

2010-2013年中国教辅类图书行业市场研究及投资发展预测报告

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

《2010-2013年中国教辅类图书行业市场研究及投资发展预测报告》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/201001/33602.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

第一章 2008-2009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、2008-2009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、2008-2009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 2008-2009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 2008-2009年中国教辅行业市场运行态势分析

一、2008-2009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、2008-2009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、2008-2009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 2008-2009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 2008-2009年中国教辅行业市场销售渠道运行态势分析

一、2008-2009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、2008-2009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 2008-2009年中国教辅图书市场营销分析

一、2008-2009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——四川新华文轩连锁股份有限公司

四、2008-2009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 2008-2009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 2008-2009年中国教辅市场竞争格局分析

一、2008-2009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、2008-2009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……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201001/33602.html>