

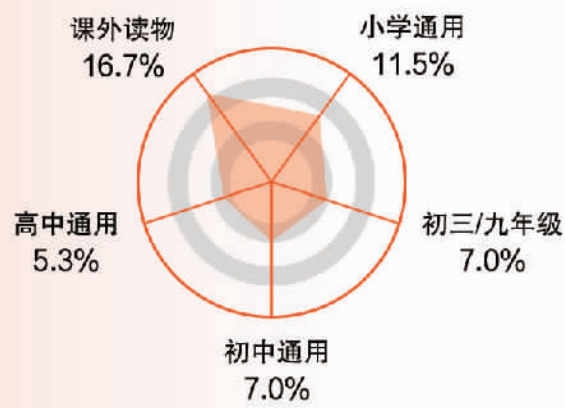
在这里读懂中国消费

品书香阅读成风尚

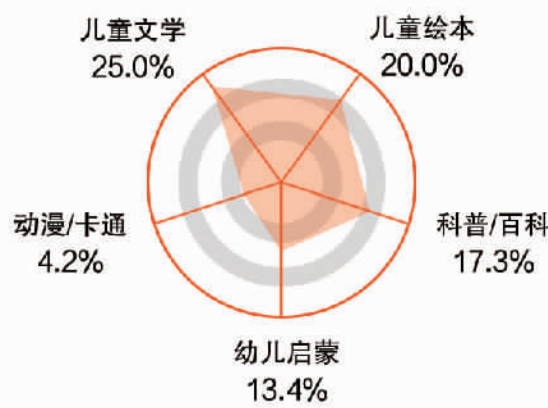


1 总体消费情况

▼ 中小学教辅类图书购物用户数占比TOP5

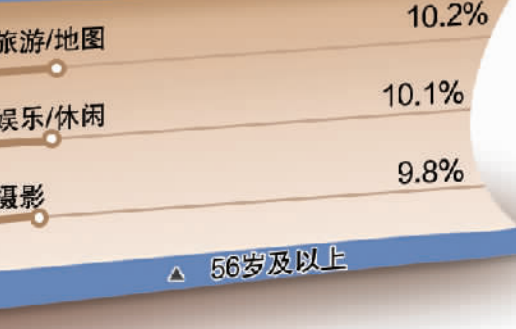
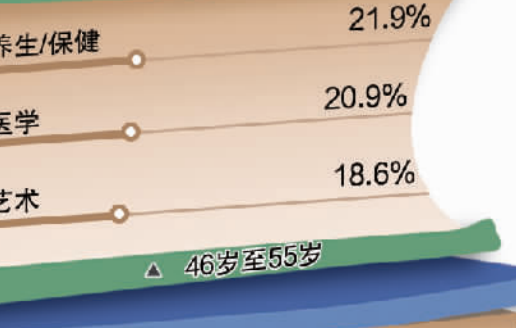
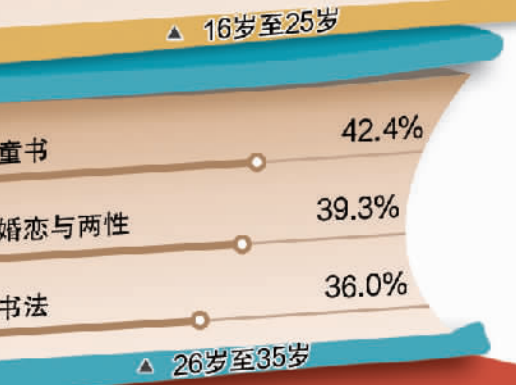


▼ 儿童图书购物用户数占比TOP5



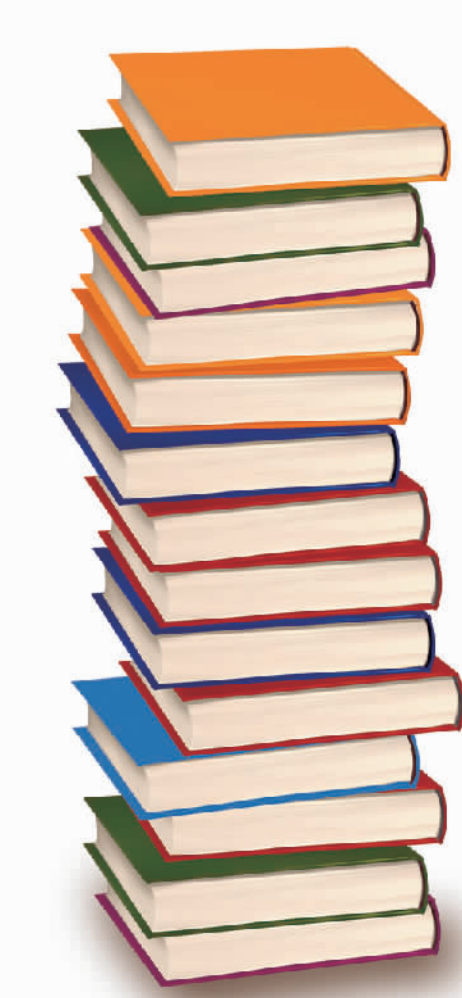
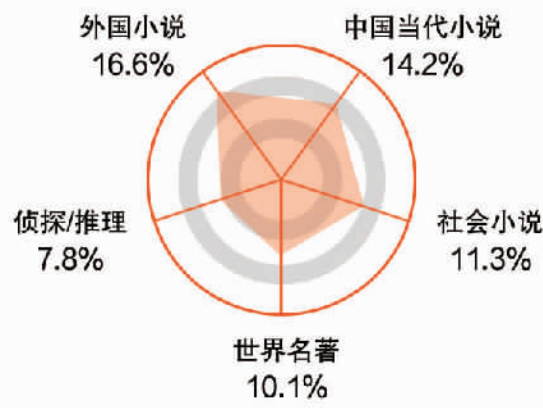
2 消费者特征

▼ 各年龄段消费者图书购买偏好 (购物用户数占比高于均值TOP3品类)

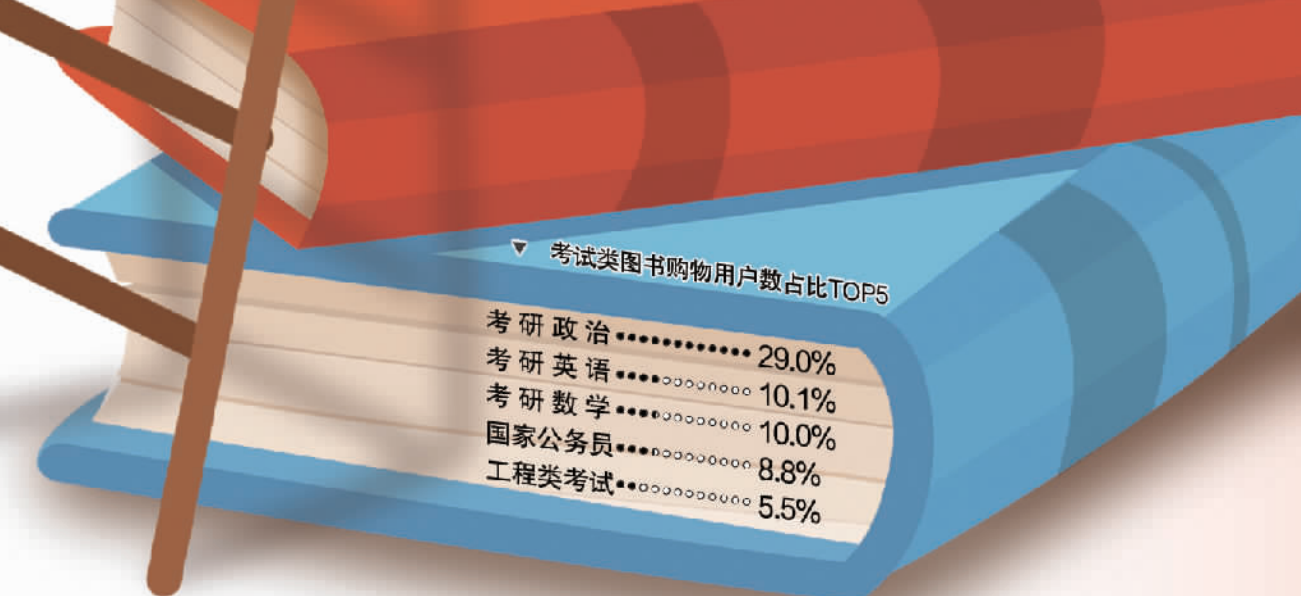
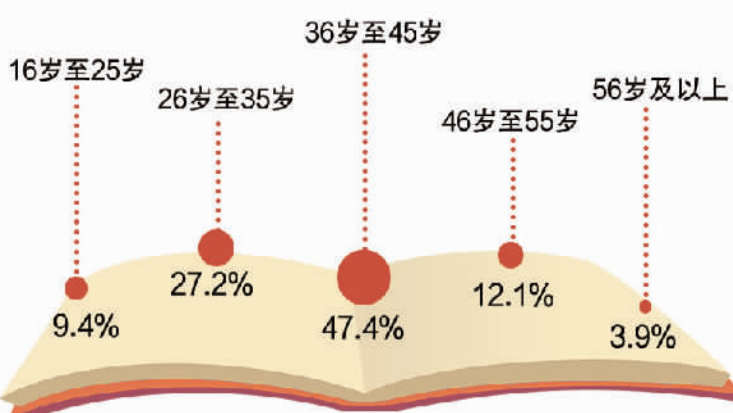


10月份以来,中小学教辅书籍、童书、小说、文学作品及考试类书籍受到消费者广泛关注,需求量显著增加,反映了当前教育环境和阅读趋势的变化。

▼ 小说类图书购物用户数占比TOP5



▼ 各年龄段消费者占比



说教

本期点评 董菲

无论是纸质书还是电子书,无论是畅销书还是经典著作,读书让人受益匪浅。近期,图书线上销售热度不减,相关消费覆盖了教育、文化、娱乐等多个领域。

在教育类图书消费方面,中小学教辅书籍一直以来备受青睐。目前,销量较高的中小学教辅书籍不仅能帮助学生巩固课堂知识,还能提供额外练习和解题技巧,实现教乐结合的良好效果。同时,随着家长越来越重视儿童早期教育,各种寓教于乐的儿童读物也受到了欢迎,儿童文学、儿童绘本、科普/百科、幼儿启蒙等书籍持续热销。

此外,职业资格考试持续升温,这也让考试类书籍越来越受欢迎。此类书籍的热销不仅体现了消费者对知识的渴望,也反映了出版行业对市场需求的敏锐洞察和快速响应。

在小说及文学作品类图书消费方面,为了满足不同年龄段读者的阅读需求,经典文学和现代流行小说的更新速度和频率逐步加快,质量稳步提升,为读者提供了丰富的精神食粮。

值得注意的是,处于人生不同阶段的读者,其阅读偏好存在明显差异。“00后”消费者处于学习和探索世界的阶段,更偏好选购语言学习类书籍。“90后”消费者逐步成长为新手爸妈,为孩子创造幸福童年是重要目标,因此儿童书籍消费占比较高。“80后”消费者则对中小学教辅类书籍更加关注,他们希望通过培养良好的阅读习惯和打下扎实的学习基础来帮助孩子更好成长。“70后”消费者更关注养生类书籍,注重健康和生活方式。“60后”消费者偏爱摄影、旅行等类别的书籍,希望通过阅读丰富精神世界,更好享受生活。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2024年10月1日至11月17日