

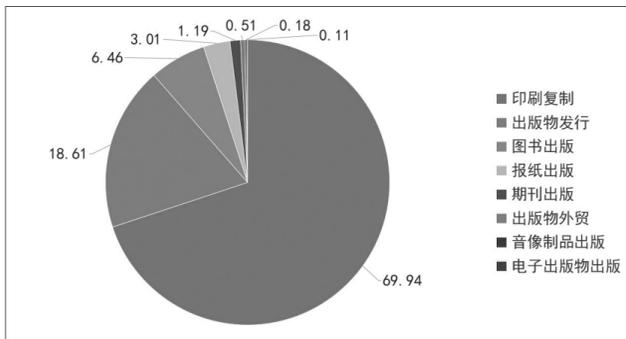
(上接第1版)

# 5年权威数据透视出版业发展

## 产业结构总体平稳 印刷复制跌出7成份额

按现行统计范围,新闻出版业包括图书出版、期刊出版、报纸出版、音像制品出版、电子出版物出版、印刷复制、出版物发行、出版物外贸8个产业类别。2023年,依产业营业收入分解的产业结构(见图3)是:印刷复制产业份额最大,占比69.94%,比重同比缩小0.71个百分点,比2019年缩小3.10个百分点;出版物发行产业份额次之,占比18.61%,比重同比缩小0.42个百分点,比2019年扩大1.69个百分点;图书出版产业份额第三,占比6.46%,比重同比扩大0.30个百分点,比2019年扩大1.22个百分点;报纸出版产业份额第四,占比3.01%,比重同比缩小0.08个百分点,比2019年缩小0.04个百分点;期刊出版产业份额第五,占比1.19%,比重同比扩大0.05个百分点,比2019年扩大0.13个百分点;出版物外贸产业份额第六,占比0.51%,比重同比扩大0.03个百分点,比2019年扩大0.06个百分点;音像制品出版产业份额第七,占比0.18%,比重同比扩大0.006个百分点,比2019年扩大0.016个百分点;电子出版物出版产业份额最小,占比0.11%,比重同比缩小0.001个百分点,比2019年扩大0.02个百分点。与2019年、2022年比较各产业类别的产业份额位序不变。

图3 2023年全国新闻出版业营业收入结构(%)



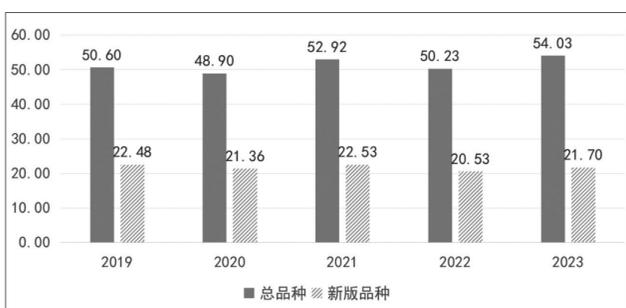
历经5年,新闻出版业产业结构的一个明显变化是:居产业最大份额的印刷复制跌出相当一个时期以来逾7成的产业比重,5年间比重缩小了3个多百分点。此外,除居产业第二、第三份额的出版物发行和图书出版,比重分别扩大1个多百分点外,其余各产业类别比重变化微小,扩大或缩小均不足1个百分点。因此,可以说5年间虽然遭遇新冠疫情、阅读方式转变、新技术挑战等多重冲击,但新闻出版业总体发展平稳,未有大的起伏。

## 出书品种再版重印率双创史上之最

5年间,图书出版营业收入从2019年的989.65亿元,增至2023年的1192.21亿元,增幅为20.47%,其中2020年曾同比回落。利润总额从2019年的157.04亿元,持续递增至2023年的223.47亿元,增幅为42.30%,利润增幅大于营收增幅21.83个百分点,是图书出版降本增效,加大重印书出版的成果。

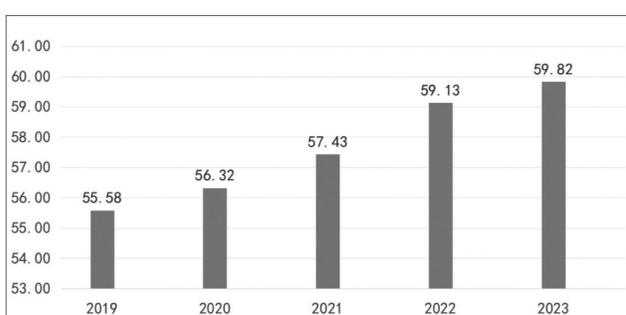
5年间,图书出版品种呈螺旋式发展(见图4):新冠疫情首年——2020年,图书出版品种同比下降3.36%,跌出50万级阶为48.90万种;2021年,图书出版品种回升,同比增长8.22%,以52.92万种,重回50万级阶;2022年,图书出版品种再次回落,同比下降5.08%,以50.23万种居50万级阶边缘;疫情过后的2023年,图书出版品种再度回升,同比增长7.57%,以54.03万种创下新中国成立以来图书出版品种之最。其中,新版品种发展态势与总品种发展态势相同,5年间经历了下降——上升——再下降——再上升的历程,2023年的21.70万种虽然同比增长5.70%,但仍低于2019年的22.48万种和2021年的22.53万种。

图4 2019~2023年全国图书出版品种(万种)



5年间,全国图书再版重印率持续提升(见图5),从2019年的55.58%升至2023年的59.82%,提高4.24个百分点;而这59.82%也是新中国有史以来图书再版重印率的至高。提高图书再版重印率是当一个时期以来出版业的持续追求,不过这一指标曾一度年度升降不一,多有徘徊。只是在2016年以47.50%达到新中国史上新高后,才出现了连续8年的持续攀升,8年间图书再版重印率提升了12.32个百分点。而图书再版重印率也成为出版业少有的未受新冠疫情影响的重要发展指标。

图5 2019~2023年全国图书再版重印率(%)

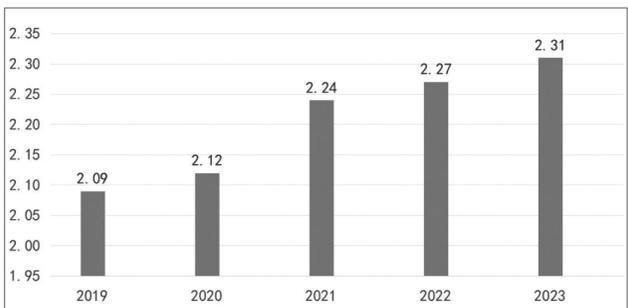


全国图书出版品种自2017年以51.23万种跃上50万级阶后,曾经历3年同比下降,2023年重回史上新高。新版品种2016年曾以26.24万种达到史上最高,此后至2023年5年下降,2年回升。同一时段,再版重印书品种除2020年、2022年同比回落外,其余年份均同比增长,并于2017年首超25万种,2021年首超30万种,2023年更是达到32.32万种的史上新高。新书和再版重印书是图书出版的两翼,分别主要承担传播新知和传承文化的不同功能,在全民阅读不断深化,受众需求取向愈加多元,新知识、新科技日新月异的当下,出版业当准确把握新书和再版重印书的不同功能,处理好创新开拓和传承积累的关系,不要片面地、一味强调发展某一方,抑制另一方。按发展趋势,2024年出版业的图书再版重印率很可能达到逾60%的新高,跃上新台阶。图书再版重印率的持续提高,降低了出版运营成本,强化了精品生产,提升了出版资源的利用率和再生力。而源源不断地推出新品,丰富图书品种,又是提升出版业创新力的必备条件。理想的状态是新书品种和图书再版重印率双升,2023年虽然新书品种未达到曾经的规模,但毕竟和再版重印率一齐实现双升,值得欣慰。

## 图书单品平均印数持续递增

图书单品平均印数是图书出版效能的一项重要指标。相当一个时期中,我国图书出版单品平均印数不理想,年度同比回落时有发生,直到2018年才开始出现稳步增长,2019年更是实现递增,并创下突破2万册的新高。此后,尽管经历新冠疫情的影响,其递增态势(见图6)未变,特别是在2020年和2022年图书出版总印数同比下降的情况下,图书单品平均印数继续保持增长,分别实现1.44%和1.34%的增幅,而2023年的单品平均印数2.31万册,也是2010年以来的至高。

图6 2019~2023年全国图书单品平均印数(万册)



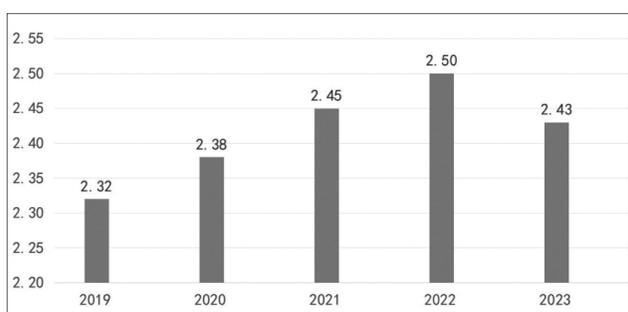
提高图书单品平均印数,是出版业的不懈追求,它既是提升出版产业效能的重要抓手,也是出版业扩大受众群体,拓展产品内容覆盖的有效途径。

## 图书平均印张单价下降

随着全民阅读的不断深化,广大受众除对图书品类丰富、内容精当提出了新的要求外,也对降低书价提出了期望。出版业在本就利润微薄,想方设法降本增效,让利给读者,而这在2023年得到切实体现。

出版业最真实准确反映书价的指标——年度图书平均印张单价,在长期年年较上年上涨,持续递进后,2023年同比下降(见图7),从2022年的2.50元,下降2.80%至2.43元。虽然平均每个印张只是下降了0.07元,但这种下降却是长期以来绝无仅有的,由此使当年的图书出版总定价下降了约81.03亿元,这应该说是出版业扶持全民阅读的行业让利之举,值得点赞。

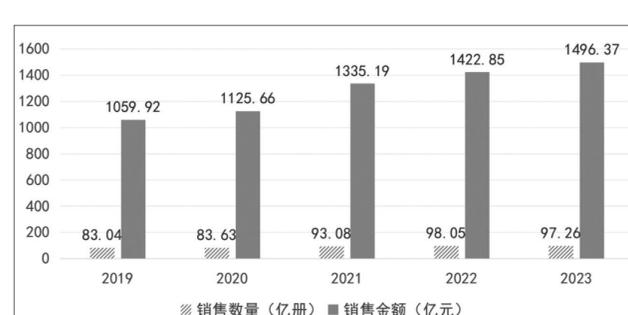
图7 2019~2023年全国图书出版平均印张单价(元)



## 销售数量跃新阶 销售金额持续增

5年间,出版物发行营业收入从2019年的3196.54亿元,增至2023年的3436.90亿元,增幅为7.52%;其中2020年曾同比回落。利润总额从2019年的260.04亿元,降至2023年的228.18亿元,降幅为12.25%,虽然2021年、2023年利润同比回升,但未达到2019年的水平。在营收增长的情况下,利润总额下降,显然系出版物发行的运营成本加大所致,应该说与恶性低折竞争愈演愈烈也不无关系。

图8 2019~2023年全国出版物纯销售



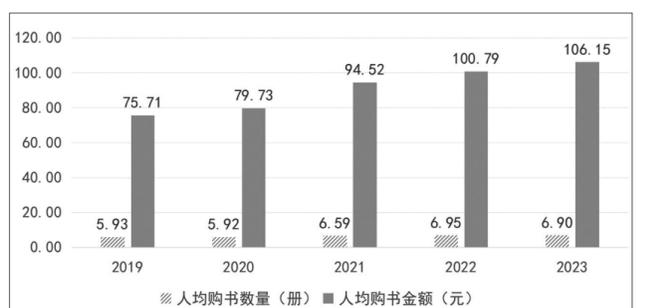
出版物纯销售是出版业对社会有效供给的直接反映,是出版业服务全民阅读,作用于广大受众的实绩。出版物纯销售作为准确反映面向消费者的终极销售,经历了曲折发展的历程。相当一个时期,出版物纯销售曾处于销售金额持续增长,销售数量下降、徘徊之中,这种销售金额和销售数量的逆向走势,一度成为书业挥之不去之痒。直到2016年这种状况才得以终结,连续多年实现销售金额、销售数量双增(见图8),其中疫情3年“双增”态势不变,销售数量还升至90亿册新阶段。遗憾的是2023年的销售数量97.26亿册,同比微降,但销售金额同比增长5.17%至1496.37亿元,逼近1500亿大关。5年间,销售数量增长17.12%,销售金额增长41.18%。虽然由于现行统计上的局限,这只是国有书业的销售数据,但根据历史沿袭的“以批代零”规则,其中也隐含了民营书业的部分销售,且这是目前唯一来自官方的权威统计数据。

## 人均购书达6.95册新高 购书金额首超百元

人均购书是反映全民阅读成果的一项重要指标,也是出版业服务全民阅读,供给受众的细化实绩。

根据国家统计局发布的年度末全国人口计算,5年间,人均购书(见图9)金额持续增长,从2019年的75.71元,至2022年首次突破百元,达100.79元,2023年又增至106.15元,5年提高40.21%。人均购书数量虽然2020年、2023年分别出现回落,但从5册级阶,升至6册级阶,2023年为6.90册,购书量最高的为2022年6.95册,比2019年提高17.20%,增加1册多。

图9 2019~2023年全国人均购书



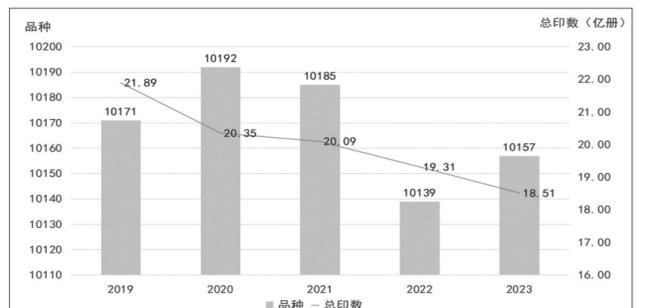
新中国历史上,全国人均购书量上世纪仅在世纪末出现过两次超6册,分别为1997年的6.04册和1998年的6.17册。进入新世纪,全国人均购书量曾长期在5册上下徘徊,直至2021年才以6.59册重返6册级阶,也创下新中国史上之最。2022年,全国人均购书量持续再升,6.95册的新高,不仅比上年提升5.46%,还以逼近7册的业绩,再度改写全国人均购书量之最。而当年的100.79元的全国人均购书金额,不但跃上百元新阶,也是新中国的史上之最;2023则再度升至106.15元新高。

## 期刊出版营收增长 品种先升后降

5年间,全国期刊出版营业收入从2019年的199.76亿元,增至2023年的219.69亿元,增幅为9.98%,但低于2021年224.63亿元的最高值;利润总额从2019年的29.93亿元,升至30亿级阶,最高值为2021年的36.88亿元,2023年的34.48亿元,分别低于2021年和2022年。虽然营收和利润5年间增减不一,螺旋式发展,但2023年的实绩分别高于2019年。

与经济指标相比,期刊的出版指标显示:5年间网络阅读、移动阅读等对期刊出版的冲击更加严重,其面临态势更加严峻。自2015年期刊出版品种突破万种大关后,曾一度几年递增,2019年达10171种(见图10),2020年更是达到最高值10192种,而后品种连续两年下降,2023年虽然有所回升,但其10157种,仍低于2019年。期刊出版的另一重要指标——总印数5年间更是持续递减,从2019年的21.89亿册,一路跌至2023年的18.51亿册,降幅为15.44%。

图10 2019~2023年全国期刊出版



不过期刊数字化产品对纸质期刊出版是一个弥补,5年间互联网期刊的营业收入从2019年的23.08亿元持续递增至2023年的34.89亿元。

## 报纸出版利润增3成 品种总印数双降

5年间,全国报纸出版也经历了曲折的发展历程,营业收入从2019年的576.10亿元,先降后升,2021年达到最高值579.19亿元,而后连续两年递减,2023年为555.15亿元,较2019年下降3.64%。利润总额走势优于营业收入走势,从2019年的38.17亿元,升至2023年的52.02亿元,增长36.29%,其间2021年还曾达到69.78亿元的最高值。

屏读对纸读的冲击,报纸作为短媒首当其冲,且日渐加剧。如果说5年间期刊出版还出现过品种回升的“柳暗花明”,那么报纸出版5年间却是分别延续了品种自2011年起,总印数自2014年起的持续递减(见图11),2023年的品种1669种,总印数261.00亿份,分别比2019年降低9.83%和17.82%。

报纸的数字化产品发展态势也不乐观,5年间数字报纸的营业收入从2019年的8亿元递减至2023年的6亿元。报纸出版独具的新闻、出版双重属性,决定了其特殊的生存价值。作为新闻出版业体量第四的产业类别,报纸出版应当在内容建设和数字化融合方面实现新建树。

(下转第3版)