



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 (2009|201)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

市场低迷 文教类份额显著下降

——2009年1至11月图书市场分析

责任编辑 郭玲范

【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。

2009年的1至11月，整体图书市场指数跟2008年同期比较，除1月指数同比增减值为8.70%外，其余各月指数均全面下挫；而跟2007年同期比较，2009年1至11月亦以降势为主，仅1月和2月表现尚可，同比增幅各为16.33%和8.63%。在近三年的图书市场中，2009年表现较差，整体呈现萎缩趋势。可见在即将过去的2009年，图书市场依然没有突破整体经济的悲观环境，取得突破性的提升。由于中国传统的图书出版发行业面临着整体改革的各个方面问题，出现一定时期的震荡调整也是正常的现象，再加上2008、2009年的各类突发事件着实影响了市场的关注购买力，因此对于图书市场的逐步恢复和活跃，我们仍需要时间和耐心。而在未来的2010年图书市场中，我们应该做好接受市场进一步考验的心理准备。

一 整体市场分析

1 2009年1至11月环比：7月指数最高，11月降幅明显

根据商报·东方数据“中国出版物流通监测系统”的监测数据，环比2009年内的1至11月的图书指数，继春节阶段（2月）出现一个增幅为16.1点的上扬趋势之后，整个第二季度（4、5、6月）的指数都较为平稳，而到了第三季度初期（7月）则又出现了一个很明显的拉动趋势，指数上升幅度也相当之大，达到47.6点。而接下去的指数则逐步下降，到了11月，指数更是较上月下降24.4点，跌破100点大关至97.5点。第一个高峰中带动整体指数上扬前三位的图书类别为：医学类（上升77.8点）、政治类（上升40.1点）和工商管理类（上升36.2点）。而第二个高峰（7月）的指数尤以文化教育类的升幅为最，较6月上升106.4点达到170.5，其余文学类（上升70.9点）、少儿读物类（上升67.1点）也表现不俗，可见学生暑假购书力量对于图书市场具有不容小觑的影响。

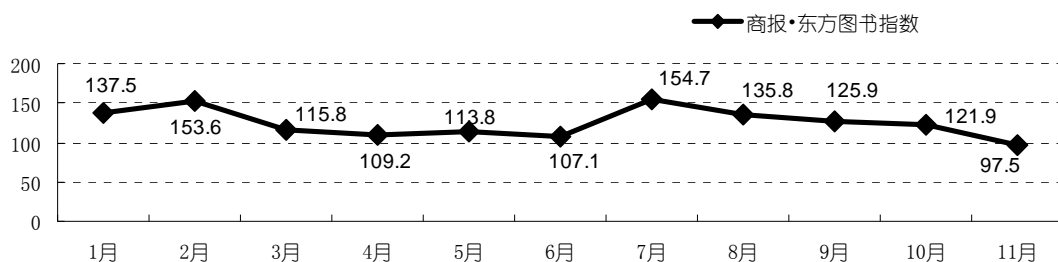


图 1 2009 年 1 至 11 月图书市场指数环比变化示意图

2 近三年 1 至 11 月同比：2009 年最低，各类指数亦下降

2009 年 1 至 11 月整体图书市场的平均指数为 124.8，较 2008 年同期下降了 12.9 点，较 2007 年同期则下降了 11.6 点。由下图 2 可见，近三年中 2009 年的指数表现最差，除 1、2 月略高外，其余各月均低于 2007 和 2008 年。而 2007 和 2008 这两年的表现不相伯仲，平均指数分别为 136.4 和 137.7，各月的表现也是互有上下，差异不大。

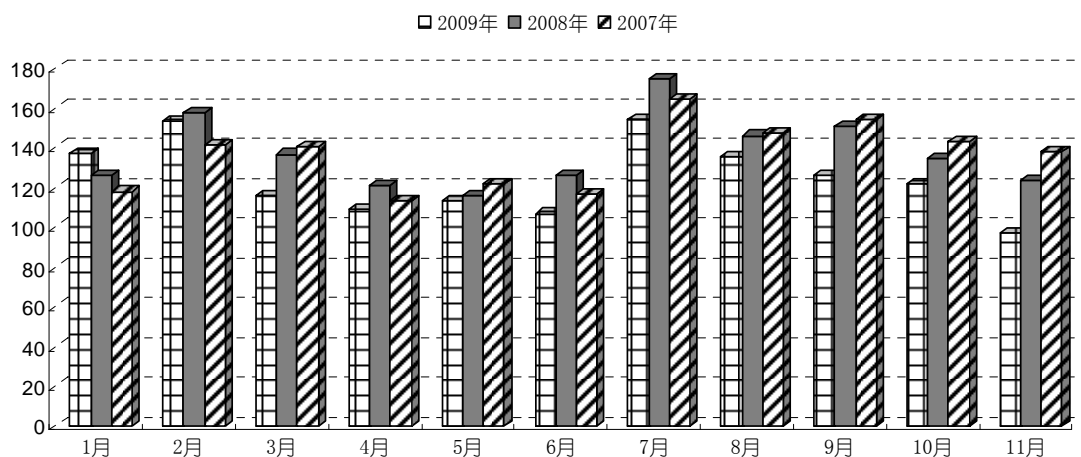


图 2 近三年 1 至 11 月图书市场指数变化示意图

而再分类查看下图 3 的数据显示，2009 年较 2008 年 21 个图书类别中 15 个呈现降势，降幅明显的有：法律类（下降 43.5 点）、语言文字类（下降 31.4 点）和自然科学类（下降 25.3 点）。2009 年较 2007 年 21 个图书类别中 14 个呈现降势，降幅明显的有：工商管理类（下降 62.9 点）、法律类（下降 55.3 点）和工业技术类（下降 40.0 点）。三年中指数呈现逐年递减的类别有：哲学、法律、语言文字、美术设计、工商管理、视听艺术、工业技术和计算机；而三年中指数呈现逐年递增的有：文学、趣味阅读和医学。

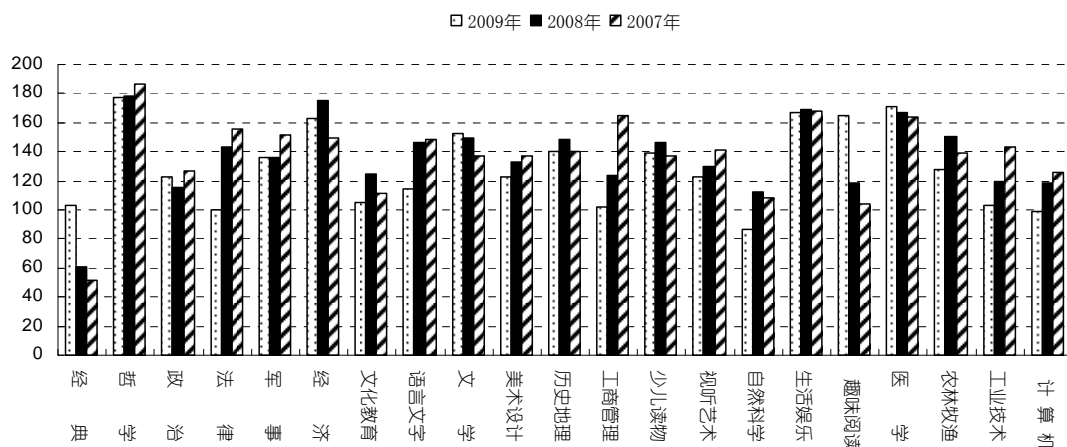


图3 2009年1至11月图书营销分类指数同比变化示意图

二 市场结构分析

1 营销分类结构：文学类上扬，文化教育类下挫

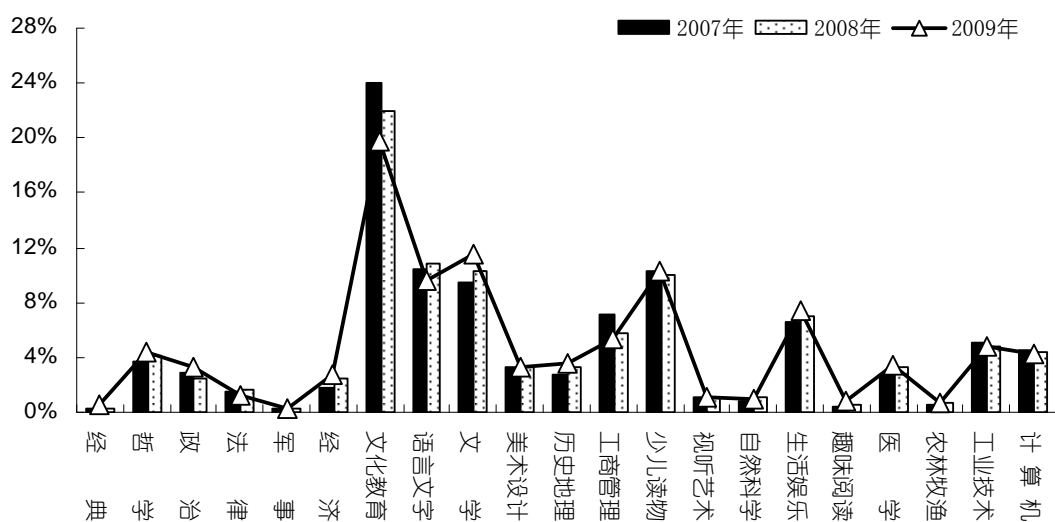


图4 近三年1至11月图书市场营销分类结构变化示意图

同比近三年的图书市场，各营销分类中码洋份额上升最明显的要属文学类，2008年上涨了0.79个百分点，2009年上涨了1.28个百分点，份额达到11.59%；而下跌最大的则是份额占比第一的文化教育类，2008年下跌了2.03个百分点，2009年下跌了2.30个百分点，份额跌至19.72%。其中2007年码洋份额前三位分别是文化教育类（24.05%）、语言文字类（10.48%）和少儿读物类（10.24%）；到2008年，一二名排名不变，之前排名第四的文学类（10.31%）上升一位替代类少儿类（10.04%）；而2009年第一名仍是占比19.72%的文化教育类，文学类则是继续保持上升一位以11.59%的码洋份额代替了语言文字类（9.61%）排名第二，而少儿类（10.24%）也夺回第三的位子，语言文字类则跌出三甲。目前看来，教育类图书市场因为国家政策的原因规模有所下降，而文学类、生活娱乐类和历史地理类的图

书由于人们生活水平提高对于文艺科学养生保健等层面的知识量的需求而受到市场的认可。当然，各类别图书的表现除同市场热度变化有关以外，与新书的题材选取以及出版社对于畅销书的把握程度也密切相关，一本好书的畅销离不开出版社发行部门的努力以及行之有效的宣传渠道和宣传方式。

2 出版年份结构：08 年出版图书表现突出

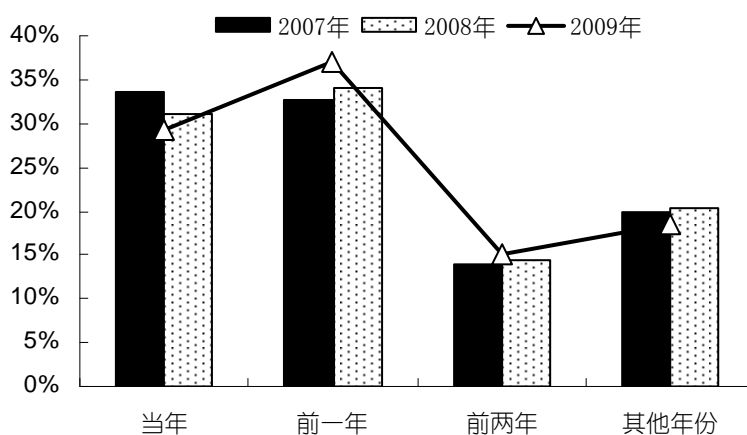


图 5 近三年 1 至 11 月图书市场出版年份结构变化示意图

而在出版年份的区分上，可以看到在 2009 年的数据中，当年出版的图书码洋份额为 29.34%，较之 2008 年同期下降 1.77 个百分点，较之 2007 年同期下降 4.32 个百分点。前一年出版图书的份额最高，为 37.09%，且上升最为明显，比 2008 年和 2007 年分别上升了 3.05 和 4.45 个百分点。前两年出版的图书的份额为 15.01%，比 2008 年和 2007 年同期也略有上升。其中不得不提一下 2008 年出版的图书，该年图书的码洋份额在 2008 年和 2009 年所占的比例分别是 31.11% 和 37.09%。且在近三年的数据中，2009 年 1 至 11 月中的前一年（也就是 2008 年）出版图书所占的码洋份额比例是最高的，2008 年出版的图书品种为 208957 种，而 2009 年 1 至 11 月中 2008 年出版的图书动销品种为 127537 种，动销率为 61.04%，因此可以看出 2008 年出版的图书在市场中的活跃度较高，例如《新华字典第 10 版》、《明朝那点事儿》、《求医不如求己》、《暮光之城》等系列图书的表现都相当不俗。

3 价格区间结构：以 25 元为分界点，前跌后涨

随着物价上涨成本提高，近年来图书的价格也跟着水涨船高。根据图 6 的数据，以 25 元为分界点，近三年图书的码洋份额也随之变化，25 元以下的图书码洋份额逐年下降，合计码洋份额由 2007 年的 50.94% 下降 9.40 个百分点至 2009 年的 41.54%；反之，25 元以上的图书码洋份额则逐年增加，其中尤以 25-30 元区间的码洋份额上升最快，由 2007 年的 14.21% 至由 2008 年的 15.35% 至 2009 年的 16.31%，排名也从第三位上升至第一位。自 2007

年起近三年的图书销售均价分别为：19.43 元、21.46 元和 22.77 元；而 TOP100 畅销书的平均定价则分别为：19.04 元、21.03 元和 20.92 元，说明在价格方面，整体呈现出一个上浮趋势，而市场也已表现为接受这一变化。

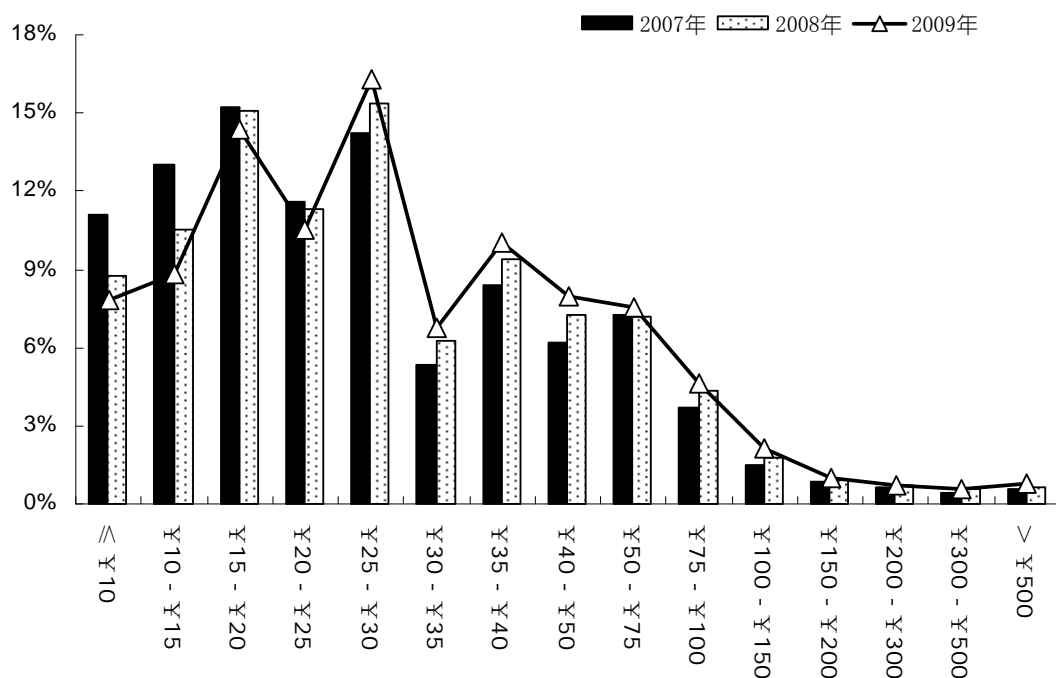


图 6 近三年 1 至 11 月图书市场价格区间结构变化示意图

三 出版社情况分析

1 2009 年市场集中度：9 月集中度最高

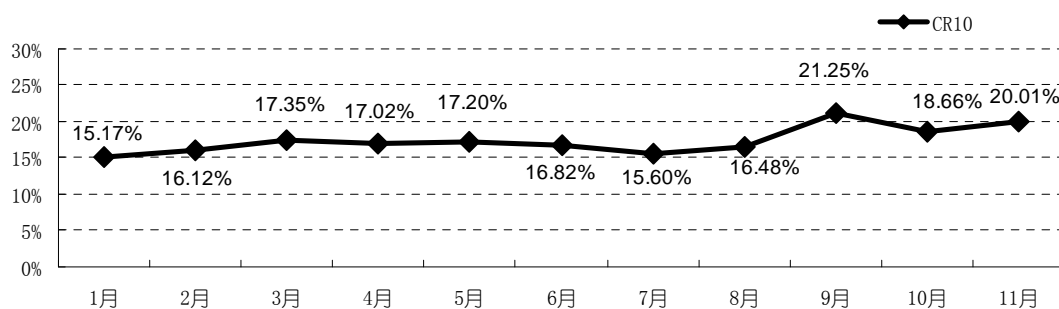


图 7 2009 年 1 至 11 月图书出版社整体市场集中度比较

环比 2009 年 1 至 11 月的市场集中度，CR10 的变化如图 7 所示，前期的变化幅度较小，在 9 月出现一个较为明显的提升，而后又趋于平稳。为何在 9 月会出现这一波动，分析原因看此时的 TOP10 出版社排名可知：原本在其他平稳月的整体市场中，TOP10 排名的码洋份额各自差异基本在 1 个百分点之内，且排名第一的出版社的码洋份额均在 3% 左右。而到了 9 月，商务印书馆以 6.23% 的码洋份额遥遥领先于排名第二的外研社（2.41%），其当月的畅

销书为《现代汉语词典(第5版)》、《牛津高阶英汉双解词典(第7版)》和《古汉语常用字字典(第4版)》等工具类图书，很明显，开学后的学生市场购书需求是产生这一现象的直接原因。

2 近三年市场集中度：CR50 逐年上升

而同比近三年的出版社码洋份额数据，我们可以看到，TOP10 的出版社 2009 年 1 至 11 月的合计码洋份额较 2008 年略降 0.42 个百分点，2008 较 2007 上升 0.07 个百分点，2008 年为集中度最高的一年，但整体 CR10 的变化不大，上下波动不超过 0.5 个百分点；而 CR50 则是逐年增长，2009 年 1 至 11 月较 2008 年上升 1.28 个百分点，2008 年较 2007 年同期上升 1.09 个百分点，说明 TOP50 的大社的竞争力经过市场化的改革后非但没有分散，反而有进一步加强的趋势。

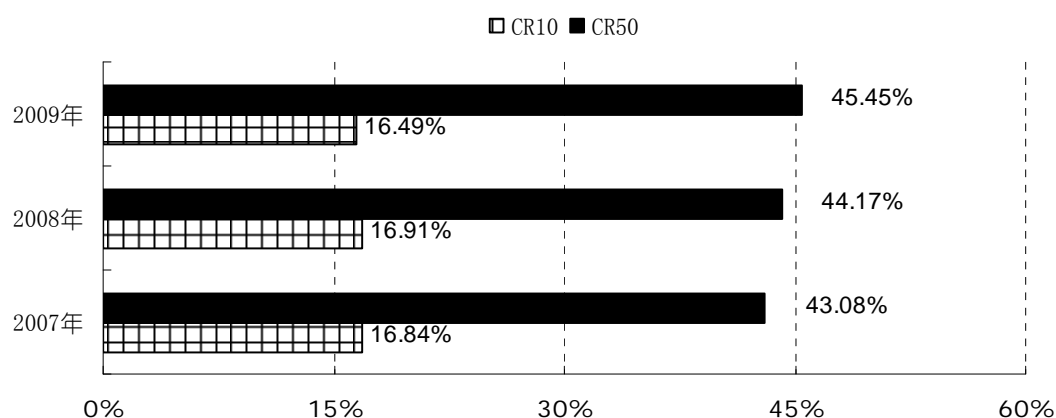


图 8 近三年 1 至 11 月图书出版社市场集中度比较

3 出版社具体情况：排名略变化，大社地位牢固

表 1 近三年 1 至 11 月出版社 TOP10

排名	2007 年		2008 年		2009 年	
	版别	份额%	版别	份额%	版别	份额%
1	机械工业	2.57	机械工业	2.56	机械工业	2.43
2	商务印书馆	2.46	外研社	2.50	人民邮电	2.38
3	外研社	2.19	商务印书馆	2.27	商务印书馆	2.25
4	人民邮电	1.84	人民邮电	2.14	外研社	2.05
5	人民	1.64	清华大学	1.34	化学工业	1.44
6	人民文学	1.40	高等教育	1.31	人民	1.33
7	清华大学	1.35	化学工业	1.25	清华大学	1.27
8	北京教育	1.18	电子工业	1.19	人民文学	1.16
9	电子工业	1.13	人民文学	1.18	电子工业	1.11
10	中国青年	1.08	北京教育	1.17	重庆	1.07

具体看 TOP10 的排名变化，近三年 1 至 11 月中出版社中大社当道现象仍然显而易见。而三年中进入 TOP10 表现较好的出版社有：化学工业出版社从 2007 年的第十一位（1.04%）到 2009 年上升到第五位（1.44%），其畅销书为《大众家常菜 1688 例(附光盘)》、《黄帝内经十二时辰养生法》等；重庆出版社从 2007 年的第四十三位（0.50%）到 2009 年上升到第十位（1.07%），其畅销书为《读点经典》系列、《藏地密码》系列和《东北往事:黑道风云 20 年》等。

细分到各营销类别出版社 TOP10 的变化，文学类中万卷可谓表现强劲，凭借畅销书 2008 年畅销书《杂的文》、《离歌》，从 2007 年第七十位到 2008 年第二十七位；2009 年畅销书《他的国》、《回眸》等一路蹿升至 2009 年第三位。经管类中，大社一统天下的格局仍未被打破，机械工业连续三年夺得榜首，而 TOP10 的码洋份额近三年分别为 40.06%、45.47% 和 47.17%，大社实力进一步增强。少儿类中，明天凭借畅销书《笑猫日记》和《阳光姐姐小书房》系列从 2007 年第十九位上升 5 个名次到 2008 年第十四位，直至 2009 年第八位。而在生活类 TOP10 出版社中，集中度也是逐渐增加，近三年分别为 31.97%、36.78% 和 42.01%，其中江苏文艺表现较为突出，2007 年、2008 年和 2009 年该社的出版图书动销品种分别仅有 7 种、15 种和 30 种，但其畅销书《不生病的智慧》、《求医不如求己》系列在市场上受到极为广泛的欢迎和追捧，因此该社的排名也从 2007 年的第五十二位一跃至 2008 年的第二位，并保持强势于 2009 年登顶。

四 畅销书、新书分析

1 畅销书：前 300 名份额增长

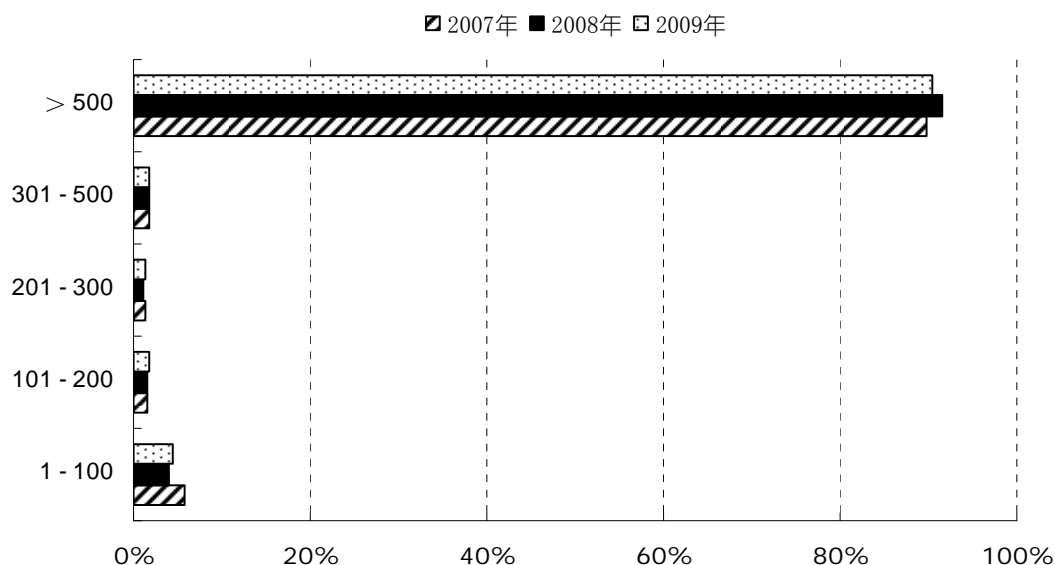


图9 近三年1至11月各畅销书排名区间码洋份额比较

在按畅销排名为区间的码洋份额比较中,根据图9我们可以看到前三个区间的码洋份额2009年均高于2008年1至11月,第1-300名的三个区间的码洋份额分别为4.53%、1.86%和1.27%,分别比2008年同期增长了0.54、0.35和0.27个百分点,这说明畅销图书的码洋贡献率都有了一定的提高。而300名以后的畅销图书总码洋份额则由原来2008年的93.50%降至92.34%,下降1.16个百分点。以TOP300为分界,2009年较之2008年是TOP300前均涨,而TOP300后均跌;而2008年较之2007年则正好相反, TOP300前均跌,而TOP300后均涨。可以看到畅销书的码洋比重在近三年的1至11月经历了先降后升的一个过程,也说明2009年的畅销书的市场主力地位得到增强。

分析近三年1至11月的畅销榜TOP100具体的榜单,价格区间在10元以下的图书近三年分别为30本、33本和36本;10-25元的分别为45本、40本和23本;而25元-50元的,则分别为19本、20本和37本,价格出现两端增加,中间减少的形态。在出版年份方面,2007年的TOP100畅销书中,上一年和当年新书数量均为32本;2008年分别为42本和25本;2009年则为39本和33本,可见历年的畅销书在第二年的图书销量中都仍然占据着相当大的比重。而在版别的部分,2007年和2008年在TOP100畅销书中数量占据最多都是商务印书馆,入榜图书的数量分别是8本和10本,均为字典类工具书。到了2009年, TOP100畅销书中则重庆出版社以11本的数量占据最多,且前该社前两年均没有图书入TOP100,《读点经典》系列的拉动力可谓迅猛。人民出版社则是凭借《十七大报告(单行本)》、《中国共产党章程》等连续三年以7本入榜的数量稳居第二。再看各分类的变化,可谓是几家欢喜几家愁,经济管理、少儿读物和语言文字类连续三年呈数量递减趋势,而社会科学、生活娱乐和

文学读物则是连续数量增加，尤其是社会科学类三年的入榜数量分别为 16 本、17 本和 30 本，增幅明显。

表 2 2009 年 1 至 11 月畅销书 TOP20

排名	图书书名	定价	版别	监测销量	年份	覆盖率%
1	《新华字典第 10 版(双色本·全金版)》	19.90	商务印书馆	302372	2008	79.8
2	《现代汉语词典(第 5 版)》	78.00	商务印书馆	218041	2005	83.6
3	《读点经典(第 7 辑)》	6.00	重庆	193724	2009	6.2
4	《读点经典(第 8 辑)》	6.00	重庆	193038	2009	6.8
5	《读点经典(第 1 辑)》	6.00	重庆	192987	2008	8.4
6	《读点经典(第 2 辑)》	6.00	重庆	192031	2009	7.8
7	《读点经典(第 3 辑)》	6.00	重庆	188593	2009	7.3
8	《新华字典第 10 版(单色本·全金版)》	16.00	商务印书馆	188028	2008	62.5
9	《读点经典(第 4 辑)》	6.00	重庆	184519	2009	6.5
10	《读点经典(第 9 辑)》	6.00	重庆	183770	2009	3.5
11	《读点经典(第 6 辑)》	6.00	重庆	180273	2009	6.7
12	《读点经典(第 5 辑)》	6.00	重庆	174477	2009	7.0
13	《读点经典(第 10 辑)》	6.00	重庆	153889	2009	1.9
14	《中国共产党章程》	2.80	人民	137439	2007	69.3
15	《中共中央关于加强和改进新形势下党的建设若干重大问题的决定》	2.80	人民	134027	2009	36.6
16	《六个为什么——对几个重大问题的回答(32 开)》	8.00	学习	131583	2009	43.7
17	《朱镕基答记者问》	59.00	人民	118822	2009	74.4
18	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	100052	2007	80.8
19	《理论热点面对面·2009》	13.50	学习	93978	2009	49.6
20	《科学发展观学习读本》	6.00	学习	93794	2008	33.5

2 新书：2009 年新书表现良好

表 3 近三年 1 至 11 月新书动销表

年份	出版品种	动销品种	动销率%
2007 年	214451	102544	47.82
2008 年	185403	108616	58.58
2009 年	153991	107049	69.52

当然，新书的表现也不容小觑，由表 3 的数据显示，在近三年中 2009 年是动销率最高的一年。很明显，动销品种增长和出版品种降低是造成这一结果的主要原因。2008 年新书出版品种较 2007 年同期下降 29048 种，动销品种增长 6072 种；2009 年新书出版品种较 2008 年同期下降 31412 种，动销品种下降 1567 种。今年新书中，表现抢眼的也不在少数，如哲学类的《钱文忠解读三字经(上册)/百家讲坛》、经济类的《郎咸平说：金融超限战/郎咸平的百姓经济学》、文化教育类的《好妈妈胜过好老师：一个教育专家 16 年的孩子手记》、少儿

类的《小英雄和芭蕾公主/淘气包马小跳系列》。而其中，经典类的《朱镕基答记者问》、文学类的《小团圆》和历史地理类《明朝那些事儿（大结局）》、生活娱乐类的《求医不如求己大全集(全三册)》这几本的销量在各自类别的榜单中优势最为明显，

五 东方观点

1 2009年中7月指数最高，11月降幅明显；近三年同比中2009年最低，各类指数亦下降。

2 文学类上扬，文化教育类下挫；08年出版图书表现突出；以25元为分界点，前跌后涨。

3 2009年9月市场集中度最高；近三年市场CR50逐年上升；出版社排名略变化，大社地位牢固。

4 畅销书前300名份额增长，2009年新书表现良好。