



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 (20090302)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

手捧一册不求医

——2008年健康保健类图书市场纵览

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。

快节奏的生活方式，老龄化社会的来临，高昂的医药费用，正在改变着人们对健康的看法。习惯了现代都市生活的读者，在繁忙的工作之余，防患于未然的阅读大众健康相关的读物正在日益成为时尚。体现在图书市场上，便是健康保健类图书2008年异常火爆的表现：多位作者的多本畅销书风靡整体图书市场，《求医不如求己》更是一举跃居2008年度畅销书榜首。无论是码洋份额的统计数据，还是畅销榜单的上榜书目和名次，都体现了本类图书的市场地位。在此，笔者对2008年健康保健类图书市场做一番分析。

一 市场规模和成长性

2008年健康保健类图书占据整体图书市场2.15%的码洋份额；动销品种数为8038种，品种份额为1.18%；单品贡献率高达1.82。与去年同期相比，码洋份额同比飙升44.30%，动销品种数同比增长12.01%，品种份额略有下降，导致单品贡献率同比增幅高达45.60%。

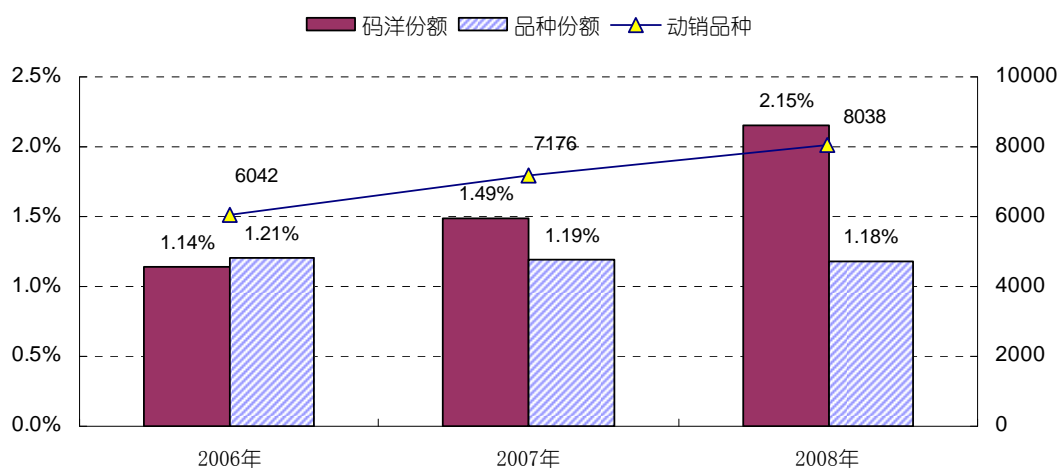


图1 2006-2008年健康保健类图书码洋份额和品种份额的变化

图1比较了最近三年来健康保健类图书的市场规模：码洋份额逐年上升，2006年-2008年依次为1.14%、1.49%和2.15%；动销品种数每年增加接近千种；品种份额连续两年小幅下降，从2006年的1.21%跌至2008年的1.18%；相应的，单品贡献率连续两年大幅增长，

2006 年仅为 0.94，2007 年增至 1.25，2008 年继续上升至 1.82。

二 市场结构分析

1 价格区间和均价

2008 年健康保健类图书的均价为 25.84 元，高出整体图书市场 21.78 元的均价 18.64%。近三年来，健康保健类图书的均价从 2006 年的 19.56 元升至 2007 年的 23.06 元，再升至 2008 年的 25.84 元，增幅分别为 17.89% 和 12.06%，而同期整体图书市场均价增幅分别为 1.99% 和 11.81%。可见，健康保健类图书不仅均价高于同期整体图书市场，而且增幅也高于整体图书市场。这与该类图书内容较为丰富，装帧品质较高，目标读者具有相当程度的购买力等因素都有关系。

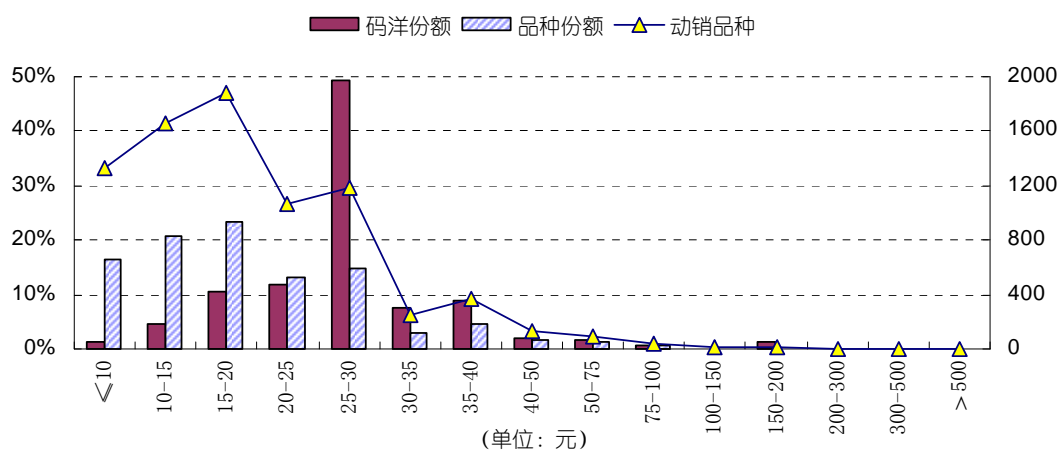


图 2 2008 年各价格区间内健康保健类图书的码洋份额和品种份额分布

图 2 示意健康保健类图书不同价格区间的市场份额分布。25-30 元的中等价位图书最受欢迎，占据了 49.23% 的码洋份额；其次是 20-25 元和 15-20 元的中低价位区间，三者合计集中了 71.62% 的码洋份额。品种份额的差异并不明显，15-20 元的低价区间动销品种数最大，其他价格区间的品种份额差距并不明显。出版社定价时依然优先考虑大众的购买力，从而制定相应的价格策略。而畅销榜上位列前茅的健康保健类图书不谋而合的选择了 29 元的定价，这从一个侧面暗示本类图书的市场价位可能趋于一致。

2 出版年份结构

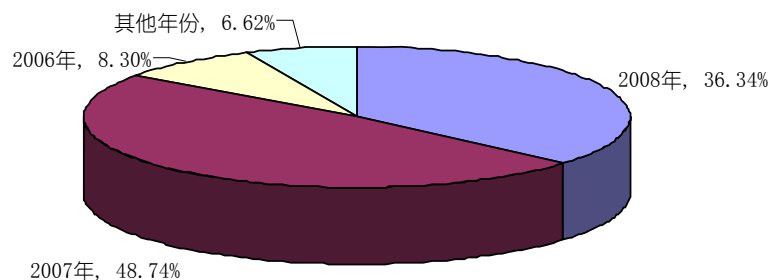


图 3 2008 年健康保健类图书的出版年份结构

2008年健康保健类图书的出版年份结构如图3所示,其中2007年版图书所占码洋份额最大,为48.74%,这一数值非常接近2007年版图书在2007年49.09%的码洋份额;2008年版图书码洋份额为36.34%,2006年版图书码洋份额为8.30%。2008年健康保健类图书市场的火爆得力于2007年版图书的跨年度畅销,2008年推出的新品的后市表现则有待市场检验。

三 新书市场表现

从出版和动销情况来看,2008年健康保健类新品出版1665种,同比上升3.06%,占全部出版新品数的1.01%。动销新品1257种,同比下降3.75%,占全部动销新品数的1.07%。新书动销率为75.50%,同比下跌6.76%,依然高出整体图书市场71.42%的动销率4.08个百分点。可见,健康保健类新书的认可度较高,新书的市场接受程度高于整体市场水平。

从占新书市场的码洋份额和占该类的比重来看,2008年健康保健类新书的码洋份额为2.40%,同比增加3.22%。新书码洋占该类图书总码洋的36.34%,而这一数值在2007年为49.09%,2006年为38.33%。由于2007年版图书的持续热销,2008年的新书所占比例较2007年有所回落。这也从一个侧面反映健康保健类图书的新书市场尚需进一步开拓。

从新书出版社竞争来看,2008年健康保健类新书市场中,江苏文艺、长江文艺和吉林科技三家出版社表现最为突出,码洋份额分别为16.20%、8.29%和6.77%,三者合计占据超过本类新书码洋份额的三成。

四 出版社竞争分析

2008年共有391家出版社参与了健康保健类图书市场竞争,其中码洋份额超过0.1%的出版社为109家,比例为27.88%。市场占有率排名前10的出版社码洋份额之和为47.44%,品种份额之和仅为14.63%。近三年来,涉足本类图书市场的出版社数量逐年增加,依次为342、381和391家,而码洋份额超过0.1%的出版社依次为121、128和109家。CR10则从2006年的38.01%,下降到2007年的34.41%,再飙升至2008年的47.44%。

表1 2008年健康保健类图书出版社码洋份额TOP10

排名	版别	码洋份额%	同期排名	动销品种	品种份额%	单品贡献率
-	合计	47.44	-	1176	14.63	3.24
1	江苏文艺	17.01	5	15	0.19	89.53
2	中医药	7.02	2	124	1.54	4.56
3	吉林科技	4.56	10	267	3.32	1.37
4	长江文艺	3.03	128	8	0.10	30.30
5	青岛	2.94	9	140	1.74	1.69
6	上海科技文献	2.88	1	257	3.20	0.90
7	花城	2.64	4	14	0.17	15.53
8	人民	2.53	8	20	0.25	10.12

排名	版别	码洋份额%	同期排名	动销品种	品种份额%	单品贡献率
9	轻工业	2.50	21	195	2.43	1.03
10	化学工业	2.33	26	136	1.69	1.38

由于健康保健类图书以大众普及为主，非专业的出版社进入本类图书市场的门槛较低，因而大量出版社加入健康保健类图书市场角逐。与其他高集中度的图书类别相比，健康保健类图书市场份额向少数出版社集中的程度并不显著。TOP10 出版社市场份额及同比变化如表 1 所示，表现最突出的出版社凭借畅销单品的突出表现，一举获得市场地位。江苏文艺出版社表现极为突出，排名上升 4 位，荣登榜首；占据 17.01% 的码洋份额，单品贡献率更是高达 89.53。该社以“国医健康绝学”为卖点，旗下汇集了中里巴人、马悦凌、萧言生和栾加芹等多位畅销书作者和多本畅销图书。中医药出版社以 7.02% 的码洋份额屈居亚军，排名与上期持平，同比增幅也超过六成。从榜单上看，该社几乎完全是凭借早期上市的《求医不如求己》的绝佳表现，稳坐码洋份额的第二把交椅。

五 畅销书榜单分析

2008 年健康保健类图书市场表现异常抢眼，本类图书共有 16 本进入整体图书市场 TOP200，较去年同期增加 10 本；其中有 6 本是 2008 年版的新书。分属中医药和江苏文艺出版社的两本中里巴人的《求医不如求己》分列畅销榜首位和第三位，监测销量双双超过 10 万册。马悦凌的《不生病的智慧》和曲黎敏的《从头到脚说健康》也跻身前十。

表 2 2008 年健康保健类畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	作者	版别	监测销量	年份	覆盖率%
1	978-780089208-0	《求医不如求己》	29.00	中里巴人	中医药	129815	2007	82.6
2	978-753992673-5	《求医不如求己 2/国医健康绝学系列七》	29.00	中里巴人	江苏文艺	107391	2007	78.7
3	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	马悦凌	江苏文艺	86272	2007	76.4
4	978-753543765-5	《从头到脚说健康》	29.00	曲黎敏	长江文艺	68698	2008	56.6
5	978-750602171-5	《人体经络使用手册》	29.00	萧言生	人民	54414	2007	80.2
6	978-780671821-6	《黄帝内经·养生智慧》	25.00	曲黎敏	鹭江	39237	2007	36.7
7	978-753992626-1	《特效穴位使用手册》	29.00	萧言生	江苏文艺	38549	2007	70.6
8	978-753992842-5	《不生病的智慧 2》	29.00	易医	江苏文艺	30874	2008	68.4
9	978-753992841-8	《温度决定生老病死》	29.00	马悦凌	江苏文艺	29553	2008	41.0
10	978-753604631-3	《人体使用手册(附 DVD 一张)》	32.00	吴清忠	花城	28477	2006	55.7
11	978-750011834-3	《曲黎敏养生十二说》	29.80	曲黎敏	对外翻译	27201	2008	44.8
12	978-753992589-9	《儿童经络使用手册》	28.00	萧言生	江苏文艺	25211	2007	53.7
13	978-753992911-8	《不生病的智慧 3》	29.00	栾加芹	江苏文艺	24020	2008	63.7
14	978-720305715-4	《李氏养生康复自助保健》	12.00	李振军	山西人民	23129	2007	27.7
15	978-753992988-0	《求医不如求己 3/国医健康绝学系列十》	32.00	中里巴人	江苏文艺	17128	2008	62.7
16	978-753604631-3	《人体使用手册》	29.00	吴清忠	花城	16678	2005	68.2

排名	书号	图书书名	定价	作者	版别	监测销量	年份	覆盖率%
17	978-753992625-4	《父母是孩子最好的医生》	28.00	马悦凌	江苏文艺	15767	2008	56.4
18	978-780671944-2	《黄帝内经·养生智慧II/山东教育电视台〈名家论坛〉书系》	25.00	曲黎敏	鹭江	15566	2008	39.7
19	978-703018853-3	《最好的医生是自己》	24.80	洪昭光	科学	12461	2007	60.3
20	978-720006675-3	《自我按摩治百病全书》	19.90	〈家庭书架〉编委会	北京	10587	2007	44.8

2008 年健康保健类畅销书 TOP20 榜单如表 2 所示。从出版年份来看,2007 年版和 2008 年版图书分别占据 10 个和 8 个席位,早期上市的图书风头依然强劲,而后起之秀也在迎头赶上。从版别来看,江苏文艺出版社表现异常突出,9 本登榜图书占据压倒性优势,其他出版社则凭借主打图书和作者品牌竞争榜单排名。从作者来看,品牌效应得到充分体现,多名作者更换出版社并未对畅销书系列的出版造成负面影响。同一作者同一系列图书,后续出版的图书对前期上市的图书具有明显带动作用:中里巴人三本《求医不如求己》中的前两本都称得上超级畅销书。马悦凌、曲黎敏、萧言生、栾加芹(易医)、吴清忠……不同作者的作品呈现激烈的竞争态势。考虑到这些图书的内容大多基于传统中医理论,而“国医健康绝学”等传统养生之道也并非统一的思想,而是呈现百家争鸣的局面。非专业的读者面对如此丰富多样的市场,大可以各取所需。

六 东方观点

1 健康保健类图书在 2008 年表现突出,在整体市场上占据一席之地。与去年同期相比,本类图书码洋份额和单品贡献率大幅增长,《求医不如求己》等多部超级畅销书在整体市场表现引人注目。

2 健康保健类图书的均价及增幅均较同期整体市场为高,但最畅销的价格区间依然处于中低价位。本类图书畅销榜上最前列的图书定价惊人的一致,说明此类图书的价格策略不同出版社存在共识。

3 2007 年版健康保健类图书余威未减,跨年度持续热销。相形之下,2008 年推出的新书的市场地位有待检验。与去年同期相比,2008 年新书的动销率有所下降,但是市场认可程度依然高于整体市场水平。

4 2008 年健康保健类图书市场集中度大幅增加。江苏文艺出版社异军突起,多位品牌作者和多本畅销图书领跑本类图书排行榜。

5 细观健康保健类图书年度畅销榜单:不同作者之间竞争激烈,读者也有更多的选择。作者的品牌效应得到充分体现,系列图书表现良好。出版社可以利用已有的作者品牌资源,进一步占领本类图书市场。