

# 2009-2012年出版行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2009-2012年出版行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.chyxx.com/research/200909/4350437R93.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

出版行业是一个国家文化产业的重要组成部分，一般包括图书、期刊、报纸、音像制品等的出版和发行。出版业是一项涉及经济、政治、科技、文化等领域的综合性工作，是推动社会进步的一个有效工具，其基本功能是积累和传播科学文化知识，以提高国民素质，促进社会的发展。一般来说，出版业是指营利性的、经常性的出版事业。世界出版业的发展突飞猛进，近20年来，世界图书出版总量（出版品种和销售收入）以每年大约4%速度稳步增长，图书进出口的平均增长速度则为7.4%左右。美、英、法、德是世界出版业的中心，它们的图书具有全球影响，决定着世界出版业的走势，它们是运作出版资本和输出图书、版权的主要国家，也是巨型跨国出版公司的所在地。中国、印度、埃及、墨西哥、阿根廷是地区出版大国。自改革开放以来，中国的出版业有了突飞猛进的发展。中国的出版业在今后几年将继续呈快速发展态势，这是毋庸置疑的。但出版形势的发展也已经证明，中国原有的出版市场格局将被打破，一个全新的市场化的出版市场格局正在逐步形成之中。目前出版业内竞争主要表现在：形成了国有出版企业与多种经济成分企业之间的竞争，同业务类型出版企业之间的竞争，省际之间的竞争这三种竞争格局。出版业的成本差异和产品差异都较小。但是由于出版业受国家高度控制，国有企业在竞争中的主体地位突出，垄断性较强，因而竞争是不充分的。全国开放、统一、竞争有序的出版市场尚未形成。“十一五”期间，新闻出版业增加值预期年均增长7%。到2010年，图书出版预期达到600亿印张、70亿册，种数控制在25.5万种，出版重点图书1370种；报纸出版预期达到2030亿印张、500亿份；期刊出版预期达到140亿印张、30亿册；音像电子出版物的品种、数量年均增长5%以上；大力发展以互联网、通讯网、电视网为基础的电子报纸、电子期刊、网络文学、网络数据库、手机报纸、手机期刊、手机小说等新型数字媒体，开发出版100种具有自主知识产权的大型民族网络游戏，明显提高中文内容在国际互联网上的比例和影响力。

传统出版业在完成了从“铅与火”到“光与电”的革命后，再次迎来了新浪潮——数字化。数字出版依托传统出版行业基础、结合现代高新IT技术优势、倚靠国家的大力支持，在业内企业积极推动下已经驶入了发展快车道。截至2008年12月，我国数字出版业的整体营业规模达530亿元，比2007年增长46.42%。2009年数字出版业的整体收入预计将达750亿元；未来几年，数字出版用户每年将增长30%，收入每年将增长50%，数字出版发展速度将远远超过出版业其他业态；目前用手机上网的用户达到1.76亿，实现近300%的增长速度，手机出版成为增长最快的数字出版行业，2008年手机出版营业收入增长继续保持翻番。数字出版作为出版业未来发展的方向已得到行业普遍认可，已由“做”与“不做”的问题，转变为“怎么做”的问题，国家也对数字出版行业给予了高度重视。《国家“十一五”时期文化发展纲要》中明确指出：大力发展以数字化内容、数字化生产和网络化传播为主要特征的新兴文化产业。鼓励自主研发数字内容、数字传播、数字服务终端的产品和装备，开发数据处理、存储、传输、下载、数字互动等数字出版的增值业务，扩大数字出版的产业群体。近期，文化产业振

兴规划已报国务院审批；与此同时，全国文化产业布局规划和“十二五”文化发展规划也在积极制订中，其中出版业及出版社的数字化改革同样是重点内容。在国家的高度重视与大力支持下，业内参与者纷纷积极行动，全力推进数字出版行业发展。数字出版行业实现高速发展的最重要一点在于市场的培育与推广。截至目前，中国个人电子阅读终端超过1.8亿，手机网民已达5000万，数字阅读已成为一项全民需求，而另一方面出版社拥有丰富的内容资源，两者之间需要由数字出版企业衔接，形成有机发展的产业链，才能真正推动数字出版的发展。数字出版作为新兴产业，只有充分发挥技术优势、广泛结合内容资源、积极拓展市场渠道，才能在整条产业链的带动下，促进整个行业高速发展，推动我国出版行业改革，使之符合新时代的趋势，从而获得可持续发展。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、中国新闻出版总署、国家海关总署、中国出版工作者协会、国内外多种报刊杂志等公布和提供的大量资料，对我国的出版业进行了全面的分析研究。报告首先介绍了出版业的定义、分类、进入壁垒及价值链等，接着分析了国际国内出版业的发展概况，然后分别研究了报纸出版、图书出版、音像制品出版和网络出版业的发展现状及竞争格局。随后，报告对出版业做了国内外知名企业运营状况分析、存在问题及对策分析、投资分析和发展前景趋势分析，是新闻出版企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 出版行业发展概况

###### 第一节 出版业基本概况

###### 一、出版的定义

###### 二、出版业国际化的内涵

###### 三、新闻出版业的分类

###### 第二节 出版业价值链的管理与整合

###### 一、出版业价值链

###### 二、出版业价值链现状

###### 三、出版业价值链管理

###### 四、出版业价值链整合

###### 第三节 现代出版业发展概况

###### 一、现代出版业的结构框架

###### 二、现代出版业的结构差异

###### 三、现代出版业结构认识的应用

#### 第二章 全球出版行业发展概述

## 第一节 世界出版业发展分析

一、2008-2009年世界出版业的发展现状

二、2008-2009年国际出版商经营状况

## 第二节 美国出版行业分析

一、2008-2009年美国出版行业发展现状分析

二、美国三大出版业数字化商业模式分析

三、2009年美国图书出版新动向

## 第三节 日本出版行业分析

一、日本出版行业发展危机分析

二、2008-2009年日本出版业现状

三、2008-2009年日本数字出版发展现状

## 第四节 希腊出版行业分析

一、2008-2009年希腊出版市场分析

二、希腊图书出版的市场特色

## 第五节 其他部分国家出版业发展分析

一、俄罗斯少儿图书出版现状分析

二、2008-2009年德国出版市场分析

三、2008-2009年英国期刊出版现状

## 第三章 2008-2009年中国出版行业发展现状

### 第一节 中国出版业发展现状

一、中国出版产业资本运营概况

二、出版业发展存在问题分析

三、出版业应对阅读变化的策略

### 第二节 2008-2009年出版产业面临的挑战及应对策略

一、2008-2009年中国出版产业面临的挑战

二、2008-2009年中国出版产业的应对之策

### 第三节 我国出版业产业内贸易发展分析

一、2008-2009年我国出版业产业内贸易现状

二、影响我国出版业产业内贸易的因素

三、促进出版业产业内贸易发展的措施

### 第四节 民族出版业面临的问题及其发展对策

一、我国民族出版业面临的问题

二、民族出版业的发展对策

## 第四章 2008-2009年中国出版行业市场运行分析

### 第一节 2008年全国新闻出版业基本概况

一、图书

二、期刊

三、报纸

四、音像制品及电子出版物

五、出版物发行

六、出版物印刷

七、出版物进出口

八、版权管理及版权贸易

第二节 2009年中国出版产品进出口分析

一、2009年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、2009年报纸、杂志及期刊进出口情况

三、2009年儿童图书进出口情况

四、2009年乐谱原稿或印本进出口情况

五、2009年地图及手绘的设计图纸原稿等进出口情况

六、2009年贴花纸、明信片及日历等进出口情况

第三节 出版产业集群发展分析

一、出版产业集群作用

二、出版产业集群发展现状

三、出版产业集群发展建议

第四节 中国区域市场出版行业发展分析

一、香港出版业概况

二、广东数字出版产业发展分析

三、浙江新闻出版业发展分析

四、北京出版业发展分析

五、台湾出版业发展分析

第五章 报纸出版行业发展分析

第一节 2008年报纸报刊行业发展分析

一、新传媒环境下的报纸分析

二、数字报业的商业运作模式

三、2008年我国报业进入转型关键时期

第二节 中国上市报业集团发展分析

一、中国报业资本运营的意义

二、报纸企业上市的方式

三、报业类上市公司现状

四、传媒类上市公司的运作

### 第三节 报纸印刷行业发展趋势

- 一、企业生产能力趋势
- 二、报纸印刷企业整合趋势
- 三、报纸幅面发展趋势
- 四、报纸产品形式发展趋势
- 五、报纸印刷技术发展动向

## 第六章 音像出版业发展分析

### 第一节 音像行业发展概况

- 一、音像制品路线分析
- 二、音像产业的挑战与机遇

### 第二节 音像出版行业发展现状

- 一、中国音像出版业市场空间分析
- 二、2008-2009年音像出版产业发展现状
- 三、2009年音像出版发展态势

## 第七章 图书出版业发展分析

### 第一节 图书行业发展概况

- 一、2009年图书市场中热销的品种
- 二、2009年图书市场发展方向分析

### 第二节 中国图书出版市场分析

- 一、中国图书出版产业面临的挑战
- 二、2009年图书出版重点计划分析
- 三、中国图书出版产业发展格局
- 四、2009年我国图书出版发展趋势

### 第三节 中国图书出版细分市场状况

- 一、2008年少儿图书出版市场终端分析
- 二、幼教图书出版的现状与问题
- 三、2009年中国电子图书市场容量预测
- 四、“十一五”国家重点图书出版规划增补项目分析

## 第八章 网络出版业发展分析

### 第一节 网络出版业发展概况

- 一、网络出版概述
- 二、网络出版面临的问题
- 三、网络出版发展现状
- 四、网络出版的特征和趋势

### 第二节 数字化出版发展分析

- 一、我国数字出版产业发展现状
- 二、中国数字出版商业模式分析
- 三、数字出版新出路分析
- 四、2009年我国数字出版发展态势分析
- 五、未来五年数字出版产业发展趋势预测
- 第三节 2009年中国数字出版行业发展分析
  - 一、2009年数字出版行业政策分析
  - 二、2009年数字出版行业厂商分析
  - 三、2009年数字出版行业产品分析
  - 四、2009年数字出版行业技术分析
  - 五、2009年数字出版行业问题分析
- 第二部分 行业竞争格局
- 第九章 出版行业竞争分析
  - 第一节 中国出版业竞争环境分析
    - 一、竞争强度分析
    - 二、主要竞争对手分析
    - 三、潜在进入者分析
    - 四、替代品分析
  - 第二节 中国出版业竞争格局分析
    - 一、出版行业竞争格局更加合理
    - 二、2008年我国出版业争打奥运品牌战
    - 三、中外出版市场的竞争格局分析
  - 第三节 2008-2009年中国出版行业竞争分析及预测
    - 一、2008年出版市场竞争情况分析
    - 二、2009年出版市场竞争形势分析
    - 三、2008-2009年集中度分析及预测
    - 四、2008-2009年SWOT分析及预测
    - 五、2008-2009年进入退出状况分析及预测
    - 六、2008-2009年生命周期分析及预测
- 第十章 出版企业竞争策略分析
  - 第一节 我国出版的国际化竞争战略
    - 一、我国出版参与国际竞争的战略意义
    - 二、我国出版实施“走出去”战略
    - 三、我国出版国际竞争的主要途径
    - 四、中国出版业竞争走势分析

## 五、出版竞争战略的新趋势

### 第二节 出版市场竞争策略分析

#### 一、2009年出版市场增长潜力分析

#### 二、2009年出版主要潜力项目分析

#### 三、现有出版竞争策略分析

#### 四、出版潜力项目竞争策略选择

#### 五、典型企业项目竞争策略分析

### 第三节 出版企业竞争策略分析

#### 一、金融危机对出版行业竞争格局的影响

#### 二、金融危机后出版行业竞争格局的变化

#### 三、2009-2012年我国出版市场竞争趋势

#### 四、2009-2012年出版行业竞争格局展望

#### 五、2009-2012年出版行业竞争策略分析

#### 六、2009-2012年出版企业竞争策略分析

## 第十一章 出版重点企业分析

### 第一节 中国出版集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 高等教育出版社

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 外研社

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 贝塔斯曼集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

## 第五节 阿歇特出版公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

## 第六节 英国培生集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第十二章 中国出版产业趋势分析

#### 第一节 中国出版业的未来走向

- 一、绿色出版前景分析
- 二、出版产业发展新趋势
- 三、中国出版业的女性阅读趋势
- 四、出版行业经营的未来主题展望

#### 第二节 现代出版业的趋势与创新

- 一、内容提供与文化创新
- 二、数字融合与业务融合
- 三、开拓特殊用户市场
- 四、建设合理的出版产业链

#### 第三节 “十一五”新闻出版业发展规划

- 一、我国新闻出版业发展现状
- 二、新闻出版业面临的机遇和挑战
- 三、新闻出版业发展的指导思想和主要目标
- 四、“十一五”新闻出版业发展战略重点
- 五、促进新闻出版业发展的政策措施

### 第十三章 出版行业发展趋势预测

#### 第一节 2009-2012年出版市场趋势分析

- 一、2008-2009年出版市场趋势总结
- 二、2009-2012年出版发展趋势分析
- 三、2009-2012年出版市场发展空间
- 四、2009-2012年出版产业政策趋向
- 五、2009-2012年出版价格走势分析

## 第二节 2009-2012年出版市场预测

- 一、2009-2012年出版市场结构预测
- 二、2009-2012年出版市场需求前景
- 三、2009-2012年出版市场价格预测
- 四、2009-2012年出版行业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十四章 出版行业投资现状分析

#### 第一节 2008年出版行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年出版行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

### 第十五章 出版行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年出版行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

#### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

### 第十六章 出版行业投资机会与风险

## 第一节 出版行业投资效益分析

- 一、2008-2009年出版行业投资状况分析
- 二、2009-2012年出版行业投资效益分析
- 三、2009-2012年出版行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年出版行业的投资方向
- 五、2009-2012年出版行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第二节 影响出版行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响出版行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响出版行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响出版行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国出版行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国出版行业发展面临的机遇分析

## 第三节 出版行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年出版行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年出版行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年出版行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年出版同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年出版行业其他风险及控制策略

## 第十七章 出版行业投资战略研究

### 第一节 出版行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

### 第二节 对出版品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、出版实施品牌战略的意义
- 三、出版企业品牌的现状分析
- 四、出版企业的品牌战略
- 五、出版品牌战略管理的策略

### 第三节 出版行业投资战略研究

- 一、2008年出版行业投资战略

二、2009年出版行业投资战略

三、2009-2012年出版行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第十八章 中国出版行业发展策略

第一节 21世纪中国出版业战略性分析

一、中国出版体制的改革走势

二、中国出版业的经营策略

三、科技进步与出版创新

四、人才培养与出版竞争力

第二节 中国出版业的战略整合分析

一、组织资源的整合

二、价值产业链的整合

三、资本的整合

四、人才的整合

五、内容资源的整合

六、阅读媒介的整合

第三节 我国上市出版集团募集资金投向探索

一、出版集团募集资金的投资原则

二、出版集团募集资金投资的战略选择

三、出版集团募集资金的投资新思路

四、实际投资运作要注意的问题

第四节 我国出版投融资体制改革分析

一、多元投资主体

二、多条融资渠道

三、多种投融资方式

图表目录

图表：三类出版商业特性比较

图表：三类出版营销模式比较

图表：出版业全球化数字化演进的逻辑

图表：2004-2009年6月国内生产总值增长趋势图

图表：2000-2009年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速

图表：2006-2009年6月我国出口累计同比增速对比

图表：2006-2009年6月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比

图表：1993-2009年各国GDP增速

图表：2008年中国新闻出版行业细分市场结构图

图表：2008年中国新闻出版行业销售收入统计

图表：1990-2008年图书、期刊、报纸出版总量统计

图表：1990-2008年图书出版社数量统计

图表：1990-2008年图书出版总量统计

图表：1990-2008年期刊出版总量统计

图表：1990-2008年报纸出版总量统计

图表：1996-2008年音像出版单位总量统计

图表：1996-2008年音像制品出版数量统计

图表：2001-2008年电子出版物出版数量统计

图表：2005-2008年我国出版业产业内贸易指数

图表：2008年1-12月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年1季度报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年1月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年2月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年3月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年2季度报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年4月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年5月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年6月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年3季度报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年7月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年8月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年9月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年4季度报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年10月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年11月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年12月报纸、杂志及期刊进口数据

图表：2008年1-12月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年1季度报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年1月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年2月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年3月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年2季度报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年4月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年5月报纸、杂志及期刊出口数据

图表：2008年6月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年3季度报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年7月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年8月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年9月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年4季度报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年10月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年11月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年12月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年1-6月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年1季度报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年1月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年2月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年3月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年2季度报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年4月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年5月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年6月报纸、杂志及期刊进口数据  
图表：2009年1-6月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年1季度报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年1月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年2月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年3月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年2季度报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年4月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年5月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2009年6月报纸、杂志及期刊出口数据  
图表：2008年1-12月儿童图书进口数据  
图表：2008年1季度儿童图书进口数据  
图表：2008年1月儿童图书进口数据  
图表：2008年2月儿童图书进口数据  
图表：2008年3月儿童图书进口数据  
图表：2008年2季度儿童图书进口数据  
图表：2008年4月儿童图书进口数据  
图表：2008年5月儿童图书进口数据

图表：2008年6月儿童图书进口数据  
图表：2008年3季度儿童图书进口数据  
图表：2008年7月儿童图书进口数据  
图表：2008年8月儿童图书进口数据  
图表：2008年9月儿童图书进口数据  
图表：2008年4季度儿童图书进口数据  
图表：2008年10月儿童图书进口数据  
图表：2008年11月儿童图书进口数据  
图表：2008年12月儿童图书进口数据  
图表：2008年1-12月儿童图书出口数据  
图表：2008年1季度儿童图书出口数据  
图表：2008年1月儿童图书出口数据  
图表：2008年2月儿童图书出口数据  
图表：2008年3月儿童图书出口数据  
图表：2008年2季度儿童图书出口数据  
图表：2008年4月儿童图书出口数据  
图表：2008年5月儿童图书出口数据  
图表：2008年6月儿童图书出口数据  
图表：2008年3季度儿童图书出口数据  
图表：2008年7月儿童图书出口数据  
图表：2008年8月儿童图书出口数据  
图表：2008年9月儿童图书出口数据  
图表：2008年4季度儿童图书出口数据  
图表：2008年10月儿童图书出口数据  
图表：2008年11月儿童图书出口数据  
图表：2008年12月儿童图书出口数据  
图表：2009年1-6月儿童图书进口数据  
图表：2009年1季度儿童图书进口数据  
图表：2009年1月儿童图书进口数据  
图表：2009年2月儿童图书进口数据  
图表：2009年3月儿童图书进口数据  
图表：2009年2季度儿童图书进口数据  
图表：2009年4月儿童图书进口数据  
图表：2009年5月儿童图书进口数据  
图表：2009年6月儿童图书进口数据

图表：2009年1-6月儿童图书出口数据

图表：2009年1季度儿童图书出口数据

图表：2009年1月儿童图书出口数据

图表：2009年2月儿童图书出口数据

图表：2009年3月儿童图书出口数据

图表：2009年2季度儿童图书出口数据

图表：2009年4月儿童图书出口数据

图表：2009年5月儿童图书出口数据

图表：2009年6月儿童图书出口数据

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/200909/4350437R93.html>