

# EL MERCADO EDITORIAL EN CHINA

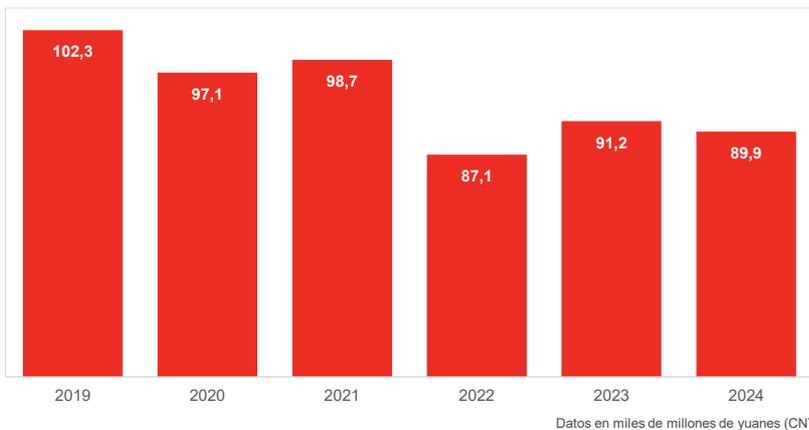
2025

## Definición del sector

Capítulo TARIC	<b>49</b> Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos	<b>Sector ICEX 30402</b> Productos editoriales	
Partidas principales	<b>4901</b> Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas	<b>4902</b> Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad	<b>4903</b> Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear

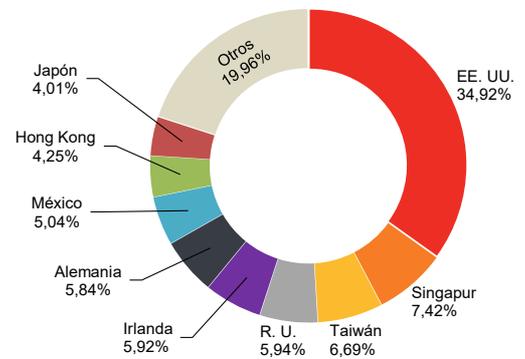
## Tamaño del mercado

### Ventas minoristas brutas (excluyendo libros de texto)

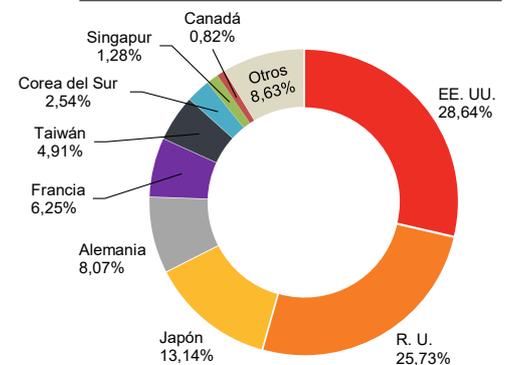


- En 2024, el mercado editorial chino alcanzó los 89,9 mil millones de CNY, equivalente a unos **11 miles de millones de EUR**. Ello supone un **descenso interanual del 1,52 %**.
- Ello supone una **brecha del 12,2 %** respecto al pico histórico prepandemia, registrado en 2019.
- La **balanza comercial** del sector editorial chino se inclina claramente hacia las **exportaciones**. Sin embargo, el **precio medio** de los libros importados es mayor (20,17 frente a 12,87 USD).
- Las importaciones de bienes no son del todo representativas en este sector, ya que tanto la **compraventa de derechos editoriales** como la **impresión en destino** son muy relevantes.
- Los canales **online** dominan el mercado minorista con un **85 % de cuota**. El **e-commerce de contenido** (redes sociales con integración de compras) está en tendencia ascendente.

### Importaciones chinas (HS 49, 2024)



### Compraventa de derechos (2023)



## Grupos editoriales más destacados

- Phoenix Publishing and Media Group** (凤凰出版传媒集团). En 2024, ingresos totales de 1.660 millones de EUR (-0,29 % interanual). Más de 80 millones de usuarios en sus plataformas **online** y más de 1.400 librerías físicas.



- China South Publishing and Media** (中南出版传媒集团). En 2024, ingresos totales de 1.623 millones de EUR (-1,94 % interanual). Destaca su filial Hunan Juvenile and Children's Publishing House.



- China Publishing Group** (中国出版集团). En 2024, ingresos totales de 745 millones de EUR (-2,84 % interanual). Destacan sus filiales Xinhua y China National Publications Import & Export Group.



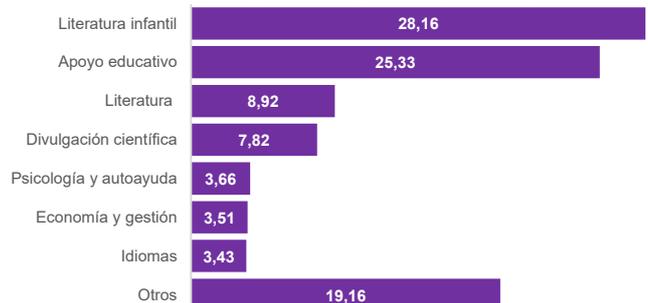
- China Science Publishing** (中国科技出版). En 2024, ingresos totales de 366 millones de EUR. Se especializa en obra académica y técnico-científica.



## Demanda

- En adultos, el promedio de **libros leídos** en 2024 fue de **4,79** (formato físico) y **3,52** (en línea).
- Los adultos prefieren el **libro impreso** a los formatos electrónicos, pero los más jóvenes prefieren el **teléfono móvil**.
- 1.108 millones** de personas tienen acceso a **Internet** en China.
- El **51,9 %** de usuarios de Internet consumieron **literatura web** en 2024.
- Para 2035, se espera una disminución de la población **infantil-juvenil**.

## Cuota de mercado por categorías (2024%)



# EL MERCADO EDITORIAL EN CHINA

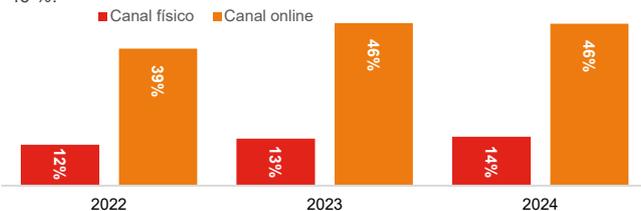
2025

## Principales canales de distribución

<b>Tradicional físico</b>	Tiene un 15 % de cuota. La proporción de ventas del comercio electrónico y las librerías físicas es de <b>6 a 1</b> . En proceso de adaptación.
<b>Electrónico directo</b>	Plataformas <i>online</i> controladas por editoriales o distribuidores. Suelen estimular la conversión a partir de <b>tráfico privado</b> en WeChat.
<b>Electrónico con intermediarios o híbrido</b>	<i>Marketplaces</i> controlados por grandes empresas dominan el mercado (41 %). Destacan <b>JD, Taobao, Dangdang</b> y Pinduoduo.
<b>Electrónico de contenido</b>	Con un 30 % de cuota, es el canal que más crece. Algunos ejemplos son <b>Douyin</b> (TikTok chino) y <b>Little Red Book</b> (Xiao Hong Shu).

## Precios

En mayo de 2025, la media de precios de los diez títulos más vendidos por categoría fue de 9,63 EUR en ficción, 6,30 EUR en no ficción y 6,42 EUR en infantil. Los **descuentos agresivos** están redefiniendo el mercado editorial, sobre todo *online*. El promedio de descuentos en línea en 2024 ascendió al 46 %.



## Perspectivas del sector

- Los principales **competidores** de las editoriales españolas son estadounidenses, británicos, japoneses, alemanes y franceses.
- Diversos ministerios públicos, universidades, editoriales y asociaciones trabajan conjuntamente para formar **capital humano**.
- La **inteligencia artificial** es un fenómeno que alcanza no solo las temáticas, sino la escritura, la ilustración, la corrección...
- Existen tendencias como la venta de **libros con desperfectos** que, aunque ofrecen poca rentabilidad, sirven para atraer tráfico.
- La **piratería** es un problema extendido en el mercado chino, sobre todo en los canales *online*. Los mecanismos preventivos son aún escasos.
- La evolución del **ecosistema de plataformas** chino puede afectar en buena medida al futuro del sector editorial en el país.

## Información práctica

Ferias principales	Instituciones y asociaciones	Prensa y agencias especializadas
Beijing International Book Fair <a href="https://www.bibf.net/">https://www.bibf.net/</a>	National Press and Publication Administration <a href="https://www.nppa.gov.cn/">https://www.nppa.gov.cn/</a>	OpenBook <a href="https://www.openbook.com.cn/EN/">https://www.openbook.com.cn/EN/</a>
Shanghai International Children's Book Fair <a href="https://www.ccbookfair.com/en/">https://www.ccbookfair.com/en/</a>	The Publishers Association of China <a href="https://pac.org.cn/">https://pac.org.cn/</a>	China Publishers <a href="https://www.epuber.com/">https://www.epuber.com/</a>
	National Copyright Administration <a href="https://en.ncac.gov.cn/">https://en.ncac.gov.cn/</a>	Modern Publishing <a href="http://www.xdcbzjbj.cn/">http://www.xdcbzjbj.cn/</a>

**Más info** [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

## Marcas editoriales destacadas



## Acceso al mercado

### Normativa

- Lista Negativa de Inversiones Extranjeras (市场准入负面清单).
- Reglamento de Gestión de Publicaciones (出版管理条例).
- Regl. de Gestión del Mercado de Publicaciones (出版物市场管理规定).
- Regl. de Servicios de Publicación en Internet (网络出版服务管理规定).
- Ley de Derechos de Autor (中华人民共和国著作权法).

### Barreras

- Barreras **regulatorias** y de **censura**: control de contenidos.
- Barreras **logísticas** y de **distribución**: necesidad de socio local y pérdida de control en favor de las plataformas *online*.
- Barreras de **propiedad intelectual**: las copias ilícitas son comunes.
- Barreras **proteccionistas**: las autoridades incentivan la producción de títulos nacionales, a lo que se suma la incertidumbre geopolítica.

## Oportunidades

- La **literatura infantil** seguirá suponiendo una gran parte del mercado.
- Continuará el interés por la **divulgación científica** y de nuevas tecnologías, tanto para adultos como para niños.
- El formato **cómic** (o la adición de ilustraciones) es bien recibido por los consumidores, incluso en temáticas que no acostumbra a la local.
- El **feminismo** goza cada vez de mejor acogida. Tanto títulos extranjeros como otros nacionales, o incluso clásicos, sobresalieron en 2024.
- La temática de **crianza y vida cotidiana** ofrece oportunidades. Los consumidores se interesan por visiones alternativas a la local.
- La **cultura tradicional china** vuelve a estar de moda. Además, esta ola podría extenderse hacia el interés por culturas foráneas.
- La **gamificación** (a través de ediciones interactivas, juegos digitales o interfaces IA) está cada vez más presente.
- Las **ediciones especiales**, así como los productos no editoriales en general, pueden ser un instrumento para atraer nuevo público.

### Realización

Miguel Pérez Ortiz

27 de junio de 2025  
Pekín

### Supervisión

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Pekín

<http://china.oficinascomerciales.es>

### Editado

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global  
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)  
[www.icex.es](http://www.icex.es)