

2021 图书消费半年报告

CBN DATA ×
第一财经商业数据中心

天猫 图书

Inspire # Creativity → Intelligence
Move Forward
好知识 共生长
Knowledge Is Power

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.

2021



Inspire Creativity

TMALL天猫

TMALL天猫

TMALL天猫

TMALL天猫

目录

TABLE OF CONTENTS

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

好知  识共生长

1.

中国图书文化
市场扫描

2.

图书关键词

Intelligence

Intelligence

Inspire # Creativity Intelligence → Move Forward
好知识共生长
Knowledge Is Power

“1” 中国图书文化 市场扫描

Intelligence

Intelligence

国家倡导全民阅读，掀起新时代大众阅读热潮

- 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。

2015年



- 国务院政府工作报告连续四年提出要**“大力倡导全民阅读”、“大力推动全民阅读”**。

2016年



- 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》的通知。
- 政府工作报告提出**倡导全民阅读，建设学习型社会**。深化中外人文交流，增强中华文化影响力。

2017年



- 6月，国务院法制办通过《全民阅读促进条例（草案）》。突出强调了在全民阅读促进工作中要**发挥政府主导作用、鼓励社会参与、明确保障措施、关注未成年人等重点群体阅读等原则**。

2018年



- “全民阅读”**连续第八次**写入政府工作报告。报告指出，要推进城乡公共文化服务体系一体建设，创新实施文化惠民工程，**倡导全民阅读**。

2020年



- 中央宣传部印发《关于促进全民阅读工作的意见》，**全面部署深入推进全民阅读**，提出到2025年，通过大力推动全民阅读工作，基本形成覆盖城乡的全民阅读推广服务体系。

2021年



资料来源：外部资料整理

阅读渗透入生活，中国读者以读攻“毒”

过去一年，中国图书阅读率近60%，阅读已经渗透入大众的生活，人均阅读纸质图书达到4.7本；疫情也进一步激发了读者的读书热情，调研显示，疫情期间中国读者阅读量提升人数占比遥遥领先。

2020年国民阅读情况



图书阅读率
59.5%

人均纸质书阅读量
4.7本



数据来源：中国新闻出版研究院《2020全国国民阅读调查报告》

数据说明：样本量约21270人，图书阅读率与人均纸质书阅读量为根据抽样样本计算数据

疫情影响下阅读量增加的人数占比



全球

35%

35%的全球消费者表示
疫情增加了自己的图书阅读量



中国

44%

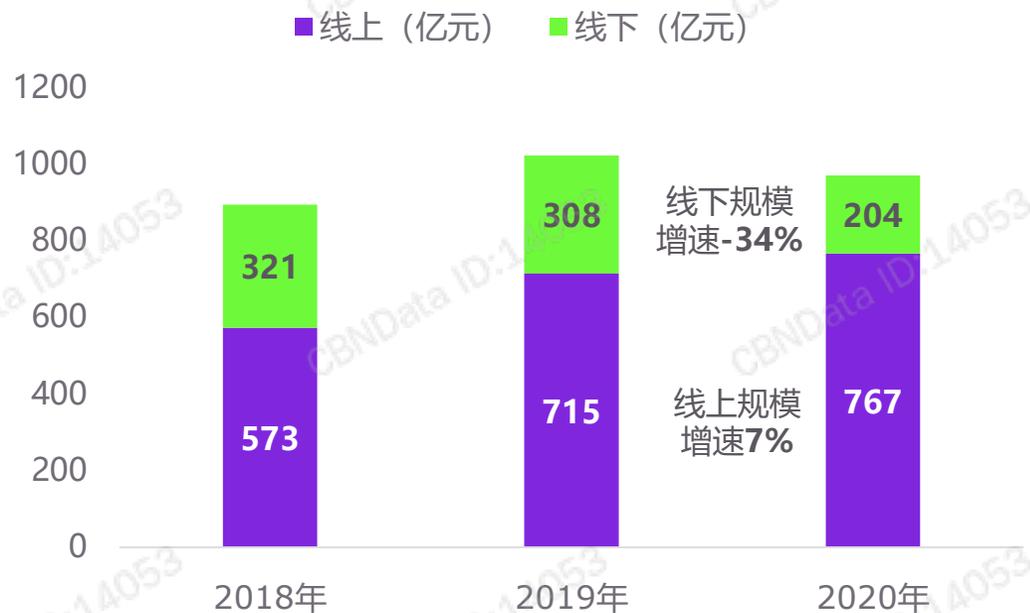
44%的中国消费者表示
疫情增加了自己的图书阅读量

数据来源：《2020全球阅读习惯报告》

线上图书零售持续增长，天猫市场份额超五成

2020年图书零售市场码洋规模虽有所下降，但线上规模逐年加大，2020年已达767亿；其中在天猫平台的成交规模远超50%，天猫成最大线上书城。

2018-2020年中国图书零售市场码洋规模及增速



数据来源：《2020年中国图书零售市场报告》
码洋定义：全部图书定价的总额

2020年天猫图书零售市场规模占比

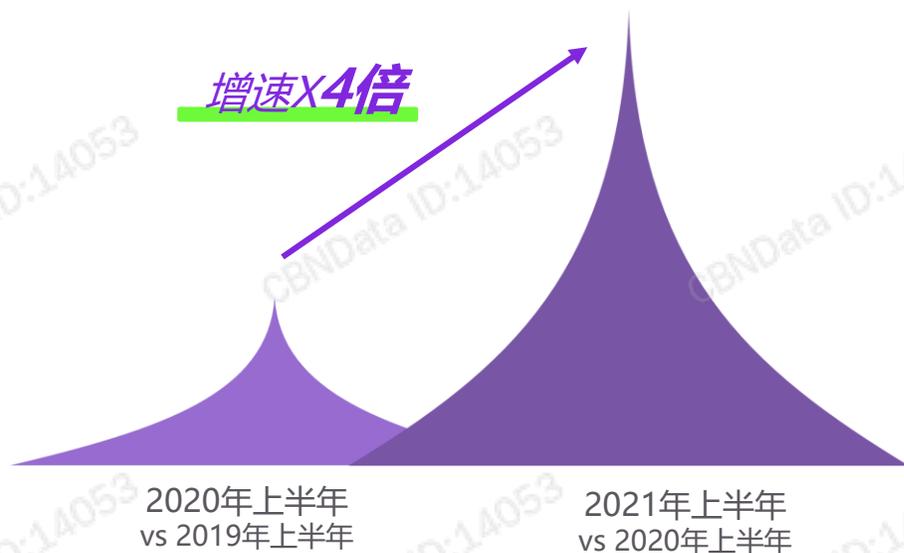


数据来源：天猫图书数据
数据说明：规模占比=天猫图书销售规模/线上码洋规模*折算率

人数增长成为重要驱动，人均买书超4.6本

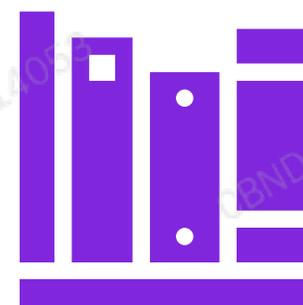
2021年上半年天猫图书消费人数增速是去年同期的4倍，成为驱动线上图书市场增长的重要动力；与此同时，2021年上半年天猫人均消费4.6本图书，几乎与2020年全年人均阅读纸质图书量（4.7本）持平。

天猫图书消费人数增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

天猫图书人均消费件数



2021年上半年
4.6本

(vs. 2020年国民纸质书
人均阅读量4.7本)

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：人均消费件数=天猫图书销售图书件数/天猫图书消费人数

Inspire # Creativity Intelligence → Move Forward
Knowledge Is Power

好知识共生长

“2”

图书关键词——

正版普及化、种类多元化、人群丰富化

Intelligence

Intelligence

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

好知  识共生长

2.1 图书关键词—— 正版普及化

Intelligence

Intelligence

消费者版权意识加强，对正版关注不断提升

消费者的正版意识不断加强，偏爱在天猫、当当网等正规的购书平台购买图书；同时，他们对于“正版”的关注也在不断提升，最近一年线上累计搜索超1.3亿次。

消费者购买正版图书的主要途径

淘宝+天猫最近一年正版相关关键词搜索



关键词累计搜索量
超1.3亿次

资料来源：外部资料整理

数据来源：CBNDATA消费大数据

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

新《著作权法》实施，为创作者保驾护航

“十年磨一剑”的新版《著作权法》不仅体现了我国对于知识产权保护的前瞻性与包容性，也极大调动了创作者的积极性与活跃性。

新版《著作权法》有哪些变化？

1. 明确惩罚性赔偿制度，通过经济杠杆鼓励著作权人积极维权

新法规定，对于侵权行为情节严重的，可以适用赔偿数额一倍以上五倍以下的惩罚性赔偿；将法定赔偿额上限由50万元提高到500万元。

2. 进一步完善作品的定义和类型，应对互联网+智力成果的纠纷

新法将“类电作品”（电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品）更改为“视听作品”，扩大了著作权法律覆盖的范围；此外，新法还明确规定新闻报道有著作权。

新版《著作权法》修改意义

由于著作权立法扩大了著作权法律覆盖的范围，明确侵权惩罚制度，能够帮助更多的**创作者进行作品维权**，这样也有利于**调动广大作者的创作和维权积极性**，以鼓励他们创作出更多更好的作品。

迎合了互联网时代下，短视频、直播游戏等新型视听节目的需求，完善了作品的定义和类型，保护既有的**智力成果**，也保护了未来种种**创新的可能性**。

资料来源：外部资料整理

数千家图书机构与天猫共建绿色知识生态

天猫正在用平台的力量，捍卫知识的价值，引导图书行业健康、有序发展。目前，超过3900家主流出版社、民营书商社等入驻天猫，共同组成图书行业的绿色生态环境。

超3900家

主流出版社等组成的生态体系
在天猫活跃动销

自2021年1月以来

近2500家

图书商家申请入驻天猫平台

数据来源：天猫图书数据

2021年上半年天猫热销图书商家



当当网官方旗舰店



东奥图书旗舰店



新华文轩网络书店



中信出版社官方旗舰店



凤凰新华书店旗舰店



万唯教育旗舰店



中公教育旗舰店



华图官方旗舰店



粉笔图书旗舰店



星火图书旗舰店

数据来源：CBNDATA消费大数据

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

Inspire # Creativity Intelligence → Move Forward
好知  识共生长

2.2 图书关键词—— 种类多元化

Intelligence

Intelligence

书中不只有诗和远方，更有眼前的“现实”需求

学习备考成为人们买书的最大“动机”，考试辅导类图书持续占据销售榜首，儿童读物和艺术文学书籍也在线上受到追捧；今年上半年，法律类、漫画书、管理类书籍掀起热潮。

2021年上半年天猫销量TOP图书类型



数据来源：CBNDATA消费大数据

2021年上半年天猫销量增长TOP图书类型



数据来源：CBNDATA消费大数据

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

优质数字内容受到追捧，天猫满足消费者多元阅读需求

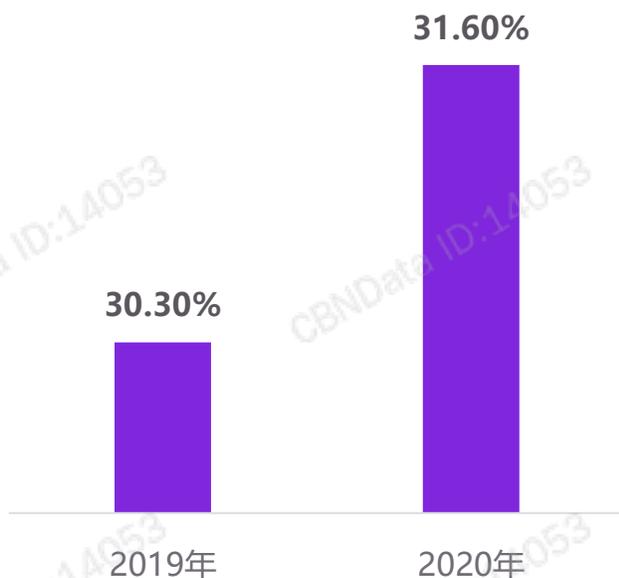
有声阅读比例提升，其中移动有声APP平台受到最多的青睐；天猫也正在形成形式多样的供给，同时覆盖到了纸质书、有声读物、知识服务等等，满足消费者日益多元的阅读需求。

正版普及化

种类多元化

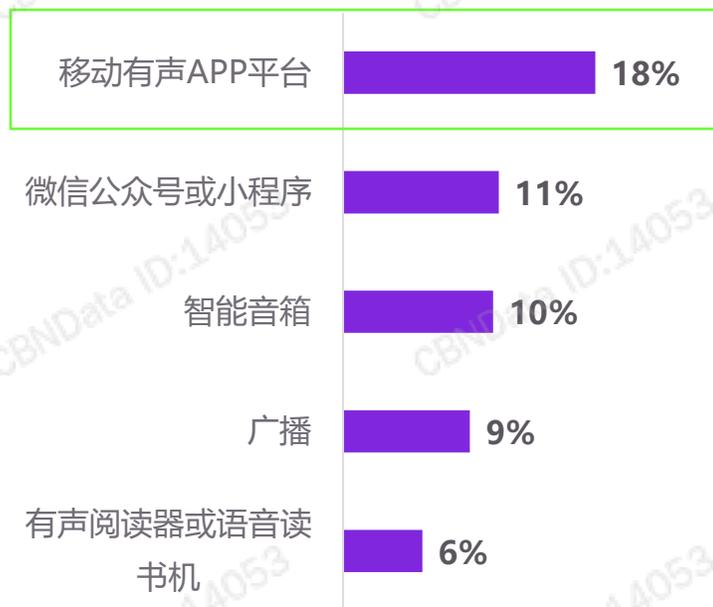
人群丰富化

2019-2020国民有声阅读比例



数据来源：2020全国国民阅读调查报告

国民听书主要形式占比



数据来源：2020全国国民阅读调查报告

有声APP入驻天猫



数据来源：外部资料整理

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

好知  识共生长

2.3 图书关键词—— 人群丰富化

Intelligence

Intelligence

年轻一代购书潜力不断攀升，为自我成长持续充电

00后展现了很高的消费潜力，消费规模快速增长，由于他们正面临着升学、求职等关键节点，对技能类、教辅类图书需求量大；而90后更多则面临家庭与生活的压力，更偏爱育儿类和自我实现类书籍。

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

2021年上半年天猫00后消费规模增速



消费规模增速

达到 **65%**

数据来源：CBNDATA消费大数据

00后偏好的图书类型

- 1 计算机/编程等工具类书籍
- 2 考试/教材/教辅
- 3 外语

数据来源：CBNDATA消费大数据

90后偏好的图书类型

- 1 育儿书籍
- 2 政治/经济/管理
- 3 自我实现/励志

数据来源：CBNDATA消费大数据

VS.

不同地域养育不同的书“乡”文化

江浙、广东、山东等省份考试类书籍销售更高，是“学霸”聚居区；而首都北京消费者更偏爱文学书籍，在快节奏生活中努力找寻心中的“远方”。

2021年上半年天猫考试/教辅书籍消费规模TOP5省份

排名	省份
TOP 01	江苏省
TOP 02	广东省
TOP 03	浙江省
TOP 04	山东省
TOP 05	河南省

数据来源：CBNDATA消费大数据，数据说明：根据考试类书籍销售额从大到小排序

2021年上半年天猫文学艺术书籍消费规模占比TOP5省份

排名	省份
TOP 01	北京市
TOP 02	浙江省
TOP 03	四川省
TOP 04	福建省
TOP 05	江苏省

数据来源：CBNDATA消费大数据，数据说明：根据文学艺术类书籍销售额占比从大到小排序

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

为“书”发电，你的省份点亮了吗？

天猫图书消费大省主要集中在沿海一带，例如广东、江苏、浙江；值得一提的是，今年上半年对比去年来看，湖北、江西等地区的图书消费人数增速名列前茅，尤其是湖北省占据榜首。

2021年上半年天猫图书消费人数TOP5省份



数据来源：CBNDATA消费大数据

2021年上半年天猫图书消费人数增长TOP5省份



数据来源：CBNDATA消费大数据

正版普及化

种类多元化

人群丰富化

DATA COVERAGE 数据说明

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

好知识共生

Knowledge
Is
Power

■ 数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段: 2019.1.1-2021.6.30

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

Intelligence

Intelligence

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

好知识共生长

Knowledge
Is
Power

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

Intelligence

Intelligence

TMALL天猫



TMALL天猫



TMALL天猫

ABOUT US 关于我们

联系我们: Data@cbndata.com
商务合作: BD@cbndata.com
加入我们: JOB@cbndata.com

Inspire #
Creativity →
Intelligence

Move Forward

Knowledge
Is
Power

好知识共生长

■ 第一财经商业数据中心介绍:

第一财经商业数据中心 (CBNData) 隶属于上海文化广播影视集团 (SMG), 是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的, 面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源, CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势, 充分发挥全媒体势能, 以AI技术为驱动, 以多元场景为延展, 面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

Intelligence

Intelligence

Inspire # Creativity Intelligence → Move Forward

好知识 共生 长

Knowledge Is Power

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

Intelligence

Intelligence



Inspire # Creativity Intelligence → Move Forward

好知识共生长

Knowledge Is Power

CB DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

Intelligence

Intelligence

Intelligence