

# 国家新闻出版署发布最新出版产业年度数据 多维度彰显出版业高质量发展

■中国出版传媒商报记者 文东

国家新闻出版署日前发布了《2021年新闻出版产业分析报告》和《2021年全国新闻出版业基本情况》，这是出自国家权威部门的最新年度产业数据，反映了“十四五”开局之年出版业的发展变化及趋势。虽然

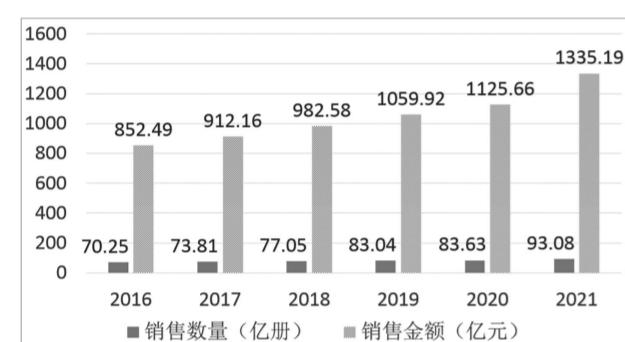
## 出版物纯销售再创史上之最

凸显受众从出版业获得持续提升

出版业的高质量发展，当以受众获得的增减为最终考量。现行出版产业年度数据中，出版物纯销售是对出版业受众获得的直接反映。出版业纯销售是作用于社会，以受众——消费者为对象的终极销售，反映了出版业有效供给的实绩。

2021年，出版物纯销售再度实现同比双增：销售数量同比增长11.30%，销售金额同比增长18.61%；不但双双实现两位数增长，还分别实现提档升阶：销售数量升至90亿级阶，达93.08亿册，销售金额升至1300亿级阶，达1335.19亿元，创下两个史上之最。而且，二者还实现了自“十三五”开局之年2016年起，至“十四五”开局之年，持续6年的双递增（见图1）。

图1 2016~2021年全国出版物纯销售



上世纪末以来的前十几年，虽然出版物纯销售金额持续增长，但出版物纯销售数量却在超过半数的年份中同比下降。这种销售数量和销售金额的逆向增长，一度成为书业挥之不去之痒。直到2016年后，这种状况才得以改善，特别是疫情冲击下的2020年、2021年，出版物纯销售数量不但仍保持同比增长，还创下超过以往的两位数高幅增长，实属不易。这种不含价格因素的连续6年递增，在出版业众多年度产业数据中十分罕见。

出版物纯销售是出版业服务于社会，作用于民众的实绩、实效，集中反映了受众对出版业的认可度、接受度，折射了民众对出版业获得感的表达，是对出版业高质量发展最客观、最具公信力的考量。出版物纯销售数量的持续递增，反映了受众从出版业获得的持续提升；出版物纯销售金额的持续递增，反映了受众对出版业消费水平的持续提升；二者共同凸显了民众对出版业需求的持续增长，集中体现了出版业的高质量发展。

需要指出的是，由于统计口径的局限，目前出版物纯销售数据仅涵盖全国新华书店系统和出版社自办发行单位，尚未涵盖出版物发行业整体，但它毕竟是当下唯一出自官方、被国家权威部门认可的政府统计数据，且和过往具有可比性，凝聚了国有书业的担当和作为。倘若加上未被纳入的民营书业销售，以扩大对民众的文化供给为己任的出版物发行在出版业高质量发展中的权重无疑将显著扩大。

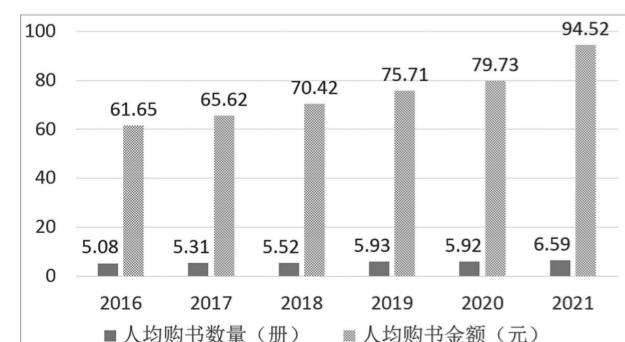
## 人均购书升新阶创新高

6.59册为新中国有史以来之最

2021年，全国出版物纯销售数量、销售金额的双增，带来当年全国人均购书数量和购书金额的明显提升。

按国家统计局发布的2021年末全国人口计算，2021年全国人均购书6.59册，94.52元。6.59册的全国人均购书数量不仅创下了11.32%的同比高增幅，还创下了“十三五”开局以来6年中的人均购书量从5册到6册的升阶；94.52元的人均购书金额，实现了同比18.55%的高幅提升，且在6年间实现了从60元级阶向90元级阶的跨越（见图2）。

图2 2016~2021年全国人均购书



自上世纪末的1999年开始，全国人均购书量始终在5册左右徘徊，有几年还跌出5册。因此，这超过6册的购书量，是23年间的跨新阶，是新世纪的上新高。而新中国成立以来，全国人均购书量曾仅有1997年(6.04册)和1998年(6.17册)两年，达到6册以上；因

这是处于疫情期间的产业数据，但比起上年来整体态势向好，8大产业类别营业收入全面增长，一些关键性产业要素持续攀升，从不同维度彰显了出版业的高质量发展。

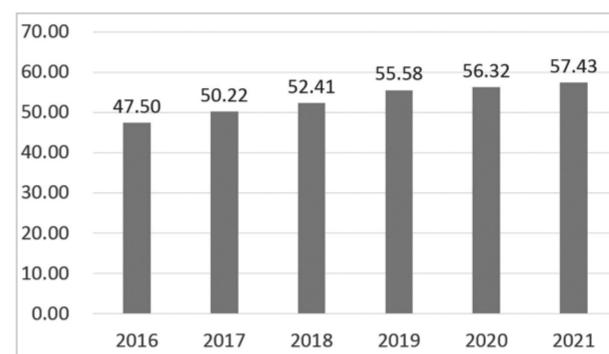
## 图书重印率达新中国史上至高

持续5年递升近10个百分点

2021年，虽然新书出版品种增长，但重印书出版品种也告增长，且其10.36%的增幅，高于新书品种增幅4.92个百分点。因而，2021年全国图书再版重印率达57.43%，再创新中国有史以来新高。

图书再版重印率历经过去多年的徘徊，2016年以47.50%，创下新中国史上新高。之后5年，图书再版重印率持续递升（见图5），从百分之四十几，到百分之五十，再到百分之五十几，2021年的57.43%，比2016年提升了近10个百分点，进一步增强了图书产品结构的优化。

图5 2016~2021年全国图书再版重印率(%)



图书再版重印率屡创新中国史上新高，反映了出版业产品结构的优化、精品意识的提升和精品生产的扩容，是出版业高质量发展的重要标志。它彰显了出版业文化传承、知识积累功能的强化，产品生命力和资源再生能力的增强；诠释了出版业的日趋成熟、产业运行成本的降低和产业效能的提高。

## 图书单品平均印数5年递增

为扩大内容产品覆盖筑基

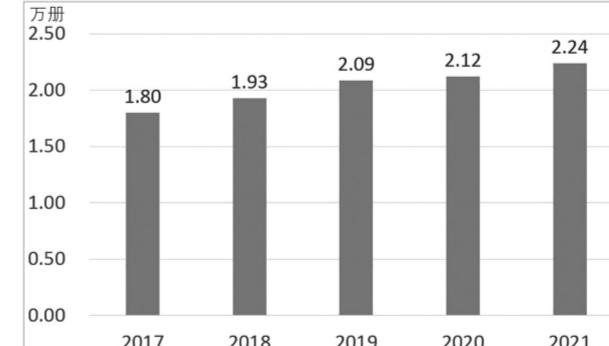
2021年，全国图书单品平均印数为2.24万册，同比增长5.66%，这也是党的十九大以来5年间的持续递增（见图6）。

过去一个时期，由于图书出版总印数的下降、徘徊，因而随着图书出版品种的持续递增，图书单品平均印数却持续递减，提高图书单品平均印数几成行业奢望。经过出版业的不懈努力，这种状况自2018年起得以扭转，当年图书单品平均印数同比提高7.22%。继之，2019年、2020年实现了连续两年递增，单品平均印数升阶至2万册以上。2021年的印数再度提升，为出版业“十四五”时期的发展，打下良好开局基础。

图书单品平均印数创新高，是出版业的持续追求。它既是提高出版产业效能的重要抓手，又是出版业满足受众需求、扩展受众覆盖面的重要基础。内容产品覆盖更多受众，无疑是出版业高质量发展的鲜明标志。

丰富图书品种，优化产品结构，扩大内容覆盖，图书出版三要素的提升，为出版业高质量发展赋能。

图6 2016~2021年全国图书单品平均印数



## “三百亿”阵营实现两个突破

出版业头部力量持续壮大

2021年，106家图书出版、报刊出版和发行集团实现主营业务收入占全国书报刊出版和出版物发行主营业务收入的77.50%；实现利润总额占全国书报刊出版和出版物发行利润总额的72.00%。这两个占比逾7成，是出版企业集团在中国出版产业中重要支撑作用的标志。而在图书出版集团和发行集团中，资产总额、主营业务收入和所有者权益均超过100亿元的“三百亿”集团，又可谓出版业的“头部集团”。

“十三五”开局之年的2016年，“三百亿”图书出版集团有江苏凤凰出版传媒集团有限公司、江西省出版集团公司、湖南出版投资控股集团有限公司、浙江出版联合集团有限公司、安徽出版集团有限责任公司5家；“三百亿”发行集团有安徽新华发行(集团)控股有限公司1家。2017年，“三百亿”图书出版集团新增1

家，中国出版集团公司晋入。2018年，安徽出版集团有限责任公司退出“三百亿”阵营。2019年，安徽出版集团有限责任公司重返“三百亿”阵营，且中原出版传媒投资控股集团有限公司新晋入。2020年，湖北长江出版传媒集团有限公司新晋“三百亿”阵营，“三百亿”图书出版集团扩为8家。

“十四五”开局之年的2021年，“三百亿”阵营迎来两个新突破：一是“三百亿”图书出版集团突破10家，虽然湖北长江出版传媒集团有限公司退出，但中国教育出版传媒集团有限公司、山东出版集团有限公司、广东省出版集团有限公司3家集团新晋入。二是“三百亿”发行集团突破了持续5年的“一枝独秀”，四川新华发行集团有限公司晋入，改写了历史。

“三百亿”阵营的不断壮大，特别是“十四五”开局之年的两个突破，诠释了中国出版业向出版强国目标的阔步迈进。

2016~2021年“三百亿”图书出版集团、发行集团

年份	序位	图书出版集团	发行集团
2016	1	江苏凤凰出版传媒有限公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江西省出版集团公司	
	3	湖南出版投资控股集团有限公司	
	4	浙江出版联合集团有限公司	
	5	安徽出版集团有限责任公司	
2017	1	江苏凤凰出版传媒有限公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江西省出版集团公司	
	3	安徽出版集团有限责任公司	
	4	湖南出版投资控股集团有限公司	
	5	浙江出版联合集团有限公司	
	6	中国出版集团公司	
2018	1	江苏凤凰出版传媒有限公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江西省出版集团公司	
	3	湖南出版投资控股集团有限公司	
	4	浙江出版联合集团有限公司	
	5	中国出版集团公司	
2019	1	安徽出版集团有限责任公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江苏凤凰出版传媒有限公司	
	3	中原出版传媒投资控股集团有限公司	
	4	江西省出版集团公司	
	5	中国出版集团公司	
	6	浙江出版联合集团有限公司	
	7	湖南出版投资控股集团有限公司	
2020	1	江苏凤凰出版传媒有限公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江西省出版集团公司	
	3	湖南出版投资控股集团有限公司	
	4	安徽出版集团有限责任公司	
	5	浙江出版联合集团有限公司	
	6	中国出版集团公司	
	7	中原出版传媒投资控股集团有限公司	
	8	湖北长江出版传媒有限公司	
2021	1	江苏凤凰出版传媒有限公司	安徽新华发行(集团)控股有限公司
	2	江西省出版集团公司	
	3	中国教育出版传媒集团有限公司	
	4	浙江出版联合集团有限公司	
	5	湖南出版投资控股集团有限公司	
	6	山东出版集团有限公司	
	7	中国出版集团公司	
	8	广东省出版集团有限公司	
	9	安徽出版集团有限责任公司	
	10	中原出版传媒投资控股集团有限公司	