# 教材及教辅市场调查报告

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2024-06-15

*1）市场现状 市场价值 据中国新闻出版统计数据显示，2024年全国出版物销售总额为1456.39亿元，其中，中小学教材、教辅为878.7亿元，占销售总额的60.38%。（以上数据仅包括新华书店系统和出版社自办发行单位，不包括民营发行机构，...*

1）市场现状

市场价值

据中国新闻出版统计数据显示，2024年全国出版物销售总额为1456.39亿元，其中，中小学教材、教辅为878.7亿元，占销售总额的60.38%。（以上数据仅包括新华书店系统和出版社自办发行单位，不包括民营发行机构，而教辅图书80%是通过民营机构发行和直销）

市场环境

政策制度

a．教育地位的重要性得到认可，科教兴国和人才强国战略正被深入实施。

b．我国基础教育以应试教育为主，考试成绩的高低成为学生学习水平评价的唯一标尺。

c．出版社与社会人合作出书的政策允许，催生了教辅图书行业的出现与发展。

人口结构

据“2024年全国教育事业发展统计公报”显示，到2024年底，我国小学在校生10331.51万人，初中在校生5584.97万人，普通高中在校生2476.28万人。

消费观念

a．每一个中国家长对孩子教育的投资都毫不吝啬。

b．教辅作为教材的补充，其重要性得到学生、家长和教师的认可，大多数学生除学校订的教辅材料外，自己及家长还买有多套教辅材料。

竞争对手

出版社

全国570家出版社中，有530家出版社在出版教辅，不过70%以上的教辅书都是由民营书商出版发行，出版社自己出版教辅形成规模的不多，主要有东北师范大学出版社、广西师范大学出版社等。

教辅公司

全国基本形成以北京为中心，山东、河北为“基地”，其他地区补充的格局。其中，山东梁山、河北肃宁两地的教辅产品多通过自己的直销渠道销售，其他地区教辅产品多通过各地的批发零售网络销售。

2）市场潜力

市场问题

产品质量

教辅产品的质量普遍不高，内容都以资料、试题编纂为主，同质化现象极其严重，有些教辅图书内错误百出。

产品研发

a．目前，几乎所有的教辅公司对产品的研发投入都很少，一套新产品的开发多通过模仿、跟风、抄袭的形式而进行。

b．个别公司打着研发的旗号，鼓吹研发成果，而产品均无实质的突破，千篇一律，毫无创新。

c．教辅公司都没有自己独特的作者队伍，其作者多为不同学校的在职教师，从而在一定程度上促使了各公司教辅产品的同质化。

产品盗版

教辅行业可观的利润，使得畅销教辅产品的盗版层出不穷。

发展趋势

高质量产品

随着教辅市场的发展，教师、学生对于教辅图书的选购逐渐趋于理性，市场对教辅产品的需求更加多元化，对图书的质量要求越来越高。

创新性产品

教辅产品同质化严重的背景下，导致教辅价格战竞争激烈，使得一些公司损失严重。而一些富有创新的实用产品，在市场上却一路走俏。教师、学生对于创新性产品的需求极大增加。

理论性产品

教育是一门技术，教辅图书的编写更是需要一定理论的指导为后盾。随着教育的发展，教育技术日益被学校所注重，教学方法也日益被教师、学生所关注。根据一定教育理论、方法所编写的方法性教辅图书，将逐渐取代编纂性教辅图书。

行业投资风险小、利润大

a．伴随着教育制度的改革，考试选拔人才的制度却始终没有动摇。只要教育考试制度不取消，这块蛋糕就永远存在。教辅书业是所有风险性投资中最稳定的行业。

b．教材、教辅中占国图书出版产业总利润的60%以上，教辅图书的利润是所有出版业中最大的一种。

3）投入机会

基础教育课程改革

a．市场品牌不凸显。由于新课程的改革，一些老牌教辅公司由于没有及时开发出新产品而倒闭关门，另一些靠老本维持的公司也在苦苦挣扎，勉强维持，而一些新兴的小公司，多由于自身实力的限制，也没有得到快速的发展。所以，整个新课程教辅市场的品牌还未显现。

b．市场越来越广阔。随着新一轮基础教育课程改革的推进，使用新课程的学生总数已达1.5亿（截止2024年底），占到学生总数的3/4。

c．教辅品质要求越来越高。随着教育课程的改革、素质教育的实施，教师、学生对于教辅图书品质的要求越来越高。

d．教材教辅不再一起征订。随着国家教材循环使用和减负、禁止乱收费政策的实施，教材教辅不在一起征订，新华书店以外的教辅销售渠道更加畅通。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找