

2022-2028年中国教辅类图书市场分析与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国教辅类图书市场分析与市场全景评估报告》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.cction.com/report/202208/315598.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

我国图书出版市场主要分三大类，即大众出版、专业出版和教育出版，教辅及助学类读物属于教育出版大类中的细分门类。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国教辅类图书市场分析与市场全景评估报告》共十二章。首先介绍了教辅类图书行业发展环境、教辅类图书整体运行态势等，接着分析了教辅类图书行业市场运行的现状，然后介绍了教辅类图书市场竞争格局。随后，报告对教辅类图书做了重点企业经营状况分析，最后分析了教辅类图书行业发展趋势与投资预测。您若想对教辅类图书产业有个系统的了解或者想投资教辅类图书行业，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。

报告目录：

第一章 2020年中国教辅市场运行环境分析

第一节 2020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、2020年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2020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 2020年中国教辅市场社会环境分析

第二章 2020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 2020年中国图书出版行业整体运行状况分析

第一节 2020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 2020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 2020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 2020年中国教辅行业市场运行态势分析

第一节 2020年中国教辅市场动态分析

第二节 2020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 2020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 2020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 2020年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 2020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 2020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 2020年中国教辅图书市场营销透析

第一节 2020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 2020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
- 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 2020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 2020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 2020年中国教辅市场竞争格局分析

第一节 2020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 2020年中国教辅市场竞争动态分析

第三节 2020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 2022-2028年中国教辅行业竞争趋势分析

第十章 世界品牌教辅企业营运状况浅析

第一节 培生集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 美国麦格劳 - 希尔公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 德国贝塔斯曼集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 爱尔兰霍顿米孚林

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第五节 牛津大学出版社

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第六节 剑桥大学出版社

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第十一章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、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 高等教育出版社

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 新华出版社

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 外语与教学研究出版社

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第五节 上海世纪出版集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第六节 新华图书发行集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第七节 湖北省图书发行集团

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第八节 北京社科图书发行公司

一、企业简介

二、企业经营状况及竞争力分析

第十二章 2022-2028年中国教辅行业发展趋势与投资预测分析 ()

第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年中国教辅行业市场预测分析

第四节 2022-2028年中国教辅产业投资机会分析

第五节 2022-2028年中国教辅市场投资风险分析

第六节 投资建议

部分图表目录：

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

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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/315598.html>