

2021-2026年中国教辅类图书市场深度分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国教辅类图书市场深度分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/edu/705411.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 2016-2020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、英国图书发行业情况分析
- 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

第二章 2016-2020年中国图书出版行业发展分析

第一节 中国图书出版业发展演进

第二节 中国图书出版发展总况

- 一、中国图书出版量有所增长
- 二、中国图书出版业的特性
- 三、图书出版业组织结构分析
- 四、图书出版产业利润情况分析
- 五、中国图书出版业对外政策

六、中国图书出版业竞争结构解析

第三节 图书出版的板块结构分析

一、以市场为导向的出版结构

二、板块结构出书的现代出版特征

三、板块的推进与转移

第四节 剖析中国图书出版业的滞胀现象

一、图书出版业滞胀的表现

二、图书出版业滞胀的原因

三、图书出版业改革的重点

第五节 图书出版中的品牌分析

一、中国图书出版品牌发展情况分析

二、中国图书出版品牌化的原因

三、品牌图书支撑出版社的发展

四、出版品牌图书是读者的要求

五、中国图书出版业品牌化运作的模式

第六节 中国图书出版企业发展分析

第七节 中国图书发行行业分析

一、中国图书发行市场结构及模式分析

二、图书发行市场行为分析

三、民营图书发行业已成为中国图书发行的重要力量

四、中国图书发行集团资本经营的路径选择

五、图书发行行业的盈利分析

第三章 2016-2020年中国教辅市场运行环境解析

第一节 2016-2020年中国教辅市场政策环境分析

第二节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入状况分析

四、恩格尔系数

五、固定资产投资状况分析

六、社会消费品零售总额

七、对外贸易&进出口

第三节 2016-2020年中国教辅市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、居民消费观念

第四章 2016-2020年中国图书出版所属行业数据监测分析

第一节 2016-2020年中国图书出版所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2020年中国图书出版所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2020年中国图书出版所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2020年中国图书出版所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2016-2020年中国图书出版所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2016-2020年中国图书出版市场分析

第一节 中国图书出版市场综述

一、体制改革加速我国图书出版市场整合

二、挖掘潜在读者群拓展图书出版市场

三、从出版社角度分析图书市场的情况分析

第二节 图书出版市场的垄断与竞争

一、国内外图书出版市场特征比较

二、图书出版市场不完全竞争的根源

三、出版市场有效竞争的前提

第三节 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

第四节 中国图书出版市场结构、行为及绩效分析

一、中国图书出版市场结构概述

二、中国图书出版市场行为简析

三、中国图书出版市场绩效考察

第五节 图书出版市场中存在的主要问题

一、图书出版市场需净化

二、高库存牵制图书出版市场发展

三、图书出版市场结构不合理

四、图书出版市场资源浪费严重

第六章 2016-2020年中国教辅行业市场运行态势剖析

第一节 2016-2020年中国教辅市场动态分析

第二节 2016-2020年中国教辅市场发展现状分析

第三节 2016-2020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

第七章 2016-2020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

第八章 2016-2020年中国教辅市场销售情况统计分析

第一节 2016-2020年中国图书市场总体运行态势

第二节 2016-2020年中国教辅类书籍市场销售情况分析

第三节 2016-2020年中国教辅类图书细分市场分析

一、教辅图书

二、教辅报刊

第九章 2016-2020年中国教辅图书市场营销透析

第一节 中国教辅图书市场营销要点解析

一、中国教辅图书发行渠道

二、中国教辅图书发行方法

三、中国教辅图书发行方式

四、中国教辅图书发行宣传

五、中国教辅用于发行的图书类型

六、中国教辅图书发行的定价与付款方式

第二节 2016-2020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

第三节 目前教辅的发行渠道分为

- 一、邮局订阅
- 二、主渠道
- 三、二渠道
- 四、自建发行站

第四节 2016-2020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

第五节 教辅图书发行渠道和市场局变

第六节 2016-2020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

第十章 2016-2020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

第十一章 2016-2020年中国教辅类图书所属行业进出口数据统计分析

第一节 2016-2020年中国教辅书所属行业进出口数据分析

- 一、教辅书所属行业进出口数量分析

二、教辅书所属行业进出口金额分析

三、教辅书所属行业进出口国家及地区分析

第二节 2016-2020年中国教辅报刊所属行业进出口数据分析

一、教辅报刊所属行业进出口数量分析

二、教辅报刊所属行业进出口金额分析

三、教辅报刊所属行业进出口国家及地区分析

第三节 2016-2020年中国儿童教辅图书所属行业进出口数据分析

一、儿童教辅图书所属行业进出口数量分析

二、儿童教辅图书所属行业进出口金额分析

三、儿童教辅图书所属行业进出口国家及地区分析

第十二章 2016-2020年中国教辅市场竞争新格局透析

第一节 2016-2020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 2016-2020年中国教辅市场竞争动态分析

第三节 2016-2020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 2021-2026年中国教辅行业竞争趋势预测

第十三章 2016-2020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

第十四章 2016-2020年中国教辅书籍典型出版企业竞争力透析

第一节 人民教育出版社

第二节 高等教育出版社

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

第十五章 2021-2026年中国教辅行业发展趋势与前景展望

第一节 2021-2026年中国教辅行业发展前景预测

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 2021-2026年中国教辅行业发展趋势预测

一、中国民营教辅业的发展趋势预测分析

二、高考教辅出版呈现新趋势预测分析

三、教辅书的流行新趋势预测分析

第三节 2021-2026年中国教辅行业市场预测分析

第四节 2021-2026年中国教辅市场盈利预测分析

第十六章 2021-2026年中国教辅行业投资前景预测分析

第一节 2016-2020年中国教辅类图书教辅环境分析

第二节 2021-2026年中国教辅产业投资机会分析

一、中国图书出版业投资潜力分析（AK LT）

二、教辅类书籍投资吸引力分析

第三节 2021-2026年中国教辅市场投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 行业投资建议

图表目录：

图表1 2020年国内生产总值

图表2 GDP环比增长速度

图表3规模以上工业增加值同比增长速度

图表4固定资产投资（不含农户）同比增速

图表5分地区投资相邻两个月累计同比增速

图表6固定资产投资到位资金同比增速

图表7全国居民消费价格涨跌幅

图表8 10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表9 10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表10 2020年居民消费价格主要数据

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/edu/705411.html>