 230
- 图表：需求曲线与价格弹性 245
- 图表：美国经济中部分商品的价格弹性 245
- 图表：书籍、课本随人均收入增长的变化情况 246
- 图表：书籍、课本、图片随人均收入增长的变化情况 247

- 图表：中国书籍、课本、图片出版总量 247
- 图表：美国一些商品的收入弹性 248
- 图表：全社会书报杂志零售额在社会消费品零售总额中的比重 249
- 图表：1980-2019-2023年中国图书出版概况 250
- 图表：2019-2023年中国出版业用纸量和凸版纸双面胶版纸产量(万吨) 252
- 图表：2019-2023年中国图书出版概况 254
- 图表：2019-2023年上海各图书发行部门图书库存变化(万册) 255
- 图表：中国新华书店的图书销售量(亿册) 255
- 图表：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 256
- 图表：卖方市场 257
- 图表：不同供给弹性下的价格变化比较 258
- 图表：买方市场 258
- 图表：不同需求弹性下的价格变化比较 258
- 图表：2019-2023年中国的图书销售额及单位印张价格 259
- 图表：2019-2023年中国图书市场的需求弹性测算 260
- 图表：2019-2023年图书平均印数的变化情况 261
- 图表：2019-2023年中国的职工平均工资 261
- 图表：2019-2023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 263
- 图表：2019-2023年上海版图书的成本价格 264
- 图表：中国出版社的增长情况 266
- 图表：2019-2023年中国图书出版概况 271
- 图表：2019-2023年中国图书出版种类分布统计 272
- 图表：2019-2023年中国图书总印数亿册(张) 272
- 图表：各细分市场码洋比重对比 307

- 图表：近年新书品种及新书平均定价对比 308
- 图表：影响图书最终利润的因素 309
- 图表：发行价格升降对出版利润的影响 311
- 图表：图书发行价格与最终利润价格 313
- 图表：近期中国图书出版业资本变动总结情况 319
- 图表：四川新华文轩连锁股份有限公司股东情况 321
- 图表：传统的出版发行模式和流程 331
- 图表：网络环境下出版商与最终消费者关系 331
- 图表：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：传统发行模式与网上书店发行模式比较 335
- 图表：传统发行模式与网络发行模式特点对比 336
- 图表：传统的图书发行渠道 336
- 图表：网络环境下多元化的发行渠道 337
- 图表：北京大学研究生最常去的够舒场所排名 338
- 图表：传统购书方式 342
- 图表：网上书店购书方式 343
- 图表：是否在网上书店买过书 344
- 图表：对网上书店之物流速度满意度 346
- 图表：对网上书店之物流价格满意度 346
- 图表：买书时遇到的折扣情况 350
- 图表：民营图书从业者与图书行业之SWOT分析表 356
- 图表：民营图书从业者之SWOT矩阵分析表 358

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170513/78097.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)