

传媒行业

报告原因：专题报告

2019年7月16日

2019年图书行业年中复盘

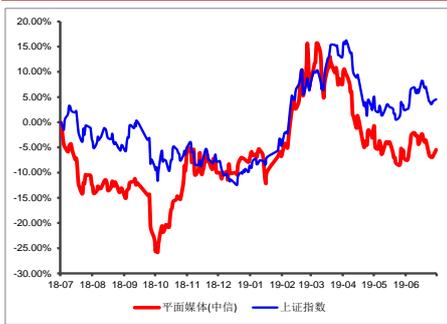
大众图书消费热情不减，零售市场增长稳健

维持评级

看好

行业研究/专题报告

平面媒体（中信指数）近一年市场表现



相关报告：《影视行业专题报告：2019年中复盘，提质减量，聚焦品质，静待回暖》

分析师：徐雪洁

执业证书编号：S0760516010001

电话：0351-8686801

邮箱：xuxuejie@sxzq.com

联系人：徐雪洁

电话：0351-8686801

邮箱：xuxuejie@sxzq.com

太原市府西街69号国贸中心A座28层

山西证券股份有限公司

http://www.i618.com.cn

报告要点：

➢ 图书零售市场 H1 复盘：

- 1) 市场整体保持良好增长。2019H1 中国图书零售市场同比增长 10.82%，预计市场规模达到 232.73 亿元，图书动销品种为 167 万种，同比增长 3.73%，较 2018H1 增速有所提升。
- 2) 新书贡献小幅回升。新书动销品种进一步减少为 9.09 万，同比减少 6.22%，整体码洋贡献为 9.92%，对比 2017H1-2018H1 贡献率小幅回升。
- 3) 少儿市场地位稳固，科技增长快。码洋规模前五大品类图书为少儿、社科、教辅、文学和科技，少儿与社科类码洋规模达到 50 亿以上，市场规模占比近 53%；科技类码洋规模同比增长 19.24%，文学类图书增速企稳。
- 4) 实体规模继续下滑，细分品类具有渠道差异。实体店上半年码洋规模为 39.92 亿元，同比减少 11.72%，网店码洋规模为 215.12 亿元，同比增长 24.19%；实体店方面主要以教辅类图书码洋占比较高 2019H1 达到 31.45%，且上半年实体店渠道仅有教辅类图书码洋维持正增长；网店方面主要以少儿和社科类图书码洋占比较高，除生活类图书外各品类码洋增长态势良好。
- 5) 畅销者长销，虚构&童书榜固化。2019H1 畅销虚构类、非虚构类及少儿类图书 TOP10 中均无新书上榜，上市 3 年以上、不足 3 年的老书分别有 21 本和 9 本，总榜 TOP100 中新书有 3 本，码洋贡献为 4.35%。虚构类刘慈欣 4 部著作上榜，《活着》等经典学生读物仍具有市场影响力；非虚构畅销中理自助及历史类读物等上半年受追捧；少儿畅销榜“米小圈”系列、“小猪唏哩呼噜”占据 5 席，其余均为长期畅销童书。

➢ **投资建议：**近年来图书零售市场呈现稳定增长，大众图书消费热度不减。2019 年上半年少儿、教辅、社科等图书细分市场维持高增长态势，文学类市场较 18 年回温，尤其以经典文学著作重返畅销榜单。我们认为图书零售市场一直以来维持较高景气度，其背后的逻辑是与图书消费作为知识文化消费、具有刚性需求的属性有关，尤其是在低幼人口红利，K12 教育需求旺盛、知识付费崛起等市场环境下，以少儿、教辅、心理自助、科技等为代表的细分市场获得可持续发展空间。继续看好图书出版板块，在新书贡献下降、经典畅销图书长销稳健，一般图书市场中具有领先地位的综合书商优势凸显，建议关注中国出版、中南传媒、凤凰传媒、中信出版、新经典。

➢ **风险提示：**图书销量下滑；盗版侵权风险；知识产权纠纷风险。

目录

一、2019年上半年图书市场分析	3
二、投资建议	7
三、风险提示	7

图表目录

图 1：2019 年上半年图书零售码洋规模.....	3
图 2：2019 年上半年图书动销品种.....	3
图 3：2019 年上半年新书价格.....	3
图 4：2019 年上半年新书码洋贡献.....	3
图 5：2019 上半年图书品类码洋规模及占比情况.....	4
图 6：2019 上半年图书品类动销品种及占比情况.....	4
图 7：2019 年上半年网店与实体书店码洋规模对比.....	5
图 8：2019 年上半年不同渠道图书码洋占比情况.....	5
图 9：2019 年上半年不同渠道图书码洋增速.....	5
表 1：2019H1 虚构类畅销图书.....	6
表 2：2019H1 非虚构类畅销图书.....	6
表 3：2019H1 少儿类畅销图书.....	6

一、2019 年上半年图书市场分析

市场整体保持良好增长。北京开卷中国图书零售市场分析报告数据显示，2019H1 中国图书零售市场同比增长 10.82%，结合 2018H1 数据测算，上半年我国图书零售市场规模达到 232.73 亿元，半年度数据已保持三年两位数增长；2019H1 图书动销品种为 167 万种，同比增长 3.73%，较 2018H1 增速有所提升，大众图书消费景气度不减。

图 1：2019 年上半年图书零售码洋规模



资料来源：北京开卷，山西证券研究所

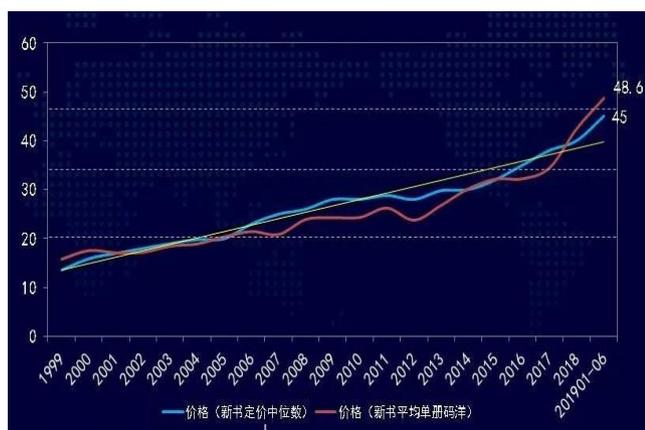
图 2：2019 年上半年图书动销品种



资料来源：北京开卷，山西证券研究所

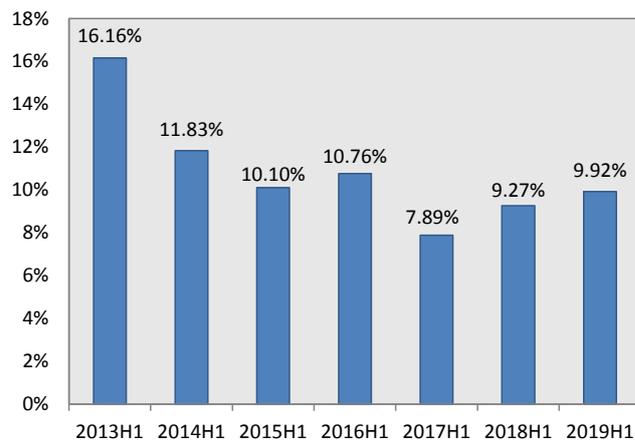
新书贡献小幅回升。2019H1 新书动销品种进一步减少为 9.09 万，同比减少 6.22%，而新书定价进一步上涨，2019H1 定价中位数为 45 元，对比 2017H1-2018H1 新书平均定价分别为 72.78 元和 88.15 元，我们认为今年同期平均定价高于前两年。2019H1 新书整体码洋贡献为 9.92%，对比 2017H1-2018H1 贡献率小幅回升。

图 3：2019 年上半年新书价格



资料来源：北京开卷

图 4：2019 年上半年新书码洋贡献



资料来源：北京开卷，山西证券研究所

少儿市场地位稳固，科技增长快。2019H1 码洋规模前五大品类图书为少儿、社科、教辅、文学和科技，据测算，少儿与社科类码洋规模达到 50 亿以上，分别为 63.72 亿和 59.51 亿，市场规模占比达 27.38%和 25.57%，

剩余三大品类码洋规模也均达到10亿元以上,分别为36.75亿、25.23亿、18.78亿,占比分别为15.79%、10.84%、8.07%。与2018H1相比,科技、少儿、社科与教辅类图书码洋规模同比增长明显,增速分别为19.24%、15.99%、14.82%、12.82%,并以此带动上述四类图书市场规模占比有所提升。文学类图书增速企稳,码洋增长由2018年同期负增长转正为0.36%,此外心理自助、教育、工程技术类等细分门类2019H1码洋规模实现高增长,分别达到53.08%、46.41%和47.67%;综合图书、生活及艺术类图书码洋规模则增速放缓明显,较2018H1同比减少13.81%、10.32%、6.07%。

图5：2019上半年图书品类码洋规模及占比情况

品类	码洋规模			品类	码洋占比		
	2018H1	2019H1	同比增速		2018H1	2019H1	份额变动
少儿	54.94	63.72	15.99%	少儿	26.16%	27.38%	1.22%
社科	51.83	59.51	14.82%	社科	24.68%	25.57%	0.89%
教材教辅	32.57	36.75	12.82%	教材教辅	15.51%	15.79%	0.28%
文学	25.14	25.23	0.36%	文学	11.97%	10.84%	-1.13%
科技	15.75	18.78	19.24%	科技	7.50%	8.07%	0.57%
语言	12.05	12.17	0.97%	语言	5.74%	5.23%	-0.51%
艺术	7.85	7.38	-6.07%	艺术	3.74%	3.17%	-0.57%
生活	6.83	6.12	-10.32%	生活	3.25%	2.63%	-0.62%
传记	2.88	2.91	1.11%	传记	1.37%	1.25%	-0.12%
综合	0.19	0.16	-13.81%	综合	0.09%	0.07%	-0.02%

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

2019H1动销品种前五大品类为社科、教辅、科技、少儿、文学,动销品种分别为40.06万、29.16万、29.11万、25.69万、14.83万,占比分别为23.97%、17.45%、17.42%、15.37%、8.87%。与2018H1相比,除语言类图书外,各品类动销品种同比均有所增长,综合类、少儿类、文学类等增速领先;动销品种份额方面则是少儿、教辅、文学、科技与综合图书的动销品种占比有所提升;整体来看,少儿细分市场在整个图书零售市场的重要地位愈加稳固。

图6：2019上半年图书品类动销品种及占比情况

品类	动销品种			品类	动销占比		
	2018H1	2019H1	同比增速		2018H1	2019H1	份额变动
社科	38.83	40.06	3.16%	社科	24.12%	23.97%	-0.15%
教材教辅	27.72	29.16	5.18%	教材教辅	17.22%	17.45%	0.23%
科技	27.89	29.11	4.39%	科技	17.32%	17.42%	0.10%
少儿	23.91	25.69	7.45%	少儿	14.85%	15.37%	0.52%
文学	14.09	14.83	5.27%	文学	8.75%	8.87%	0.12%
艺术	10.06	10.30	2.36%	艺术	6.25%	6.16%	-0.09%
语言	8.11	7.49	-7.69%	语言	5.04%	4.48%	-0.56%
生活	7.49	7.49	0.05%	生活	4.65%	4.48%	-0.17%
传记	2.87	2.96	3.14%	传记	1.78%	1.77%	-0.01%
综合	0.03	0.05	55.59%	综合	0.02%	0.03%	0.01%

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

实体规模继续下滑,细分品类具有渠道差异。2019H1实体店与网点市场规模差距扩大;其中实体店上半年码洋规模为39.92亿元,同比减少11.72%,网店码洋规模为215.12亿元,同比增长24.19%,考虑到网

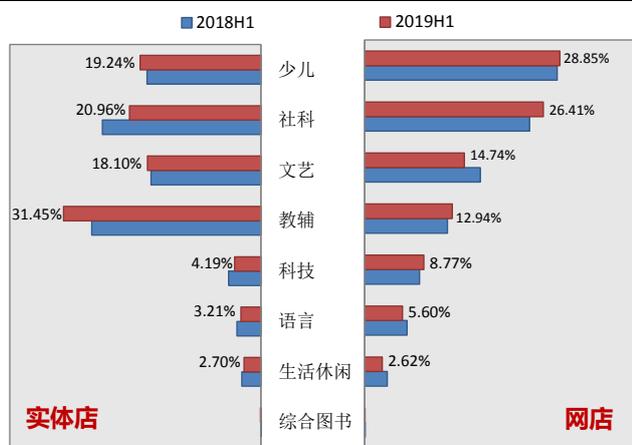
店日常促销及折扣，其实际规模约为 129 亿元。细分市场中不同销售渠道热销的图书品类有所差异，实体店方面主要以教辅类图书码洋占比明显，2019H1 达到 31.45%，较 2018H1 提升 4.48%，其次为社科和少儿类图书占比分别为 20.96%和 19.24%；网店方面主要以少儿和社科类图书码洋占比较高，分别为 28.85%和 26.41%，且相较于 2018H1 社科类图书销售有从实体书店向网店倾斜的趋势，2019H1 其在网店的码洋占比提升 2.04%，而在实体书店的码洋占比下降 4.32%，教辅类图书在网店渠道的码洋占比则仅有 12.94%，文艺类网店渠道码洋占比为 14.74%（实体书店为 18%），而科技与语言类图书则在网店销售占比相对更高。细分渠道增速上，实体店方面 2019H1 仅有教辅类图书码洋维持正增长 2.81%，其余各品类码洋增速均为负，网店渠道方面，除生活类图书外各品类码洋增长态势良好，科技、社科、教辅、少儿等同比实现 25%以上增长，语言、传记及文学类图书码洋也均有 10%左右的增长。

图 7：2019 年上半年网店与实体店码洋规模对比



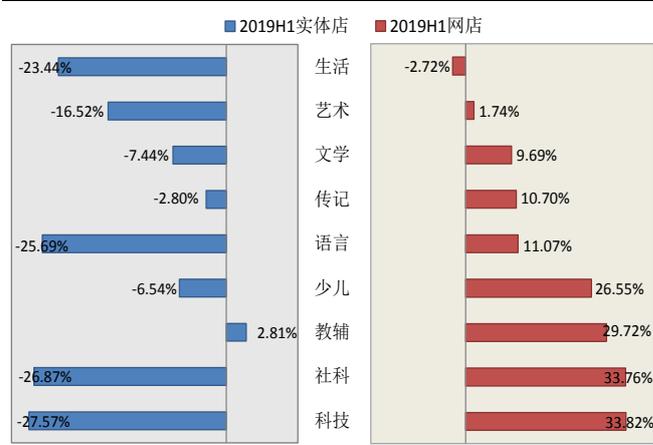
资料来源：北京开卷，山西证券研究所

图 8：2019 年上半年不同渠道图书码洋占比情况



资料来源：北京开卷，山西证券研究所

图 9：2019 年上半年不同渠道图书码洋增速



资料来源：北京开卷，山西证券研究所

畅销者长销，虚构&童书榜固化。畅销书方面，长销图书占领畅销榜单，新书影响力在不断消减。2019H1

畅销虚构类、非虚构类及少儿类图书 TOP10 中均无新书上榜，上市 3 年以上、不足 3 年的老书分别有 21 本和 9 本，而 2018H1 上市 3 年以上、不足 3 年及当年上市新书的数量分别为 18 本、10 本和 2 本。根据北京开卷的报告，总榜 TOP100 中新书有 3 本，码洋贡献为 4.35%，2018 年同期则有 5 本，码洋贡献为 5.67%。虚构畅销榜中，刘慈欣著作《三体》系列及《流浪地球》四本图书上榜，而《活着》《红岩》《平凡的世界》《围城》等经典学生读物仍具有市场影响力；非虚构畅销榜图书变动情况较大，除经典著作《皮囊》《浮生六记》外，心理自助及历史类读物《好的孤独》《好的爱情》《半小时漫画中国史》系列等上半年受追捧；少儿畅销榜较为固化，“米小圈”系列、“小猪唏哩呼噜”系列 5 本图书占榜，而《夏洛的网》《窗边的小豆豆》《狼王梦》《猜猜我有多爱你》等均为长期畅销童书。

表 1：2019H1 虚构类畅销图书

排名	书名	上市时间	出版社	2018H1 排名
1	活着	201006	作家出版社	1
2	三体	200801	重庆出版社	4
3	三体 II-黑暗森林	200805	重庆出版社	5
4	三体 III-死神永生	201011	重庆出版社	6
5	红岩	200508	中国青年出版社	-
6	追风筝的人	200604	上海人民出版社	3
7	平凡的世界（全三册）	201706	北京十月文艺出版	-
8	解忧杂货铺	201404	南海出版公司	2
9	流浪地球	201606	中国华侨出版社	-
10	围城	201207	人民文学出版社	-

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

表 2：2019H1 非虚构类畅销图书

排名	书名	上市时间	出版社	2018H1 排名
1	皮囊	201412	天津人民出版社	-
2	浮生六记	201509	天津人民出版社	3
3	好的孤独	201704	江苏凤凰文艺出版社	-
4	正面管教（修订版）	201607	北京联合出版社	-
5	好的爱情：陈果的爱情哲学课	201804	人民日报出版社	-
6	天才在左疯子在右	201511	北京联合出版	2
7	蔡康永的情商课：为你自己活一次	201811	湖南文艺出版社	-
8	半小时漫画中国史（全新修订版）	201703	江苏凤凰文艺出版社	-
9	人类简史：从动物到上帝（新版）	201702	中信出版	-
10	半小时漫画中国史（3）	201805	海南出版社	-

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

表 3：2019H1 少儿类畅销图书

排名	书名	上市时间	出版社	2018H1 排名
1	夏洛的网	201408	上海译文出版社	2

2	窗边的小豆豆	201012	南海出版公司	1
3	猜猜我有多爱你	201308	明天出版社	-
4	狼王梦（升级版）	200909	浙江少年儿童出版社	4
5	没头脑和不高兴	201203	浙江少年儿童出版社	5
6	小猪唏哩呼噜（上）	200805	春风文艺出版社	7
7	米小圈脑筋急转弯-脑力挑战赛	201601	四川少年儿童出版社	-
8	小猪唏哩呼噜（下）	200806	春风文艺出版社	9
9	米小圈脑筋急转弯-机灵小神童	201601	四川少年儿童出版社	-
10	米小圈脑筋急转弯-谁是聪明人	201601	四川少年儿童出版社	-

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

二、投资建议

近年来图书零售市场呈现稳定增长，大众图书消费热度不减。2019年上半年少儿、教辅、社科等图书细分市场维持高增长态势，文学类市场较18年回温，尤其以经典文学著作重返畅销榜单。我们认为图书零售市场一直以来维持较高景气度，其背后的逻辑是与图书消费作为知识文化消费、具有刚性需求的属性有关，尤其是在低幼人口红利，K12教育需求旺盛、知识付费崛起等市场环境下，以少儿、教辅、心理自助、科技等为代表的细分市场获得可持续发展空间。继续看好图书出版板块，在新书贡献下降、经典畅销图书长销稳健，一般图书市场中具有领先地位的综合书商优势凸显，建议关注中国出版、中南传媒、凤凰传媒、中信出版、新经典。

三、风险提示

图书销量下滑；盗版侵权风险；知识产权纠纷风险。

分析师承诺：

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位和执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

——报告发布后的 6 个月内上市公司股票涨跌幅相对同期上证指数/深证成指的涨跌幅为基准

——股票投资评级标准：

买入： 相对强于市场表现 20%以上
增持： 相对强于市场表现 5~20%
中性： 相对市场表现在-5%~+5%之间波动
减持： 相对弱于市场表现 5%以下

——行业投资评级标准：

看好： 行业超越市场整体表现
中性： 行业与整体市场表现基本持平
看淡： 行业弱于整体市场表现

免责声明：

山西证券股份有限公司(以下简称“本公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。入市有风险，投资需谨慎。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本所于发布本报告当日的判断。在不同时期，本所可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司所发行的证券或投资标的，还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。本公司在知晓范围内履行披露义务。本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。否则，本公司将保留随时追究其法律责任的权利。

山西证券研究所：

太原

太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
邮编：030002
电话：0351-8686981
<http://www.i618.com.cn>

北京

北京市西城区平安里西大街 28 号中海
国际中心七层
邮编：100032
电话：010-83496336

