

在这里读懂中国消费

教辅图书开学热销



2 消费者特征

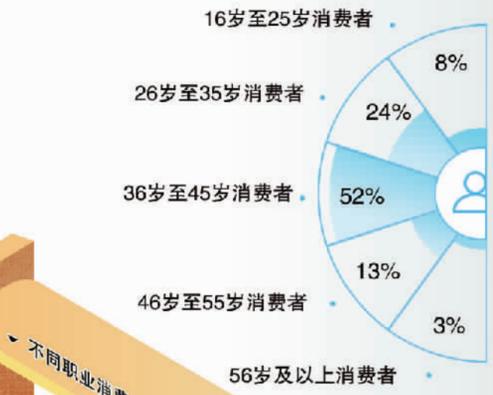
不同性别消费者成交额占比



1 整体消费情况

不同品类图书成交额占比TOP5

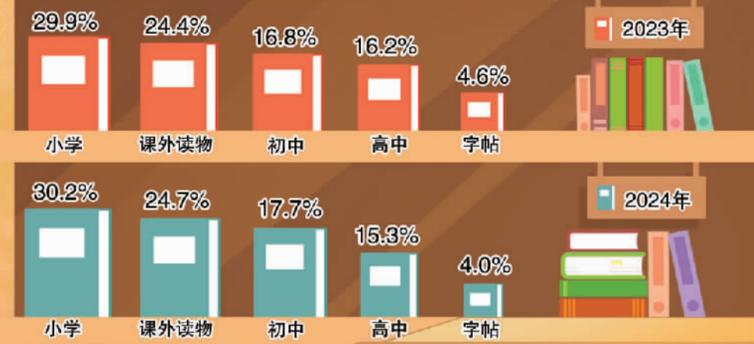
不同年龄段消费者成交额占比



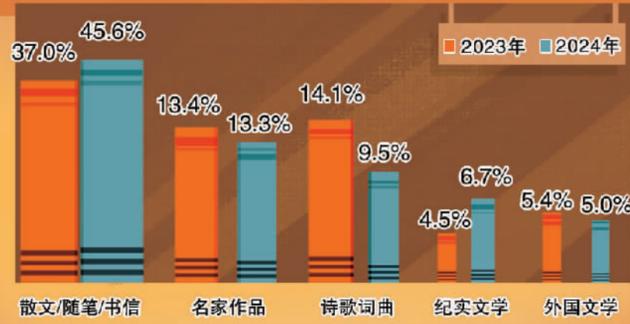
不同小说类图书成交额占比TOP5



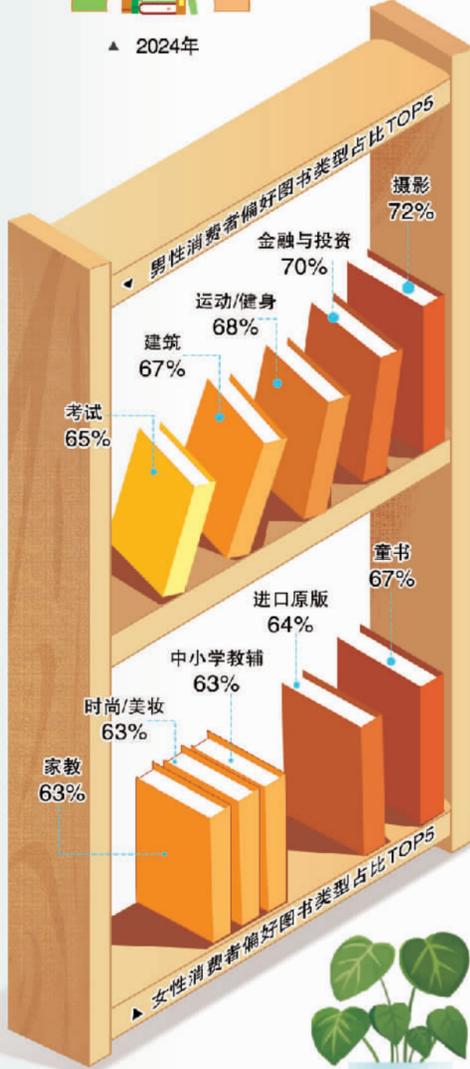
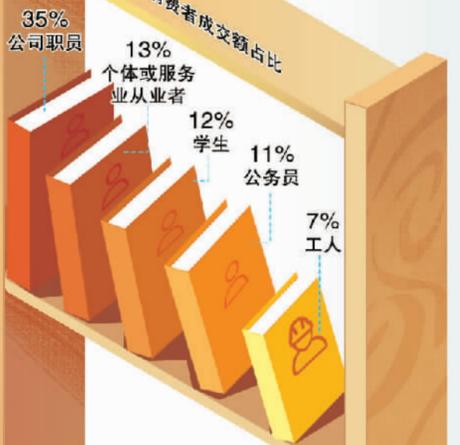
不同中小学教辅类图书成交额占比TOP5



不同文学类图书成交额占比TOP5



不同职业消费者成交额占比

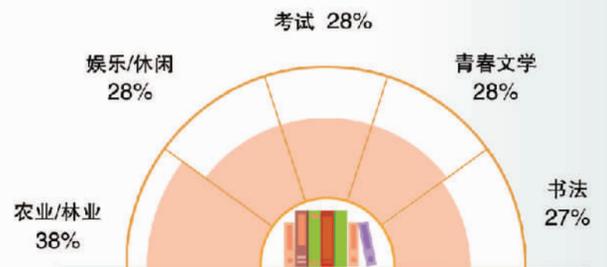
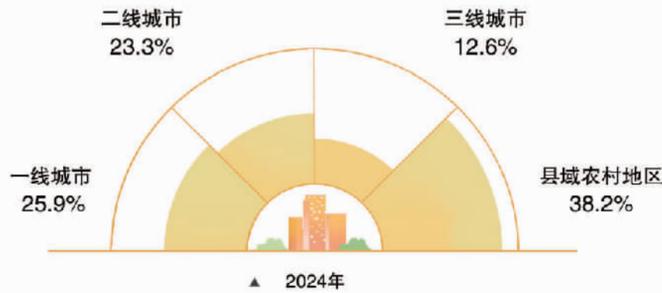
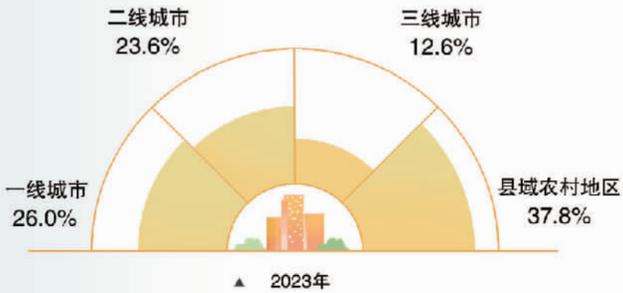


开学季销量占比最高的图书品类为中小学教辅类图书，占比接近40%，且该品类的占比在今年开学季销售中进一步提升。细分来看，在中小学教辅类图书中，高中阶段教科书的销售占比今年有所下降，小学、初中阶段和课外读物的占比提高。

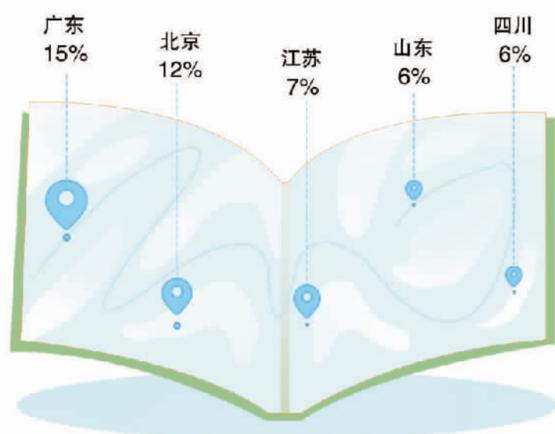
3 地域消费特征

各地区图书成交额占比

县域农村地区消费者图书成交额占比TOP5



图书成交额占比TOP5省份



说数

本期点评 杨泽华

开学季到来，新学期书单也随之出炉，教材、辅导书、课外书等成为不少家长和孩子的开学季必购品，图书市场迎来了新一轮消费热潮。从消费者特征来看，36岁至45岁消费者为孩子采购图书较多，占比超过一半。从不同职业看，公司职员占比最高，达到35%。不同性别消费者的偏好有所差异。女性消费者购买图书的占比高于男性，且占比仍在继续提升。尤其在童书、中小学教辅、家教、词典的销售分布中，女性占比均超过了60%。在摄影、金融、运动/健身、建筑等图书品类中，男性消费者的成交额占比比较高。

从地域消费看，近两年各地区图书成交额占比相对稳定，县域农村地区占比有所增加。广东、北京、江苏、四川、山东等省份图书成交额

占比较高。从图书品类看，小学、初中和课外读物等中小学教辅类图书成交额占比较去年均有所增加。中国当代小说占比从去年同期的8.4%跃升到13.5%，超过外国小说、世界名著等品类，成为占比最高的小品类。随着电视剧《我的阿勒泰》热播，新疆旅游、新疆商品的关注度大幅提升，《我的阿勒泰》散文集也受到更多读者追捧。在文学类图书中，散文/随笔/书信品类的占比大幅提高，相比去年同期提升超8个百分点。

开学季图书消费较为集中，需求十分多元。对此，出版商在策划书籍时，要深入分析小学生这一群体的需求，打造更多精品好书。销售渠道上，相关企业可以开设专门的图书窗口，方便家长和学生选购。



数据周期：2024年8月份