



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

(20090201)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

人人都来当大厨

——2008年饮食烹饪类图书市场一瞥

责任编辑 杜桂玲

【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。

“民以食为天”的古语传到今天，其意义已是大为不同，厨房、饭桌、美食，不再仅仅满足于让人们吃饱，更重要的，是让人吃得好，吃得健康，吃得开心。翻开饮食烹饪类图书，从中式家常主食、小炒菜、凉拌菜、汤羹粥煲，到西式点心、沙拉、浓汤、通心粉，五花八门，热火朝天。

一 饮食烹饪类图书的成长性

根据中国出版物流通监测系统数据显示，从2006年到2008年，饮食烹饪类图书码洋份额从1.26%到1.24%到1.28%，有升有降。市场规模方面，虽然动销品种处在逐渐上升的趋势，三年间从5200种上升到6458种，但品种份额却从1.04%下降到0.98%，再到2008年的0.95%。

从这一对比数据我们可以发现，饮食烹饪类图书的市场投入有逐渐放缓的趋势，而三个年度的单品贡献率从1.21到1.26再到1.34，表明饮食烹饪类图书的单品码洋制造能力在逐渐增强。

再来看新书市场，2006年饮食烹饪类动销新书为1015种，2007年为807种，2008年为812种，新书销售码洋占整体市场的份额分别为1.51%、1.31%、1.24%，也处在一个渐次下降的趋势中。

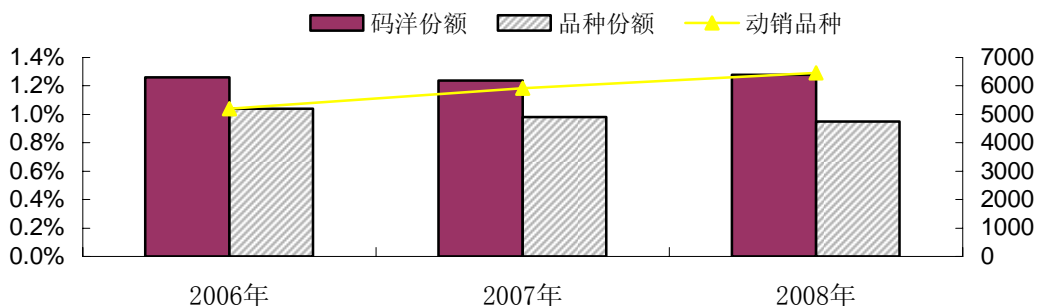


图1 饮食烹饪类图书近三年市场变化示意图

二 饮食烹饪类图书的格局分析

1 零售结构分析

2008年饮食烹饪类图书中，中国各类食谱以68.22%的码洋份额之绝对优势遥遥领先，其动销品种达到了3795种，较2007年增加了232种，其内容以家常菜谱为主，下分主食、炒菜、汤羹等细类。位列第二的品种为药膳营养，动销品种为952种，较2007年增加了80种，所谓药补不如食补，吃出健康才是福，随着人们生活从温饱型向营养型过渡，这一类别图书更值得关注。“外来的和尚”——异国食谱，仅占1.66%的码洋份额，以西式糕点、西餐、日本料理、韩国菜系为主。

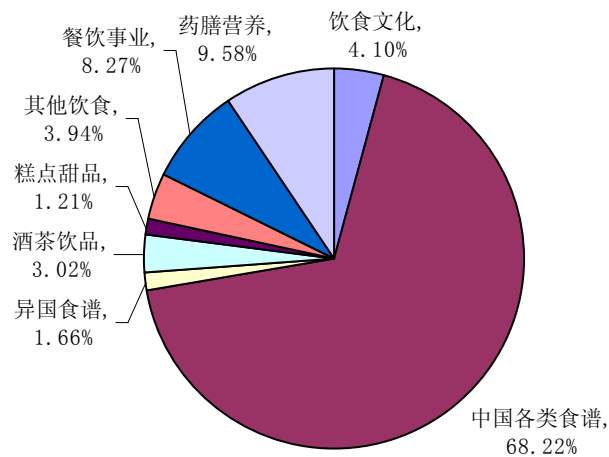


图2 2008年饮食烹饪类图书市场结构示意图

2 零售价格区间

图书定价有两个标准，一是适当偏高，印数较少，获得单位利润较高。二是薄利多销，能做大规模，利润总体不会太薄，有助于扩大市场份额。饮食烹饪类图书基本属于第二类。

2008年，饮食烹饪类图书的平均零售价格为21.04元，低于2008年整体图书市场的零售价格(21.69元)，较去年上涨了2.69元，上涨幅度较大。从定价区间来看，25-30元的价格区间占饮食烹饪类图书的码洋份额最大，为31.29%，其次为15-20元的区间，占据28.47%的分额。

饮食烹饪类图书大部分彩色印刷，用纸精良，“菜谱如果做出来图片效果不好，读者没有食欲，也不会购买，有时要不惜代价把书做漂亮”，这样精美的图书却以较低价格上市，无疑更具竞争力。

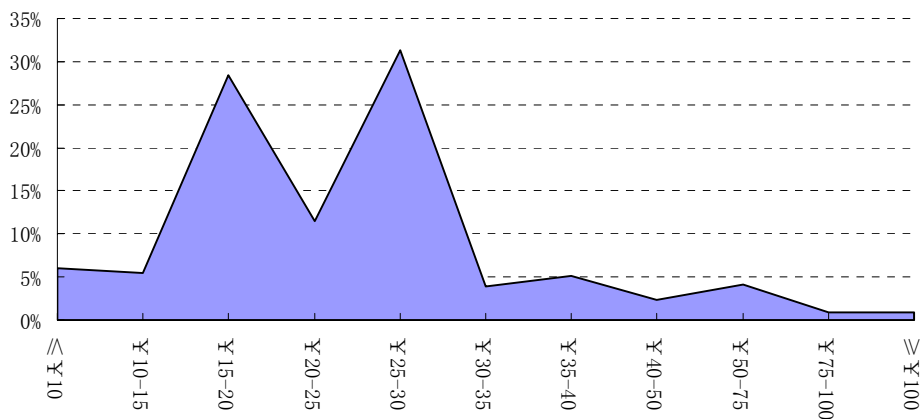


图3 2008年饮食烹饪类图书的定价区间示意图

2008年的饮食烹饪类图书市场，2007年出版的图书码洋份额最大，占据了41.77%，其次为2008年，占31.44%，两个年份加总共占据了73.21%的码洋份额。

而在动销品种方面，动销品种最多的年份为2006年，为1093种，其次为2005年，为1078种，第三名为2004年，为931种，而2007年、2008年则分别只有830种、812种。

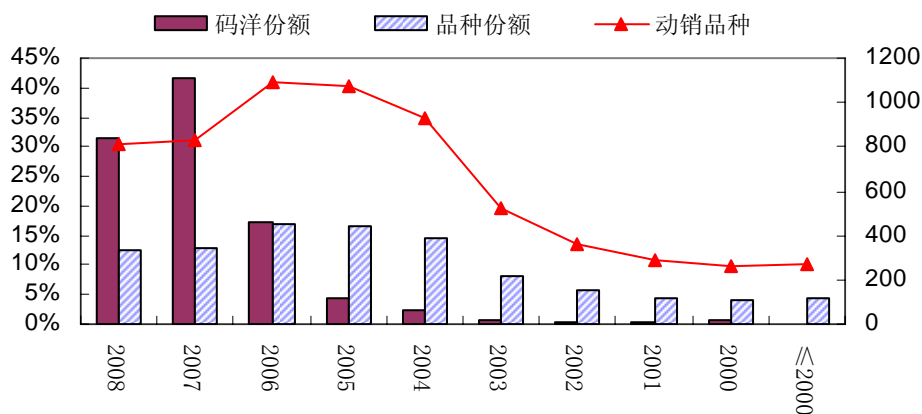


图4 2008年饮食烹饪类图书市场出版年份统计示意图

三 饮食烹饪类图书竞争分析

1 出版社竞争分析

2008年，共有318家出版社参与竞争，较2007年增加了19家，较2006年增加了50家。2008年的318家出版社中，只有17家出版社的码洋份额达到了1%，较2007年减少了两家，较2006年减少了8家。

本年度的前三甲出版社分别为：吉林科技出版社、青岛出版社和轻工业出版社。此三家出版社也是去年的前三甲，名次稍有变化。2008年，此三家出版社码洋份额占绝对优势，码洋份额之和占据整个饮食烹饪类图书市场的33.34%，较2007年上升了4.5个百分点，较2006年上升了9个百分点。

2008年Top10的码洋份额之和达到64.04%，较2007年上升了近6个百分点，较2006年上升了9.65个百分点。2008年Top50出版社的码洋份额为91.15%，较2007年上升了0.41个百分点，较2006年上升了1.39个百分点。

从以上一系列数字我们可以看出，饮食烹饪类图书市场的集中度呈迅速上升的趋势，强社垄断现象较为严重。

动销品种方面，2008年动销品种超过100的出版社有14个，以轻工业出版社为首，动销品种达到460个，金盾出版社和吉林科技出版社紧随其后，动销品种超过300种。

2008年TOP10出版社中增长较为显著的是化学工业出版社，从2007年的第24位飙升至本年度的第5位，码洋份额增长了4.51个百分点，该社2008年的主打品种为《经典家常菜500例(时尚美食馆)》和《大众家常菜1688例(附光盘)》，年监测销量分别为20409册和11124册。TOP10出版社的单品贡献率方面，南海出版社以5.48占据头名，该社的榜首书为《营养菜汤粥1580例》，年监测销量为9897册。

表1 2008年饮食烹饪类图书市场出版社码洋份额排行

排名	出版单位	码洋份额%	07年排名	动销品种	品种份额%	单品贡献率
1	吉林科技	12.28	2	321	4.97	2.47
2	青岛	10.62	3	240	3.72	2.85
3	轻工业	10.44	1	460	7.12	1.47
4	中国纺织	6.62	5	236	3.65	1.81
5	化学工业	5.42	24	82	1.27	4.27
6	广东经济	4.99	4	62	0.96	5.20
7	上海科普	4.44	6	129	2.00	2.22
8	辽宁科技	3.63	7	271	4.20	0.86
9	南海	3.07	9	36	0.56	5.48
10	重庆	2.53	12	113	1.75	1.45

2 同名图书竞争分析

饮食烹饪类图书的进入门槛较低，相对而言技术含量较低，加之读者群广大，故而容易出现同名同质图书的扎堆出版，甚至是跟风仿制现象的风行。饮食烹饪类图书的书名中，最耀眼的一个字眼无疑为“家常”，一个“家常”，似乎立刻拉近了图书与读者的距离。从内容上来分，有炒菜、面食、煲汤、羹粥、泡菜等等；从功能上来分，有营养、健脑、健胃、开胃等等；从读者对象上划分，有分别针对女性、中老年人、儿童、病患者、孕产妇等等；从菜系上划分，有北方菜、鲁菜、川菜、重庆菜、湘菜、韩式等等。可以说，以“家常”为圆心，向四面八方充分辐射，多姿多彩，多种多样。

但是，越是扎堆，越是同名，市场竞争越是激烈，越能分出个高低上下。在中国出版物

流通监测系统中，我们监测到 2006 年到 2008 年出版的含有“家常”字样的饮食烹饪类图书共有 667 种，涉及出版社 69 家，累计监测销量超过五万册的有三种，分别为《新编家常菜谱》、《家常菜精选 1288 例》、《家常精选(升级版)》，累计监测销量超万册的有 20 种，累计监测销量不足 1000 册的为 409 种，累计监测销量不足 100 册的有 237 种，其中有 194 种未实现动销。让我们继续把范围缩小，书名中含有“家常菜”的图书共监测到 277 种，涉及出版社 49 家，其中未监测到动销的图书有 75 种。

同样的选题，同样的书名，由不同出版者推出，也许并不是坏事，所谓“大浪淘沙，方显英雄本色”，但是，如何同中有异，同中求精，同中见高招，却是个需要好好动动脑筋的事儿。

表 2 “家常”同名图书累计监测销量统计列表

排名	书名	定价	版别	出版年份	累计监测销量
1	《新编家常菜谱》	19.90	青岛	2007	77082
2	《家常菜精选 1288 例》	29.80	轻工业	2006	62944
3	《家常精选(升级版)》	5.00	广东经济	2006	57211
4	《家常便饭》	5.00	广东经济	2006	39248
5	《最爱吃的 100 样(1)/最爱吃的 100 道营养家常菜》	5.00	北京	2007	25888
6	《精编家常菜》	18.80	吉林科技	2007	23568
7	《家常菜精选 1288 例 2:创意版(世界知名中餐烹饪大师傅培梅倾情奉献)/现代人》	29.80	轻工业	2008	23161
8	《经典家常菜 500 例(时尚美食馆)》	19.90	化学工业	2007	22870
9	《家常菜典(彩色特惠版)》	26.80	青岛	2006	21338
10	《家常保健菜典(彩色特惠版)》	26.80	青岛	2006	20633

四 饮食烹饪类畅销榜分析

2008 年饮食烹饪类 TOP50 畅销书中，上榜品种最多的三个出版社分别为青岛出版社、广东经济出版社和轻工业出版社，分别有 12 个品种、9 个品种和 6 个品种上榜。

广东经济出版社 2008 年销售最好的图书为《小炒高手-我家迷你小食谱(升级版)(9)》，该书隶属于全彩版“我家迷你小食谱丛书”升级版，此套丛书有两大特点：其一，为方便读者阅读，丛书全部采用锁线装订，小开本大版心，既便于携带，又方便在厨房放置。其二，该丛书内容包括家庭厨艺篇、进补食谱篇、营养美食篇、南北风味篇四大系列，共 48 册，

每本五元超低定价，不同内容分册出版，比较实惠。

青岛出版社 2008 年销售最好的图书《新编家常菜谱》，该书的突出特点为菜肴细分周全详尽，便于查阅。全书按素菜、肉菜、水产、主食、饮品分为五个大类，大类下按食材的不同分为若干小类，每种食材都根据其特性挑选了凉菜、热菜、微波菜、烧烤菜、汤煲等各种烹调方法的菜肴，并在菜名旁边给予标识，便于查阅。

轻工业出版社两本《家常菜精选 1288 例》领衔该社饮食烹饪类榜单，两本书从不同角度诠释了“1288”的特殊组合，除菜谱外，第一本特别提供了健康配餐和厨事诀窍，第二本则邀请台湾“知名中餐烹饪大师”傅培梅亲自“主厨”，并随书赠送 100 分钟 DVD 烹饪入门光盘，光盘与图书结合使用，对于炒菜火候、食材取用、时间把握等方面无疑都更容易。

三个社不同的畅销品种，其价位从 5 元、19.90 元到 29.80 元，图书内容和形式各有偏重，分别迎合读者的不同需求，并驾齐驱在饮食烹饪类图书市场。

表 3 2008 年饮食烹饪类图书畅销榜 TOP20

排名	书名	定价	版别	出版年份	册数	覆盖率
1	《新编家常菜谱》	19.90	青岛	2007	44653	76.4
2	《小炒高手-我家迷你小食谱(升级版)(9)》	5.00	广东经济	2007	28536	44.8
3	《排毒养颜汤》	5.00	广东经济	2007	27945	36.8
4	《家常菜精选 1288 例》	29.80	轻工业	2006	26180	69.9
5	《简易刀工》	5.00	广东经济	2006	23362	47.8
6	《家常菜精选 1288 例 2:创意版(世界知名中餐烹饪大师傅培梅倾情奉献)/现代人》	29.80	轻工业	2008	21765	58.4
7	《精编家常菜》	18.80	吉林科技	2007	21129	62.3
8	《家常精选(升级版)》	5.00	广东经济	2006	20571	35.3
9	《经典家常菜 500 例(时尚美食馆)》	19.90	化学工业	2007	20409	58.6
10	《高血压饮食与保健》	5.00	广东经济	2007	19597	44.6
11	《家常便饭》	5.00	广东经济	2006	14931	35.8
12	《中国居民膳食指南》	28.00	西藏人民	2008	14749	47.6
13	《厨房小窍门》	19.80	上海科普	2007	12495	43.9
14	《大众家常菜 1688 例(附光盘)》	29.80	化学工业	2008	11124	46.6
15	《营养菜汤粥 1580 例》	29.80	南海	2007	9897	36.5
16	《今日靓汤续--春》	20.00	广州	2007	9648	1.7
17	《实用家庭菜谱(彩色升级回馈版)》	24.80	吉林科技	2007	9595	59.5
18	《最爱吃的 100 样(1)/最爱吃的 100 道营养家常菜》	5.00	北京	2007	9015	35.5
19	《家常保健菜 888》	28.80	青岛	2007	8771	52.2
20	《巧做家常菜 999》	29.90	青岛	2007	8702	55.6

五 东方观点

1 饮食烹饪类图书连续三年新书增长乏力，市场投入有所放缓，单品码洋制造能力增强。

2 饮食烹饪类图书定价上涨幅度较大，但定价相对较低。

3 饮食烹饪类图书出版社集中度迅速上升，强社垄断现象较为严重。

4 饮食烹饪类图书中“家常”类同名同质图书扎堆出版，销量落差大，竞争激烈。

5 饮食烹饪类图书的特点：经济实惠、系统便查、轻松易学。

6 饮食烹饪类图书的竞争不仅来自图书市场内部，网络食谱的分流也不容小觑。相对于网络食谱的易检索、低花费，饮食烹饪类图书如何充分发挥自身的系统性、专业性来赢取更多读者？是否可以更进一步，与网络接合，发挥双重优势，以挖掘更多潜在读者？