

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

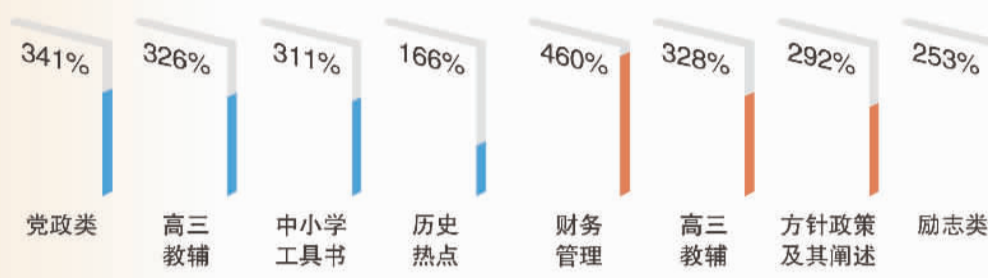
# 短视频成第二大图书销售渠道



## 1 消费者特征

不同性别人群购买细分品类图书销量同比增长

男性消费者 女性消费者



图书销量同比增长TOP10细分品类



不同年龄段人群购买图书的销量占比



不同性别人群购买图书的销量占比

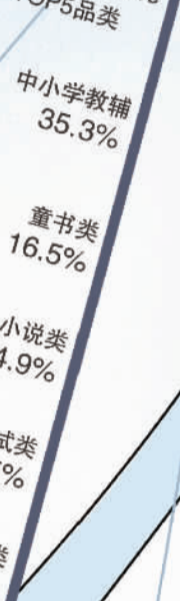


购买图书销量占比TOP5职业人群

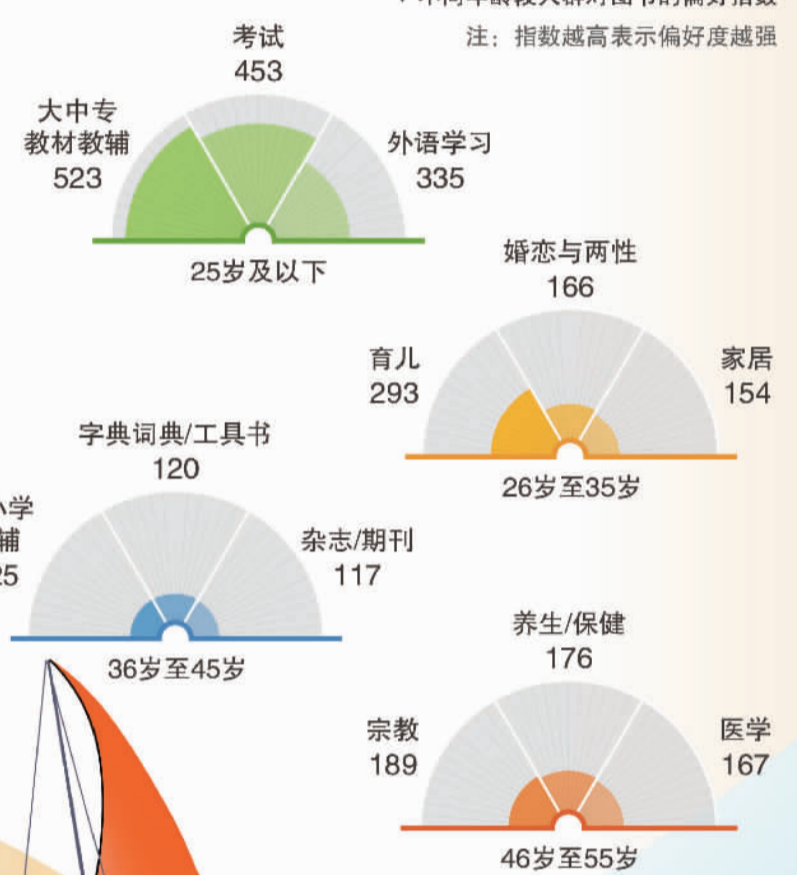


### 总体消费情况

图书销量占比TOP5品类



不同年龄段人群对图书的偏好指数



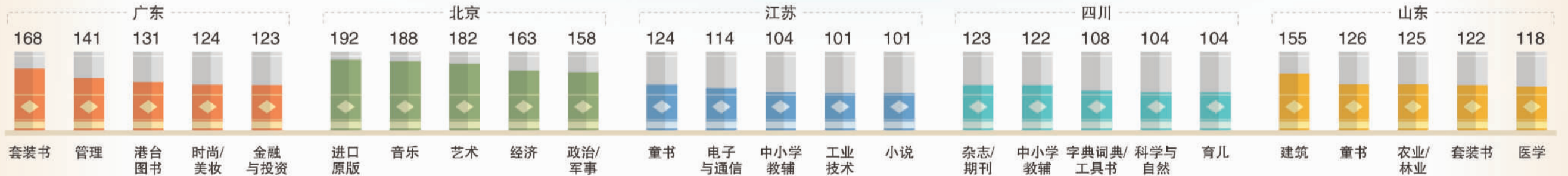
部分职业人群对图书的偏好指数



从图书消费人群来看，男性消费者偏爱政治历史类书籍，女性消费者更青睐财务管理等技能提升类书籍；“80后”购买图书的销量占比最高，而其中大多数是买给子女的教辅类书籍；老年人的图书消费特征较为明显，大多是保健养生类书籍。

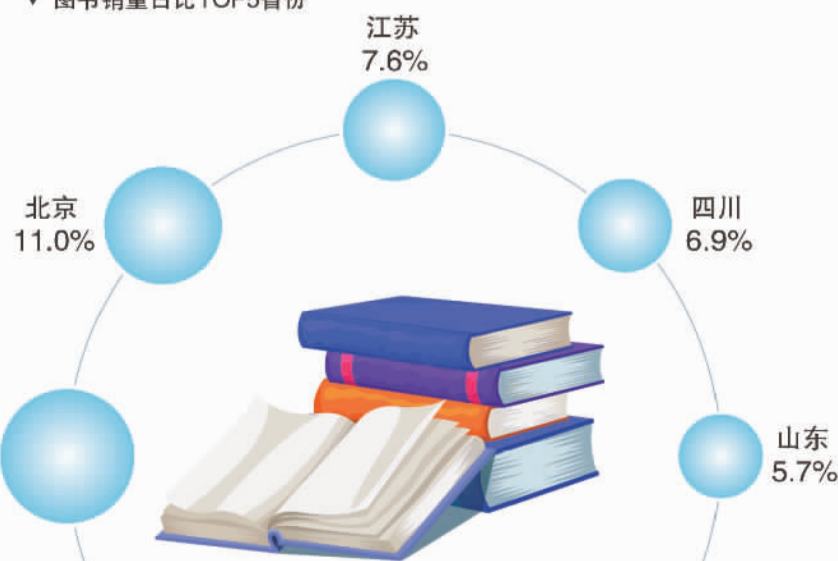
## 2 地域消费特征

部分省份对图书的偏好指数



从地域消费特征来看，图书销量占比前五的省份分别是广东、北京、江苏、四川、山东，不同省份的消费偏好也各有特色，广东偏爱套丛书和管理类书籍，北京偏爱进口原版和音乐类书籍，四川买的最多的是杂志期刊和中小学教辅，山东更爱买童书和建筑类书籍。

图书销量占比TOP5省份



## 说数

本期点评 刘莉

4月23日是世界读书日。每年在“世界读书日”这一天，多个国家和地区都会举办各种各样的庆祝和图书宣传活动。尽管受到数字阅读以及新兴技术的影响，2023年的图书零售市场仍呈现恢复增长态势，码洋规模为912亿元，同比上升4.72%。

图书是人们求知的重要阶梯，也是不少人遇到现实问题时，寻找解决途径的重要选择。无论是学生、职场人、管理者，还是年轻父母、中老年人，不同的阅读偏好也体现出生活重心和关注点的区别。从图书消费人群来看，“80后”人群购买图书的销量占比最高，超过了50%。从图书销量及增长的情况来看，教辅类图书最受欢迎，增长势头十分强劲。

从图书销售渠道来看，2023年短视频渠道仅

次于电商平台，成为第二大图书销售渠道，同比增长70.1%，成为带动整体零售市场增长的主要动力。相关企业要紧跟市场形势，布局短视频等相关销售渠道，开拓图书销售新方式。

值得一提的是，随着AI时代的到来，我们迎来了能帮科研人员阅读论文的ChatGPT，能将文字变成视频的Sora。人工智能可以在精准理解读者需求基础上，拓展知识发现和获取范围，提高阅读效率，为阅读带来更多便利。与此同时，人工智能的发展也给图书行业带来了新的挑战。

技术力量正在赋能阅读，对阅读形态的改变值得期待。无论阅读的载体如何更迭，纸墨之间浸透的书香依旧有它的魅力。最是书香能致远。读书是增智益慧的良好习惯，也是一种生活态度和精神追求。



数据周期：2024年1月1日至4月14日