

上半年图书零售市场增 10.82%，少儿社科份额扩大文学企稳

——图书行业点评报告

行业专题研究

胡皓（分析师）

huhao@xsdzq.cn

证书编号：S0280518020001

姚轩杰（分析师）

010-69004656

yaoxuanjie@xsdzq.cn

证书编号：S0280518010001

● 上半年图书零售市场稳健增长 10.82%，线上依旧强势，实体降幅扩大

根据北京开卷发布的数据显示，2019 上半年国内图书零售市场同比上升 10.82%，继续保持两位数的增长。整体来看，图书零售市场保持了稳健增长趋势。从渠道分类来看，线上网店零售市场尽管增速有所放缓，但继续保持较高速度增长，同比上升了 24.19%，线下实体店销售继续呈现负增长态势，同比下降了 11.72%。

● 新书品种进一步收缩，图书价格继续攀升

2019 上半年整体图书零售市场新书品种数为 9.09 万种，新书品种数较 2018 年同期下降了 6.22%，进一步收缩。近年来新书对整体市场的贡献在不断下降，从三大榜总榜前 100 名来看，2018 年上半年有 5 本进入到前 100 名中，这 5 本新书对整个总榜前 100 名的码洋贡献是 5.67%，而今年上半年只有 3 本进入前 100 名中，这 3 本新书对整个总榜前 100 名的码洋贡献是 4.35%，码洋贡献有所下降。而 2019 年上半年新书定价中位数为 45 元，新书平均单册码洋为 48.6 元，图书定价稳步提升。

● 少儿社科码洋占比分列一、二位，文学图书企稳

从码洋占比来看，少儿、社科、教辅、文学四类图书占比均超过 10%，总占比超过 78%，是图书市场了最主要的细分品类。2019 年上半年，少儿类图书增速为 16%，仍然快于整体市场增速。经管类图书增速为 9.27%，略低于整体增速，文学类图书增 0.4%，相比 2018 年的负增长已经企稳。少儿图书码洋占比达到 27.38%，同比上升 1.22 个百分点，少儿图书码洋占比进一步提升，已经接近整个市场的 1/3，且稳居第一。占比排名第二的是社科类图书，社科类包含经管图书。社科图书占比 25.57%，同比上升 0.89 个百分点。文学图书占比为 10.84%，同比下降 1.13 个百分点。

● 出版集团格局：中国出版稳居第一，新华文轩上升最快

从出版集团排名来看，中国出版位居第一，且位次保持稳定，码洋占有率达到 7.28%；凤凰传媒排名第三，位次上升 1 位，码洋占有率为 3.19%；中南传媒排名第四，下降 1 个位次，码洋占有率为 2.81%；中文传媒排名第五，上升 2 个位次，码洋占有率为 2.65%；新华文轩排名第 7，上升 6 个位次，是上升最快的上市出版集团，码洋占有率 2.19%。

● 出版公司格局：中信出版财经第一，新经典份额有所下降

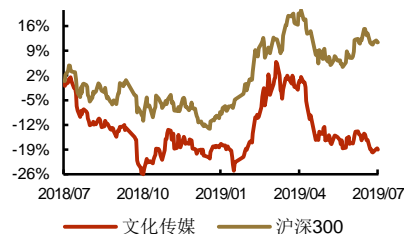
从单一出版社和民营出版公司来看，中信出版在财经领域排名第一，码洋占有率不断提升，从 2014 年的 1.5% 提升至 2019 年上半年的 2.51%。民营公司中，新经典份额有所下降，码洋占有率 0.92%，下降了 0.2 个百分点，这主要是公司今年以来推出的新书数量下降，且缺乏头部爆款所致。

● 受益标的：中信出版、新经典、中国科传。

● 风险提示：政策风险、市场竞争风险，税收优惠到期风险

推荐（维持评级）

行业指数走势图



相关报告

《2018 年春节档前瞻：系列大片“竞争”升级，或引爆票房高速增长》2018-01-25

《网络综艺市场点评：网综盛世，百舸争流》2018-01-22

《图书行业点评：行业增速创新高 少儿类夺冠持续看好未来市场》2018-01-12

《日本游戏产业演进史之一：市场篇 光荣与混沌的四十年》2017-10-17

《全球剧集（电视剧）产业演进史 第一篇 列国概览》2017-10-09

目 录

1、 上半年图书零售市场增 10.82%，继续稳健	3
1.1、 线上网店销售保持高增长	3
1.2、 实体书店销售降幅扩大	3
2、 新书品种进一步收缩，图书价格继续攀升	4
3、 少儿社科码洋占比分列一二位，文学图书企稳	5
4、 出版集团格局：中国出版稳居第一，新华文轩上升最快	6
5、 出版公司格局：中信出版财经第一，新经典份额有所下降	7

图表目录

图 1： 中国图书零售市场总规模	3
图 2： 网店与实体书店渠道销售情况	4
图 3： 2019H1 新书动销品种数情况（万种）	4
图 4： 新书定价中位数及平均码洋（元）	5
图 5： 2019H1 零售渠道主要细分市场同比变化	5
表 1： 2019 上半年零售渠道整体市场码洋构成情况	6
表 2： 2019 上半年零售渠道整体市场码洋构成情况	6
表 3： 2019 上半年领先出版集团 TOP10	7
表 4： 2019 上半年领先出版社 TOP10	7
表 5： 2019H1 出版公司码洋占有率前五名	8

1、上半年图书零售市场增 10.82%，继续稳健

根据北京开卷发布的数据显示，2019 上半年国内图书零售市场同比上升 10.82%，继续保持两位数的增长。整体来看，图书零售市场保持了稳健增长趋势。

从渠道分类来看，线上网店零售市场尽管增速有所放缓，但继续保持较高速度增长，同比上升了 24.19%，线下实体店销售继续呈现负增长态势，同比下降了 11.72%。

1.1、线上网店销售保持高增长

图书零售网店渠道从 2008 年开始崛起，随后一直呈现快速增长的态势，尽管这些年增速有所放缓，但是继续保持在 20% 以上的增长。这说明图书作为单价不高、需求稳定增长、购买频次高的标准品受到各大电商平台的重视，也促使出版机构积极发力线上销售。国内图书市场的电商销售已经超过线下实体书店的销售码洋占比。

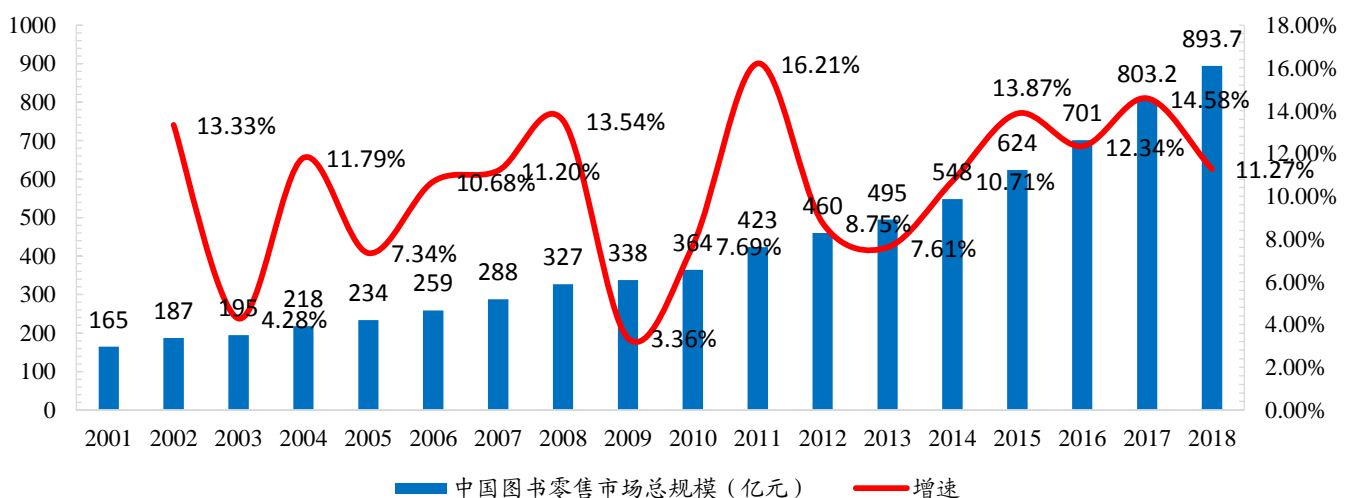
不过，在网店高增速的背后有一个一直不能忽视的问题--折扣，自 2018 年开卷首次发布网店折扣数据之后，今年继续保持对网店折扣的关注，根据开卷监控数据显示，2019 上半年网店渠道折扣为 6 折，其中依然不包含满减、满赠、优惠券等活动。

1.2、实体书店销售降幅扩大

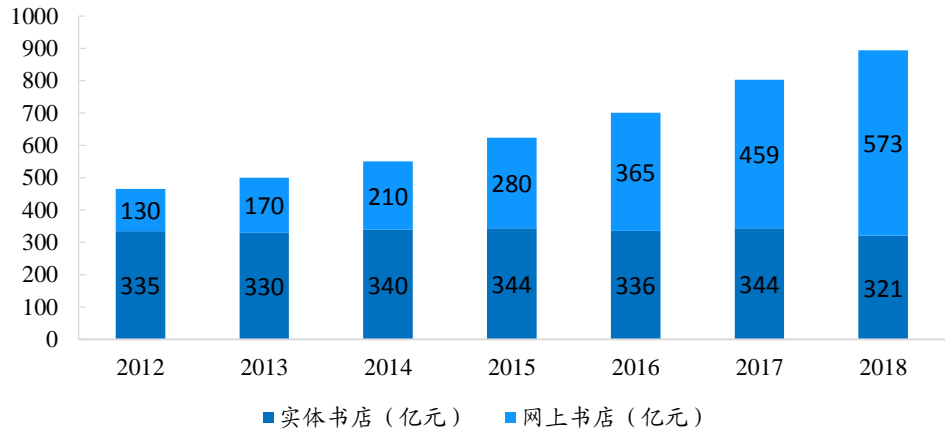
从 2017 年以来，实体店图书零售市场受政策性读物和主题出版图书的影响非常明显。2017 年 10 月十九大召后，图书市场陆续上市了《习近平谈治国理政(第二卷)》等一批主题出版图书，这些书在 2018 年销售火爆，从而带动了马列、政策性读物、政治、法律法规等品类图书在 2018 年保持了较高的增速。

而在 2019 年上半年，上述政策性读物和主题出版图书在经过一年多的销售后，销量有明显下降，而市场上缺乏新的能达到同等量级的主题出版物，因此不再能支撑这些细分类的增长，反而由于 2018 年同期的超高增速，导致今年上半年市场呈现明显的负增长。

图1：中国图书零售市场总规模



资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

图2: 网店与实体书店渠道销售情况

资料来源: 开卷信息, 新时代证券研究所

2、新书品种进一步收缩, 图书价格继续攀升

2019 上半年整体图书零售市场新书品种数为 9.09 万种, 新书品种数较 2018 年对整体市场的贡献在不断下降, 无论是新书码洋贡献还是新书册数贡献, 在整体市场中所占的份额越来越小。

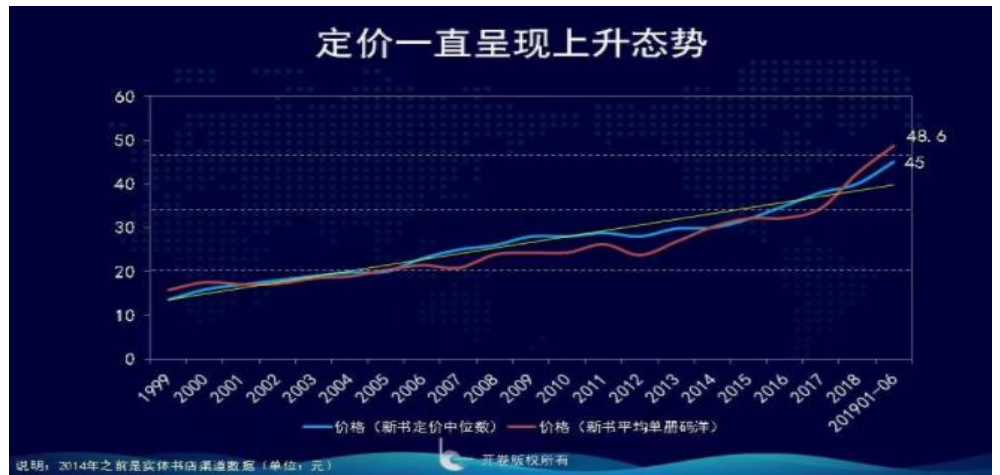
从 2019 上半年新书码洋贡献率来看, 新书码洋贡献率较 2018 年同期有小幅上升, 从整体新书来看, 更多是因为头部新书单册码洋的提升而带动的贡献上升。而从大众畅销书榜单来看, 新书的影响力依然在不断减弱, 2018 年上半年有 2 本书分别进入到非虚构和少儿前 10 名中, 分别是《梁家河》和“笑猫日记”系列的《又见小可怜》, 而今年上半年无新书进入到前 10 名。

从三大榜总榜前 100 名来看, 2018 年上半年有 5 本进入到前 100 名中, 这 5 本新书对整个总榜前 100 名的码洋贡献是 5.67%, 而今年上半年只有 3 本进入前 100 名中, 这 3 本新书对整个总榜前 100 名的码洋贡献是 4.35%, 码洋贡献有所下降。

而图书定价近年来在稳步提升。2019 年上半年新书定价中位数为 45 元, 新书平均单册码洋为 48.6 元。

图3: 2019H1 新书动销品种数情况 (万种)

资料来源: 开卷信息, 新时代证券研究所

图4： 新书定价中位数及平均码洋（元）

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

3、 少儿社科码洋占比分列一二位，文学图书企稳

从各细分品类来看，2019 上半年增速最快的是心理自助、工程技术、教育，增速分别为 53.08%、47.67%、46.41%。

少儿类图书增速为 16%，仍然快于整体市场增速。经管类图书增速为 9.27%，略低于整体增速，文学类图书增 0.4%，相比 2018 年的负增长已经企稳。

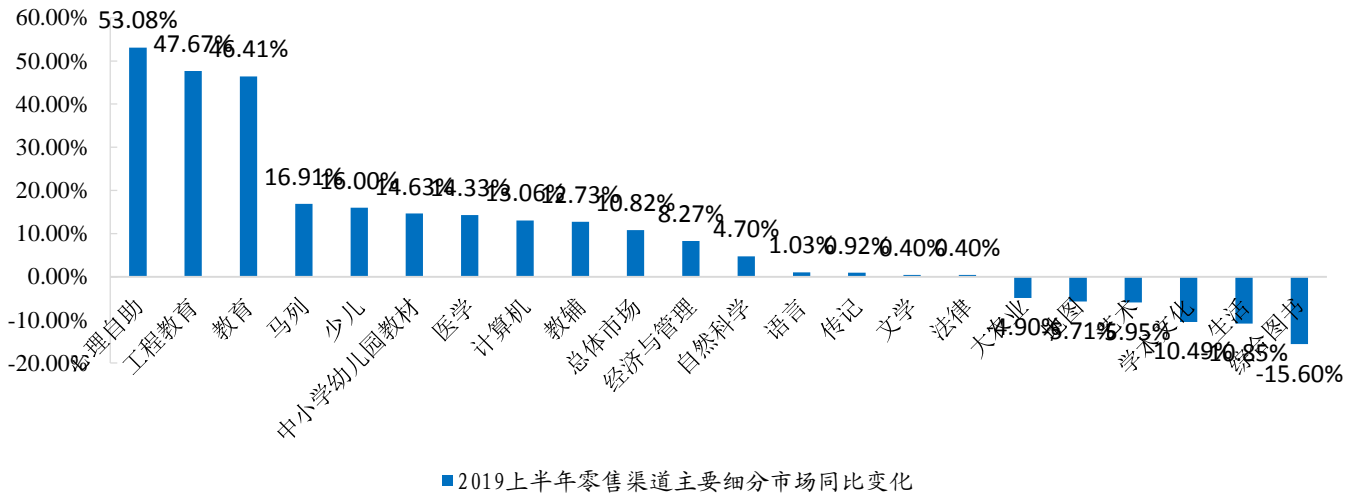
从码洋占比来看，少儿、社科、教辅、文学四类图书占比均超过 10%，总占比超过 78%，是图书市场了最主要的细分品类。2019 年上半年少儿图书码洋占比达到 27.38%，同比上升 1.22 个百分点，少儿图书码洋占比进一步提升，已经接近整个市场的 1/3，且稳居第一。

占比排名第二的是社科类图书，社科类包含经管图书。社科图书占比 25.57%，同比上升 0.89 个百分点。文学图书占比为 10.84%，同比下降 1.13 个百分点，这主要是近两年文学畅销书不足导致的。

此外，科技图书占比达到 8.07%，同比上升 0.57 个百分点，占比排名第五。随着国家对科技创新的重视，科普类及科技专业类图书需求增长趋势明显，未来该品类占比有望继续提高。

从销售渠道看，各细分品类的码洋占比各有差异。在实体书店渠道，教辅码洋占比最高，达到 30.25%；其次是社科类，码洋占比为 20.96%；排名第三是少儿，码洋占比 19.24%。在网上销售渠道，少儿码洋占比最高 28.85%，其次是社科，码洋占比为 26.41%；第三是教辅，码洋占比 12.32%。少儿和社科图书线上码洋占比显著高于线下的，其主要销售渠道都在线上，而教辅图书主要由中小学生学习，依赖线下渠道。

图5： 2019H1 零售渠道主要细分市场同比变化



资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

表1： 2019 上半年零售渠道整体市场码洋构成情况

细分类	码洋比重 (%)	码洋比重同比变化(pct)
少儿	27.38	1.22
社科	25.57	0.89
教辅	15.07	0.26
文学	10.84	-1.13
科技	8.07	0.57
语言	5.23	-0.51
艺术	3.17	-0.57
生活	2.33	-0.57
传记	1.25	-0.12

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

表2： 2019 上半年零售渠道整体市场码洋构成情况

细分类	实体书店		网上书店	
	码洋比重%	同比变化(pct)	码洋比重%	同比变化(pct)
少儿	19.24	1.07	28.85	0.54
社科	20.96	-4.34	26.41	1.89
教辅	30.25	4.4	12.32	0.49
文学	13.35	0.62	10.39	-1.37
科技	4.19	-0.92	8.77	0.63
语言	3.21	-0.6	5.6	-0.66
艺术	2.71	-0.16	3.26	-0.72
生活	2.06	-0.32	2.37	-0.66
传记	2.07	0.19	1.1	-0.13

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

4、出版集团格局：中国出版稳居第一，新华文轩上升最快

从出版集团排名来看，中国出版位居第一，且位次保持稳定，码洋占有率达到 7.28%；凤凰传媒排名第三，位次上升 1 位，码洋占有率为 3.19%；中南传媒排名第四，下降 1 个位次，码洋占有率为 2.81%；中文传媒排名第五，上升 2 个位次，码洋占有率为 2.65%；新华文轩排名第 7，上升 6 个位次，是上升最快的上市出版

集团，码洋占有率 2.19%。

表3: 2019 上半年领先出版集团 TOP10

排名	排名变化	出版单位	零售码洋占有率	动销品种数	品种占有率	实体店				网店			
						码洋占有率	码洋排名	动销品种数	品种占有率	码洋占有率	码洋排名	动销品种数	品种占有率
1	—	中国出版集团	7.28%	75823	4.54%	5.97%	1	53975	4.93%	7.52%	1	66729	4.73%
2	↑3	吉林出版集团	3.71%	55798	3.34%	2.13%	10	41861	3.82%	4.00%	2	39440	2.80%
3	↑1	凤凰出版传媒集团有限公司	3.19%	51914	3.11%	4.63%	2	39261	3.59%	2.93%	3	41468	2.94%
4	↓1	中南出版传媒集团股份有限公司	2.81%	26718	1.60%	3.76%	3	20461	1.87%	2.64%	4	21645	1.53%
5	↑2	中文天地出版传媒集团股份有限公司	2.65%	25186	1.51%	2.73%	8	19247	1.76%	2.63%	5	21429	1.52%
6	—	中国工信出版传媒集团有限责任公司	2.48%	40297	2.41%	1.85%	12	29262	2.67%	2.59%	6	35600	2.52%
7	↑6	新华文轩出版传媒股份有限公司	2.19%	16497	0.99%	2.93%	5	13189	1.20%	2.06%	8	14564	1.03%
8	↓6	中国国际出版集团	2.13%	21843	1.31%	1.47%	14	14539	1.33%	2.25%	7	19243	1.36%
9	—	长江出版传媒股份有限公司	2.07%	29126	1.74%	2.98%	4	23695	2.16%	1.91%	10	24752	1.75%
10	↓2	浙江出版联合集团	2.02%	23887	1.43%	2.85%	6	18525	1.69%	1.87%	11	21059	1.49%

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

5、出版公司格局：中信出版财经第一，新经典份额有所下降

从单一出版社和民营出版公司来看，中信出版在财经领域排名第一，码洋占有率不断提升，从 2014 年的 1.5% 提升至 2019 年上半年的 2.51%。财经领域排名第二的是机械工业出版社，码洋占有率为 1.25%，只有中信出版的一半。少儿图书市场，中文传媒旗下的二十一世纪出版社一直稳居第一，码洋占有率为 1.21%。

民营公司中，北京磨铁图书排名第一，码洋占有率 1.25%。而新经典份额有所下降，码洋占有率 0.92%，下降了 0.2 个百分点，这主要是公司今年以来推出的新书数量下降，且缺乏头部爆款所致。

表4: 2019 上半年领先出版社 TOP10

排名	排名变化	出版单位	零售			实体店				网店			
			码洋占有率	动销品种数	品种占有率	码洋占有率	码洋排名	动销品种数	品种占有率	码洋占有率	码洋排名	动销品种数	品种占有率
1	↑2	世界图书出版有限公司	2.54%	13049	0.78%	0.32%	85	8334	0.76%	2.94%	1	11371	0.81%
2	→	中信出版集团股份有限公司	2.51%	8660	0.52%	2.19%	3	6807	0.62%	2.57%	2	8279	0.59%
3	↓2	北京联合出版有限责任公司	2.43%	12920	0.77%	2.03%	5	10971	1.00%	2.50%	3	12054	0.85%
4	↑72	吉林文史出版社有限责任公司	1.69%	3046	0.18%	0.05%	277	2194	0.20%	1.99%	4	2472	0.18%
5	→	人民日报出版社	1.62%	5339	0.32%	0.65%	42	3542	0.32%	1.80%	5	4899	0.35%
6	↓2	机械工业出版社	1.25%	31101	1.86%	0.78%	28	20038	1.83%	1.33%	6	28036	1.99%
7	↑2	人民文学出版社有限公司	1.23%	9308	0.56%	1.94%	7	7071	0.65%	1.10%	12	8677	0.62%

司													
8	→	二十一世纪出版社集团有限公司	1.21%	7784	0.47%	0.76%	30	6162	0.56%	1.29%	7	6846	0.49%
9	↑4	江苏凤凰文艺出版社	1.18%	8505	0.51%	1.15%	17	6795	0.62%	1.18%	10	7730	0.55%
10	↑5	教育科学出版社	1.16%	6825	0.41%	2.00%	6	4138	0.38%	1.00%	17	5845	0.41%

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

表5：2019H1 出版公司码洋占有率前五名

相对排名	排名变化	出版单位	零售			实体店			网店				
			码洋占有率	动销品种数	品种占有率	码洋占有率	相对排名	动销品种数	品种占有率	码洋占有率	相对排名	动销品种数	品种占有率
7	→	北京磨铁图书有限公司	1.25%	5549	0.33%	2.01%	6	3974	0.36%	1.11%	12	5334	0.38%
11	↓5	中南博集天卷文化传媒有限公司	1.13%	3106	0.19%	1.67%	9	2620	0.24%	1.04%	14	3009	0.21%
21	↓7	新经典文化股份有限公司	0.92%	3040	0.18%	1.36%	11	2573	0.24%	0.84%	27	2830	0.20%
23	↑4	读客文化股份有限公司	0.88%	1302	0.08%	0.74%	33	1157	0.11%	0.90%	21	1293	0.09%
23	↑4	荣信教育文化产业发展股份有限公司	0.85%	1602	0.10%	0.53%	53	1522	0.14%	0.91%	21	1410	0.10%

资料来源：开卷信息，新时代证券研究所

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，新时代证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。

因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师声明

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及新时代证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

分析师介绍

胡皓，传媒互联网行业首席分析师，擅长自上而下把握行业性机会，探究传媒行业现象本质。2009年4月加盟光大证券研究所，期间曾获2010年新财富钢铁行业金牌分析师排名第五，2011年加盟银河证券，2012、2014年新财富最佳分析师第四名，2015年转型传媒，原银河证券传媒互联网行业首席分析师。

姚轩杰，传媒行业分析师，2017年加入新时代证券，4年投资研究经验，擅长扎实的基本面研究和行业趋势把握，精于挖掘具有中长期投资价值的优质个股。

投资评级说明

新时代证券行业评级体系：推荐、中性、回避

推荐： 未来6-12个月，预计该行业指数表现强于同期市场基准指数。

中性： 未来6-12个月，预计该行业指数表现基本与同期市场基准指数持平。

回避： 未来6-12个月，预计该行业指数表现弱于同期市场基准指数。

市场基准指数为沪深300指数。

新时代证券公司评级体系：强烈推荐、推荐、中性、回避

强烈推荐： 未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅在20%以上。该评级由分析师给出。

推荐： 未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅介于5%-20%。该评级由分析师给出。

中性： 未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数变动幅度介于-5%-5%。该评级由分析师给出。

回避： 未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数跌幅在5%以上。该评级由分析师给出。

市场基准指数为沪深300指数。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

免责声明

新时代证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批复，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告由新时代证券股份有限公司（以下简称新时代证券）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或意图违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

新时代证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给新时代证券客户的，属于机密材料，只有新时代证券客户才能参考或使用，如接收人并非新时代证券客户，请及时退回并删除。

本报告所载的全部内容只供客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。新时代证券根据公开资料或信息客观、公正地撰写本报告，但不保证该公开资料或信息内容的准确性或完整性。客户请勿将本报告视为投资决策的唯一依据而取代个人的独立判断。

新时代证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。新时代证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告所载内容反映的是新时代证券在发表本报告当日的判断，新时代证券可能发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但新时代证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。新时代证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的新时代证券网站以外的地址或超级链接，新时代证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

新时代证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。新时代证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

除非另有说明，所有本报告的版权属于新时代证券。未经新时代证券事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式更改、复制、传播本报告中的任何材料，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为新时代证券的商标、服务标识及标记。

新时代证券版权所有并保留一切权利。

机构销售通讯录

北京	郝颖 销售总监
	固话：010-69004649 邮箱：haoying1@xsdzq.cn
上海	吕莅琪 销售总监
	固话：021-68865595 转 258 邮箱：lvyuqi@xsdzq.cn
广深	吴林蔓 销售总监
	固话：0755-82291898 邮箱：wulinman@xsdzq.cn

联系我们

新时代证券股份有限公司 研究所

北京：北京市海淀区北三环西路99号院西海国际中心15楼

邮编：100086

上海：上海市浦东新区浦东南路256号华夏银行大厦5楼

邮编：200120

广深：深圳市福田区福华一路88号中心商务大厦23楼

邮编：518046

公司网址：<http://www.xsdzq.cn/>