



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 (20091101)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

# 长假影响力下降 畅销书作用显著

——2009年10月图书市场纵览

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。

节假日市场历来是各出版社和零售门店争夺的焦点，春节、五一和十一等长假的图书市场更是火爆。今年10月的图书市场由于包含了长达8天的国庆黄金周，尤为引人注目。

## 一 国庆长假对图书市场的影响

### 1 东方指数分析：指数同比走低，长假期间单日指数均高于平均水平

2009年10月商报·东方指数为121.5点，较去年同期的134.6点下降了13.1点，同比跌幅为9.73%。图1比较了2008年和2009年10月的单日零售指数：2009年10月的单日最高指数出现在国庆长假中的10月2日（周五），为189.6点，其次是10月24日（周六），为182.2点；指数最低的一天是10月12日（周一），为74.7点，其次是国庆假期之后的10月9日（周五）为76.8点；单日指数最高值与最低值之差为114.9点。2008年10月的单日最高指数出现在10月1日（周三），为233.6点，其次是10月11日（周六），为218.4点；指数最低的一天是国庆假期之后的10月8日（周三），为82.4点，其次是10月6日（周一），为85.5点；单日指数最高值与最低值之差为151.2点。从图中可以直观地看出，2009年10月的单日指数走势比较平稳。

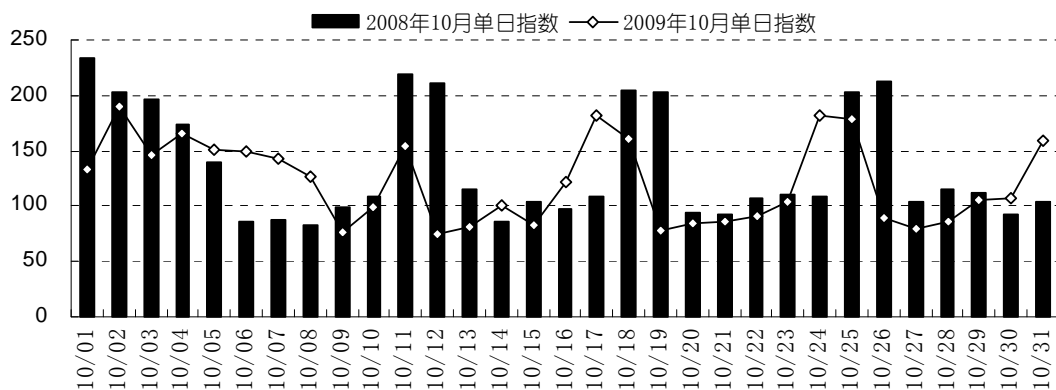


图1 2008年和2009年10月单日东方图书指数

进一步考察国庆长假期间的指数情况：2008年国庆长假期间单日的平均指数为197.6

点，高出当月平均指数 45.29%；除 10 月 6 日外，其余各天的指数均高于当月平均指数。而 2009 年国庆长假期间的每日的平均指数为 150.7 点，高出 2009 年 10 月全月平均指数 24.03%，并且这 8 天里每一天的指数都高于当月平均指数。虽然指数同比出现下滑，但国庆长假期间单日的东方指数依然明显高于全月的平均水平，单日的指数差异则远远小于 2008 年。一方面说明图书市场没有完全摆脱金融危机以来的低迷状态；另一方面也说明，国庆长假对图书市场的总体影响减退，长假和其他时段之间的差异缩小。

## 2 码洋份额：国庆期间单日码洋份额较高

国庆长假对图书市场的影响不仅直观的体现在指数上，也直接体现在单日的码洋份额上。10 月 1 日-8 日的码洋份额之和占据 10 月份整体市场 30.32% 的码洋份额，也就是说，长假期间的平均单日码洋份额为 3.79%。这一数值较全月平均单日码洋份额高出 17.34%。

## 二 市场结构分析

### 1 细分市场结构：文化教育类优势削弱，文学、历史地理和少儿等类同比攀升

2009 年的 10 月各细分市场码洋份额及同比变化如图 2 所示。TOP5 格局稳中有变：文化教育类依然以 16.77% 的码洋份额位居榜首，但相对其他细分类别的优势已经大为减弱。文学类排名上升 1 位跃居第 2 位，码洋份额为 11.76%，与文化教育类的差距从去年同期的 9.74 个百分点缩小到 5.01 个百分点。语言文字类占据 10.21% 的码洋份额，排名从去年同期第 2 位跌至第 3 位。少儿读物类依然位于第四，码洋份额为 9.94%。生活娱乐类则以 7.39% 的码洋份额继续位列第五。码洋份额 TOP5 合计占据图书市场 56.07% 的码洋份额，较去年同期下降 2.63 个百分点。这从一个侧面反映市场热点趋于分散，有一定竞争力的细分类别不再局限于少数几类图书。从同比数据来看，全部 21 类图书中，10 类图书码洋份额同比上升，文学、政治、少儿读物、经典和历史地理五类图书的同比增幅较大。11 类图书码洋份额同比下降，文化教育和语言文字类领跌。

国庆长假对图书市场的影响也体现在细分市场上。码洋份额高于 3% 的 14 个主要细分类别中，同比增幅较大的文学、政治、少儿读物、经典和历史地理类图书均有着与国庆长假有关的热销因素。作为假期休闲阅读的重头戏，文学类占据了超过一成的码洋份额和接近 4 万种的动销品种数，其本月的码洋份额同比上升两成，创下了今年 3 月以来最大的同比增幅。少儿文学类作品也在引领着少儿类的畅销榜，《那个黑色的下午/笑猫日记》和《窗边的小豆豆》的监测销量双双超过 8000 册；政治和经典类的同比增幅更多的是得益于建国 60 周年大庆的热点推动，历史地理类图书的热销则结合了这两方面的原因。在码洋份额同比跌幅较大的图书类别中，文化教育类的码洋份额从今年 2 月以来连续 9 个月同比下跌，语言文字也沿

袭了今年3月以来的同比下跌趋势。影响其市场表现的因素除去前述热销类别的“挤压”外，缺乏新的市场热点也是这两类共同的缺憾。

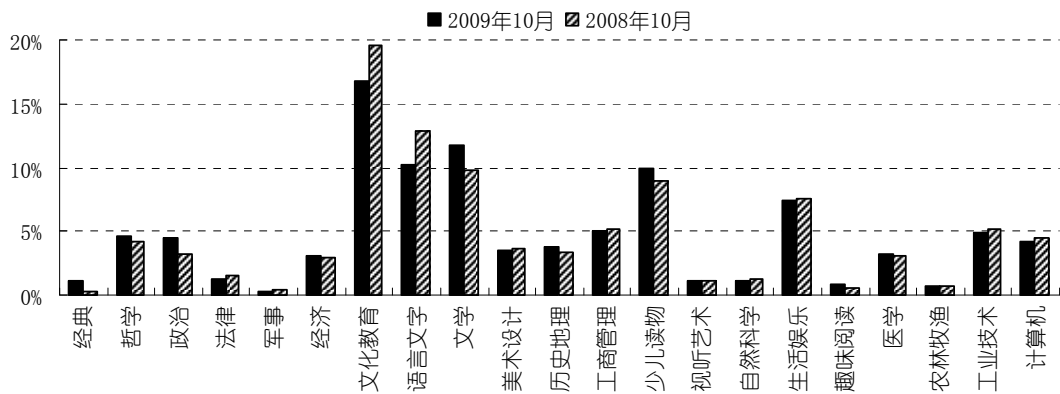


图2 2009年10月细分市场码洋份额结构及同比变化

## 2 畅销书排名区间结构：TOP100 畅销书的码洋份额和单品贡献率同比大幅上升

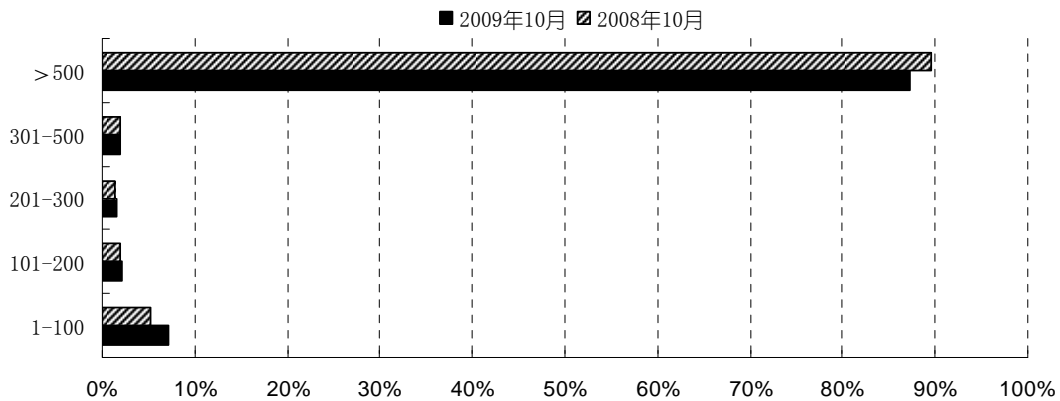


图3 2008年10月和2009年10月各畅销书排名区间的码洋份额比较

如图3所示，2009年10月TOP100畅销书的码洋份额为7.22%，同比增加2.07个百分点，增幅高达40.19%。TOP100畅销书的市场份额提升幅度惊人，反映畅销书受欢迎的程度与日俱增。其中在100-500名的各个区间，码洋份额也呈现同比增长态势，TOP500畅销书的码洋份额为12.76%，同比增加2.25个百分点，增幅为21.41%。由于动销品种数同比大幅增长，各个畅销书区间的单品贡献率更是出现大幅攀升：TOP100畅销书的单品贡献率为361.00，同比增幅高达110.29%；第100-200名和第200-300名区间，单品贡献率的同比增幅也超过50%。

## 3 出版时段结构：当年版新书码洋份额同比下降，第三季度出版的图书最为畅销

2009年10月，整体图书市场中当年出版的图书占据45.76%的码洋份额，同比下跌2.23个百分点；上年出版的图书占据26.92%的码洋份额，同比上升3.07个百分点（图4）。伴随着前两年出版的图书码洋份额上升，今年新书的市场份额受到一定程度的挤压，表现欠佳。



图 4 整体图书市场出版年份结构  
(左: 2009 年 10 月, 右: 2008 年 10 月)

细观时段分布, 今年不同季度和月份出版的新书码洋份额同比存在较大差异。按季度来看, 今年第三季度出版的图书占据 2009 年 10 月图书市场 16.10% 的码洋份额, 同比增加 3.33 个百分点; 其次是当年第二季度出版的图书, 码洋份额为 16.09%, 同比下跌 3.02 个百分点。按月份来看, 2009 年 8 月出版的图书就占据了 7.23% 的码洋份额, 其次是 6 月和 7 月, 码洋份额分别为 6.00% 和 5.91%; 10 月出版的新书仅占 0.71% 的码洋份额。而在 2008 年 10 月, 当年 6 月出版的图书占据 8.06% 的码洋份额, 其次是 1 月和 7 月, 码洋份额分别为 6.62% 和 6.19%; 当月出版的新书占到 1.40% 的码洋份额。2009 年 10 月市场热销的图书主要是第三季度出版的, 这显然得益于建国 60 周年大庆前图书市场的提前预热。而 2009 年 10 月新书的市场表现不强, 主要的原因是节前的扎堆出版透支了本月的市场热点所致。出版社在充分利用热点事件获取市场份额的同时, 如何确保这些热点的持续性, 将成为又一个市场课题。

#### 4 定价结构: 均价同比小幅上升, 25-30 元区间码洋份额增幅受文学类带动明显

2009 年 10 月动销图书的均价为 23.29 元, 较去年同期 22.82 元的均价高出 2.06%。各价格区间内动销图书的定价结构如图 5 所示。最畅销的图书集中在 25-30 元的区间, 占据 16.81% 的码洋份额, 同比增加 0.29 个百分点。这主要是因为文学类的码洋份额增幅较大所致。其次是 15-20 和 20-25 元的低价区间, 码洋份额分别 13.17% 和 10.60%, 较去年同期分别下降 1.30 和 0.80 个百分点。少儿类码洋份额的增长难敌文化教育和语言文字两大类图书的下跌, 是 15-25 元的低价区间码洋份额同比下降的主要原因。以 25 元为界, 码洋份额同比变化明显: 高于 25 元的区间, 码洋份额几乎全数同比上升; 而在 10-25 元的低价区间码洋份额同比下跌, 仅有低于 10 元的区间例外。

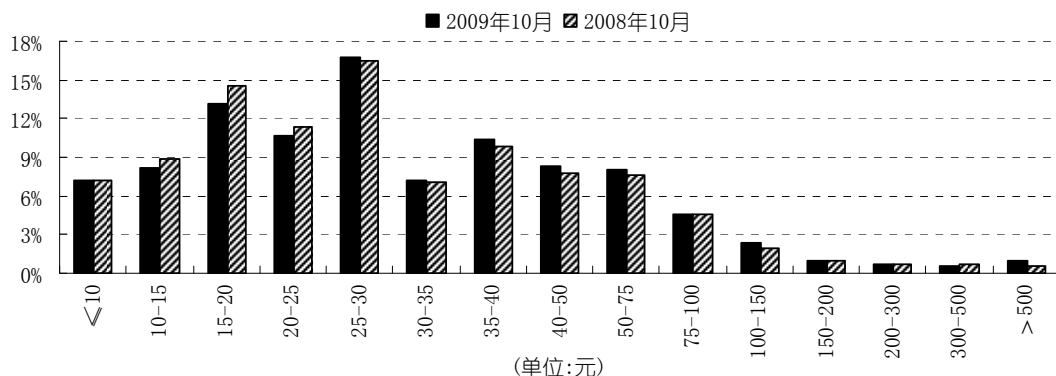


图5 各价格区间内动销图书的定价结构

### 三 出版社竞争分析：整体市场 CR10 略降，细分市场出版社竞争总体趋缓

2009年10月，整体市场的市场集中度 CR10 为 18.73%，同比下降 0.20 个百分点。21 个细分类别中，经典（89.80%）、计算机（85.26%）和法律（84.41%）三类细分市场的 CR10 超过 80%；集中度最低的是文化教育类，CR10 仅为 29.62%。从整体市场来看，CR10 略有下降，出版社之间的竞争激烈程度有所加剧。持续在榜的 9 家出版社中，6 家出版社的码洋份额同比下跌，除机械工业出版社排名不变外，整体市场 TOP10 的排名顺序与去年同期几乎完全不同（表 1）。

与此同时，各细分类别的集中度却普遍出现了不同程度的增长，说明码洋份额向少数强社集中的程度逐渐加剧。21 个细分类别中，15 类图书 CR10 同比上升，仅有 6 类图书 CR10 同比下降。文化教育、文学、少儿读物、生活娱乐和历史地理类等主要细分市场的集中度均有不同程度的增加，CR10 分别上升 2.78、2.70、1.51、3.72 和 3.84 个百分点。不同细分类别的出版社排名和码洋份额也存在较大差异。文化教育类出版社 TOP10 中共有 7 家出版社连续登榜；新近跻身前十的东北师大、吉林人民和上海教育出版社在去年的排名分别为第 11、第 12 和第 15 位。少儿类出版社 TOP10 中共有 8 家连续两年登榜。新近跻身前十的明天出版社和江苏少儿出版社，去年的排名分别为第 15 位和第 11 位。与之形成鲜明对照的是文学类、生活娱乐类和历史地理类。文学类出版社 TOP10 中，万卷出版社以安意如、韩寒等青春文学作者作品为主打，排名上升 10 位进入前三；接力出版社凭借“暮光之城”系列，排名上升 15 位跻身前十。生活娱乐类出版社 TOP10 中，江苏人民出版社推出的多本养生保健读物持续热销，迅速提升起市场地位，排名更是飙升四百多位。锦绣文章版《历史是个什么玩意儿 1/袁腾飞说中国史上》，中国海关版《明朝那些事儿 6(全国独家)》和《明朝那些事儿 大结局》，江苏人民版《袁伟民与体坛风云》将历史地理类出版社 TOP10 格局改写；三家出版社的排名分别飙升 61 位、239 位和 81 位，分列第 5、第 6 和第 9 位。

表1 2009年10月出版社TOP10

版别	本期排名	码洋份额%	同期排名	动销品种
合计	-	18.73	-	58180
商务印书馆	1	2.64	3	2343
机械工业	2	2.35	2	11066
人民邮电	3	2.34	4	6105
外研社	4	2.34	1	4521
人民	5	2.01	9	3322
重庆	6	1.74	27	2299
化学工业	7	1.49	6	8841
清华大学	8	1.37	7	7512
高等教育	9	1.35	5	6200
电子工业	10	1.10	8	5971

#### 四 畅销榜单分析：当年版新书领跑榜单，不同类别的图书的定价差异较大

2009年10月畅销榜单TOP20如表2所示,《朱镕基答记者问》以压倒性优势雄踞榜首,《李开复自传--世界因你不同》和《手到病自除:“圣手医师”杨奕的不生病真法》也以超过万册的监测销量分列第二和第三。从定价来看,除经典类图书《朱镕基答记者问》定价高达59.00元,其余图书定价大多落在中等价位区间。少儿读物一如既往的走低价路线,而历史地理、生活娱乐、经济管理类读物的定价则相对较高。从出版年份来看,当年新书占据13个席位,较去年同期增加3个席位;上年出版的图书仅有2席入围,同比减少5个席位。

表2 2009年10月畅销书TOP20(去除教材教辅、语言、政治、地图)

排名	书号	图书书名	定价	版别	分类	监测销量	万元率	年份
1	978-701008161-8	《朱镕基答记者问》	59.00	人民	经典	33841	63.04	2009
2	978-750861678-0	《李开复自传--世界因你不同》	29.80	中信	历史地理	13223	12.44	2009
3	978-721405941-3	《手到病自除:“圣手医师”杨奕的不生病真法》	29.00	江苏人民	生活娱乐	12631	11.57	2009
4	978-753326198-6	《那个黑色的下午/笑猫日记》	15.00	明天	少儿读物	9828	4.65	2009
5	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	少儿读物	8663	5.47	2003
6	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	生活娱乐	7971	7.30	2007
7	978-780249182-3	《货币战争2:金权天下》	39.00	工商联合	经济管理	7461	9.19	2007
8	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	文化教育	7273	6.43	2009
9	978-754520447-6	《历史是个什么玩意儿1/袁腾飞说中国史.上》	32.80	锦绣文章	历史地理	7221	7.48	2009
10	978-756133912-1	《杜拉拉升职记》	26.00	陕西师大	文学	6886	5.65	2007
11	978-750572246-0	《明朝那些事儿 第一部(新版)》	28.80	中国友谊	历史地理	6206	5.64	2008
12	978-750603569-9	《郎咸平说:谁在拯救中国经济(复苏的背后和萧条的亮点)/郎咸平的百姓经济学》	29.00	人民	经济管理	6128	5.61	2009
13	978-710402726-3	《老子 庄子/儿童快乐学国学启蒙教育读本》	15.00	中国戏剧	少儿读物	5979	2.83	2008
14	978-721406044-0	《袁伟民与体坛风云》	30.00	江苏人民	历史地理	5971	5.66	2009
15	978-780165599-8	《明朝那些事儿 大结局》	29.80	中国海关	历史地理	5667	5.33	2009

排名	书号	图书书名	定价	版别	分类	监测销量	万元率	年份
16	978-756134594-8	《不抱怨的世界》	24.80	陕西师大	哲学	5003	3.92	2009
17	978-753534124-2	《暗算/猫头鹰王国系列(美)》	21.80	湖北少儿	少儿读物	4930	3.39	2009
18	978-722900899-4	《踢踢兜:丽江之恋》	16.00	重庆	文学	4900	2.48	2009
19	978-750572285-9	《明朝那些事儿 第二部(新版)》	28.80	中国友谊	历史地理	4845	4.41	2006
20	978-753544107-2	《浮世德》	24.80	长江文艺	文学	4715	3.69	2009

## 五 东方观点

1 2009年10月东方指数同比下滑近一成，图书市场再度走强尚需时日。国庆与平时的单日指数之间的差异减小，10月整体走势平稳。

2 国庆长假对图书市场的影响体现在以下几个方面：虽然长假的影响减退，但国庆长假期间的单日指数和单日码洋份额依然明显高于全月平均水平；增幅居前的图书类别中，文学、政治、少儿读物和历史地理类均受益于建国60周年大庆这一热点事件；图书市场节前预热导致第三季度出版的新书的码洋份额上升。

3 文化教育类相对其他细分类别的优势大为减弱；文学、少儿读物和历史地理类等细分类别同比增幅明显；市场热点趋于分散。

4 整体市场集中度同比略有下降，出版社之间的竞争激烈程度加剧。