

阅读丈量世界

中国图书阅读市场专题分析2018

Analysys 易观
你要的数据分析

dangdang.com 联合发布

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析范畴与分析方法



分析范畴

- 本报告主要分析了中国图书阅读市场的现状、市场份额、发展趋势等。易观联合当当，通过大数据分别洞察纸书阅读和电子书阅读的消费者行为画像，试图呈现当下中国图书消费版图和消费趋势。



分析方法

- 资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



数据说明

- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

CONTENTS

1



中国图书阅读市场发展现状

2



当当图书阅读生态

3



中国图书消费大数据解析

4



中国图书阅读市场发展趋势

PART 1



中国图书阅读市场发展现状

消费升级时代，大众愿意为精神内核买单，催生阅读市场发展

- 一方面，由于社会购买力的提升，使得大众在温饱型、服务型和实现型三类需求上发生结构性变化，更加注重精神层面的消费满足。其次，精英观念、知识焦虑等社会现象带动消费心理发生变化，大众开始愿意为精神内核买单。阅读不仅可以使人增长学问，促其进步，更能帮助个人净化心灵，消除寂寞。现在阅读已经成为一种时尚的生活方式，并逐渐被更多的人所接受，这也催生了相关市场的迅速发展。



国家倡导全民阅读，掀起新时代全民阅读热潮

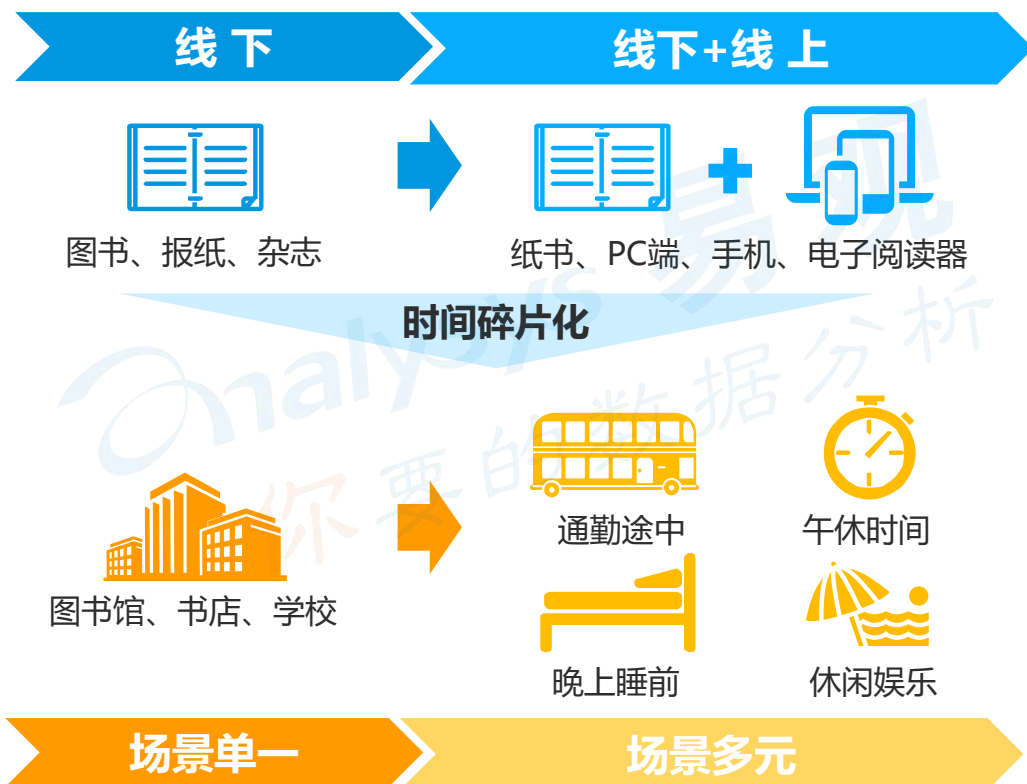
- 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》将“**推动全民阅读**”纳入国家规划纲要，并将全民阅读工程列为“十三五”时期文化重大工程之一，将全民阅读提升到国家战略高度。
- 我国首个全民阅读国家级规划《全民阅读“十三五”时期发展规划》由国家新闻出版广电总局对外发布，以**推动全民阅读工作常态化、规范化**，共同建设书香社会为目标。
- 3月，新闻出版广电总局下发《**开展2018年全民阅读工作**》的通知。



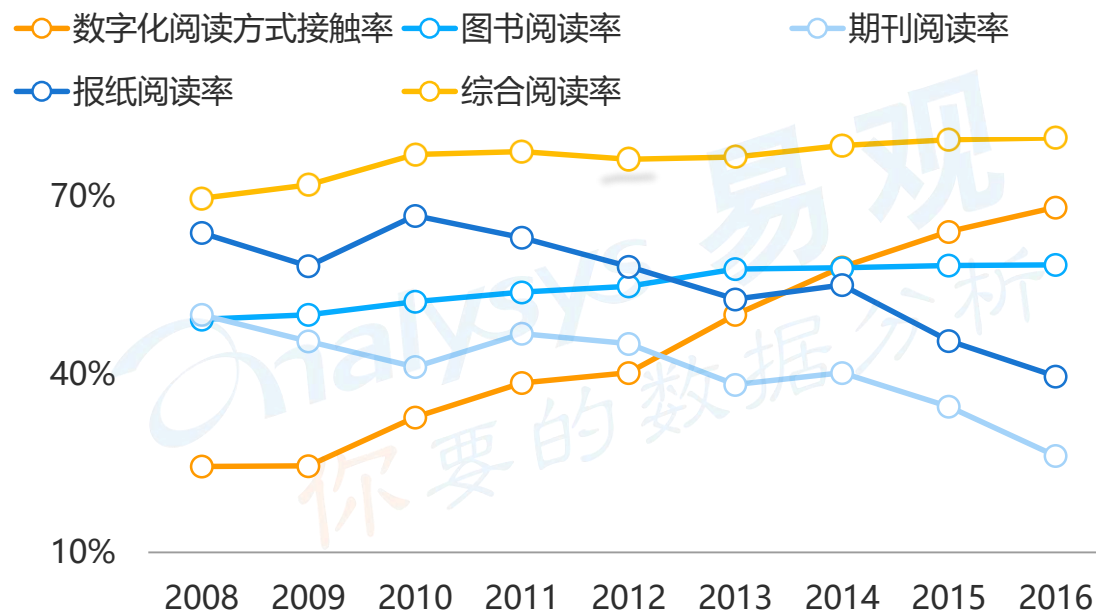
移动互联网时代到来，阅读方式向场景化和多元化演进

- 伴随着互联网时代的到来，人类的阅读习惯由传统的纸质图书阅读逐步向数字化阅读拓展，线上线下多层次的阅读方式，使得阅读不再受空间和时间的限制，阅读场景逐渐由单一形式向多元化形式转变，阅读变得无处不在。
- 期刊报纸类阅读率下降明显，图书阅读率稳步提升，纸书阅读依然是主要的阅读方式。在网络文学创作日益丰富和出版物数字化的推动下，2008年到2016年数字化阅读方式接触率累计上升43.7%。

阅读习惯与场景变迁轨迹



我国成年国民各媒介阅读率

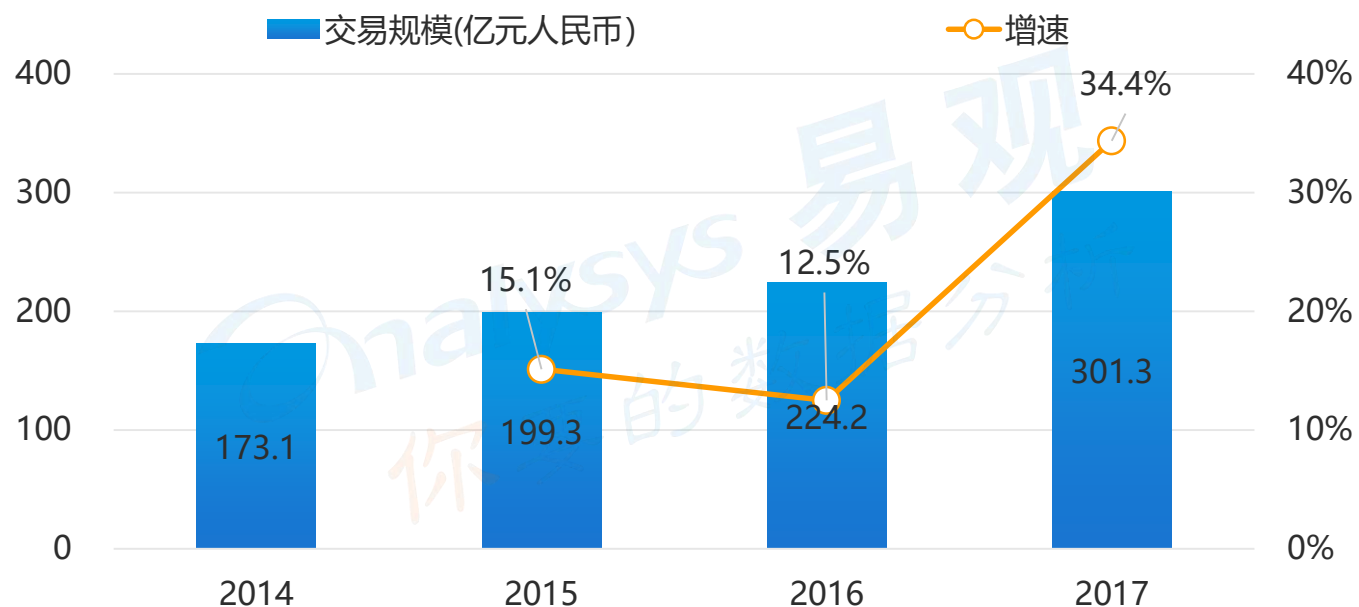


数据来源：2009-2017年中国新闻出版研究院《全民阅读调查报告》。数字化阅读方式包括：网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读等。

中国图书零售市场规模继续保持增长，网上渠道依然是市场增长的主要推动力

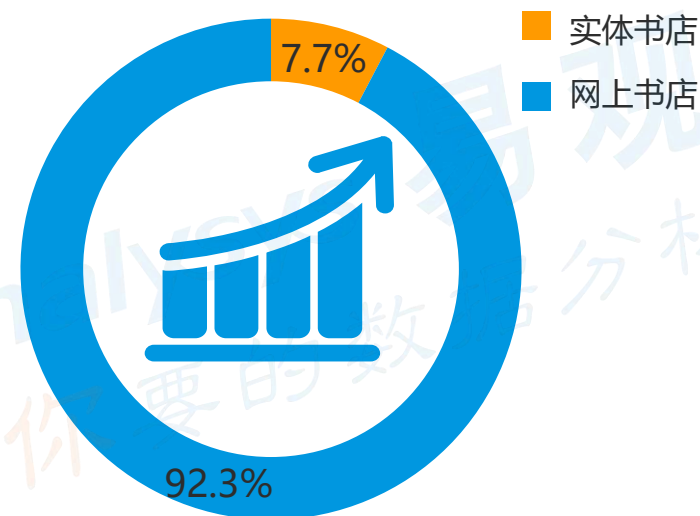
- 截至2017年末，中国网络零售B2C市场图书出版物交易规模达到301.3亿元，增速达到34.4%，线上图书销售显著提升。同时，在全民阅读的氛围之下，实体书店销售逐渐升温，也为整体市场增长做出7.7%的贡献。

2014-2017年中国网络零售B2C市场图书出版物交易规模



数据说明：整体规模通过上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观数据监测产品以及易观推算模型得出。

2017年实体书店VS网上书店增长贡献情况

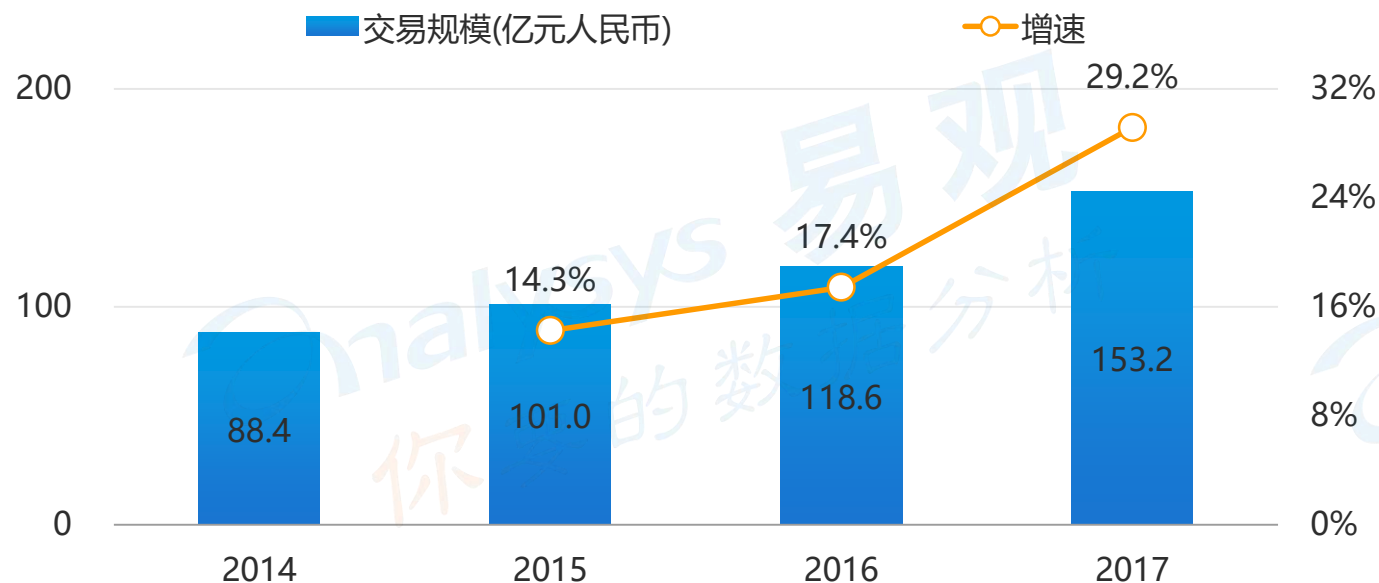


数据说明：网络二手资料，易观整理分析

经典出版文学和优质网文生产带动中国移动阅读市场发展

- 中国移动阅读市场按照内容产生方式的不同，可分为出版物阅读和网文阅读两类。截至2017年，中国移动阅读市场规模已达到153.2亿元，增速达到29.2%。随着经典出版文学和网文阅读的持续升温，IP产业链收入将成为阅读市场规模增长有利的推动因素，未来行业将保持稳健增长。

2014-2017年中国移动阅读市场交易规模



数据说明：1、中国移动阅读市场规模，即中国阅读企业在移动终端文字阅读业务方面的营收总和，包括用户付费收入、广告收入、增值服务收入、电子阅读器收入等，不包括电信运营商手机报收入。2、整体规模通过上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观数据监测产品以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

出版物阅读为主平台



当当云阅读



亚马逊Kindle阅读

网文阅读为主平台



掌阅



QQ阅读



咪咕阅读

图书产业链自下而上构建多元化和多场景的阅读环境

用户触达



阅读用户

提供多元阅读体验和丰富阅读环境

传统纸书分发渠道



电商平台

- 根据大数据进行个性化推荐



实体书店

- 共享书店 • 智能书店
- 无人书店 • 自主购书机

移动电子书分发渠道



阅读APP

- 满足碎片化阅读需求



阅读终端

- 智能手机 • 智能音箱
- 阅读器 • 平板电脑

提供优质阅读内容

分发支撑

内容支撑

出版物

网络文学

PART 2



当当图书阅读生态

当当从买书平台向创建文化空间多方位转型发展



1999



11月，当当网正式开通，开启线上图书销售新模式

2005



当当荣获“中国互联网产业品牌50强”等称号

2009



提供货到付款的城市超过750个，成为服务范围最广泛的网上商城

2010



当当在美国纽约证券交易所成功上市

2011



当当上线电子书平台，推出电子书平台“数字书刊”，首日上线五万种图书

2012



推出了当当读书客户端APP和阅读器

2018年

当当将继续坚持品质阅读，让知识有价值，让作者专注于优质内容的创作，持续打造全媒体知识矩阵，和全场景的文化产业新零售平台。

2017



全国开业160余家实体书店，运营近千场线上线下多元活动，“当当读书”品牌升级为“当当云阅读”，累计50万种数字读物

2016



在长沙开出第一家实体店，开业2小时销售额就突破2万元

2015



构筑无线阅读产品矩阵，构建内容创意工场，通过孵化投资100个小微工作室，颠覆传统出版方式

2014



上线当当读书4.0新版客户端，新版本支持免费借读、千人千面、书评社区、书架社交、分男女阅读、图书榜单等功能

图书电商阶段

- 发展线上图书电商
- 拓展服务地域范围，提供优质服务
- 建立成熟的图书电商模式
- 电商业务发展快速，成功上市

数字阅读阶段

- 发展全品类图书数字阅读，探索移动阅读APP，实现多种移动阅读功能
- 通过PC、手机、电子阅读器实现全平台和多端同步的多样化阅读形式
- 当当云阅读累积用户4000万，阅读社区用户1200万

阅读生态阶段

- 深入产业链上游和下游，助力出版变革创新和推动全民阅读
- 探索线下门店，尝试线上线下融合的新零售模式
- 打造“出版-电商-社区”的良性循环，形成全品类、跨场景的无处不在的阅读生态

当当从孵化内容生产到开设实体书店,构建纸电协同的阅读生态



2万余部

签约原创连载及完本作品

2000多个作者

入驻当当自出版平台

当当四大扶持计划

中短篇、IP、编剧、二次元



当当汇集全品种图书，集聚海量爱读人群



400亿码洋

2017年图书交易规模
正规出版物，不含邮票、文具



2.5亿

2017年图书累计顾客



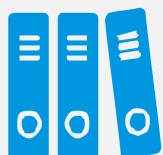
11.89亿册

2017年图书销售册数



4000万+

2017年图书活跃顾客



130万+

2017年动销品种



25%

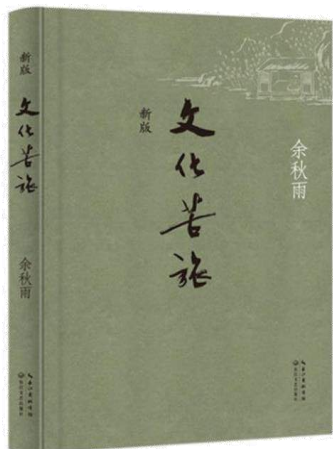
2017年顾客转化率

数据说明：来自当当大数据

2017年当当畅销书销量占全国销量50%以上



活着



文化苦旅



追风筝的人



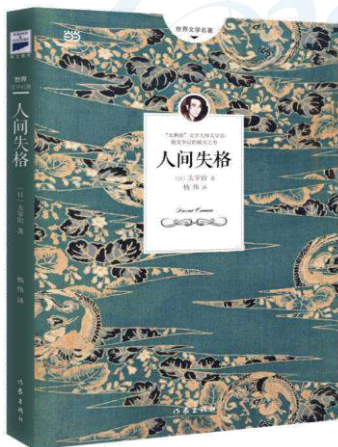
岛上书店



摆渡人



所谓情商高就是会说话



人间失格



小王子



鬼吹灯

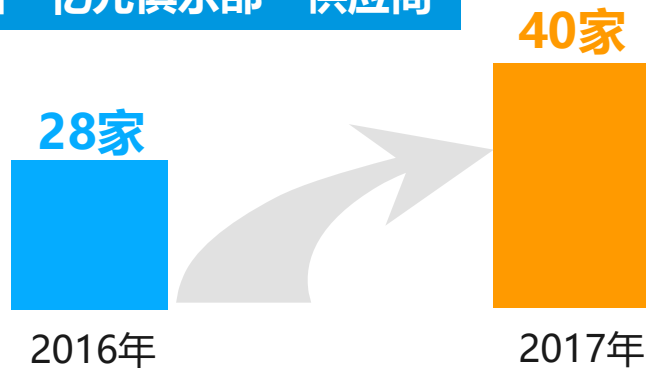


钝感力

数据说明：来自当当大数据

当当与合作伙伴共同打造品质阅读，实现互利双赢

2017年当当“亿元俱乐部” 供应商



数据说明：来自当当大数据

当当维护行业生态的四个举措

- 1** 联合出版社探讨创新促销方法，规范价格，维护行业良性生态
- 2** 扶持中小型图书供应商，实行图书分类折扣制
- 3** 联合供应商合理配备资源，进行不同主题分类促销，规范促销频次
- 4** 打造特色促销栏目，举行秒杀、尾品汇等活动，解决出版社库存问题

2017年新晋“亿元俱乐部” 名单

生活·读书·新知三联书店

化学工业出版社

青岛出版社

明天出版社

建筑工业出版社

浙江少年儿童出版社

杭州果麦文化传媒有限公司

荣信教育文化产业发展股份有限公司

北京大学出版社

当当云阅读集电子书、听书和社区互动为一体的一站式阅读平台

电子书

付费形式

免费 单本付费 租阅

数字读物种类

出版物 网络文学 漫画 杂志...

电子书功能

书签、笔记、评论 ...

6.5亿 累计
下载次数

50万 累计
数字读物

听书



- 主播录制的广播剧式听书
- 人工智能微软小冰录制的听书

5万 小时
听书内容

50万 听书用户

1000万 点击量

社区



17.3万 书吧

1200万 社区用户

2017年当当云阅读成绩

电子书销售额
同比增长126%

新增付费客户数
同比增长72%

电子书下载册数
同比增长51%



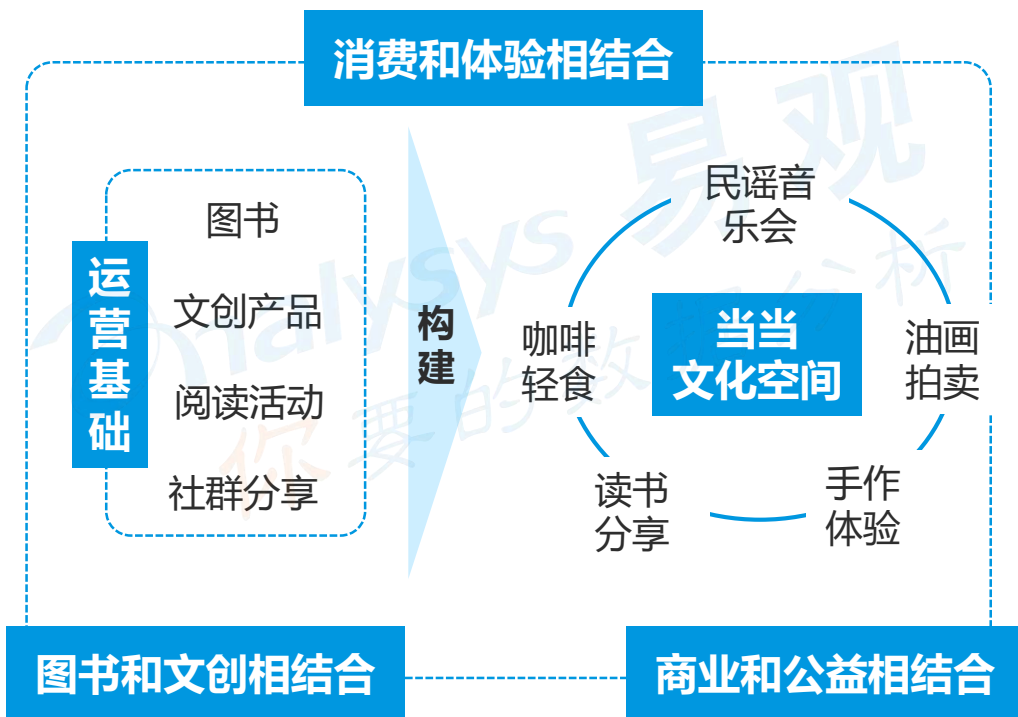
数据说明：来自当当大数据

当当布局图书新零售，营造城市文化新空间

2017年当当全国实体书店 **160**多家

书店分布：上海、南京、重庆、济南、宁波、合肥、福州、乌鲁木齐等30座城市

数据说明：来自当当大数据



成都店



长春店



当当
线下书店



长沙梅溪店



图书业
新零售



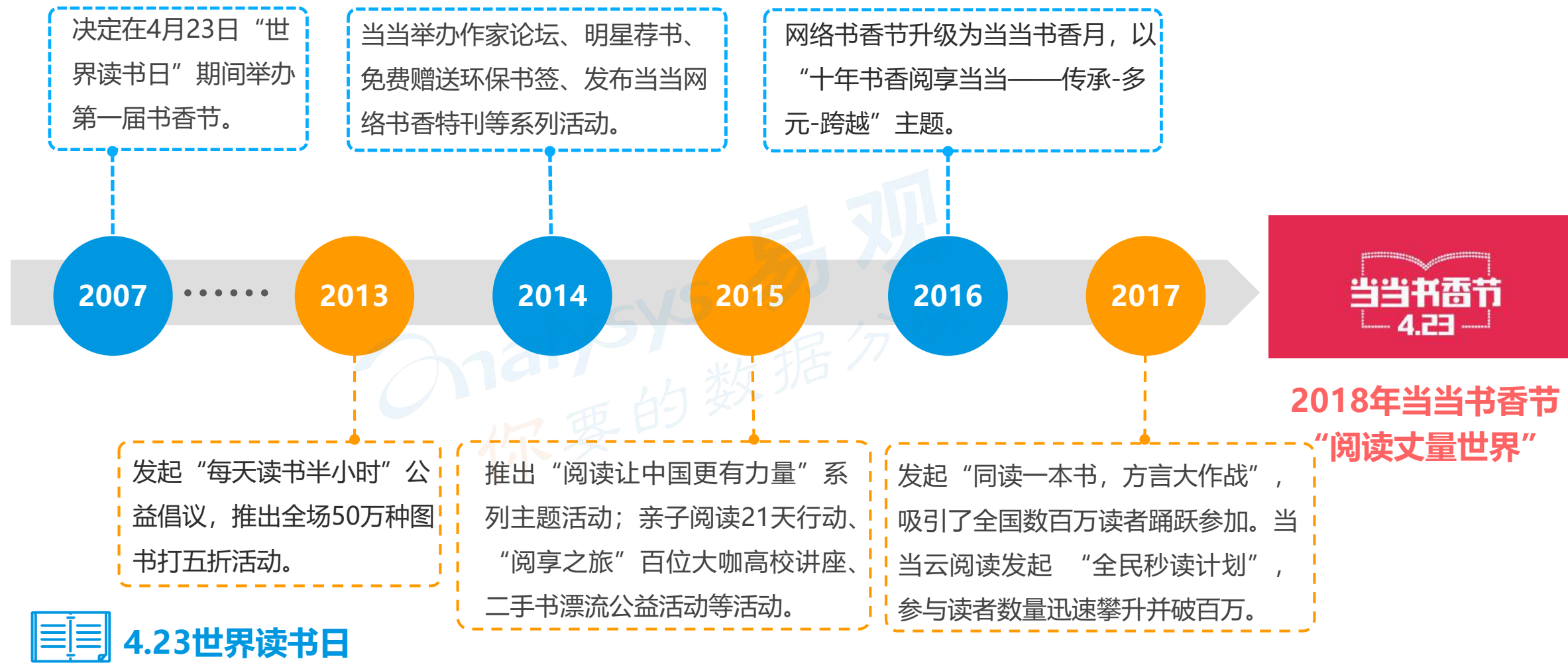
蚌埠店

沈阳店



烟台店

每年4月当当都会举办“4.23书香节”活动，推动全民阅读



1972年联合国教科文组织开始提倡“走向阅读社会”，全民阅读的概念在国际上开始传播，并且付诸实践。1995年，联合国教科文组织将每年的4月23日确定为世界读书日。

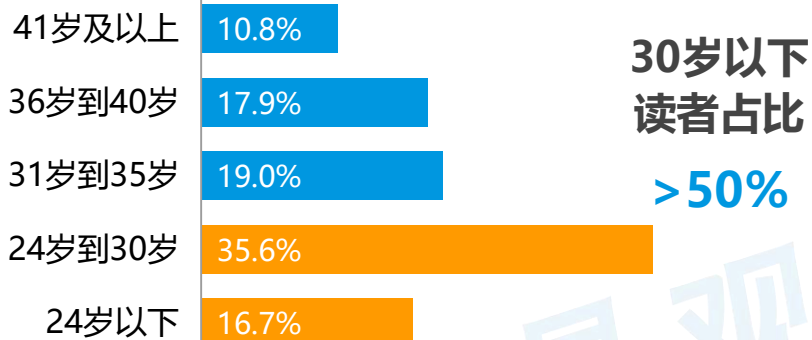
PART 3



中国图书消费大数据解析

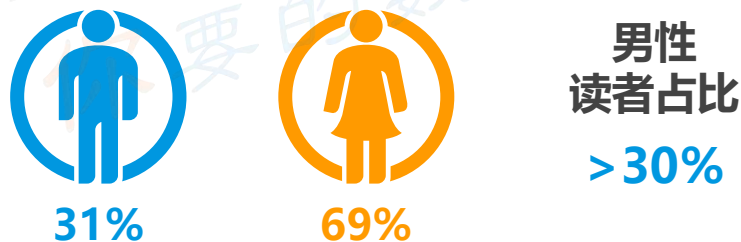
阅读纸质图书是沿海大城市奋斗的年轻读者常见的放松方式

年龄分布



- 纸质图书读者没有随着移动化时代的到来而老去，具有未来消费潜力的90后甚至95后，同样也重视书香的熏陶。

性别分布

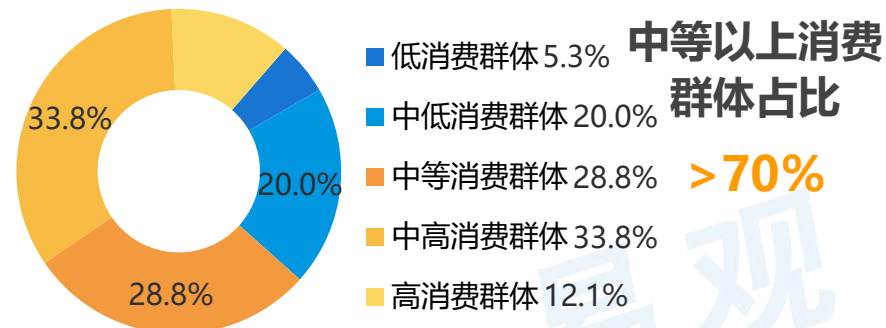


- 虽然静心阅读更容易表现在女性身上，但渴求上进的男性也没有放弃精进的脚步，专业书籍往往是他们的最爱。



中国纸质图书阅读用户画像

消费能力分布



- 具有中高消费能力人群的受教育程度、收入水平等方面往往在平均水平之上，有更强的文化产品消费倾向。

地域分布



TOP10城市
6个沿海城市
4个中西部城市

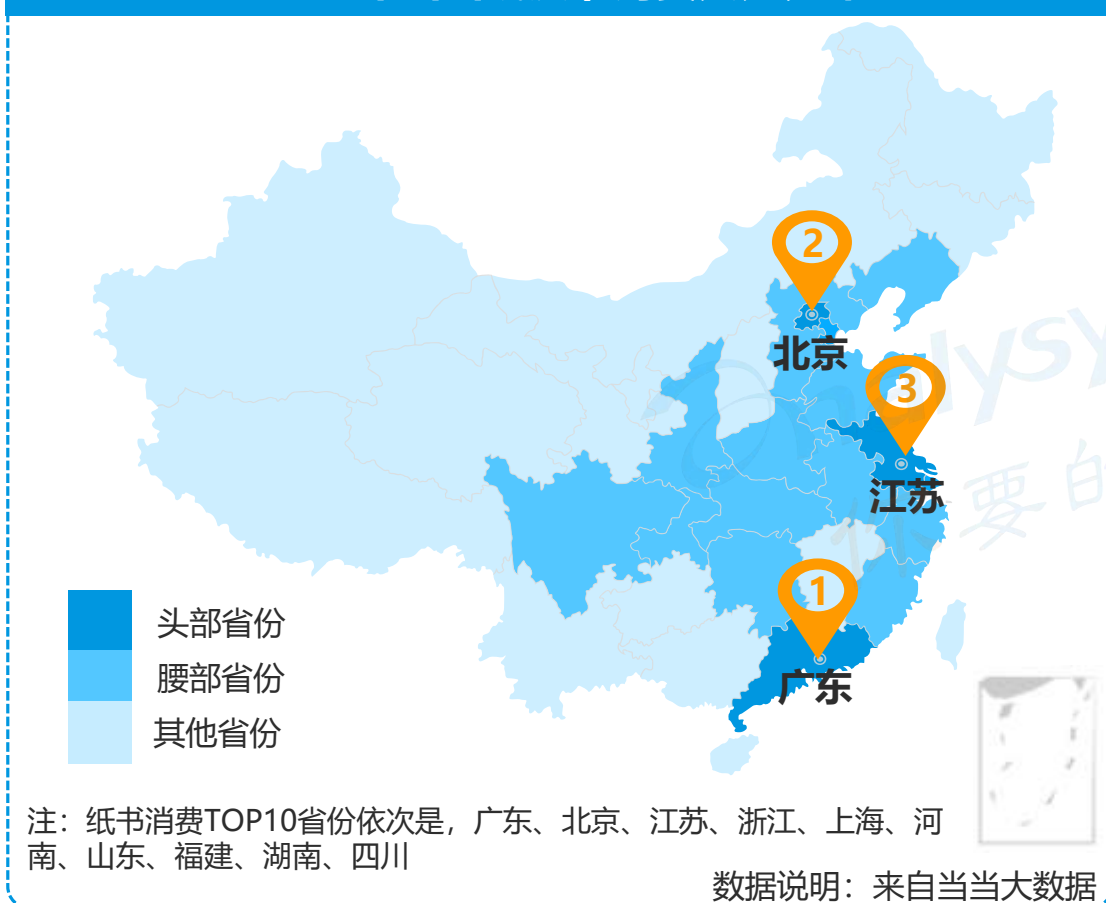
- 沿海城市更倾向翻开纸书读一读，离开面对了一天的电子屏幕，已经成为了快节奏城市中奋斗一族难得的惬意休闲时光。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

地域性阅读鸿沟持续缩小，中西部省份纸书消费潜力巨大

- 2017年全民图书消费整体呈稳定增长态势，广东、北京、江苏仍然稳居图书消费省份前三甲。图书消费增速排名TOP10中，头部省份占据1席，腰部省份占据5席，其他省份占据4席。腰部和其他省份图书消费占比超过67%，中西部省份纸书消费潜力巨大，地域性阅读鸿沟在持续缩小。

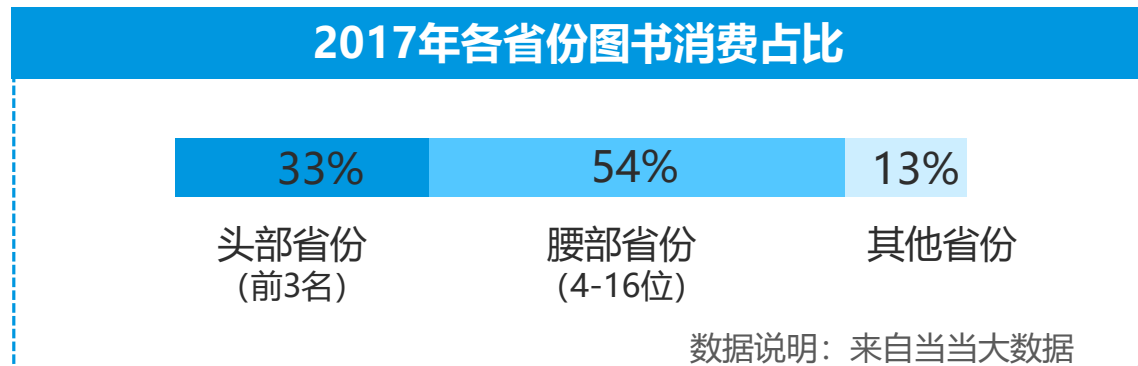
2017年当当纸质书消费热力分布



2017年当当纸书销量增速排名TOP10

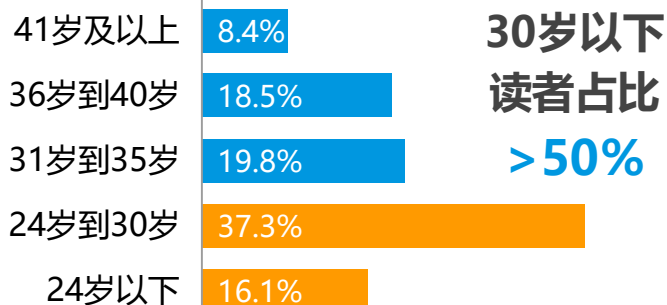


2017年各省份图书消费占比



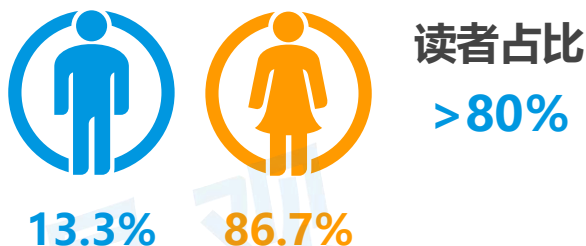
数字阅读的方式是中西部城市的年轻女读者的偏好

年龄分布



- 在浓厚互联网氛围下成长起来的年轻一代，对数字产品更加偏爱，更容易成为数字图书读者。

性别分布



- 网文对于女读者爱幻想的天性来说，是绝佳的释放窗口，刊载有大量网文的数字图书故而能吸引女性的目光。

地域分布



TOP10城市 4个沿海城市 6个中西部城市

- 中西部城市节奏相对缓慢，焦虑感相对较弱，数字阅读模式比较新奇，对中西部城市更具吸引力。



中国数字图书阅读用户画像

>45分钟

平均每名读者每天阅读数字书籍时间

便捷化、低门槛的方式，使用户每天能有一节课以上的时间进行阅读，而即买即看的模式还能促进消费的增长。

>5次

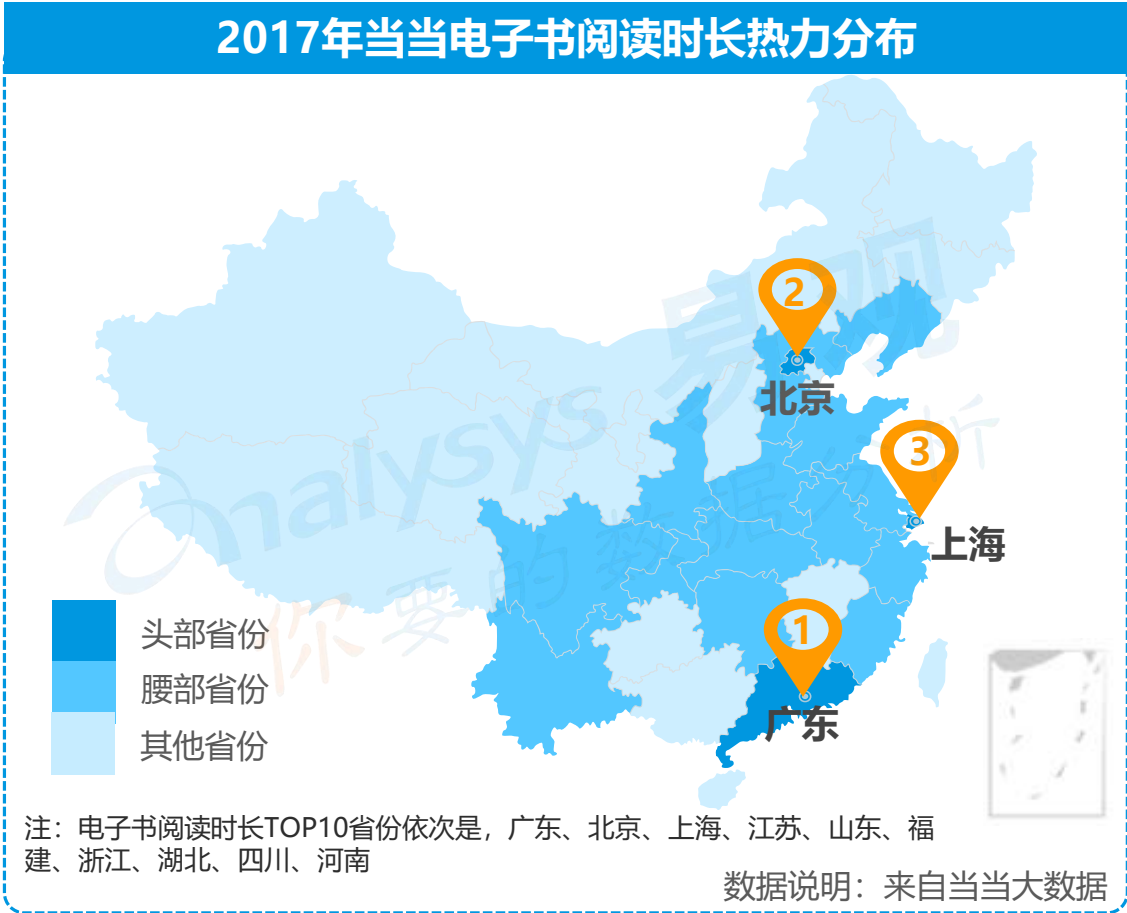
平均每名读者每天阅读数字书籍次数

几乎与用户每日打开微博的次数相当，说明系统化的阅读需求正逐步赶上娱乐化、轻社交化的阅读需求。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

山东读者更爱做笔记，江苏人更爱发评论

- 2017年，从电子书阅读时长上看，广东、北京、上海位列前三甲，这与笔记排行榜不谋而合。而从评论排行榜看，广东和北京也位列前茅，电子书阅读阅读时长与笔记数和评论数整体呈现正相关趋势，但不同地域会有一定差异。
- 山东读者更爱做笔记**，其阅读时长排名第5位，而笔记数量则排名第4位。**江苏人则更爱发评论**，其发表评论的数量排名第3位，而电子书阅读时长排名第4位。相对比，**上海人似乎对评论并不热衷**，其评论数位列第5位，而其电子书整体阅读时长排在第3位。

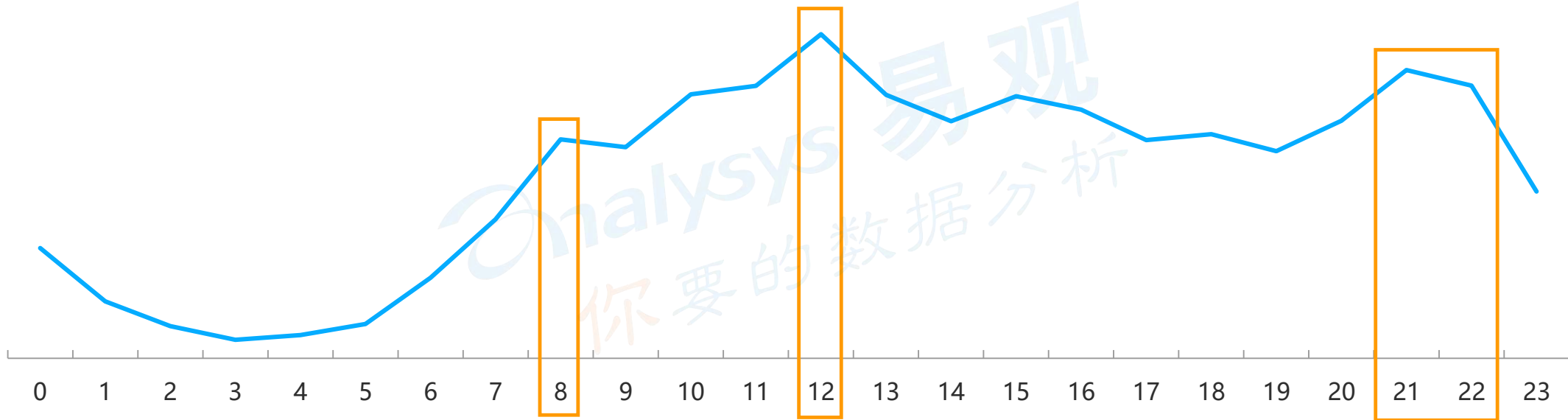


2017年当当数字阅读用户行为		
笔记排行榜		评论排行榜
1	广东	广东
2	北京	北京
3	上海	江苏
4	山东	山东
5	江苏	上海
6	浙江	浙江
7	福建	河南
8	四川	福建
9	河南	四川
10	湖北	辽宁

通勤途中、午休和睡前是电子书主要的阅读场景

- 从当当云阅读用户分时启动次数看，电子书阅读高峰首次出现在上午8点，并在中午12点达到最高峰，在晚上9-10点之间再次出现高峰。表明在上班途中、午休时刻、临睡前用户更爱阅读。

当当云阅读用户分时启动次数



注：当当云阅读分时启动次数采用2018年1月易观数据

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆·A3

www.analysys.cn

广东读者阅读热情高，深度参与热心肠

- 2017年广东读者在纸书消费和电子书阅读时长上，均位于全国榜首。在电子书阅读时，他们也非常热衷评论和做笔记。



广州越秀区：最爱走心的文化类读物



深圳福田、罗湖区：关注儿童文学及教育

数据说明：来自当当大数据

帝都人均纸书购买量最高，“知识焦虑”纸书更治愈

- 2017年北京人均纸质书购买量最高。而在电子书阅读时长方面，北京人低于广东。作为全国房价最高的帝都人，在面临生活和工作的巨大压力下，购买纸书是缓解“知识焦虑”的一种手段。

2017年纸质书
人均购买册数排名

第一名



2017年电子书
阅读时长排名

第二名

朝阳区：酷爱悬疑小说



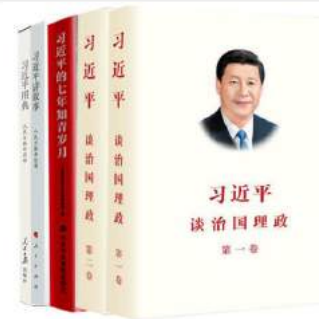
《鬼吹灯系列》销售册数是
第二名的11倍

海淀区：热衷自我提升



日语学习和各类成人高
考雄踞TOP10

东城区：紧跟时代脉搏



销售册数TOP10品类
一半是时政方针

顺义区：注重儿童教育



各类童书雄踞TOP10
原创童书大受欢迎

数据说明：来自当当大数据

2018/4/23

数据分析驱动业务升级

相比买买买，魔都人民更爱读读读

- 上海读者电子书阅读时长在全国排名前三，而纸书购买册数在全国排名第六，相比买纸书，上海人更爱读电子书。



徐汇区：
最爱走心的文化类读物

长宁区：
时刻关心党政方针

浦东新区：
业余时间充电意识强



数据说明：来自当当大数据

各年龄段阅读偏好不同，《解忧杂货店》受众群体最广

70后 心系家国大事

70后最爱品类：政治、社会、一般管理学、随笔、哲学类是70后最爱购买的品类。



2017年图书人均消费

政治类 134.9 码洋/人

一般管理学类 103.6 码洋/人

80后 注重儿童阅读

80后最爱品类：童书在80后群体中销量最好，除此之外随笔、社会、侦探/玄幻/推理、政治、哲学、世界名著也深受80后欢迎。



80后父母更爱中国儿童文学

购买中国儿童文学是外国儿童文学的 1.4 倍

人均购买精装图画书 4.62 册

90后 关注自我提升

90后最爱品类：考研、公务员考试、外文读物等考试类书籍是90后购买最多的品类。同时侦探推理和情感、爱情相关书籍也是他们的最爱。



90后考试书籍采购最多

购买考研相关书籍的90后占比 15.8%

90后最爱买的外文读物是 英语&日语

中国高校阅读各有特色，中山大学购书最多



1. 中山大学



2. 北京大学



3. 北京师范大学



4. 武汉大学



5. 浙江大学

中山大学最爱书单：采购党政相关的书籍



北京大学最爱书单：经管人文色彩浓厚



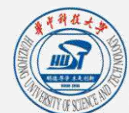
清华大学最爱书单：理工男本色的科技类读物受欢迎



北京师范大学最爱书单：对本校于丹老师偏爱有加



6. 清华大学



7. 华中科技大学



8. 厦门大学



9. 中国人民大学



10. 北京理工大学

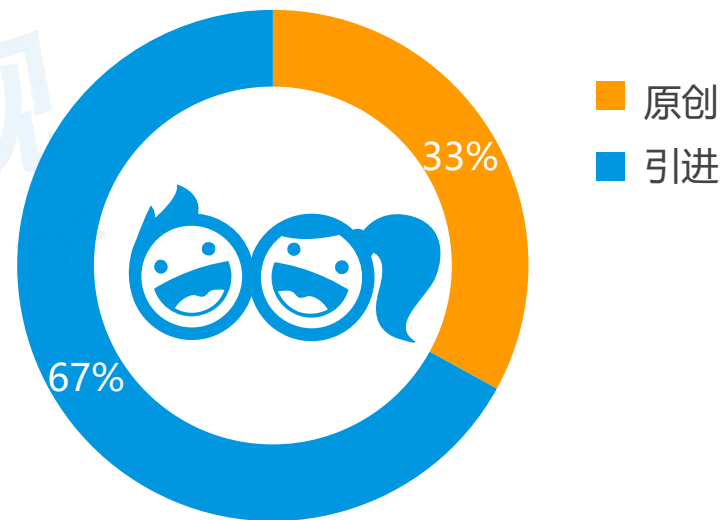
2017年中国高校图书购买排行榜TOP10

数据说明：来自当当大数据

史学类图书增长成黑马，家长对童书购买热情高

- 在当当图书600多个细分品类中，历史类中的史学理论及世界史增长明显，排名分别上升了62位和16位。其中纪录片相关图书《大国崛起》和《我在故宫修文物》等拉动历史类图书增长。古代文学同时受到热捧，中国古代随笔排名上升128位。
- 当当童书类连续5年码洋增速超35%，2017年更是达到70%。家长对下一代教育方面可谓是费尽心力。2017年中国原创童书的增速是引进版的3.3倍，原创童书受到家长热捧。

2013-2017年童书原创与引进销量占比



2017年当当累计售出童书 **4.1亿册**
2017年当当童书增速达到 **70%**
2017年中国原创童书的增速是引进版 **3.3倍**

数据说明：来自当当大数据

时事热点、社会流行趋势、影视剧热播等因素带动图书消费



时事热点事件

- 某幼儿园事件后，儿童安全类图书如，《东方儿童性教育绘本》、《请不要随便摸我》销量**增长15倍**。
- 2017年诺贝尔文学奖获得者石黑一雄作品《被掩埋的巨人》**增长223倍**。



社会流行趋势

- 2017年是人工智能元年，**人工智能类图书上升了60位**，《机器学习》、《深度学习》等书籍热销。
- 受国学热影响，**中国古诗词类图书排名上升67位**，《人间词话》、《一本书读完最美古诗词》等书籍收到热捧。



影视节目热播

- 《人民的名义》上映后**增长67倍**，《三生三世十里桃花》**增长38倍**。
- 受热门综艺影响，**口才演讲辩论类有26位**的提升。相关主持人的图书热卖，如马东的《好好说话：新鲜有趣的话术精进技巧》，蔡康永的《蔡康永的说话之道》等。

数据说明：来自当当大数据

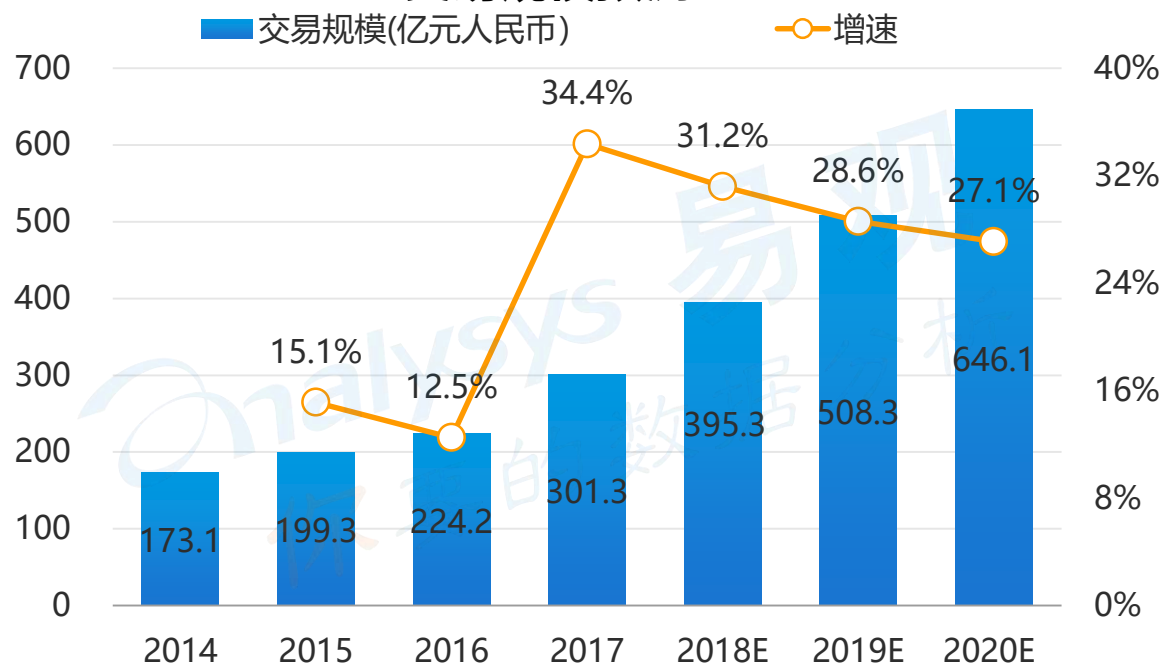
PART 4

中国图书阅读市场发展趋势

中国纸书和电子书市场交易规模将继续攀升

- 中国纸书和电子书市场交易规模持续攀升，预计2020年中国网络零售B2C市场图书出版物交易规模将达到646.1亿元，预计未来3年年均增速将达到29%，而移动阅读市场交易规模2020年将达到335亿元，预计未来3年年均增速将达到29.8%。现代人的知识焦虑，家长对亲子的教育等将成为推动阅读市场发展的动因。

2018-2020年中国网络零售B2C市场图书出版物交易规模预测

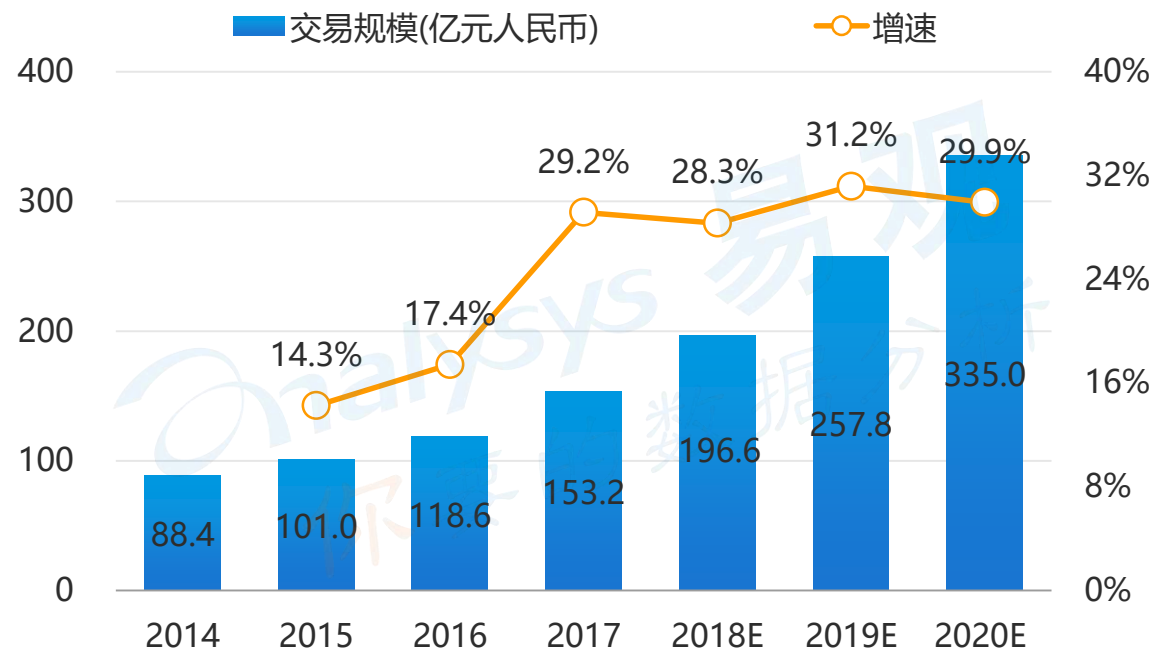


数据说明：整体规模通过上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观数据监测产品以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2018-2020年中国移动阅读市场交易规模预测



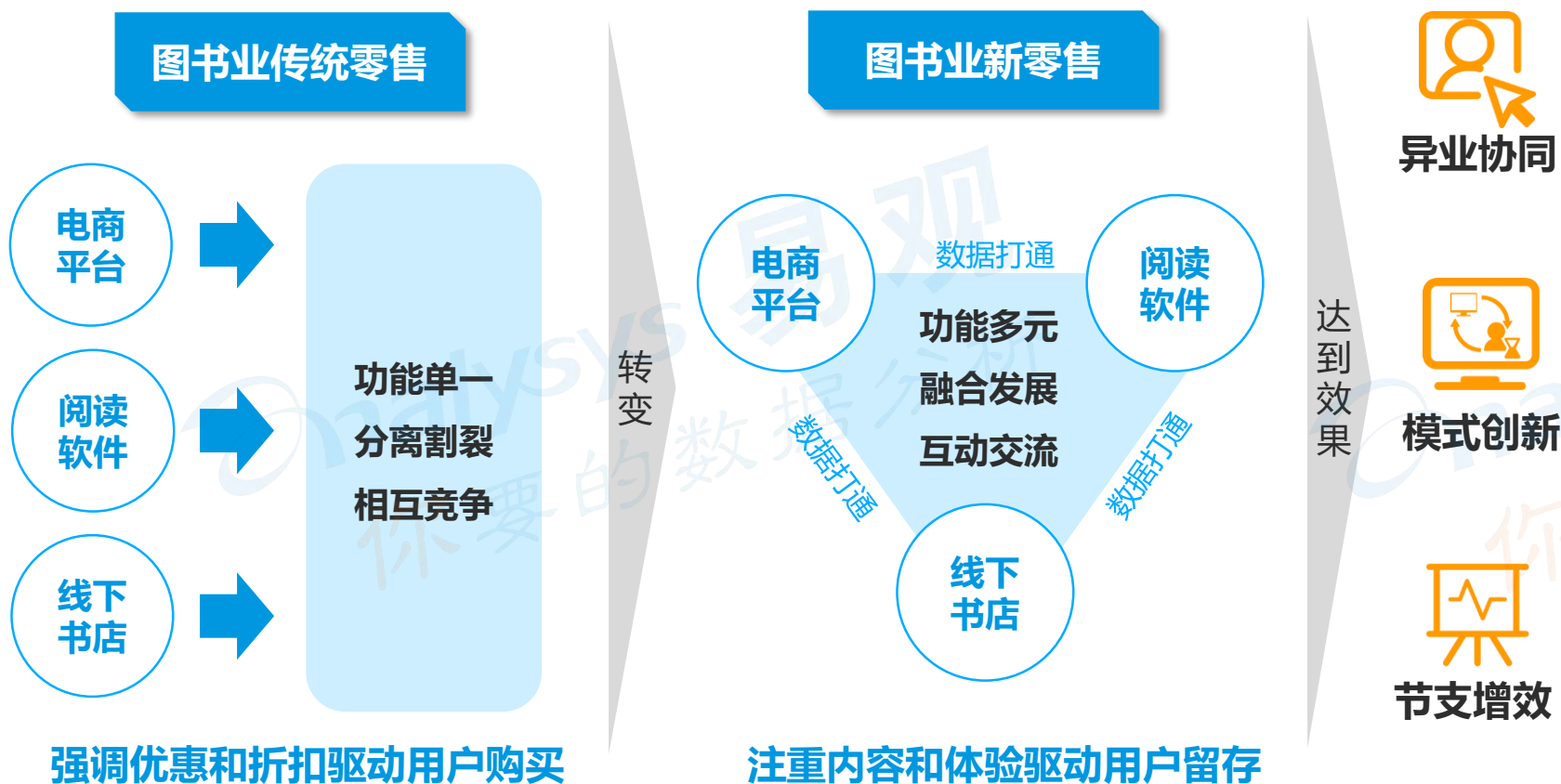
数据说明：1、中国移动阅读市场规模，即中国阅读企业在移动终端文字阅读业务方面的营收总和，包括用户付费收入、广告收入、增值服务收入、电子阅读器收入等，不包括电信运营商手机报收入。2、整体规模通过上市公司财务报告、专家访谈、厂商深访、易观数据监测产品以及易观推算模型得出。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

线上线下协同发展是图书业新零售未来发展方向

- 新零售时代，电商平台和线下书店的功能和职责都在发生变化。电商平台和线上阅读软件从卖货和内容分发渠道向图书零售赋能者转变，通过对平台读者的阅读大数据，可以延伸到产业链上游，为作家内容创作及图书出版提供依据；同时为线下书店的图书选品、陈列摆放提供支持。线下书店则更多承担了休闲娱乐和体验的功能，书店+咖啡轻食，书店+社群分享等跨业态的模式创新给实体书店带来新的商机。



碎片化和场景化阅读方式持续深化，用阅读丈量世界成为广大读者新的阅读观念

时间的碎片化

既是移动化时代的读者在时间、空间上不停分散化的结果，也是年轻一代读者在生活便捷化、行为多样化等方面的现实需要。而随着读者时间、空间进一步的被分隔，**时间碎片化的程度还会逐渐加深。**



场景的多元化

阅读场景的拓展，是在阅读的功能性和实际需求细分化以后逐步形成的态势。不同阅读场景下，用户的需求有所不同，然而由于软硬件环境限制，只承载了少数的阅读需求。但随着智能技术的演化，用单一设备实现多种场景的阅读需求成为可能，**阅读多场景融合化趋势将会渐为明显。**

亲子共读

考试学习

放松休闲

知识共享

缓解焦虑

- 在时间碎片化和场景化多元的过程中，阅读的意义已经超越了知识的获取，它更是一种生活观念，一种思想的表达，**用阅读去丈量世界成为广大读者新的阅读观念。**

数据分析驱动业务升级

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用