

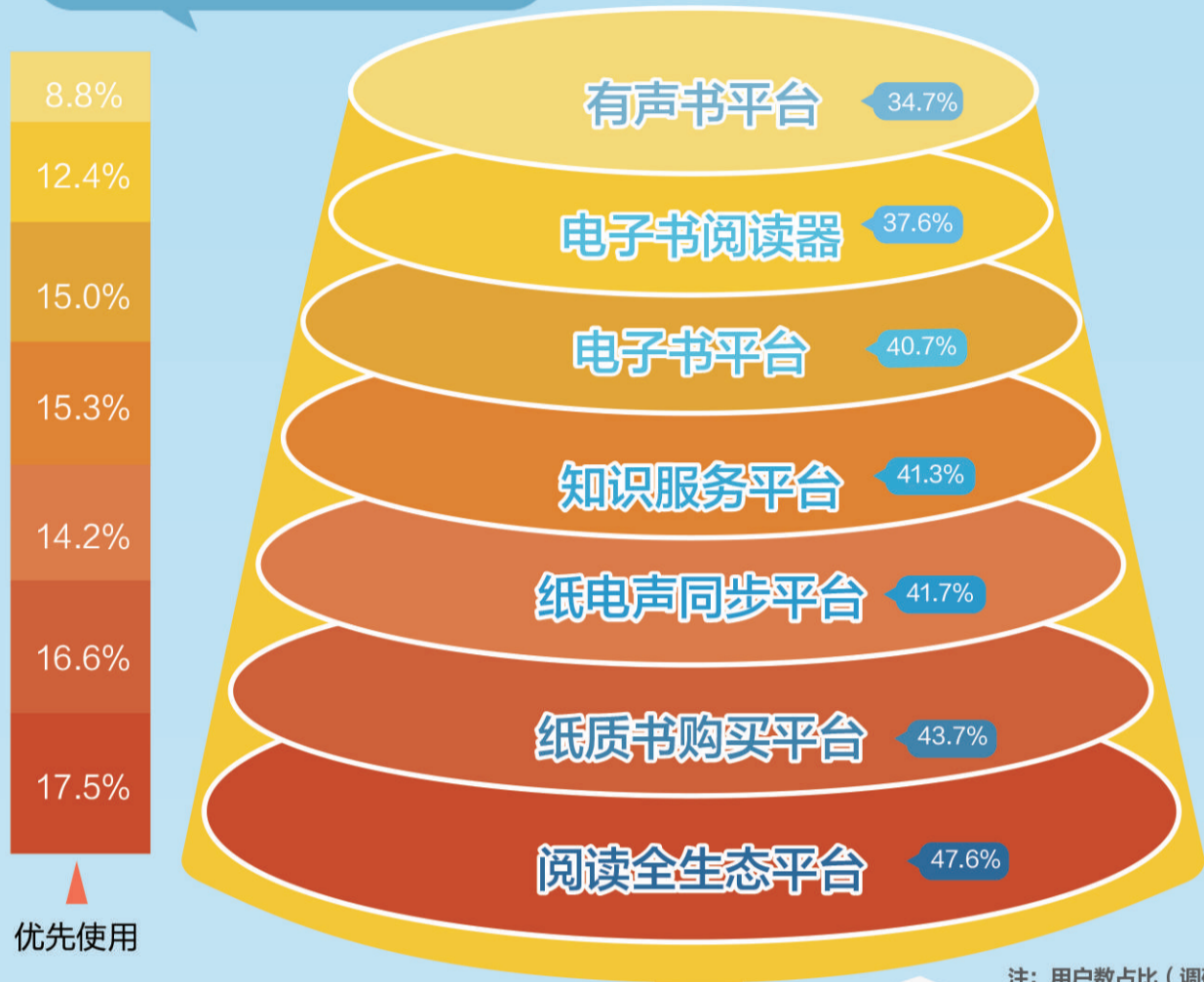
经济日报携手京东发布数据——

图书消费升温 阅读迈上“云端”

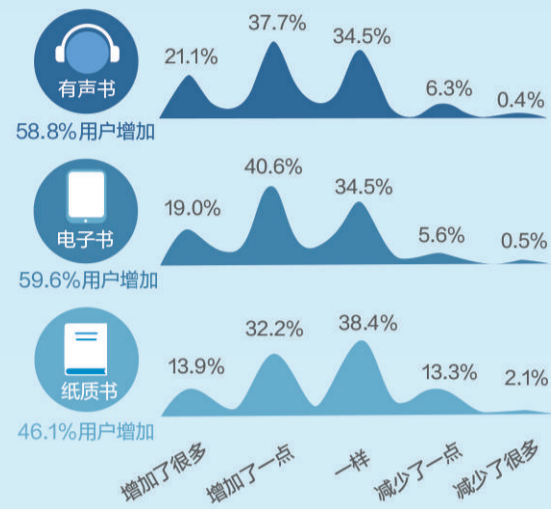
随着互联网与数字化技术持续发展,阅读方式变得更加多元。过去一年,消费者阅读偏好有所改变,“电子书”“有声书”成为许多人的首选。与此同时,受阅读习惯改变、“95后”成为消费主力军、线上线下加速融合等因素影响,图书市场的竞争也变得更为激烈。

新冠肺炎疫情影响阅读习惯

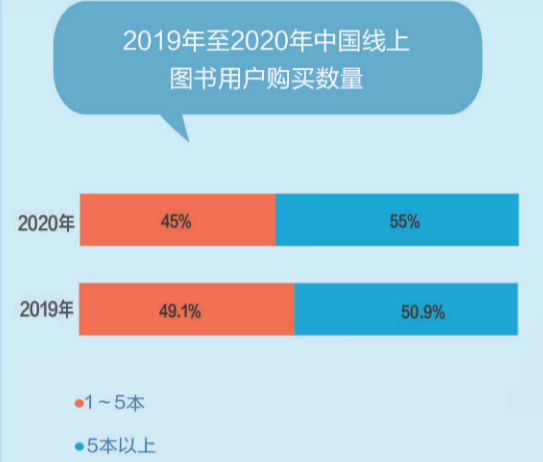
2020年线上图书用户愿意使用哪些平台



疫情暴发初期,消费者外出减少,阅读时长随之增加

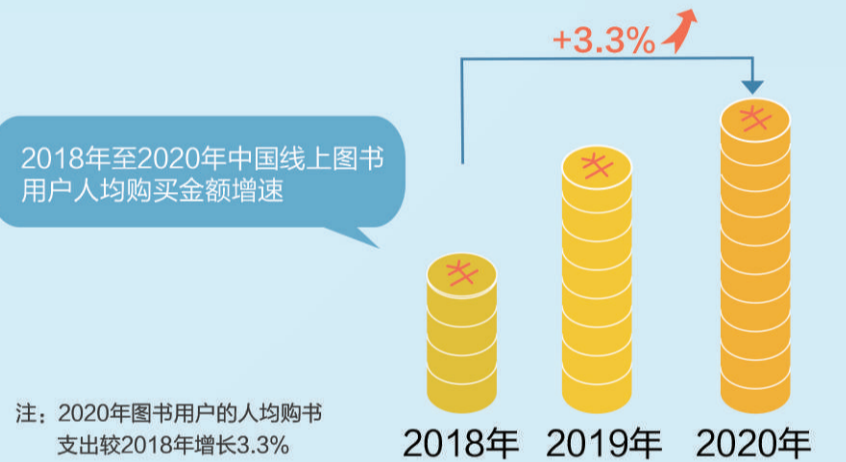


2020年用户购书数量进一步增长



买书花钱不含糊, 人均购买金额逐年增长

2018年至2020年中国线上图书用户人均购买金额增速



电子书、有声书加快普及

无论用户覆盖率还是阅读时间占比,电子书均排名第一,纸书、有声书分列二、三名



2020年,同时购买电子书、有声书和纸质书的京东用户数量同比增长40%

2020年京东电子书业务TOP3图书类型

电子书

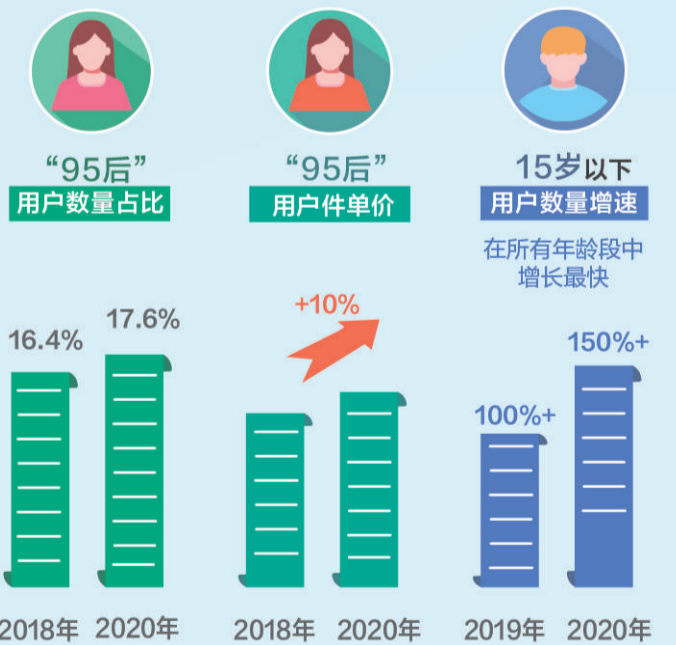
成交额占比前三: 经济管理、计算机、小说
成交额增速前三: 小说、计算机、经济管理

2020年京东有声业务TOP3图书类型

有声书

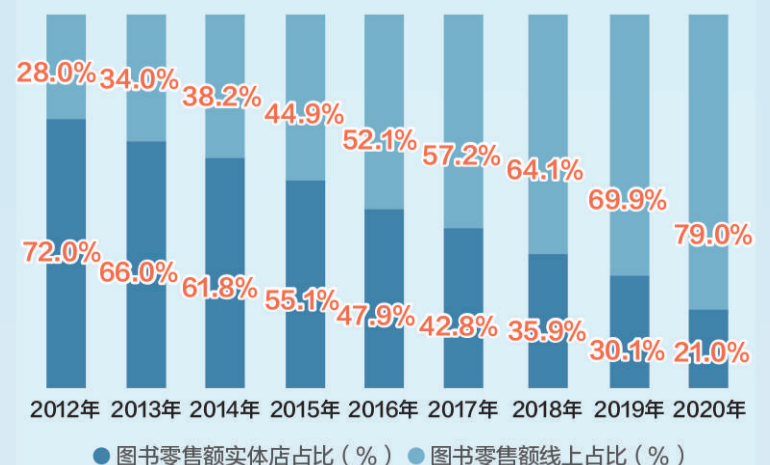
成交额占比前三: 小说、人文社科、经管
成交额增速前三: 文学、小说、外语

“95后”成为消费新势力



线上销售规模持续增加

图书零售商品销售额线上与实体店比例



全国书籍“地图”

