



2020年中国图书市场报告

京东图书&艾瑞 联合发布

www.iResearch.cn



海量行研报告免费读



图书市场特点关键词：

纸质书电子书有声并驾齐驱、疫情促进阅读、新书

- 纸质书电子书有声并驾齐驱——纸电声+知识服务+软硬件的阅读全生态平台是用户首选；阅读形式趋于分散。
- 疫情影响阅读——用户阅读时长提高，阅读偏好也有所改变。
- 新书减量不减热度——出版品种数量下滑，但新书精品策略取得显著成绩，用户关注度高。



图书市场趋势关键词：

95后、渠道下沉、线上线下融合、直播、智能供应链

- 95后成为消费新势力——图书用户年轻化越来越明显，在下沉市场增长强劲。
- 城市线级继续下沉——下沉市场用户数量占比及新用户数量占比逐年上升，图书成交额较高线级城市增幅更高且增速加快。
- 线上线下趋于紧密融合——用户仍喜爱实体书店，线下买书时会参考线上榜单。
- 直播、短视频愈发火热——超半数用户观看电商直播和短视频的频率因疫情增加。
- 智能供应链将推动行业加速发展——丰富图书种类，满足用户多元需求，提升购物体验。



图书市场
特点



图书市场
趋势



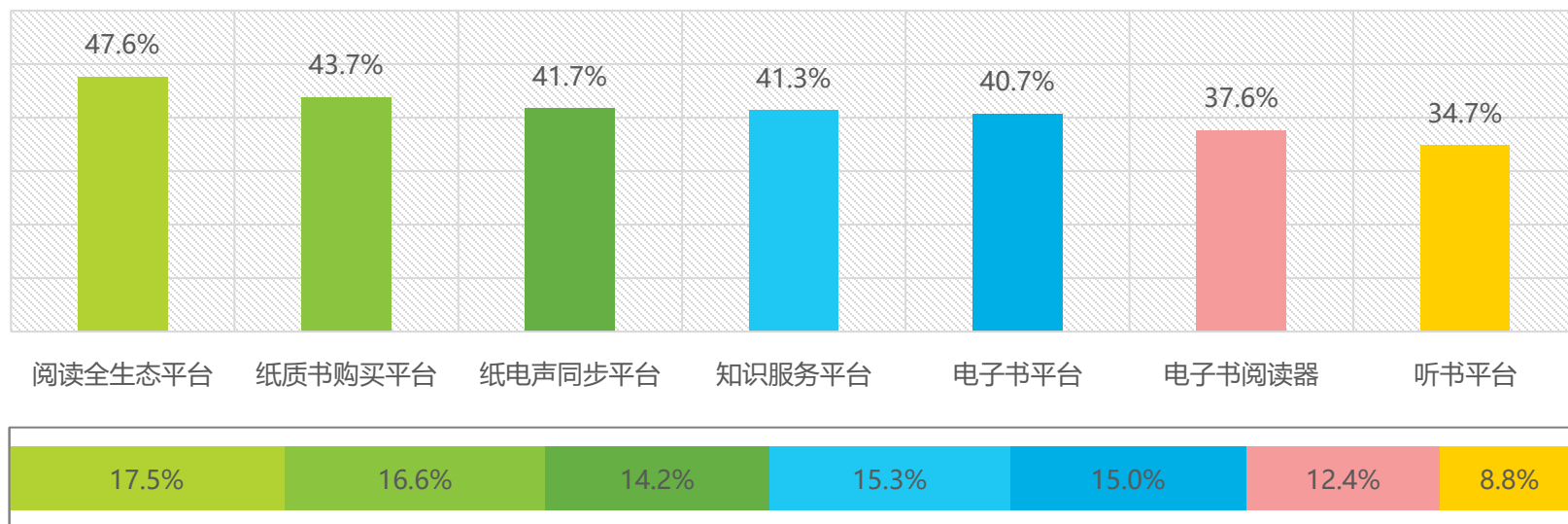
图书市场
榜单

特点一：纸质书电子书有声并驾齐驱

纸电声+知识服务+软硬件的阅读全生态平台成为用户首选

受疫情影响，2020年用户对电子书和有声的需求变多。而相对功能较为单一的数字阅读平台，用户更偏好使用功能更全面的综合性平台：47.6%用户愿意使用纸电声+知识服务+软硬件的阅读全生态平台（17.5%用户愿意优先使用）；纸电声+知识服务+软硬件的阅读全生态平台成为用户首选。

2020年中国线上图书用户愿意使用的图书平台



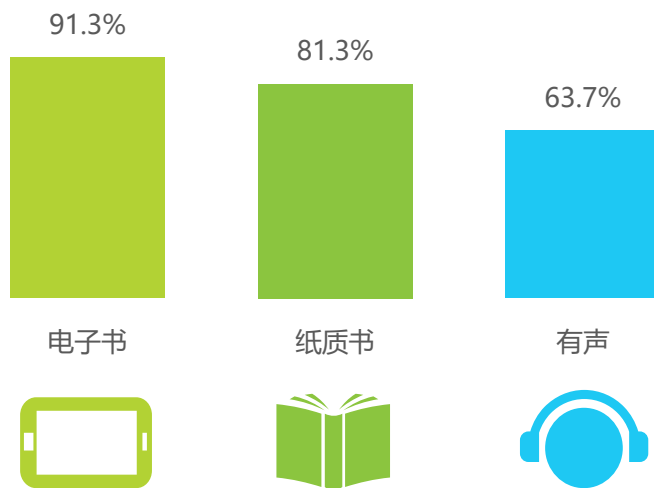
注释：阅读全生态平台是纸电声+知识服务+软硬件的综合性平台，知识服务平台包含电子书、课程视频、问答、直播等多形式知识内容。
样本：N=2190；艾瑞咨询于2020年12月通过iClick网上调研获得。

特点一：纸质书电子书有声并驾齐驱

阅读形式趋于分散，用户阅读时间占比差距缩小

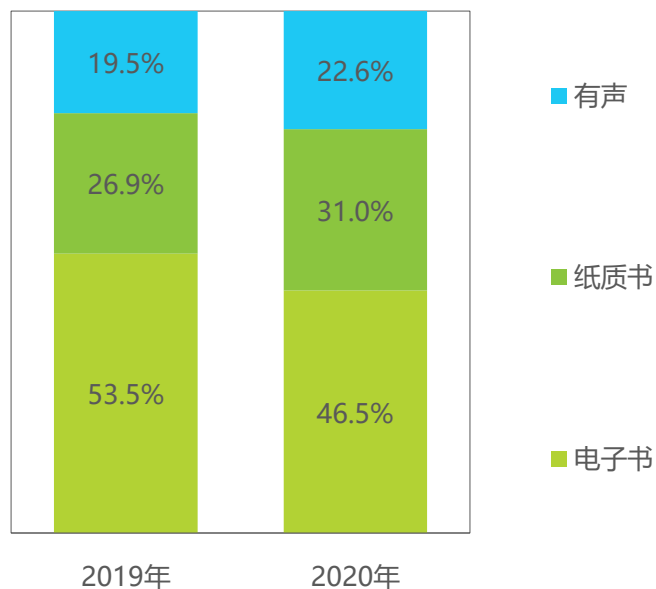
用户阅读时间占比与阅读形式覆盖率成正比，无论用户覆盖率还是阅读时间占比都是电子书第一，纸书第二，有声第三。与2019年对比，2020年由于受疫情影响，在纸质书、电子书、有声的用户阅读时长均实现增长的前提下，用户利用纸质书和有声的时长较电子书增长更多，因此占比增长，并且导致各阅读形式的阅读时间占比差距缩小，用户阅读形式趋于分散。

2020年中国线上图书用户阅读形式



阅读形式为用户覆盖率，即2020年进行该形式阅读的用户比例

2019-2020年中国线上图书用户不同阅读形式时间占比



特点一：纸质书电子书有声并驾齐驱

同时购买纸电声的用户数量大幅增长

在“纸电声同步”的趋势下，2020年同时购买电子书、有声和纸质书的京东用户数量较2019年增长了40%。
细分来看，2020年京东电子书的品类中，经济管理、计算机、小说不仅成交额占比靠前，也是推动电子书业务发展的主要助力；2020年京东有声业务中，小说、人文社科、经管成交额占比靠前，文学、小说、外语成交额增速靠前。



同时购买电子书、有声和纸质书的京东用户数量，2020年比2019年增长**40%**

2020年京东电子书业务TOP3图书类型

电子书

成交额占比前三：经济管理、计算机、小说

成交额增速前三：小说、计算机、经济管理

2020年京东有声业务TOP3图书类型

有声

成交额占比前三：小说、人文社科、经管

成交额增速前三：文学、小说、外语

特点一：纸质书电子书有声并驾齐驱

不同阅读载体读者需求不同

2020年，虽然受到疫情影响，但线上纸质书销售保持了健康增长。纸质书成交额占比最高的5个品类是：文教、童书、社科、文学、科技，儿童和学生依然是纸书市场的刚需客群并扮演着越来越重要的位置。

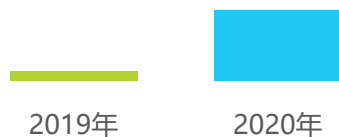
同时，有声业务市场急剧扩张：成交额是2019年的7.1倍，播放时长是11倍，成交额增幅最高的3个品类是：文学、小说和外语。电子书（含网文）也保持强劲增幅：成交量同比2019年增幅超70%，成交额增幅最高的3个品类是：漫画杂志、女生原创和少儿。

2019-2020年图书品类成交额占比TOP5

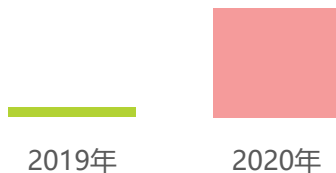
2020年	文教	童书	社科	文学	科技
2019年	文教	童书	文学	社科	科技

成交额占比差距由2019年的4.6%缩小为2020年的**3.7%**

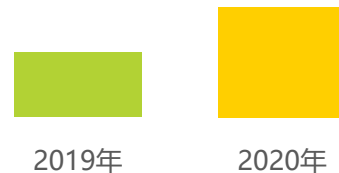
有声业务成交额
2020年是2019年的**7.1倍**



有声业务播放时长
2020年是2019年的**11倍**



电子书成交量
2020年比2019年增长**70%+**



特点二：疫情影响阅读习惯

促进用户阅读时长增加

疫情期间，用户外出减少，有了更多的居家空闲时间，各类阅读时长随之增加：46.1%用户增加了纸质书阅读时间，59.6%用户增加了电子书阅读时间，58.8%用户增加了听书时间。

2020年疫情对线上图书用户阅读时长的影响

	纸质书 46.1%用户增加		电子书 59.6%用户增加		听书 58.8%用户增加	
增加了很多	13.9%		19.0%		21.1%	
增加了一点	32.2%		40.6%		37.7%	
一样	38.4%		34.5%		34.5%	

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20764

