



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 (11012502)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

# 教育优先 同比趋暖

——2010年文化教育类图书市场概况

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。

**【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。

文化教育类凭借庞大的读者数量和旺盛的刚性需求，长期坐稳图书市场的头把交椅。本文将简要回顾2010年的文化教育类图书市场走势及同比变化。

## 一 市场规模和成长性

### 1 指数：寒暑假和秋季开学月份指数最高，9-11月指数同比上升

2010年文化教育类指数较高的月份依次是2月（165.1）、7月（164.3）和9月（161.9），分别与寒假、暑假和秋季开学的销售旺季对应。平均指数为101.6点；同比下跌3.9点，与整体市场相同；这一数值明显低于去年同期文化教育类13.9点的同比跌幅，跌势趋缓。9月、11月、3月和10月分别同比上升18.8、12.9、8.9和6.2点，增幅全数高于整体市场。2009年以来文化教育类的跌势正在减弱，9-11月明显的同比增幅可能是市场回暖的信号。

### 2 市场规模：码洋份额凸显压倒性优势，单品贡献率上扬

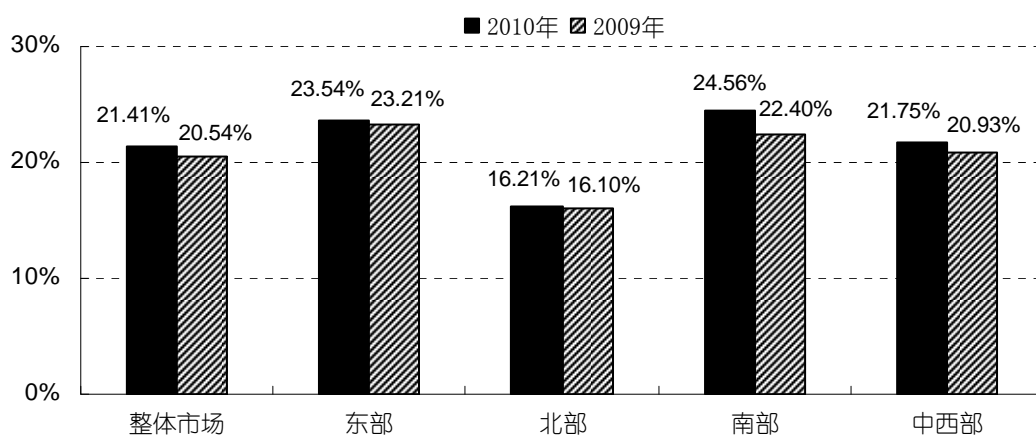


图1 整体及区域市场文化教育类码洋份额

2010年文化教育类码洋份额为21.41%，同比上升0.87个百分点；与文学类的差距扩大到9.59个百分点，尽占压倒性优势。动销品种数为128967种，同比减少2.56%；品种份额为17.33%，同比下降0.92个百分点；单品贡献率为1.24，同比增幅为9.73%。动销品种数缩水的同时，码洋份额和单品贡献率再创新高。南部区域市场的码洋份额为24.56%，超过

东部市场跃居首位；同比上升 2.16 个百分点，位列区域市场增幅之首（图 1）。

## 二 市场结构

### 1 定价结构：20-25 元区间同比增幅最大，低于 20 元区间跌势明显

2010 年文化教育类图书均价为 16.19 元，明显低于整体市场均价较去年同期上升 4.05%，这一增幅远高于同期整体市场均价 1.57% 的增幅。15-20 元区间集中了 28.42% 的码洋份额，同比下跌 0.11 个百分点，优势减弱；其次是 10-15 元和低于 10 元的区间，码洋份额分别为 17.42% 和 14.73%，同比跌幅分别为 2.20 和 1.94 个百分点，在所有区间中跌幅最大。低于 20 元的区间码洋份额全数同比下跌；20-100 元的各区间则同比上升，增幅最大的区间为 20-25 元，码洋份额为 14.22%，同比上升 2.91 个百分点。在整体市场均价上浮的背景下，文化教育类图书正逐渐告别低价。

### 2 新书和出版年份：当年新书供销两旺，2009 年版图书码洋份额跌幅最大

与整体市场图书去年版图书码洋份额最大，当年新书码洋份额次之的格局不同，文化教育类当年新书所占码洋份额最大，为 32.69%，同比上升 5.29 个百分点；去年版图书码洋份额为 30.47%，同比下跌 10.12 个百分点；前年版图书码洋份额为 19.93%，同比上升 4.69 个百分点。由于文化教育类以时效性和周期性强的中小学教辅为主，更新换代速度高于整体市场。

2010 年文化教育类新书出版和动销品种双双上升，同比增幅分别为 1.23% 和 3.49%。新书动销率高达 82.59%，同比上升 1.81 个百分点，高于同期整体市场 82.04% 的动销率和 0.24 个百分点的同比增幅，呈现供销两旺格局。

### 3 榜单和畅销统计：整体市场畅销榜中占比降低，TOP200 畅销书码洋份额同比下降

表 1 2010 年文化教育类畅销书 TOP5

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	万元率	年份	覆盖率%
1	978-750634504-0	《好妈妈胜过好老师：一个教育专家 16 年的孩子手记》	28.00	作家	100023	7.29	2009	63.4
2	978-750076498-4	《B 课标数学 6 下(配人教)口算心算速算》	4.80	中少总社	96565	1.21	2007	34.3
3	978-780754017-5	《高中数学/新课标基础知识掌中宝/公式定律及重点难点突破》	6.80	山东地图	88142	1.56	2007	37.6
4	978-750752167-2	《随身记(初中版). 地理》	5.00	华文	73048	0.95	2007	34.3
5	978-750076496-0	《小学数学口算心算速算天天练(三年级上)(新课标人教版)》	6.00	中少总社	71280	1.11	2010	24.7

文化教育类共有 49 本入围 2010 年畅销榜 TOP200，同比减少 4 本；作家版《好妈妈胜过好老师：一个教育专家 16 年的孩子手记》以超过 10 万册的监测销量位列整体市场第 25 位

(表 1)。畅销书 TOP500 码洋份额合计为 15.01%，同比上升 0.18 个百分点；各区间码洋份额及同比变化如图 2 所示。第 1-100 名和第 101-200 名的码洋份额分别同比下跌 0.62 和 0.20 个百分点；201-300 名和 300-500 名区间则同比上升 0.56 和 0.44 个百分点。最畅销的图书制造码洋的能力下滑，相应的，排名中等的图书具有更多机会。

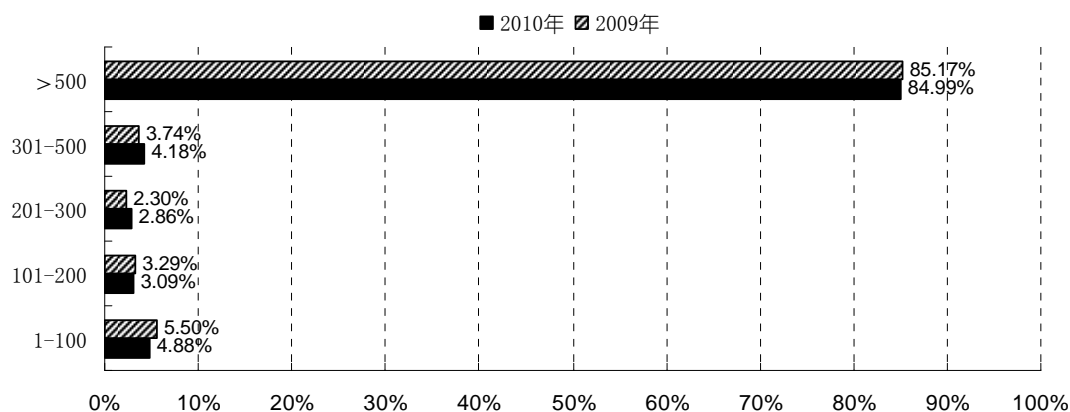


图 2 文化教育类畅销书码洋份额及同比变化

### 三 出版社分析：CR10 同比上升，陕西人教、北京教育和龙门书局位列三甲

2010 年文化教育类参与竞争和码洋份额高于 0.1% 的出版社分别有 660 家和 152 家，同比分别减少 1 家和 21 家。CR10 为 31.74%，同比上升 2.27 个百分点；南部区域市场 CR10 和同比增幅均为最大，CR10 为 39.74%，同比上升 3.41 个百分点（图 3）。出版社数量减少和集中度的上升，说明码洋份额向少数大社集中的趋势日趋明显。

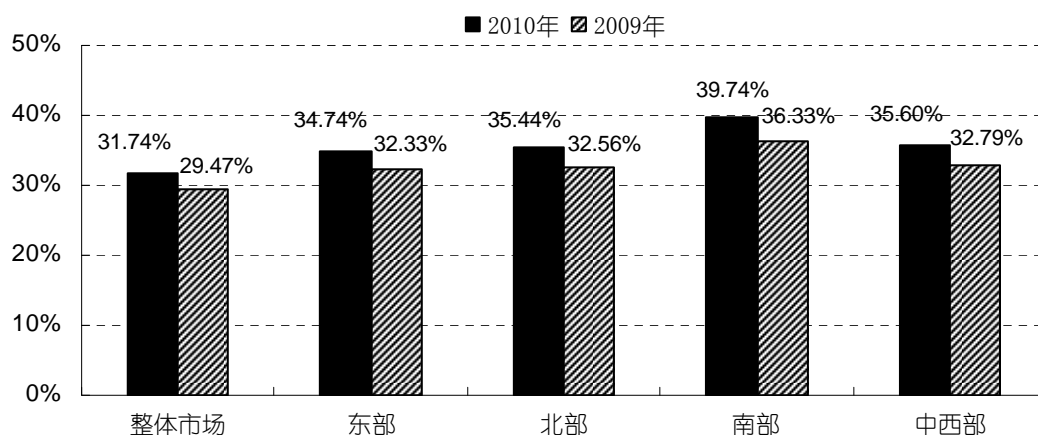


图 3 整体及区域市场文化教育类出版社 CR10

如表 2 所示，陕西人教以 5.51% 的码洋份额跃居榜首，同比上升 0.92 个百分点，单品贡献率高达 4.41；主打图书为中小学“教材全解”系列。北京教育和龙门书局分列亚军和季军：前者的码洋份额为 4.97%，同比上升 0.07 个百分点，动销品种超过四千种；后者码洋份额为 4.19%，同比上升 0.49 个百分点。此外，吉林教育码洋份额同比上升 1.75 个百分点，排名飙升 26 位，位列第 6；主打图书为“金牌夺冠”和“新教材全解”系列。

表 2 文化教育类出版社 TOP10

排名	2010 年				2009 年			
	版别	码洋份额%	动销品种	单品贡献率	版别	码洋份额%	动销品种	单品贡献率
-	合计	31.74	22494	1.82	合计	29.47	21171	1.84
1	陕西人教	5.51	1616	4.41	北京教育	4.90	4347	1.49
2	北京教育	4.97	4270	1.50	陕西人教	4.59	1612	3.76
3	龙门书局	4.19	2387	2.26	龙门书局	3.70	2273	2.15
4	首师大	3.86	931	5.36	首师大	3.16	867	4.79
5	华东师大	2.59	2498	1.34	华东师大	2.93	2334	1.66
6	吉林教育	2.54	1835	1.79	中少总社	2.64	2400	1.46
7	中少总社	2.51	2244	1.44	上海教育	2.12	2984	0.94
8	人民教育	1.95	3790	0.66	吉林人民	1.95	1749	1.48
9	吉林人民	1.90	1985	1.23	东北师大	1.84	1954	1.24
10	延边人民	1.72	938	2.36	延边人民	1.64	651	3.35

#### 四 东方视点

1 文化教育类的销售旺季与寒暑假和秋季开学月份对应;9-11 月指数呈现止跌回暖趋势。动销品种缩减的同时,码洋份额和单品贡献率明显上升。

2 与整体市场相比,文化教育类均价依然较低,但同比增幅较高;低价区间码洋份额优势减弱,20-25 元区间增幅明显。

3 当年新书供销两旺,新书动销率、新书占比及同比增幅均高于整体市场。

4 TOP200 畅销书表现不及去年同期,200-500 名畅销书码洋份额逆势上升。

5 出版社集中度明显上升,大社的市场优势地位得以稳固。南部区域市场表现活跃,码洋份额及同比增幅居首,CR10 和同比增幅也为最大。