# 2026-2031年中国教育出版物发行市场分析及投资潜力研究预测报告

## 报告简介

与一般商品比较，图书最突出的特点在于它是一种文化商品。因此，图书要求消费者必须具备一定的文化程度，一个社会的文盲和半文盲率对图书市场的容量会产生直接的影响。另一方面，文化商品的属性也决定了其生产目标的双重性：作为商品，出版图书要以追求利润为目标，而作为文化商品，图书的出版又必须以文化的普及与提高为宗旨。这种双重目标有时可以相容，有时却无法调和。作为文化和知识载体的书籍，主要承担传递和普及知识与信息的功能，因此，它是一种典型的外部性产品。一本书的价值绝不能等同于出版一本书的成本，读书的人越多，对于社会而言，其收益也便越大。也就是说，销售一本书的同时，出版社的收益与社会整体收益是不同的，后者要远高于前者。

经过两年的工作，《全民阅读促进条例》起草完成并正在征求各方意见。地方的全民阅读立法工作广泛开展，江苏、湖北、辽宁等省已经出台了促进全民阅读的地方法规，北京、广东、福建等25个省都成立了全民阅读活动组织领导机构，全国各省、自治区、直辖市都开展了全民阅读活动，400多个城市常设读书节、读书月等活动。“书香中国”、“北京阅读季”、“深圳读书月”等一大批品牌活动，已经成为推广全民阅读的重要平台。2019年我国教育出版物发行行业在新常态，新经济的背景下，将更好的发展。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家新闻出版广电总局、中国书刊发行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国教育出版物发行行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国教育出版物发行行业发展状况和特点，以及中国教育出版物发行行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球教育出版物发行行业发展态势作了详细分析，并对教育出版物发行行业进行了趋向研判，是教育出版物发行经营企业，科研、投资机构等单位

准确了解目前教育出版物发行行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

**报告目录**

**第一部分 行业运行现状**

**第一章 教育出版物发行行业发展综述 1**

第一节 教育出版物发行行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业产品/服务分类 1

三、行业主要商业模式 1

第二节 教育出版物发行行业特征分析 2

一、产业链分析 2

二、教育出版物发行行业在产业链中的地位 3

三、教育出版物发行行业生命周期分析 3

1、行业生命周期理论基础 3

2、教育出版物发行行业生命周期 3

第三节 最近3-5年中国教育出版物发行行业经济指标分析 4

一、赢利性 4

二、成长速度 4

三、附加值的提升空间 4

四、进入壁垒/退出机制 5

五、风险性 7

六、竞争激烈程度指标 7

**第二章 教育出版物发行行业运行环境（pest）分析 10**

第一节 教育出版物发行行业政治法律环境分析 10

一、行业管理体制分析 10

二、行业主要法律法规 12

三、行业相关发展规划 17

第二节 教育出版物发行行业经济环境分析 18

一、国际宏观经济形势分析 18

二、国内宏观经济形势分析 19

三、产业宏观经济环境分析 51

第三节 教育出版物发行行业社会环境分析 52

一、教育出版物发行产业社会环境 52

二、社会环境对行业的影响 64

三、教育出版物发行产业发展对社会发展的影响 64

第四节 教育出版物发行行业技术环境分析 65

一、教育出版物发行技术分析 65

二、教育出版物发行技术发展水平 66

三、行业主要技术发展趋势 66

**第三章 2021-2026年在线教育发展分析 67**

第一节 国外在线教育发展经验借鉴 67

一、国外发展状况 67

二、美国经验借鉴 67

三、日本经验借鉴 72

第二节 在线教育发展综述 76

一、行业领域分类 76

二、行业发展阶段 77

三、行业竞争主体 78

四、行业驱动因素 78

第三节 2021-2026年k12在线教育市场分析 80

一、市场规模 80

二、用户规模 80

三、竞争格局 81

四、投融资情况 81

第四节 在线教育细分领域商业模式分析 82

一、找家教平台 82

二、在线教学 83

三、在线答疑 84

四、题库 85

第五节 在线教育存在问题及对策建议 86

一、行业存在问题 86

二、细分领域问题 87

三、行业发展建议 88

**第四章 中国线上教育行业市场情况 90**

第一节 我国在线教育行业发展状况分析 90

一、我国在线教育行业发展阶段 90

二、我国在线教育行业发展总体概况 90

三、我国在线教育行业发展特点分析 91

第二节 中国在线教育商业模式分析 93

一、商业模式总体分析 93

二、b2c模式 94

三、c2c模式 96

四、o2o模式 99

五、b2b模式 101

六、b2b2c模式 104

第三节 mooc模式分析 106

一、mooc起源 106

二、mooc特点 107

三、mooc优缺点 107

四、mooc发展 108

五、与网络公开课区别 109

第四节 2021-2026年在线教育行业发展现状 110

一、2021-2026年我国在线教育行业发展分析 110

二、2021-2026年中国在线教育企业发展分析 111

第五节 2021-2026年在线教育产品市场情况分析 111

一、2021-2026年中国在线教育产品市场发展分析 111

二、2021-2026年在线教育产品价格走势分析 113

第六节 线上教育平台市场营销分析 113

一、线上教育市场网络营销现状 113

二、线上教育营销策略分析 116

1、渠道策略 116

2、服务策略 117

**第五章 中国教育行业现状 119**

第一节 中国教育行业发展概况 119

一、中国教育行业发展趋势 119

二、中国教育发展状况 120

1、教育行业发展规模 120

2、教育行业供需状况 120

第二节 中国教育运营分析 121

一、中国教育经营模式分析 121

二、中国教育经营项目分析 122

三、中国教育运营存在的问题 122

第三节 我国教育出版物发行行业运行分析 124

一、我国教育出版物发行行业发展状况分析 124

1、我国教育出版物发行行业发展阶段 124

2、我国教育出版物发行行业发展总体概况 126

3、我国教育出版物发行行业发展特点分析 127

二、2021-2026年教育出版物发行行业发展现状 128

1、2021-2026年我国教育出版物发行行业市场规模 128

2、2021-2026年我国教育出版物发行行业发展分析 129

3、2021-2026年中国教育出版物发行企业发展分析 129

三、区域市场分析 130

1、区域市场分布总体情况 130

2、2021-2026年重点省市市场分析 134

**第六章 中国图书出版业运行分析 135**

第一节 中国图书出版业板块结构分析 135

一、以市场为导向的出版结构 135

二、板块结构出书的现代出版特征 136

三、板块的推进与转移 138

第二节 中国图书出版市场结构、行为及绩效分析 139

一、中国图书出版市场结构 139

二、中国图书出版市场行为 141

三、中国图书出版市场绩效考察 143

第三节 图书出版市场中存在的主要问题 145

一、图书出版市场需净化 145

二、高库存牵制图书出版市场发展 146

三、图书出版市场结构不合理 146

第四节 我国少儿图书出版业发展状况 147

一、少儿图书出版市场影响因素 147

二、少儿图书出版市场格局 148

三、少儿图书出版市场现状 150

四、少儿图书出版市场规模 151

五、少儿图书零售市场分析 152

六、少儿图书出版业发展前景 152

七、少儿图书出版发展存在的问题 153

八、少儿图书出版发行发展对策 154

第五节 中国家庭教育出版行业发展分析 155

一、中国家庭教育出版行业发展态势分析 155

二、中国家庭教育出版行业发展特点分析 158

三、中国家庭教育出版行业市场供需分析 159

第六节 中国家庭教育市场规模分析 162

一、中国家庭教育市场规模分析 162

二、中国家庭教育区域市场规模分析 163

1、东北地区市场规模分析 163

2、华北地区市场规模分析 163

3、华东地区市场规模分析 163

4、华中地区市场规模分析 164

5、华南地区市场规模分析 164

6、西部地区市场规模分析 164

第七节 中国教育图书出版业发展状况 165

一、教育图书出版业发展概述 165

二、教材发行机制改革分析 167

三、教育图书出版市场特征 168

四、教育图书出版市场规模 169

五、教育图书出版市场竞争格局 170

六、教育图书出版市场发展态势 170

七、教育图书出版业发展困境 172

第八节 中国网上书店行业区域市场发展情况分析 174

一、中国网上书店行业华东地区市场发展情况分析 174

二、中国网上书店行业华北地区发展情况分析 175

三、中国网上书店行业华南地区发展情况分析 175

四、中国网上书店行业华中地区发展情况分析 176

五、中国网上书店行业东北地区发展情况分析 176

六、中国网上书店行业西部地区发展情况分析 176

**第七章 2021-2026年国内图书行业营销策略分析 177**

第一节 图书行业营销存在问题分析 177

一、缺乏优质产品，没有品牌效益 177

二、市场竞争激烈，定价机制不明 177

三、营销渠道增多，图书选择困难 177

第二节 优化图书营销的策略路径 178

一、产品策略 178

二、定价策略 179

三、渠道策略 179

第三节 互联网背景下图书出版发行行业营销重点分析 179

一、围绕读者开展营销工作 179

二、共建出版营销体系的大数据平台，无限延展营销空间 180

三、实现营销人员职业化转型 180

四、提高资金周转速度 181

第四节 互联网背景下图书出版发行行业营销手段分析 181

一、社群营销分析 181

1、社群营销的模式分析 181

2、社群营销的作用分析 182

3、社群营销策略分析 184

二、电商营销分析 185

1、电商营销的作用分析 185

2、电商营销存在的问题分析 186

3、电商营销发展策略分析 186

**第八章 我国教育出版物发行行业整体运行指标分析 190**

第一节 中国教育出版物发行行业总体规模分析 190

一、企业数量结构分析 190

二、人员规模状况分析 190

三、行业市场规模分析 191

第二节 中国教育出版物发行行业运营情况分析 195

一、我国教育出版物发行行业营收分析 195

二、我国教育出版物发行行业利润分析 195

第三节 教育出版物发行行业产业链分析 195

一、产业链结构分析 195

二、主要环节的增值空间 196

三、与上下游行业之间的关联性 196

第四节 教育出版物发行产业结构分析 197

一、市场细分充分程度分析 197

二、各细分市场领先企业排名 198

三、各细分市场占总市场的结构比例 199

四、领先企业的结构分析(所有制结构) 199

第五节 产业结构发展预测 200

一、产业结构调整指导政策分析 200

二、中国教育出版物发行行业参与国际竞争的战略市场定位 201

三、教育出版物发行产业结构调整方向分析 201

**第九章 我国教育出版物发行行业渠道分析及策略 202**

第一节 教育出版物发行行业渠道分析 202

一、渠道形式及对比 202

二、各类渠道对教育出版物发行行业的影响 203

三、主要教育出版物发行企业渠道策略研究 204

四、各区域主要代理商情况 206

第二节 教育出版物发行行业用户分析 206

一、用户认知程度分析 206

二、用户需求特点分析 206

三、用户购买途径分析 207

第三节 教育出版物发行行业营销策略分析 207

一、中国教育出版物发行营销概况 207

二、教育出版物发行营销策略探讨 208

三、教育出版物发行营销发展趋势 209

**第十章 我国教育出版物发行行业竞争形势及策略 210**

第一节 行业总体市场竞争状况分析 210

一、教育出版物发行行业竞争结构分析 210

1、现有企业间竞争 210

2、潜在进入者分析 210

3、供应商议价能力 210

4、客户议价能力 211

二、教育出版物发行行业集中度分析 211

第二节 中国教育出版物发行行业竞争格局综述 212

一、教育出版物发行行业竞争概况 212

1、中国教育出版物发行行业竞争格局 212

2、教育出版物发行行业未来竞争格局和特点 212

3、教育出版物发行市场竞争对手分析 213

二、中国教育出版物发行行业竞争力分析 216

1、我国教育出版物发行行业竞争力剖析 216

2、我国教育出版物发行企业市场竞争的优势 217

3、国内教育出版物发行企业竞争能力提升途径 217

三、教育出版物发行市场竞争策略分析 219

**第十一章 教育出版物发行行业领先企业经营形势分析 222**

第一节 北京人天书店有限公司 222

一、企业概况 222

二、企业优势分析 222

三、产品/服务特色 223

四、2021-2026年经营状况 224

五、2026-2031年发展规划 224

第二节 中南博集天卷文化传媒有限公司 225

一、企业概况 225

二、企业优势分析 226

三、产品/服务特色 226

四、2021-2026年经营状况 227

五、2026-2031年发展规划 228

第三节 新经典文化股份有限公司 228

一、企业概况 228

二、企业优势分析 228

三、产品/服务特色 231

四、2021-2026年经营状况 231

五、2026-2031年发展规划 231

第四节 昆明新知集团有限公司 232

一、企业概况 232

二、企业优势分析 232

三、2021-2026年经营状况 233

四、2026-2031年发展规划 233

第五节 湖北三新文化传媒有限公司 234

一、企业概况 234

二、企业优势分析 234

三、产品/服务特色 236

四、2021-2026年经营状况 238

五、2026-2031年发展规划 239

第六节 江西金太阳教育研究有限公司 239

一、企业概况 239

二、企业优势分析 239

三、产品/服务特色 240

四、2021-2026年经营状况 240

五、2026-2031年发展规划 240

第七节 江苏凤凰出版传媒股份有限公司 241

一、企业概况 241

二、企业优势分析 241

三、2021-2026年经营状况 243

四、2026-2031年发展规划 243

第八节 北京当当网信息技术有限公司 245

一、企业概况 245

二、企业优势分析 245

三、产品/服务特色 246

四、2021-2026年经营状况 246

五、2026-2031年发展规划 246

第九节 山东世纪金榜科教文化股份有限公司 247

一、企业概况 247

二、企业优势分析 248

三、产品/服务特色 248

四、2021-2026年经营状况 249

五、2026-2031年发展规划 249

第十节 山东世纪天鸿文教科技股份有限公司 250

一、企业概况 250

二、企业优势分析 250

三、产品/服务特色 251

四、2021-2026年经营状况 252

五、2026-2031年发展规划 252

**第十二章 我国教育出版物发行行业供需形势分析 254**

第一节 教育出版物发行行业供给分析 254

一、2021-2026年教育出版物发行行业供给分析 254

二、2026-2031年教育出版物发行行业供给变化趋势 254

三、教育出版物发行行业区域供给分析 254

第二节 2021-2026年我国教育出版物发行行业需求情况 255

一、教育出版物发行行业需求市场 255

二、教育出版物发行行业客户结构 255

三、教育出版物发行行业需求的地区差异 255

第三节 教育出版物发行市场应用及需求预测 256

一、教育出版物发行应用市场总体需求分析 256

二、2026-2031年教育出版物发行行业领域需求量预测 258

1、2026-2031年教育出版物发行行业领域需求产品/服务功能预测 258

2、2026-2031年教育出版物发行行业领域需求产品/服务市场格局预测 258

三、重点行业教育出版物发行产品/服务需求分析预测 259

**第十三章 研究结论及投资建议 261**

第一节 教育出版物发行行业研究结论 261

第二节 教育出版物发行行业投资价值评估 261

第三节 教育出版物发行行业投资建议 261

一、行业发展策略建议 261

二、行业投资方向建议 263

三、行业投资方式建议 264

**图表目录**

图表：教育出版物发行市场产业链 2

图表：产业生命周期一览表 3

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度(单位：亿元;%) 20

图表：2021-2026年三次产业增加值站国内生产总值比重(单位：%) 20

图表：2021-2026年万元国内生产总值能耗降低率(单位：%) 21

图表：2021-2026年全员劳动生产率(单位：元/人) 21

图表：2021-2026年末人口数及其构成 22

图表：2021-2026年城镇新增就业人数(单位：万人) 22

图表：2021-2026年居民消费价格月度涨跌幅度(单位：%) 23

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度(单位：%) 23

图表：2021-2026年末国家外汇储备(单位：亿美元) 24

图表：2021-2026年末全国农村贫困人口和贫困发生率(单位：万人;%) 25

图表：2021-2026年粮食产量(单位：万吨) 26

图表：2021-2026年全部工业增加值及其增长速度(单位：亿元;%) 27

图表：2021-2026年主要工业产品产量及其增长速度 28

图表：2021-2026年建筑业增加值及其增长速度(单位：亿元;%) 29

图表：2021-2026年服务业增加值及其增长速度(单位：亿元;%) 30

图表：2021-2026年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 31

图表：2021-2026年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 31

图表：2021-2026年快递业务量及其增长速度(单位：亿件;%) 32

图表：2021-2026年末固定互联网宽带接入用户数和移动宽带用户数(单位：万户) 33

图表：2021-2026年三次产业投资占固定资产投资(不含农户)比重(单位：%) 34

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)增长速度 35

图表：2021-2026年固定资产投资新增主要生产与运营能力 35

图表：2021-2026年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 36

图表：2021-2026年货物进出口总额(单位：亿元) 37

图表：2021-2026年货物进出口总额及其增长速度 37

图表：2021-2026年主要商品出口数量、金额及其增长速度 37

图表：2021-2026年主要商品进口数量、金额及其增长速度 38

图表：2021-2026年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重 38

图表：2021-2026年外商直接投资(不含银行、证券、保险领域)及其增长速度 39

图表：2021-2026年对外非金融类直接投资额及其增长速度 40

图表：2021-2026年全国一般公共预算收入(单位：亿元) 41

图表：2021-2026年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 41

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度(单位：元;%) 43

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成 44

图表：2021-2026年研究与试验发展(r&d)经费支出及其增长速度(单位：亿元;%) 45

图表：2021-2026年专利申请、授权和有效专利情况 45

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数(单位：万人) 47

图表：2021-2026年国内游客人次及其增长速度(单位：亿人次;%) 48

图表：2021-2026年末卫生技术人员人数 49

图表：2021-2026年清洁能源消费量占能源总量的比重(单位：%) 50

图表：2021-2026年城镇新增就业人数 53

图表：2021-2026年消费和投资对经济增长的贡献率 54

图表：重点领域消费提质扩容 55

图表：2021-2026年科技进步贡献率 56

图表：2021-2026年全国日均新登记企业数 57

图表：共建“一带一路”进展 58

图表：长江经济带发展 60

图表：2021-2026年常住人口城镇化率和户籍人口城镇化率 61

图表：基本公共服务 63

图表：2021-2026年我国在线教育市场规模 78

图表：2021-2026年我国k12在线教育市场规模 80

图表：2021-2026年我国k12在线教育用户规模 80

图表：我国部分主要k12app示意图 81

图表：2021-2026年我国k12在线教育融资资本 81

图表：2021-2026年中国在线教育企业融资轮次分布 92

图表：中国互联网教育企业产品与服务类型分布 112

图表：2021-2026年教育行业融资次数一览表 119

图表：2021-2026年我国教育行业市场规模 120

图表：2021-2026年我国教育出版物发行行业市场规模 128

图表：2021-2026年中国教育出版物发行企业营收 129

图表：各地区新闻行业总体经济规模综合评价 134

图表：少儿图书市场领先出版top5 149

图表：2021-2026年华北地区家庭教育市场规模 163

图表：2021-2026年华中地区家庭教育市场规模 164

图表：2021-2026年华南地区家庭教育市场规模 164

图表：2021-2026年华东地区网上书店出版物销售额占比情况 175

图表：2021-2026年华北地区网上书店出版物销售额 175

图表：2021-2026年华中地区网上书店出版物销售额 176

图表：2021-2026年出版物发行总量规模(单位：处，亿元，%) 191

图表：2021-2026年全国出版、印刷和发行服务主要经济指标(单位：亿元，%) 191

图表：2021-2026年中国出版物产品结构(单位：亿册(张、份、盒)，%，百分点) 192

图表：2021-2026年中国书籍、课本与图片品种、印数结构(单位：万种，亿册(张)，%，百分点) 193

图表：2021-2026年新闻出版产业结构(单位：亿元，%) 196

图表：2021-2026年总体经济规模综合评价前10位的发行集团 198

图表：总体经济规模综合评价前10位的发行集团的所有制 199

图表：新版与重印图书品种 211

图表：新版、重印与租型图书印数 212

图表：总体经济规模综合评价前10位的图书出版集团 214

图表：总体经济规模综合评价前10位的发行集团 215

图表：2021-2026年新闻出版产业营业收入构成 216

图表：2021-2026年新闻出版产业结构(单位：亿元，%) 217

图表：2021-2026年我国出版社数量 254

图表：2026-2031年我国出版社数量变化趋势 254

图表：2021-2026年我国文化、科学、教育、体育类行业总印数 255

图表：/年教育出版物发行行业需求的地区差异 255

把握投资 决策经营！

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

报告编号：116478

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190418/116478.shtml

在线订购：点击这里