



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 (20090303)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

稳扎稳打做精品

——2008 年度语言文字类图书市场分析

责任编辑 姜来

【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。

语言文字类图书码洋规模大，在整体市场中占有重要份额，2008 年度，语言文字类图书的码洋份额排名位居整体市场第二位，仅次于文化教育类。通过对全年该类图书各项数据的分析，让我们对该类图书市场有更全面透彻的了解。

一 市场规模和成长性

1 市场规模情况

2008 年，语言文字类图书码洋份额为 10.64%，比 07 年增长 0.34 个百分点，较 06 年的 10.72%略有下降；08 年该类图书的品种份额为 6.54%，为近三年最低值；相反单品贡献率 08 年为最高，反映出该类图书码洋制造能力的不断攀升；动销品种在近三年中逐年上升，08 年动销品种 44505 种，较 07 年约增加 10%的品种数，表明该类图书的市场需求在不断增加。

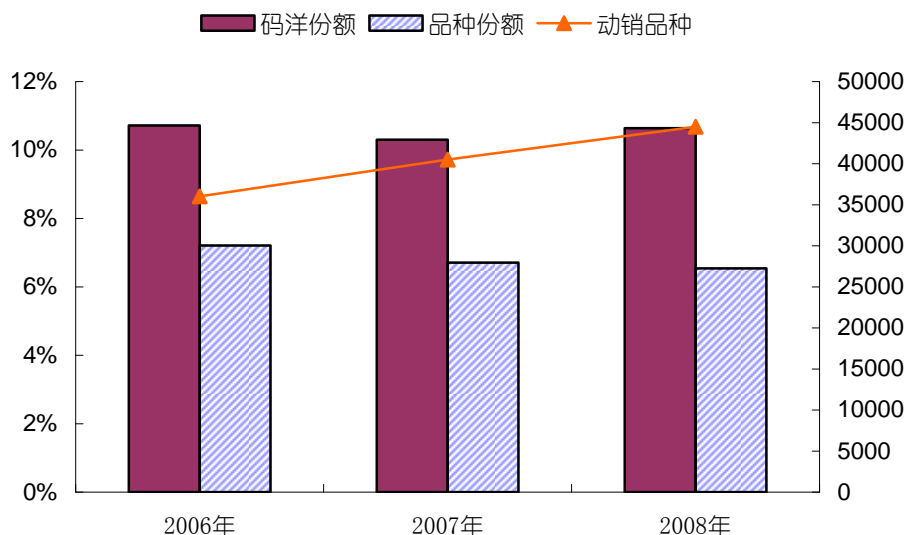


图 1 近三年语言文字类市场规模对比示意图

2 各月成长性分析

下图 2 的零售指数分析可以看出，2008 年语言文字类市场零售走势与 07 年基本相近，3 月、7 月和 9 月是全年的 3 个高峰，与英语等级考试、暑假和秋季学讯几大关键影响因素密切相关。与整体市场不同的是语言文字类市场在 9 月大肆上扬达到全年最高点，而同期的整体市场已开始出现疲软趋势。与整体市场相同，语言文字类市场的低谷期也基本在年初、年末和年中的 4-6 三个月。

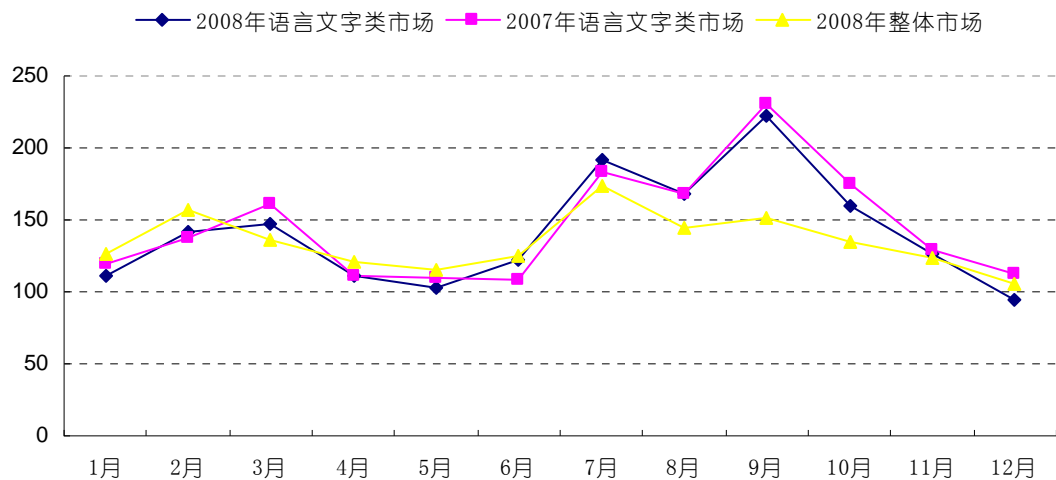


图 2 2008 年语言文字类图书与整体市场及 2007 年同类市场零售指数走势图

二 市场结构分析

1 细分市场结构

细观语言文字类图书市场，13 个子类别的码洋份额悬殊较大，码洋贡献集中在英语学习、汉语词典、其他语种学习、语言学和英语词典 5 类，其他 8 类的码洋份额仅为 2.24%。品种份额的悬殊较码洋份额更为明显，91.81% 的份额全部集中在英语学习、语言学和其他语种学习 3 个类别上，尤其是英语学习类甚至超过一半的份额。从图 3 的对比进一步发现，词典类的单品贡献率高，而英语学习、其他语种学习及语言学的单品贡献率较低，这与词典类图书定价较高有着必然联系。

3家。

从市场集中度的提高，涉足出版社数量的形势可以看出，受该类图书具有一定专业性的特征影响，一般出版社竞争该类图书市场份额的难度增加。

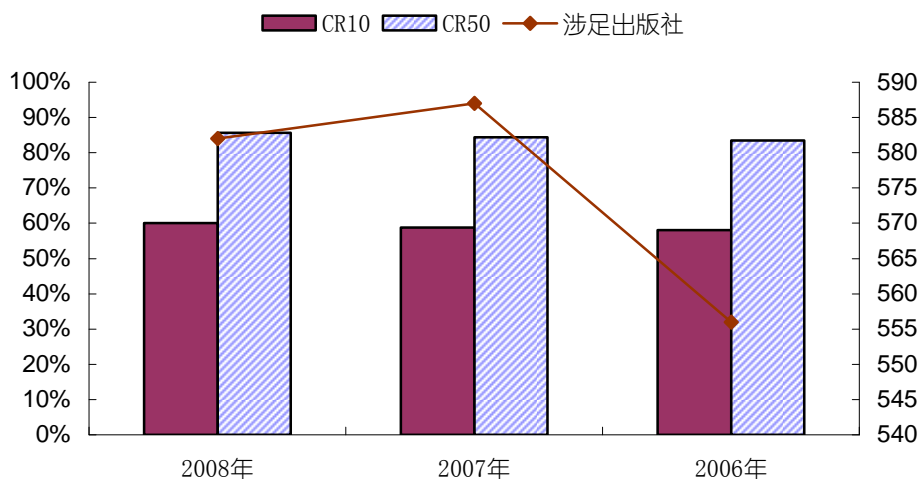


图 5 2006-2008 年度语言文字类出版社市场集中度示意图

2008 年语言文字类出版社排名 top10 中，前 5 名和第 9 名的出版社跟 07 年的排名完全一致，突显出这几家出版社的专业实力；另有突出表现的是群言出版社和高等教育出版社，均上升了 5 个排位跻身 top10 行列；商务国际（商务印书馆国际有限公司）和大连理工出版社的排名较 07 年有所下降。

排名第一的商务印书馆因其出版物多以高码洋的词典类为主，单品贡献率高达 8.72，同时位居单品贡献率第一位；排名第二的外研社则以品种优势取胜，动销品种多达 4456 种，高出其他出版社一倍以上；群言出版社和商务印书馆国际有限公司亦在单品贡献率方面表现突出，以绝对性优势遥遥领先于其他 6 家出版社，仅次于商务印书馆。群言出版社代表图书为《GRE 词汇精选(赠 MP3 光盘 1 张)》、《雅思词汇词根+联想记忆法 (附光盘)》和《新托福考试全真模考题与精解》，商务国际（商务印书馆国际有限公司）的《汉语成语大全》、《成语大词典：彩色版》《新华大字典：彩色版》也是关键影响因素。其他出版社则以较为平稳的态势抢占并巩固各自的市场地位。

表 1 2008 年语言文字类出版社码洋份额 TOP10

排名	出版单位	同排	码洋份额%	动销品种	品种份额%	单品贡献率
1	商务印书馆	1	19.44	991	2.23	8.72
2	外研社	2	18.87	4456	10.01	1.89
3	北京世图	3	4.45	1952	4.39	1.01

排名	出版单位	同排	码洋份额%	动销品种	品种份额%	单品贡献率
4	上海外教	4	3.77	2172	4.88	0.77
5	外文	5	2.87	1315	2.95	0.97
6	群言	11	2.69	160	0.36	7.47
7	商务国际	6	2.6	193	0.43	6.05
8	高等教育	13	2.12	1423	3.2	0.66
9	人民教育	9	1.68	402	0.9	1.87
10	大连理工	7	1.67	1107	2.49	0.67

五 畅销榜单分析

纵观 2008 年语言文字类图书畅销榜 TOP20, 10 名以前几乎被词典类图书包揽, 且几乎是商务印书馆一统天下的局面, 仅有两本外研社的英语学习类用书《朗文外研社新概念英语(新版)2》和《新概念英语(新版)(1)》上榜; 10 名以后外语学习类用书的份额增加, 其他类别还是未见踪影。出版社的垄断局面依然非常明显, 除了商务印书馆和外研社只有人民教育出版社和北京世图(世界图书出版公司北京公司)各上榜一次。以上情况再次反映出该类图书市场高度集中的特性。

从出版年份来看, 榜单中本年度新书份额不高, 位居前三甲的还是 04, 05 年出版的图书, 并且这三本书已连续几年盘踞榜单前三甲的优势地位, 其他上榜图书也大多是有一定年份的图书, 甚至还有 97 年的《新概念英语(新版)(3)》。说明出版时间对该类图书的影响不大, 此类图书的长久生命力可见一斑。

表 2 2008 年语言文字类畅销书排行 TOP20

排名	书号	书名	定价	版别	年份	监测销量	万元率
1	978-710003974-1	《新华字典(第 10 版)(双色本)》	15.00	商务印书馆	2004	219600	10.16
2	978-710003931-4	《新华字典(第 10 版)》	12.50	商务印书馆	2004	151422	5.84
3	978-710004385-4	《现代汉语词典(第 5 版)》	68.00	商务印书馆	2005	136441	28.61
4	978-710003974-1	《新华字典第 10 版(双色本.全金版)》	19.90	商务印书馆	2008	124580	7.64
5	978-710004385-4	《现代汉语词典(第 5 版)》	78.00	商务印书馆	2005	112809	27.13
6	978-710003931-4	《新华字典第 10 版(单色本.全金版)》	16.00	商务印书馆	2008	70656	3.49
7	978-756001347-3	《朗文外研社新概念英语(新版)2》	29.90	外研社	2002	63962	5.90
8	978-710004157-7	《牛津高阶英汉双解词典(第 6 版)》	99.00	商务印书馆	2004	62562	19.10
9	978-710004285-7	《古汉语常用字字典(第 4 版)》	28.00	商务印书馆	2005	56527	4.88
10	978-756001346-6	《新概念英语(新版)(1)》	23.90	外研社	1998	55559	4.09
11	978-756001348-0	《新概念英语(新版)(3)》	18.90	外研社	1997	42044	2.45
12	978-710718506-9	《新版中日交流标准日本语.初级(含上.下册及光盘 1 张)》	63.90	人民教育	2005	41893	8.25
13	978-756001347-3	《朗文.外研社新概念英语 2(新版)》	38.90	外研社	2008	34872	4.18
14	978-710004157-7	《牛津高阶英汉双解词典 第 6 版》	108.00	商务印书馆	2008	33999	11.32
15	978-710004343-4	《牛津中阶英汉双解词典(第 3 版)》	69.00	商务印书馆	2005	33192	7.06

排名	书号	书名	定价	版别	年份	监测销量	万元率
16	978-756001346-6	《新概念英语(1)(新版)--英语初阶》	29.90	外研社	2008	30961	2.85
17	978-750627335-0	《四级词汇词根+联想记忆法(内含MP3 1张)》	25.00	北京世图	2006	30926	2.38
18	978-710004285-7	《古汉语常用字字典(第4版)》	32.00	商务印书馆	2008	28963	2.86
19	978-710003413-5	《新华成语词典》	39.00	商务印书馆	2002	26426	3.18
20	978-756004974-8	《视听说教程:3/新视野大学英语(含2CD)》	35.90	外研社	2005	25837	2.86

六 东方观点

1 2008年,语言文字类图书总码洋位居整体市场第二位,码洋份额增长,品种份额下降,单品贡献率提高,动销品种增加,反映出该类图书码洋制造能力攀升,市场需求增加的局面。

2 2008年,语言文字类图书码洋增长显著,但受大环境影响,全年呈逐渐下滑趋势。考试、学讯、暑假等因素是导致市场波动的关键因素。

3 语言文字类图书细分市场份额悬殊较大,词典类图书单品贡献率高;该类图书销售受出版年份的影响较小,各年份动销品种较为均衡。

4 出版社集中度高,竞争形式趋缓,重点出版社市场地位稳固。