

# 市场星报

安徽人的生活指南

2021.7.17  
星期六 辛丑年六月初八  
今日4版 第7682期

全国数字出版  
转型示范单位

APG 安徽出版集团 主管主办  
国内统一刊号 CN34-0062  
邮发代号 25-50

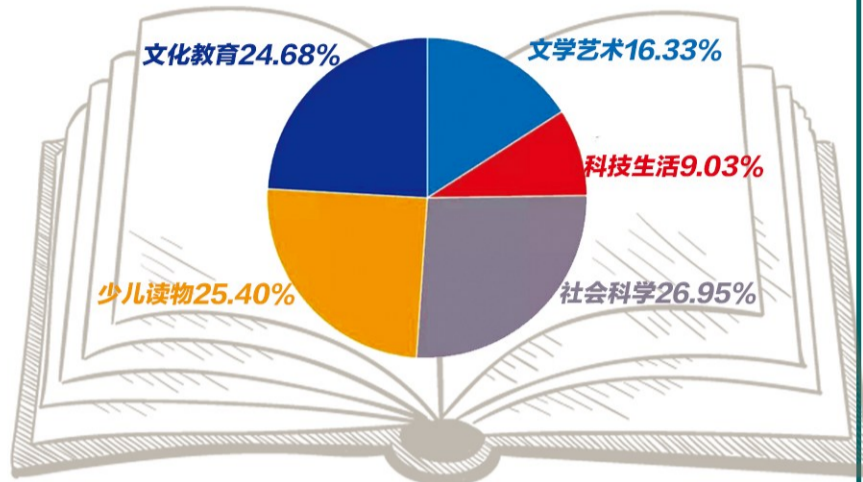
# 阅

WEEKLY 周刊

# 读

2021年时间过半,在这“十四五”开局和迎接中国共产党建党100周年的非同寻常时段,中国图书零售市场也有非同寻常的表现:一是彻底扭转了去年因新冠肺炎疫情影响导致的销售同比下降态势;二是从年初的实现恢复性增长,到持续半年的市场规模扩增,市场呈常态化良性发展。

据基于“国家出版发行信息公共服务平台”的CNONIX应用示范单位销售数据和商报·奥示“中国出版业市场监测系统”线下ERP数据、线上监测数据的统计,今年上半年图书零售市场销售数量同比增长21.10%,销售码洋同比增长15.70%;与2019年同期比较,市场规模扩增了5.20%。



## 上半年,图书零售市场扩增 15.70%

### 社科图书占最大份额

今年上半年图书零售市场的销售结构为社会科学类、少儿读物类、文化教育类三者比重接近,间差约1个百分点(见图)。社科类份额最大,占比26.95%;少儿类份额第二,占比25.40%;文教类份额居中,占比24.68%;文学艺术类份额第四,占比16.33%;科技生活类份额居末,占比9.03%。以主题图书为重要支撑的社科图书虽然仍居市场份额之首,但比重已从4月份的31.62%、5月份的29.40%,逐渐收缩,而趋于常态。下半年,预计随着主题图

书销售热势趋缓,社科类的市场份额会进一步收缩。

刚刚过去的6月份,图书零售市场销售数量同比增长10.04%,销售码洋同比增长4.78%,销售数量和销售码洋增速分别高于4月份,低于5月份。6月结束,二季度也告终结,二季度销售数量同比增长6.90%,销售码洋同比增长3.30%。比较而言,二季度对半年市场的贡献大于一季度:二季度销售数量环比增长8.02%,销售码洋环比增长6.58%。

### 实体书店销售激增 区域市场全面上扬

经历了去年新冠肺炎疫情的重创,实体书店绝地奋争,持续打“翻身仗”,半年终结,线下市场销售数量同比增长70.71%,销售码洋同比增长86.45%。此前,年初以来线下市场在多个时段,保持了市场规模同比扩增逾5成,1~2月份市场规模同比增长96.23%,第一季度市场规模同比增长87.76%;4月份,市场规模同比增长110.58%;5月份,市场规模同比增长69.26%。

上半年,线下市场的销售结构与整体市场的销售结构异同不一,同即最大份额同为社会科学类,最小份额同为科技生活类;异即文化教育类、文学艺术类、少儿读物类的份额位序与整体市场完全不同。社会科学类虽然份额居首,但其44.9%的比重已比4月份63.75%、5月份49.37%的比重分别下降了18.85个百分点和4.47个百分点,表明由相关主题图书超常热销拉动的社科图书比重飙升正进一步趋缓。文化教育类份额次之,其31.21%的比重,比5月份上升了0.26个百分点。文学艺术类份额居中,其10.36%的比重,比5月份上升了2.52个百分点。少儿读物类份额第四,其9.61%的比重,比5月份上升了2.03个百分点。科技生活类份额居末,其3.92%的比重,比5月份下降了0.34个百分点。从半年的整体时段来看,由于线下市场是相关主题图书超常热销的主要所在地,因此其细分市场的非常态起伏实属必然,只是至半年节点,这种非常态起伏已显趋缓。

上半年,线下各细分市场销售同比全部增长,不同的增速是对各细分市场起伏的佐证。社科书细分市场销售同比逾翻番,4月份以来,社科书细分市场持续保持逾翻番的同比增速,半年节点之际其销售数量的同比增长达216.64%,充分表明社科书市场的增长是以销量增加为主要推动的良性增长,而非依书价增长而拉动的增长。而文教书细分市场14.95%的同比增长,文艺书细分市场10.8%的同比增长,少儿书细分市场8.24%的同比增长,科技书细分市场3.8%的同比增长,其增速位序恰与它们的份额位序相同,与各自的市场表现基本吻合。

与整体市场一样,半年间,线下市场也是二季度的贡献大于一季度:二季度销售数量环比增长25.30%,销售码洋环比增长20.90%。与去年同期比较,二季度销售数量同比增长42.83%,销售码洋同比增长46.05%。

上半年,经实体书店的奋力拓销,全国省域图书零售市场全面上扬。据相同口径的统计,仅新华书店系统上半年销售同比逾翻3番的就有湖北、湖南、甘肃、浙江、新疆、内蒙古等省(自治区)新华;销售同比逾翻2番的有江苏、云南、江西等省新华;销售同比逾翻番的有福建、上海、山东、安徽、河南等省(直辖市)新华;销售同比增长不足翻番的有广西、广东、辽宁等省(自治区)新华。一些大书城销售同比也高速增长,如天津图书大厦上半年销售同比逾翻2番。

### 线上市场规模缓增

上半年,图书零售线上市场规模扩增,销售数量同比增长3.42%,销售码洋同比增长4.76%,虽然其增速远低于线下市场,但终于在半年的时间节点改变了前两个月的销售同比回落。

上半年,线上市场的销售结构为:少儿读物类份额居首,比重30.61%;文化教育类份额次之,比重22.52%;社会科学类份额居中,比重21.03%;文学艺术类份额第四,比重18.30%;科技生活类份额最小,比重7.54%。各细分市场份位序与去年同期相同,除少儿读物类比重同比下降4.67个百分点,其余各类比重均同比上升:文化教育类比重上升2.42个百分点,社会科学类比重上升1.14个百分点,文学艺术类比重上升0.78个百分点,科技生活类比重上升0.32个百分点。虽然4、5月份因相关主题图书的超常热销,线上市场的销售结构也有所变化,但至半年节点其已基本恢复常态,这与线上市场承担业务的侧重不无关系。

基于同一原因,与线下市场不同,线上市场上半年销售增速最高的是文教书细分市场,同比增长18.53%;增速次高的是科技书细分市场,同比增长14.01%,这当为几种关乎健康的科普读物超常热销所致;社科书细分市场增速居中,同比增长10.62%;文艺书细分市场销售同比增长8.06%;少儿读物细分市场销售虽同比下降9.44%,但仍保持了其最大的市场份额。

### 线上线下载书价差加大

上半年,图书零售市场平均售书单价为50.45元,其中线下市场平均售书单价为31.85元,线上市场平均售书单价为62.49元,线上市场售书均价为线下市场售书均价的1.96倍。去年线上市场售书均价为线下市场售书均价的1.79倍,时过半年,这一售价差提高了17个百分点。经历了去年新冠肺炎疫情对书业的侵袭,线上网销“因祸得福”占有了更多的市场份额。

虽然今年上半年线上市场出现阶段性回落,但至半年节点,仍是同比增长。

来源:中国出版传媒商报 作者 文东