



商报·东方数据

版权所有，未经书面许可，任何单位  
或个人不得公开发布或向第三方传播。

# 中国图书市场专题分析

(20081202)

中国图书商报社

<http://www.cbbr.com.cn>

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

# 大众读史正当时

——2008 年历史地理类图书市场分析

责任编辑 郑佳

【数据说明】本专题所引用数据除特别说明外均来自东方出版交易中心“中国出版物流通监测系统”，所有数据均为系统内全国范围的数据。（本专题数据截至 2008 年 12 月 28 日）

【版权声明】所有文章仅供用户参考，研究所用，其版权为上海东方出版交易中心所有，如须转载、引用或用在其他用途，请先与我公司联系，获得书面许可。联系电话：400-8855-122。

伴随着近年来学术大众化的热潮，历史地理类图书一路走红，市场表现均可圈可点。无论是资深学者的讲演笔录，还是草根网友的网文连载，面向大众的读史作品总能吸引足够的人气。百家讲坛系列更是凭借品牌优势，年年推陈出新。伴随社会热点，各类人物传记竞相推出，你方唱罢我登场，陆续占领市场。只有地理类读物蓄势待发，缺乏人气图书及品牌支撑。为此，商报·东方数据将历史地理类图书作为图书市场的重要类别予以关注。值此新年之际，对 2008 年历史地理类图书市场进行一番探究和分析，探讨其现状和走势，为 2009 年的市场提前预热。

## 一 成长性和成长趋势

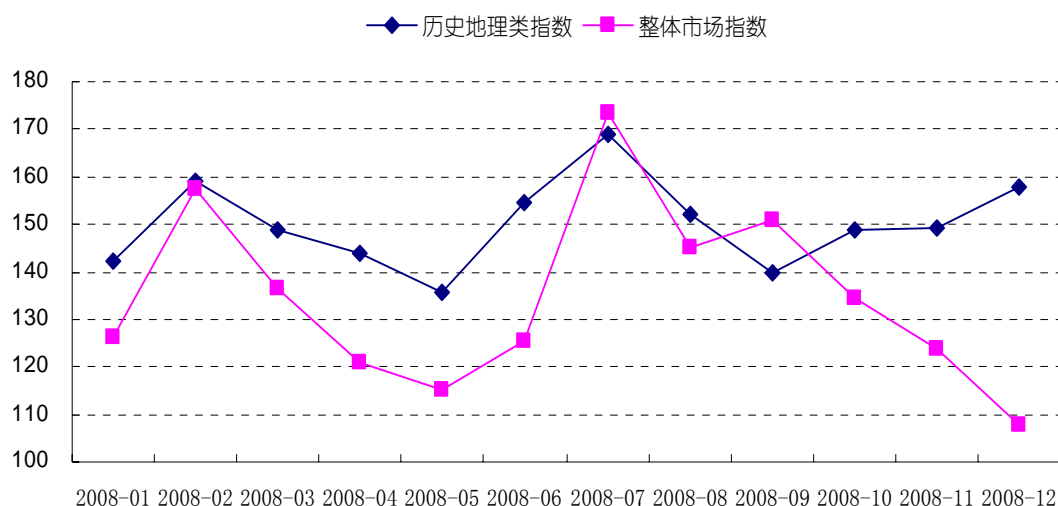


图 1 2008 年历史地理类图书零售指数走势图

2008 年度历史地理零售指数走势如图 1 所示，峰值出现在 7 月，为 169.1，其次是 2 月，这与整体市场学汛的高峰基本一致；5 月和 9 月则是历史地理类的销售淡季。整体上，各月的指数较为平稳，没有出现大幅波动。历史地理类图书整体表现优于整体市场指数，仅有 7 月和 9 月的表现逊于整体市场；第四季度整体市场指数一路跳水，历史地理类指数却逆势

上扬。较之前两年的表现，2008年前三季度历史地理类指数整体呈现明显的同比增长态势，仅在10、11月受整体市场指数下滑拖累，较去年同期有所下降。相对其他时效性和周期性较强的图书类别，历史地理类图书本身具有“畅销”特性。

## 二 市场地位和规模

2008年历史地理类图书的码洋份额为3.47%，在所有营销大类中排在第10位；动销品种24990种，品种份额为3.70%，位列第11位。纵向比较2006年-2008年历史地理类图书的市场地位（图2），码洋份额排名从2006年的第12位逐年上升至2008年的第10位；品种份额排名维持在第11位不变；单品贡献率则从2006年的0.80上升至2008年的0.94，呈现加速上升趋势。

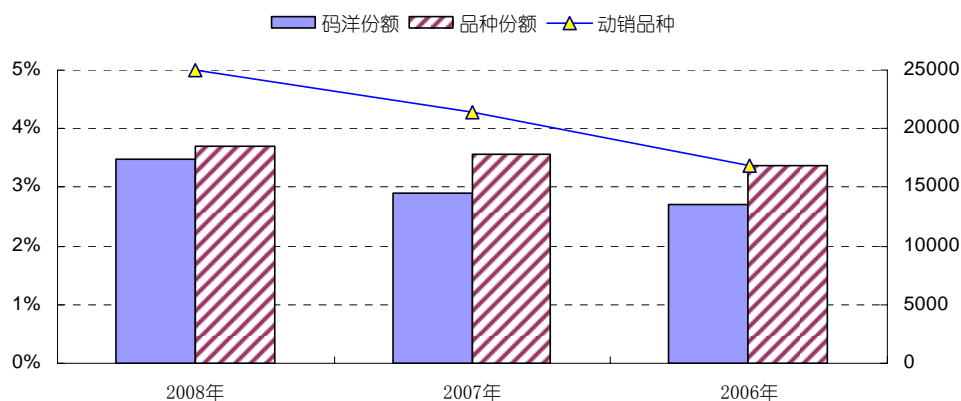


图2 2006-2008年历史地理类图书码洋份额和品种份额变化

## 三 零售结构分析

### 1 出版年份结构

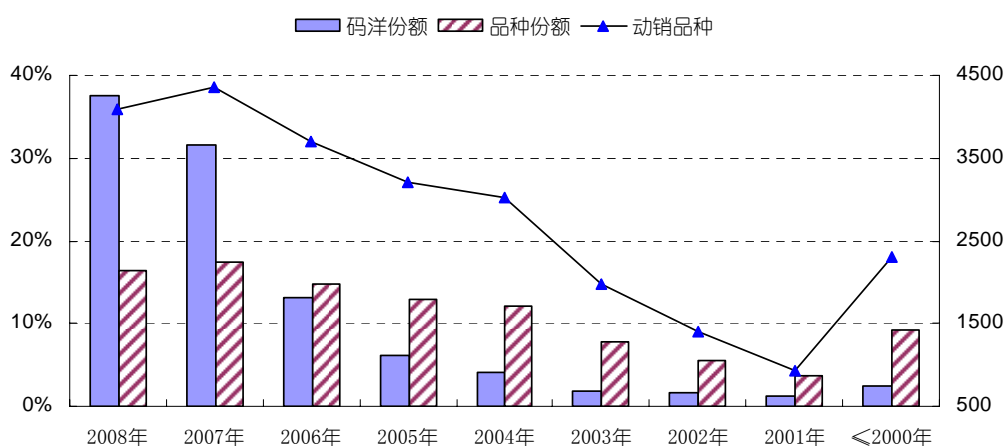


图3 2006-2008年历史地理类图书出版年份结构示意图

2008年历史地理类图书出版年份结构如图3所示。2008年出版的新书码洋份额最高，为37.58%，高出同期整体市场新书32.32%的码洋份额5.26个百分点；其次是2007年出版

的图书，码洋份额为 31.57%；随着年代推移，码洋份额逐年下滑。品种份额最高的年份则是 2007 年，为 17.43%；2008 年新书紧随其后，品种份额为 16.34%，略低于同期整体市场新书 17.17% 的品种份额。2008 年出版的历史地理类新书相对更受市场欢迎。

## 2 价格区间和均价

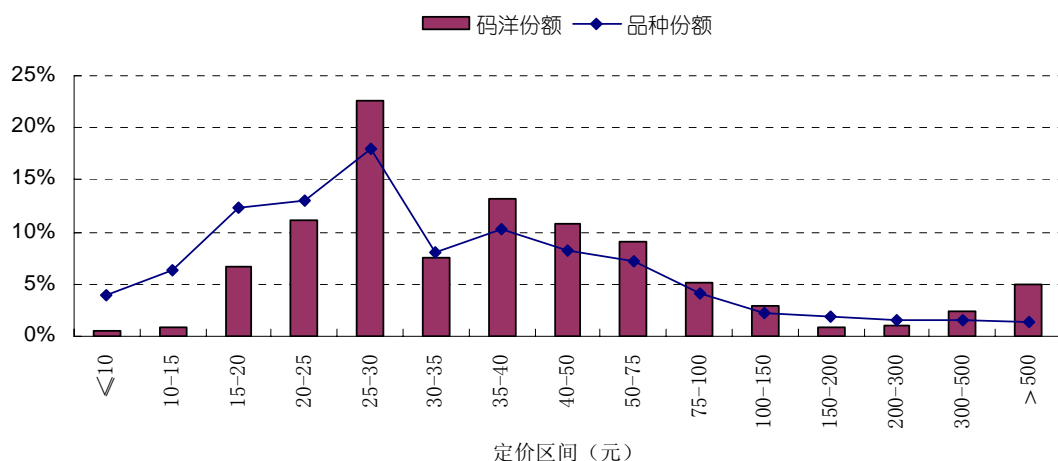


图 4 2008 年历史地理类图书的定价区间结构示意图

2008 年，历史地理类图书的平均价格为 35.77 元，高于同期整体市场 21.75 元的均价水平。相对整体图书市场，中-高价图书码洋份额明显偏高。不同价格区间内历史地理类图书的码洋份额和品种份额分布如图 4 所示。码洋份额以 25-30 元区间最高，码洋份额为 22.52%，其次是 35-40 元区间和 20-25 元区间，码洋份额分别为 13.26% 和 11.21%。品种份额的最高值也出现在 25-30 元区间，20-25 元区间次之。表 1 列出了不同价位的代表图书，最畅销的历史地理类图书，尤其是系列作品的定价依然处于中低水平，出版社在制定价格时应该考虑到大众读者的购买力。凭借高品质的畅销书争夺榜单前列的位置，作为市场占有率的保障，这一策略尤其重要。

表一 不同价位的历史地理类代表图书列表

价格区间	代表图书
¥20-¥25	《明朝那些事儿》系列 1-4, 《王立群读〈史记〉之项羽》, 《墨迹》, 《假如给我三天光明:海伦·凯勒自传 全译本(平)》
¥25-¥30	《明朝那些事儿》系列 5-6, 《蒙曼说唐-武则天》, “德川家康”系列 1-9, 《21 岁当总裁》, 《我用一生去寻找:潘石屹的人生哲学(长城版)》, 《朗朗-千里之行:我的故事》, 《帝国的终结-中国古代政治制度批判》, “流血的仕途-李斯与秦帝国”系列
¥35-¥40	《玄奘西游记(上下)》, 《不可不知的 2000 个历史常识/经典珍藏》, 《俞敏洪创业人生(附盘)》, 《杰克·韦尔奇自传》, 《这里是北京 III》

## 四 新书零售分析

2008 年，历史地理类共出版 6369 种新书，较 2007 年 5683 种增加 12.07%。动销新书

4083种,相对2007年3759种上升8.62%。新书动销率则从2007年的66.14%下跌至64.11%,同比下降2.04个百分点。而同期整体新书市场动销率为73.04%,较去年增加5.46个百分点。可见,历史地理类新书动销率连续两年低于整体市场水平,并有进一步降低的趋势。历史地理类新书码洋份额为4.03%,相对2007年3.25%大幅上升24.00%;在21类新书大类中位列第9,排名同比上升2位。品种份额为3.52%,同比增加0.15个百分点;在21类新书大类中位列第13,排名同比上升1位。

新书市场地位表现与新书动销率的下降趋势并不矛盾。历史地理类图书市场因为大众的关注而催热,出版社竞相推出新品以抢占先机。但品种数量的优势并不能决定市场地位,与其投入大量的资源制造粗劣的产品,不如在图书的内在质量上下功夫,以期在吸引读者眼球的同时获得市场的肯定。

## 五 出版社竞争分析

2008年,全国730家出版机构中,共有533家参与了历史地理类图书市场的竞争,其中码洋份额超过0.1%的出版机构共162家,比例为30.39%。表2跟踪对比了近三年来历史地理类图书的集中度。市场占有率排名前10的出版社码洋份额之和为31.13%,品种份额之和为12.13%。由于历史地理类图书涵盖范围较广,而进入的门槛较低,因此涉足历史地理类的出版社也较多,总体上呈现群雄林立、多家竞争的格局。相对其他专业性更强的图书类别,历史地理类图书市场份额向少数出版社集中的程度依然较低。凭借精心策划的热销图书,大幅提升市场份额和排名的出版社也不乏先例。对于新进入本类市场的出版社来说,前景依然十分广阔。

表二 2008年历史地理类出版社集中度情况表

年度	CR10	CR20	CR50	涉足出版社数量
2006年	28.81%	42.36%	64.10%	533
2007年	28.70%	41.91%	64.87%	530
2008年	28.81%	44.22%	64.10%	526

## 六 榜单热点分析

细观历史地理类图书2008年度TOP20畅销榜(表3),大众读史和名人传记两类读物对分天下,尤其是系列图书整体表现优异。当年明月的《明朝那些事儿》系列横扫TOP5,并且从4月开始直到10月,创下了系列图书垄断榜单前五位长达7个月之久的记录。作为畅销经典的百家讲坛系列,蒙曼、王立群和易中天三位作者的四本图书在榜,去年热销的图书风头大减,2008年出版的新品取而代之,呈现明显的更替态势。名人传记类,首推山冈庄八的“德川家康”系列,全套13本共有4本登榜;该类畅销新书纷纷把目光集中在在

与当前国际形势有关的财经人物上, 新任美国总统巴拉克·奥巴马的自传也有良好表现。

整体上, 2008 年历史地理类图书销量呈现大幅增长, 全年新书更有 10 本登榜, 新书比例超过去年同期。

表三 2008 年历史地理类图书排行 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	版别	年份	册数	万元率
1	978-750572246-0	《明朝那些事儿·朱元璋卷》	24.80	中国友谊	2006	55100	4.32
2	978-750572418-1	《明朝那些事儿 5》	28.80	中国友谊	2008	53727	4.89
3	978-750572378-8	《明朝那些事儿 4》	24.80	中国友谊	2007	43220	3.39
4	978-750572285-9	《明朝那些事儿 2》	24.80	中国友谊	2006	43124	3.38
5	978-750572326-9	《明朝那些事儿 3》	24.80	中国友谊	2007	40315	3.16
6	978-756337080-1	《蒙曼说唐-武则天》	29.00	广西师大	2008	25181	2.31
7	978-753669372-2	《王立群读<史记>之项羽》	25.00	重庆	2008	22776	1.80
8	978-754423815-1	《德川家康 1: 乱世孤主》	26.00	南海	2007	18776	1.54
9	978-753543423-4	《墨迹》	22.00	长江文艺	2007	18299	1.27
10	978-750751235-9	《假如给我三天光明: 海伦·凯勒自传 全译本(平)》	21.80	华文	2002	15594	1.07
11	978-754423816-8	《德川家康 2: 崛起三河》	26.00	南海	2007	14863	1.22
12	978-750368690-0	《巴拉克·奥巴马: 无畏的希望-重申美国梦》	42.00	法律	2008	13712	1.82
13	978-750603147-9	《21 岁当总裁》	28.00	人民	2008	13136	1.16
14	978-753992838-8	《我用一生去寻找: 潘石屹的人生哲学(长城版)》	28.00	江苏文艺	2008	12740	1.13
15	978-756337475-5	《朗朗-千里之行: 我的故事》	29.00	广西师大	2008	12557	1.15
16	978-754423817-5	《德川家康 3: 天下布武》	26.00	南海	2008	12450	1.02
17	978-730905788-1	《帝国的终结-中国古代政治制度批判》	28.00	复旦大学	2007	11572	1.02
18	978-750861071-9	《流血的仕途(终结版)-李斯与秦帝国》	29.80	中信	2008	11296	1.06
19	978-754423818-2	《德川家康 4: 兵变本能寺》	26.00	南海	2008	11120	0.91
20	978-753543453-1	《王立群读<史记>之汉武帝》	26.00	长江文艺	2007	10700	0.88

## 七 东方观点

1 历史地理类图书成长性良好, 月度波动较小, 整体表现优于整体市场。尤其是自 2008 年 10 月开始, 整体图书市场出现颓势, 指数一路跳水, 但历史地理类图书指数却逆势上扬。这与本类图书关注过去甚于关注现在, 时效性和周期性相对淡薄的特点有关。

2 历史地理类图书均价较整体市场为高, 出版社定价策略考虑到大众读者的购买力, 最畅销的图书价位依然处于中低水平。

3 虽然畅销榜单最前列的竞争有加剧的趋势, 但历史地理类市场份额集中度依然较低, 并未出现几家大社争强的格局, 竞争态势明显。对于新进入市场的出版社, 这是一个可以凭借精心策划的热销图书一举获得市场优势的机会。

4 无论是市场份额还是单品贡献率, 新近出版的历史地理类图书表现更为突出, 单品种的码洋制造能力不容忽视。可以说, 历史地理类图书的市场地位在较大程度上由新书支撑。由于读者的关注, 加之较低的门槛限制, 众多参与竞争的出版社纷纷推出大量新品充

斥市场，但未能动销的新书比例超过平均水平，其中获得市场认可的精品图书比例不大。出版社依然要靠图书的内在品质取胜，而不是依靠品种优势占据市场先机。

5 面向大众的通俗读物始终是历史地理类畅销榜的主流。2008 年度全年榜单中，以《明朝那些事儿》系列、百家讲坛系列和《德川家康》系列为代表的大众读史和名人传记尽显优势。