

2018-2023年中国少儿图书出版行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国少儿图书出版行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/316404316404.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

少儿图书出版行业存在的问题：

1、良莠不齐，图书质量缺乏保障

著名儿童文学作家曹文轩曾批评某些幻想类少儿图书中的想象力大多无趣、平庸、拙劣乃至恶劣，匮乏精神内涵和审美价值。的确，相比于其他类的图书，少儿类图书的受众以青少年儿童为主，他们年龄相对较小，辨别能力较差，往往是被动地接受而非主动地选择，正所谓染于苍则苍，染于黄则黄。而龚魂在《少儿图书出版现状及编辑素养分析》一文中也指出，随着少儿图书品种的增多，更新速度的加快和制作周期的缩短，其内容质量和编辑含量不断降低，质量难以保证。在观研天下看来，缺少了精心和耐心，必然会缺少精品，缺乏真正有实力的、有益于少年儿童健康成长的佳作。这也是当前我国少儿图书出版业面临的一个困境。

2、缺乏创新意识，影响核心竞争力

创新是发展的引擎，是民族的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。在任何领域，创新都是重中之重，就如水之于鱼，空气之于人，阳光之于万物。而缺乏创新，在我国少儿图书出版这一行业中已是积存多年的重大难题，它不仅影响了国内少儿图书出版的突破性进展，而且也影响到我国的少儿出版在世界少儿出版业中的地位；长远观之，缺乏创新的作品还会导致青少年儿童的思维受到禁锢，影响他们的创造性思维。而缺乏创新意识，在我国少儿图书的出版领域中集中体现在以下两个方面：

（1）出版物同质化，低层次重复出版

童趣公司总经理侯明亮在《少儿出版的幸福时代：告别还是开始》这期沙龙中指出，童书主要的问题是同质化现象太严重，而差异化的东西太少。出版产业作为内容产业，本来就是创意为主的产业，但是在少儿版块缺乏创意。杨蔚也认为国内少儿出版缺少创意，很多作品创新不够，内容风格雷同，跟风现象、模仿现象、同质化问题比较严重。一个作品成功了，其他作品就争相模仿，以期达到同样的效果，长久以来必然会造成恶性循环，不利于少儿图书出版的发展。

正如李欣人所言，这种缺乏创新、缺乏艺术个性的跟风之作，不仅不会带来儿童文学真正的繁荣，还会导致文化的泡沫。龚魂也提到目前的主要问题是同一题材的少儿图书可见众多的版本，是低层次出版方式的不断重复。在观研天下看来，一个出版社要想真正实现突破，获得长久发展，不能简单地依靠复制成功，而是要善于寻求时机，创造成功。

（2）原创性作品稀少

谭旭东认为很多出版社都在引进外国儿童文学作品，尤其是幻想类儿童小说和图画书。但对本土图画书和本土幻想儿童文学的挖掘出版不重视，所以国内原创童话和幻想小说还难以形成规模性具有冲击力的系列品牌。而杨蔚也在《关于中国少儿出版创新发展的几点思考》一文中指出，在面对国外引进版产品竞争和我们的原创版“走出去”开拓时，我们的原创作品往

往显得缺乏竞争力。的确，相比于《哈利波特》在中国乃至全世界范围内的风靡，我国的原创作品例如《淘气包马小跳》等即便在中国本土的出版中也只是小巫见大巫。尽管前面我们也提到中国少儿图书出版的原创性有所增强，但那只是从纵向上来看，近几年相比于以前确有增强；但如果横向上比较，我国与发达国家仍存在很大差距，要想真正跻身世界少儿图书出版强国之列，原创性作品的比重必须有所提高。

总体来说，缺乏创新是当前我国少儿图书出版面临的最大问题，简单地模仿、依赖他人的创意绝不是推动少儿出版长久发展的良计。李欣人在《2010少儿文学出版回眸》中指出：儿童文学类图书存在的问题是文学样式趋于单一，校园小说主导文坛，其他作品类型略显冷清，并提出如果我们的目光仅仅盯在这一类作品上，这种盲目的跟风会直接导致作品的质量的下降。其实，这种样式的单一不仅仅体现在少儿文学类图书上。纵观整个少儿图书出版界，出于家长对少儿教育实用性的重视，出版商紧紧盯住这一点，因而内地少儿出版社大都以出版教辅读物为主，这种样式多样化上的匮乏，不仅不能真正满足少年儿童的阅读需求，而且也不利于我国少儿图书出版业的多样化进程。

3、版权方面存在“贸易逆差”，走向世界仍然面临困境

（1）贸易逆差

我国少儿图书出版的引进大于输出一直是多年存在的问题。海飞在《“童书出版强国元年”的展望》就曾尖锐地指出，当前我国童书版权引进多，输出少，存在着严重的“贸易逆差”。《中国儿童图书走出去的现状和发展环境》一文中也提到中国儿童图书版权贸易现状逆差仍未消失，以2007年为例，全国引进版权11101项，输出版权2571项，引进输出比例为4.31：1，除去港澳台，比例为5.56；1。这一数据之间的强烈反差鲜明地反映出我国少儿图书出版在输出方面的薄弱。而李学谦在谈到这个问题时，认为我国少儿出版目前还处于初级阶段，在传统出版领域，我国少儿出版与发达国家相比，也还有着相当大的距离。发达国家好一点的少儿出版机构，版权输出在它们的收入构成中占相当大的比重，不少在70%-80%。我们在经营图书，他们在经营版权，这是区别，也是差距。在观研天下看来，引进与输出之间的“贸易逆差”作为历史问题，由来已久，归根结底还是因为缺少优秀的少儿作品，创新性不足，国内出版社缺乏自己的特色品牌，难以吸引国际出版界的注意。当然，除了上述的主观因素外，当前中国出版界的客观条件也限制了我国少儿图书的出版走向世界。

（2）走向世界困难重重

《哈利波特》在中国乃至全球各地都拥有一批忠实的读者，每当新书出版时，“哈迷”们都会兴奋呐喊。相比之下，我们却很少知道中国的哪部少儿图书在世界上拥有如此众多的粉丝。对此，熊雁从儿童文学类图书进行了剖析，她认为，目前的儿童文学领域，中国优秀的作家在世界范围内的影响相对还是比较小。原因主要集中在三个方面：第一，版权代理机构的运作还没达到欧美等经济发达国家相应机构的水平；无论从企业数量、规模，还是人员配备、国际经验来说，都还存在严重不足。对此，她还列举相关数据进行对比：目前，美国的版权代理机构有600多家，英国也有200多家。而我们泱泱大国，已批准的版权代理机构才27

家，这必然影响中文图书及其版权的输出。第二，儿童文学的翻译能力有限，翻译人才的短缺，是导致我们版权贸易逆差的主要原因之一。儿童图书的翻译不是一个简单的文字转换，它对译者的水平要求较高，需要译者既懂得儿童心理，又要有较丰厚的儿童文学知识，还需要精通母语文字和翻译国语言。而能符合这些要求的复合型人才非常稀缺。国外的图书市场很大，他们有需求的书，需要我们将其译成本国语言，或直接将摘要译成外文才能走向市场。第三，目前的这种局面，使中国优秀的儿童文学作家及其出版社难以找到一个有效的国际主流渠道来宣传、推广自己。

其实，“版权输出难，走向世界难”的问题不仅仅存在于少儿文学类图书，在中国几乎所有的少儿类图书中都存在这个问题，这其中既有主观性原因如作者、编辑、出版社方面在作品的创作、选题上缺乏原创性，很难树立自己独特的品牌；也有中国当前的出版机制不够健全等客观原因。而这些问题若不及时得到重视和解决，必将阻碍中国少儿图书出版与国际接轨和进一步发展。

4、缺乏教育资源的强力支持

李学谦强调教育资源的支持是少儿图书出版不断向前发展的巨大推动力，他在《少儿出版的幸福时代：告别还是开始》这期沙龙中通过举中美的例子，进行了对比：发达国家好的少儿出版机构同时也是教育思想和教育产品的集散地。美国最大少儿出版机构学乐教育集团每年斥资几百万美元办教育网站，国内尚未有出版社在涉足少儿出版时想到这一点。所以国内的少儿出版面临的最大困境是缺乏教育资源的支持，没有足够强大的教育资源的支持。观研天下认为，出版社作为为读者提供精神食粮的“伊甸园”，尤其是少儿图书出版社，因为其受众的特殊性，更是承担着普及教育、孕育希望的使命，而与发达国家相比，我国在教育资源与出版的相互支持融合方面还存在诸多不足，是未来建设少儿出版强国必须加以完善的一方面。

5、编辑素养不足影响出版进程

编辑在少儿图书出版过程中扮演着重要角色，是联系作者与读者的桥梁，作者的思想通过编辑传达给读者，从而达到桥两岸的“同频共振”，编辑的重要性不言而喻。谭旭东认为，现在少儿图书编辑从整体上看，职业素养还不够。很多少儿图书编辑还缺少儿童教育、心理和儿童文学方面的知识。以儿童文学类图书为例，如有的文学编辑对儿童文学创作情况也不太了解，对国外的儿童文学和儿童阅读情况也不熟悉，所以在做图书的时候容易跟风，不会经营自己的品牌，不会挖掘有潜力的作者。而随着少儿图书出版周期的不断缩短，编辑只重效率不重质量的情况屡见不鲜，为此，观研天下将编辑素养的不足体现出来的几个方面进行了归纳：

（1）业务和文化素养不足

龚魂在《少儿图书出版现状及编辑素养分析》中认为，不少少儿图书的编辑由于缺少儿童教育、儿童心理和儿童文学的知识，知识结构狭窄，理论修养不足，缺乏阅读兴趣，语言文字功底薄弱，影响着对选题的规划与开拓，对书稿的整体驾驭能力，从而影响图书质量、品味

和生命力。而这种编辑业务上和文化上的素养不足体现在少儿图书上更为严重，少年儿童作为刚刚开始接触知识的萌芽阶段，劣质的、缺乏生命力的图书会直接侵蚀青少年的精神世界，甚至导致他们在被动接受的过程中失去判断是非的能力，正所谓“白沙在涅，与之俱黑”，也会导致他们丧失阅读兴趣；长远来看，编辑由于业务、文化素养不足导致图书质量的下降也不利于中国少儿图书出版的长期发展，缺乏精华和品质保证。

（2）重眼前利益而忽视长远利益

当前的少儿图书出版业中不乏编辑为了追求经济效益而忽视社会效益的情况。龚魂指出，由于近几年在文化体制改革的大环境下，出版社也开始了转型，由原先的事业单位转制为企业。所以从出版社整体到编辑个体，均以量化的经济指标进行年度考核，“销售为王”成为硬道理。而编辑面对竞争日益激烈的图书市场，也往往从“短平快”着眼，没有时间和经历来平心静气地对选题进行推敲筛选，对内容进行精雕细琢，也无力顾及更广大范围内少儿读者的阅读需求。

观研天下认为，编辑在当下市场经济的大潮中为了获得短期的经济利益而舍弃社会效益的做法是不明智的。这就像井底之蛙，坐观天象一般，眼光狭窄局限，只能看到短期的利益，殊不知这样的做法最终只会导致恶性循环会危及自身，失去在读者当中的信誉和口碑，也会致使中国的少儿出版业陷入一种低质、粗糙的怪圈中。

（3）编辑的读者本位意识不强，人文关怀缺失

编辑除了具备优秀的业务和文化素养，还应拥有人文主义的情怀，怀着虔诚的心对待编辑工作，将优秀的作品和精华的思想传达给读者。尤其是少儿图书的编辑，因为其面对受众的特殊性决定了少儿出版的编辑更应以一种认真负责的态度和充满爱心与关怀的精神全身心地投入到少儿图书编辑的工作中。龚魂认为，相比于读者的需求，当前少儿图书编辑更关心的还是市场需求，读者本位转移成了市场本位，有些畅销书只是简单地迎合市场需求，但消解了少儿形成中的审美鉴赏力和阅读判断力，无益于少儿的健康成长。如果说业务和文化素养不够高，那编辑可以通过后天的努力和不断积累历练，但如果编辑缺乏了最根本的人文关怀精神，不能时时刻刻替少年儿童着想，则是编辑素养不足中存在的最严重的问题，如不及时得到重视，必将危害少年儿童的健康成长。

6、少儿图书出版一头沉，忽视农村少儿读者群

随着我国少儿图书出版与国际的接轨和城市化的不断加快，“重城市轻农村”的趋势在我国少儿图书出版业中越来越明显。龚魂在《少儿图书出版现状及编辑素养分析》中指出，少儿图书的装帧越来越精致，精装本、礼品书不断涌现，从而提升着少儿图书的成本和定价，囊中羞涩的农村少儿则只能望而却步；而内容上逐渐升温的幻想类、冒险类则主要体现了城市少儿的阅读趣味，而以农村少儿为读者对象的品种甚为少见；此外，各式各样的儿童早期智力开发的品种，其读者更是锁定为城市的幼儿。确实，从当前我国少儿图书出版的整体来看，符合农村少儿的阅读需求，反映其生活状况和精神面貌的图书很少，但实际上农村少儿的数量远远高于城市少儿，但由于编辑和出版社大部分将目标定在城市，导致农村少儿图书出

版的市场不仅不能得到有效地开发，而且农村少儿也没有享受少儿图书出版的成果，若长期下来，必会导致城市和农村少儿之间在阅读普及上的不平衡，不利于农村少儿眼界的开拓和知识的增长。

总体来说，我国少儿图书的出版在繁荣的背后也存在着诸多问题，而面对当前我国少儿图书出版还处在初级阶段这个现状，这些问题的出现可以帮助我们更好地建设、完善少儿图书的出版体系，在遵循客观规律的基础上充分发挥主观能动性，推动中国少儿图书出版业的进一步繁荣。

2017年各少儿图书销售分布 资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国少儿图书出版行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 2017年世界少儿图书出版行业发展态势

第一节 2017年世界少儿图书出版市场发展状况分析

一、世界少儿图书出版行业特点分析

二、世界少儿图书出版市场分析

第二节 2017年全球少儿图书出版市场分析

一、2017年全球少儿图书出版需求分析

二、2017年全球少儿图书出版产销分析

三、2017年中外少儿图书出版市场对比

第二章 我国少儿图书出版行业发展现状

第一节 我国少儿图书出版行业发展现状

一、少儿图书出版行业品牌发展现状

二、少儿图书出版行业消费市场现状

三、少儿图书出版市场消费层次分析

四、我国少儿图书出版市场走向分析

第二节 2016-2017年少儿图书出版行业发展情况分析

一、2017年少儿图书出版行业发展特点分析

二、2017年少儿图书出版行业发展情况

第三节 2017年少儿图书出版行业运行分析

一、2017年少儿图书出版行业产销运行分析

二、2017年少儿图书出版行业利润情况分析

三、2017年少儿图书出版行业发展周期分析

四、2018-2023年少儿图书出版行业发展机遇分析

五、2018-2023年少儿图书出版行业利润增速预测

第四节 对中国少儿图书出版市场的分析及思考

一、少儿图书出版市场特点

二、少儿图书出版市场分析

三、少儿图书出版市场变化的方向

四、中国少儿图书出版产业发展的新思路

五、对中国少儿图书出版产业发展的思考

第三章 2017年中国少儿图书出版市场运行态势剖析

第一节 2017年中国少儿图书出版市场动态分析

一、少儿图书出版行业新动态

二、少儿图书出版主要品牌动态

三、少儿图书出版行业消费者需求新动态

第二节 2017年中国少儿图书出版市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2017年中国少儿图书出版市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章 少儿图书出版行业经济运行分析

第一节 2017年少儿图书出版行业主要经济分析

一、2017年少儿图书出版行业主要经济指标分析

二、2017年少儿图书出版行业主要经济指标分析

第二节 2017年我国少儿图书出版行业绩效分析

一、2017年行业供应能力

- 二、2017年行业规模情况
- 三、2017年行业盈利能力
- 四、2017年行业经营发展能力
- 五、2017年行业偿债能力分析

第五章 中国少儿图书出版行业消费市场分析

第一节 少儿图书出版市场消费需求分析

- 一、少儿图书出版市场的消费需求变化
- 二、少儿图书出版行业的需求情况分析
- 三、2017年少儿图书出版品牌市场消费需求分析

第二节 少儿图书出版消费市场状况分析

- 一、少儿图书出版行业消费特点
- 二、少儿图书出版行业消费分析
- 三、少儿图书出版行业消费结构分析
- 四、少儿图书出版行业消费的市场变化
- 五、少儿图书出版市场的消费方向

第三节 少儿图书出版行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、少儿图书出版行业品牌忠诚度调查
- 六、少儿图书出版行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章 我国少儿图书出版行业市场调查分析

第一节 2017年我国少儿图书出版行业市场宏观分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度

第二节 2016年中国少儿图书出版行业市场微观分析

- 一、产品关注度调查
- 二、不同价位关注度

第七章 少儿图书出版行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业竞争状况及其对少儿图书出版行业的意义

第二节 下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业最新动态及其对少儿图书出版行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对少儿图书出版行业的意义

第八章 少儿图书出版行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力分析
- 五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国少儿图书出版行业竞争格局综述

- 一、2017年少儿图书出版行业集中度
- 二、2017年少儿图书出版行业竞争程度
- 三、2017年少儿图书出版企业与品牌数量
- 四、2017年少儿图书出版行业竞争格局分析

第四节 2016-2017年少儿图书出版行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年国内外少儿图书出版行业竞争分析
- 二、2016-2017年我国少儿图书出版市场竞争分析

第九章 少儿图书出版企业竞争策略分析

第一节 少儿图书出版市场竞争策略分析

- 一、2017年少儿图书出版市场增长潜力分析

二、2017年少儿图书出版主要潜力品种分析

三、现有少儿图书出版市场竞争策略分析

四、潜力少儿图书出版竞争策略选择

第二节 少儿图书出版企业竞争策略分析

一、2018-2023年我国少儿图书出版市场竞争趋势

二、2018-2023年少儿图书出版行业竞争格局展望

三、2018-2023年少儿图书出版行业竞争策略分析

第三节 少儿图书出版行业发展机会分析

第四节 少儿图书出版行业发展分析

第十章 少儿图书出版企业竞争分析

第一节 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2017年经营状况

四、2018-2023年发展

第二节 时代出版传媒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2017年经营状况

四、2018-2023年发展战略略

第三节 鹤山雅图仕印刷有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2017年经营状况

四、2018-2023年发展战略

第四节 中华商务联合印刷(广东)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2017年经营状况

四、2018-2023年发展战略

第五节 保定市 中画美凯印刷有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2017年经营状况

四、2018-2023年发展战略

第十一章 少儿图书出版行业发展趋势分析

第一节 我国少儿图书出版行业前景与机遇分析

- 一、我国少儿图书出版行业发展前景
- 二、我国少儿图书出版发展机遇分析
- 三、2017年少儿图书出版行业的发展机遇分析

第二节 2018-2023年中国少儿图书出版市场趋势分析

- 一、2017年少儿图书出版市场趋势总结
- 二、2017年少儿图书出版行业发展趋势分析
- 三、2018-2023年少儿图书出版市场发展空间
- 四、2018-2023年少儿图书出版产业政策趋向
- 五、2018-2023年少儿图书出版行业技术革新趋势
- 六、2018-2023年少儿图书出版价格走势分析
- 七、2018-2023年国际环境对少儿图书出版行业的影响

第十二章 少儿图书出版行业发展趋势与战略研究

第一节 少儿图书出版市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 少儿图书出版行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 少儿图书出版行业发展战略研究

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

第四节 对我国少儿图书出版品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性

- 二、少儿图书出版实施品牌战略的意义
- 三、少儿图书出版企业品牌的现状分析
- 四、我国少儿图书出版企业的品牌战略
- 五、少儿图书出版品牌战略管理的策略

第十三章 2018-2023年少儿图书出版行业发展预测

第一节 未来少儿图书出版需求与消费预测

- 一、2018-2023年少儿图书出版产品消费预测
- 二、2018-2023年少儿图书出版市场规模预测
- 三、2018-2023年少儿图书出版行业总产值预测
- 四、2018-2023年少儿图书出版行业销售收入预测
- 五、2018-2023年少儿图书出版行业总资产预测

第二节 2018-2023年中国少儿图书出版行业供需预测

- 一、2018-2023年中国少儿图书出版供给预测
- 二、2018-2023年中国少儿图书出版预测
- 三、2018-2023年中国少儿图书出版需求预测
- 四、2018-2023年中国少儿图书出版供需平衡预测
- 五、2018-2023年中国少儿图书出版产品价格预测

第三节 影响少儿图书出版行业发展的主要因素

- 一、2018-2023年影响少儿图书出版行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2023年影响少儿图书出版行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2023年影响少儿图书出版行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2023年我国少儿图书出版行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2023年我国少儿图书出版行业发展面临的机遇分析

第四节 少儿图书出版行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2023年少儿图书出版行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2023年少儿图书出版行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2023年少儿图书出版行业经营风险及控制策略
- 四、2018-2023年少儿图书出版行业技术风险及控制策略
- 五、2018-2023年少儿图书出版行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2018-2023年少儿图书出版行业其他风险及控制策略

第十四章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

图表目录：

图表：少儿图书出版产业链分析

图表：国际少儿图书出版市场规模

图表：国际少儿图书出版生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2016-2017年我国少儿图书出版行业需求及增长情况

图表：2016-2017年我国少儿图书出版行业需求及增长对比

图表：2016-2017年我国少儿图书出版行业管理费用及增长情况

(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/316404316404.html>