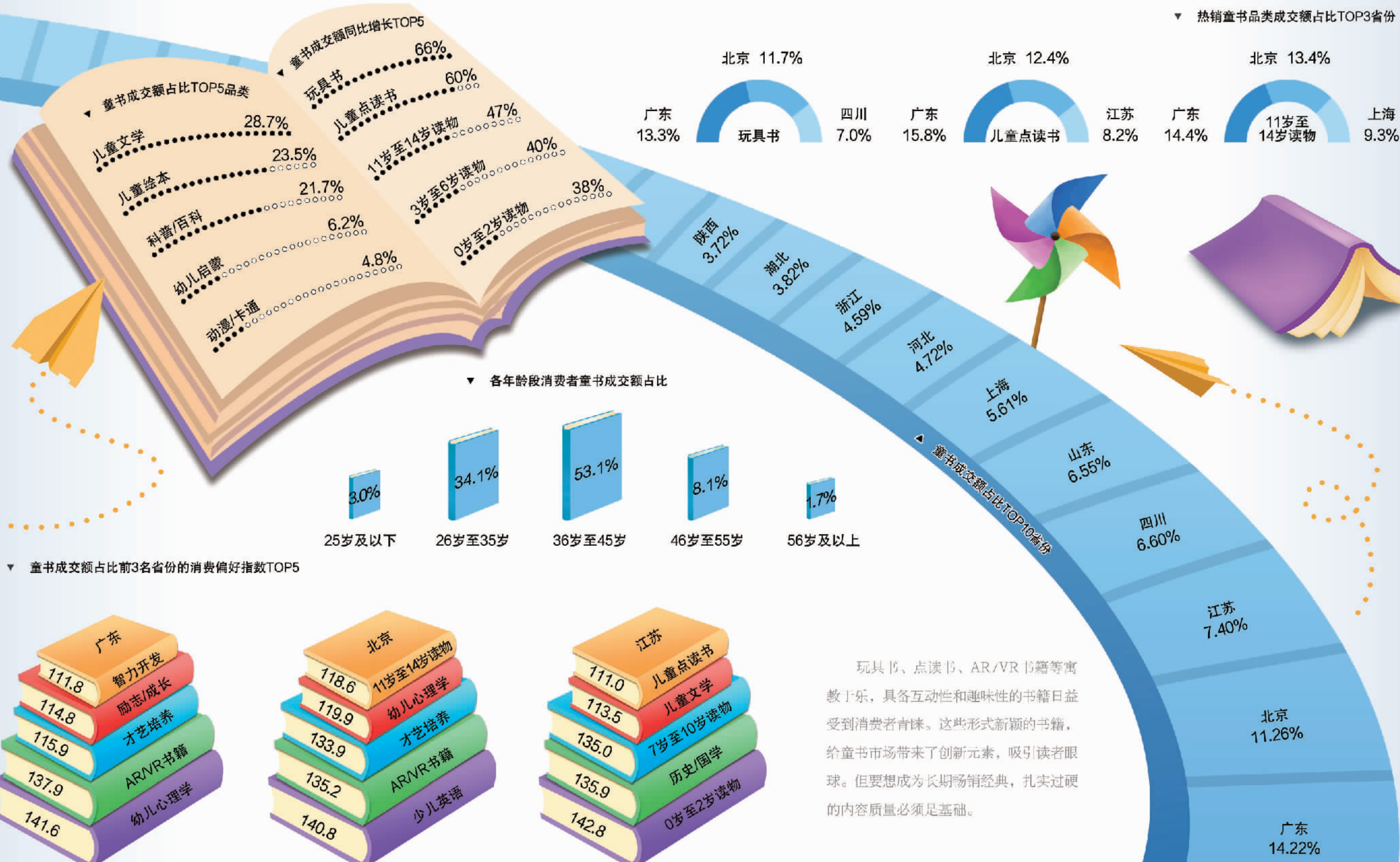


在这里读懂中国消费

## 守护童书滋养未来

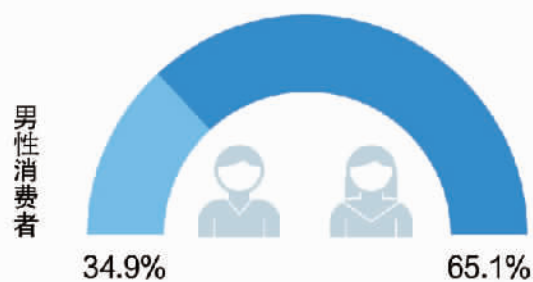


热销童书品类成交额占比TOP3省份



过去，童书消费决策以孩子为主、家长为辅。在内容电商快速发展的当下，影响童书消费的主要群体变成了家长和主播，改变了市场的内容生态，各类教辅、功能性图书占比增加。慢节奏、非功利化的兴趣阅读受到一定影响。

不同性别消费者的童书消费成交额占比



## 说数

在文化产业的璀璨星河中，童书如同一盏明灯，照亮儿童成长道路。它不仅是知识的宝库，为儿童构筑认知世界的思维框架，更承载着塑造儿童语言表达、逻辑思维与人格价值观的重要作用。可以说，“童书成就儿童未来”绝非一句空洞口号，那些被反复翻阅的优质绘本、童话和科普百科等，正悄然滋养孩子们的心灵。

当前童书市场发展面临考验。相关数据显示，今年二季度各月码洋（图书定价和销售册数的乘积）同比均出现负增长，5月和6月码洋同比降幅均超过10%。其中，文学类图书下滑较为突出，童书板块受到冲击最明显。随着童书生存空间收窄，加上“高定价低折扣”的行业乱象压缩了出版机构利润空间，影响了童书行业整体健康有序发展。

虽然今年上半年多数童书出版机构销量下滑，

但低幼读物类产品在传统电商渠道的销售较2024年有所回暖，呈正增长态势，反映出大众对童书的需求依旧旺盛。

展望未来，童书市场潜力巨大。我国儿童数量位居世界前列，为童书市场提供庞大消费基础。数亿家长和儿童对内容优质、形式新颖的童书需求巨大。同时，随着大数据算法、AR/VR、AI互动等新技术不断涌现，重构了内容生产逻辑，为童书市场打开无限想象空间。

推动童书市场健康持续发展，需多方合力。有关部门应规范价格秩序，抵制低价恶性竞争，维护公平市场秩序；出版机构应回归内容创作根本，提升童书质量，打造优质IP，借助技术创新图书形式，满足市场多元需求；作为家长，要修炼选书慧眼，甄选契合孩子成长的优质童书，托举起他们更广阔的未来。

李苑



更多内容 扫码观看

数据周期：  
2025年7月26日至9月21日