

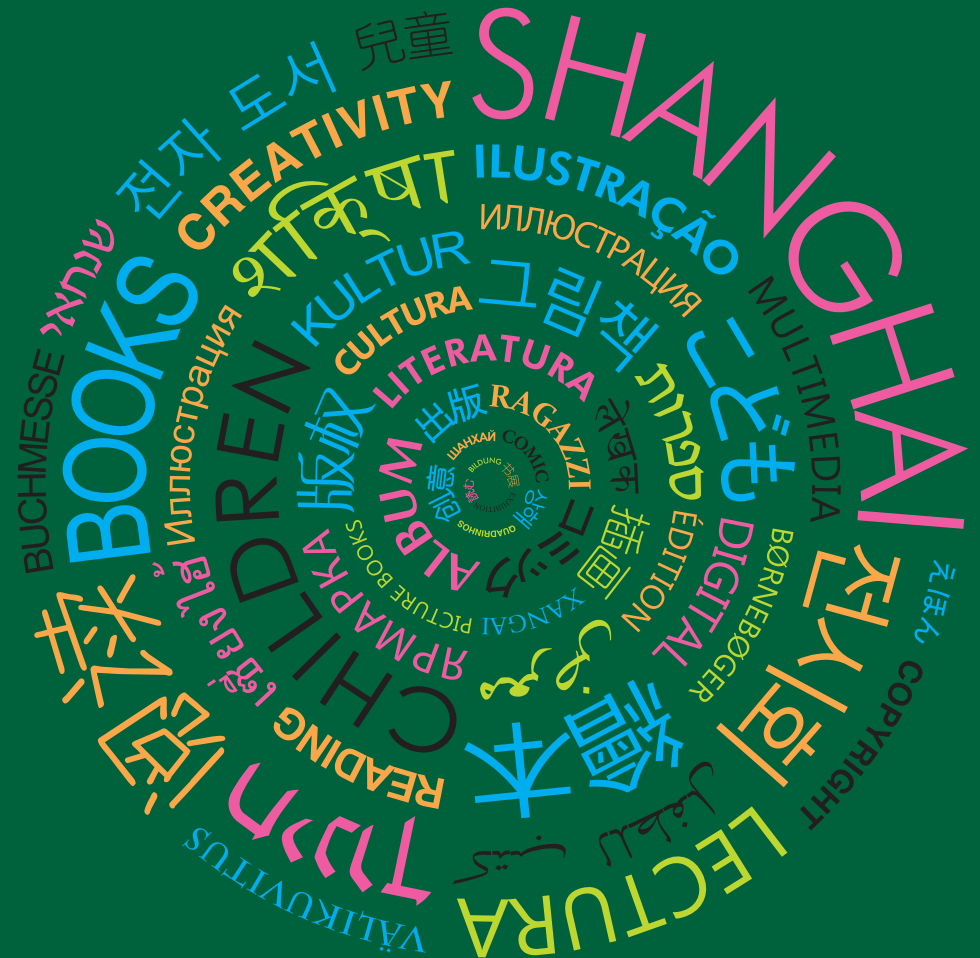


2014中国上海国际童书展现场举办了
149场活动，涵盖**27**场专业论坛、
32场舞台表演、**22**场作家签售、**35**
场展商活动，以及**33**场商务配对活动。吸
引了国内外**200**余家媒体进行报道，形成
600余篇稿件。

参展联络 苏本鹏 先生 / Mr. Allen Su
电话: 010 5933 9437
邮箱: allen.su@reedexpo.com.cn

 新浪微博: 中国上海国际童书展 CCBF
<http://www.weibo.com/ccbf>

 微信号:
ccbookfair



专业观众所属行业类别

22.01%
出版商/发行商

21.64%
早教/亲子教育机构/幼儿园/
中小学/国际学校/特殊学校/
培训机构

17.42%
代理商/书商/文稿代理
商/进出口商/批发商/
大型商超/零售商

16.82%
相关文化产业/动画/
影视制作/包装印刷

7.26%
大学及研究机构/高校

6.04%
图书馆/绘本馆

5.32%
媒体/新媒体
(网络/手机媒体)

3.49%
政府部门/慈善组织/
协会/法律服务

17,000m²

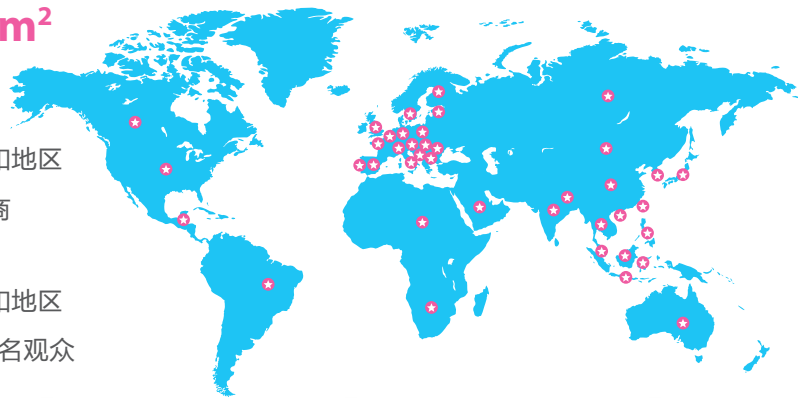
展览面积

23个国家和地区

262家展商

34个国家和地区

26,297名观众



专业观众总人数
8,297
与上届相比增长
69.81%

国际专业观众
500
与上届相比增长
34.22%

现场公众
18,000
与上届相比增长
66.67%

拥有版权交易和图书采购决策权/
推荐权的专业观众比例

57.08%
版权交易

70.12%
图书采购

买家评价

第一次参加CCBF上海童书展，超出我的预期！高质量的童书与周到的金风车俱乐部全展期服务使得腾讯文学与展商的洽谈十分有效与顺畅，期望能在明年的CCBF中见到更多优秀选题的童书，也愿CCBF早日成为亚洲的博洛尼亚童书展！

—— 腾讯文学 版权营销部
谢正瑛 总监

受CCBF金风车俱乐部邀请参加了2014年11月20至22日举办的中国上海国际童书展。主办方为参加此次书展做了充足，精心的准备，让我们感受到了大家为此次书展真诚，细致的付出。希望2015年有更多的国内外出版商、图书馆专家、儿童阅读推广人、童书出版人、教育工作者可以借助上海国际童书展(CCBF)这一平台，在版权交易、阅读推广、出版、发行等方面有更多，更好的发展。

—— 山东省图书馆 采编部
郎秀丽 主管

2014 CCBF童书展较前几届无论是场地规模、会展布局、参展人员、论坛会议等都有很大的提升，尤其是组织服务让人觉得耳目一新，这反映出励展博览集团高超的主办组织水准。很感谢你们为广大童书出版人提供了一个很好的平台，让我们借会展不仅能和业内的老朋友加强交流，还结识了不少新朋友，开阔了视野，对我们今后的工作十分有益。我们期待着下界童书展和朋友们再见。

—— 上海钟书实业有限公司
贾晓净 副总经理

展商评价

中少总社目前每年出版图书1500多种，年度总发行超过1.4亿册，参加童书展我们更加关注少儿出版如何“走出去”与国际接轨，更加关注国际童书出版领域的新态势。

—— 中国少年儿童新闻出版总社
李学谦 社长

在这里收获了很多信息，构建了很多新的业内联系，在商业配对中不到半小时我就做了11个约谈。

—— 阿歇特图书出版集团 (Hachette Children)
克莱尔 副总监

中国的少儿出版迫切需要和国际少儿出版对接，上海国际童书展让国内出版社有机会站到台前，唱起主角。

—— 上海世纪出版集团 少年儿童出版社
周晴 总编辑

虽然此次童书展在国际同类展会中规模并不算大，但效率却非常高。半天时间里，不停地有中国的出版社来商谈合作，已经有4家谈得差不多了。

—— 美国企鹅出版集团
戴思芒·萨瑟威 销售总监