



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 (20100702)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

两个月前版新书比重最大 主要细分市场各有特色

——2009年图书市场出版时段分析

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。

图书市场中，畅销书的出版年份往往较为集中；新近推出甚至是当月问世的新书进入畅销榜也是司空见惯。这种现象是否能用系统数据来进行合理的解释？本文将本月前的近三个月出版的新书作为重要的研究对象，主要通过分析2009年图书市场，来探讨图书的市场表现随出版时段推移而变化的规律。

一 出版年份分析

1 整体市场：上一年版图书码洋份额居首，当年新书码洋份额紧随其后

中国出版物流通监测系统的监测数据显示，2010年前5个月的整体图书市场中，2009年版图书的码洋份额高达44.12%；其次是2008年版和当年新书，码洋份额分别为20.16%和14.65%；其他年份的图书码洋份额仅为21.07%。

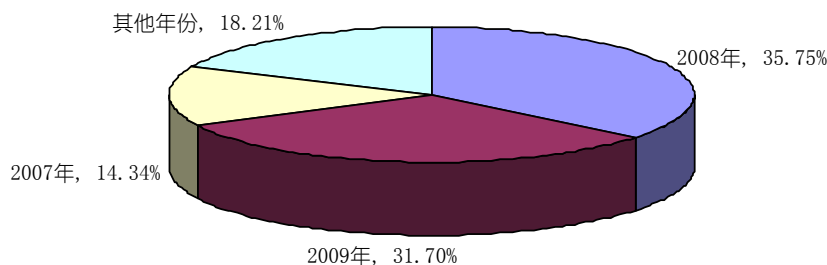


图1 2009年整体市场出版年份结构

而在2009年，上一年出版的图书占据整体市场35.75%的码洋份额；其次是当年新书和上两年出版的图书，码洋份额分别为31.70%和14.34%；其他年份的码洋份额仅为18.21%（图1）。可见，出版时间在12个月之内的图书占据了1/3左右的码洋份额，相对其他时间段优势明显。

2 细分市场：主要细分类别当年新书和上一年版图书码洋份额双双领先

图2列出了21类细分市场当年新书和上一年版图书的码洋份额，其中16类图书最近两年的码洋份额之和超过六成。文学、经管、少儿读物和生活娱乐类等主要的细分类别中，当

年新书和上一年版图书的码洋份额均接近 1/3，市场地位举足轻重。

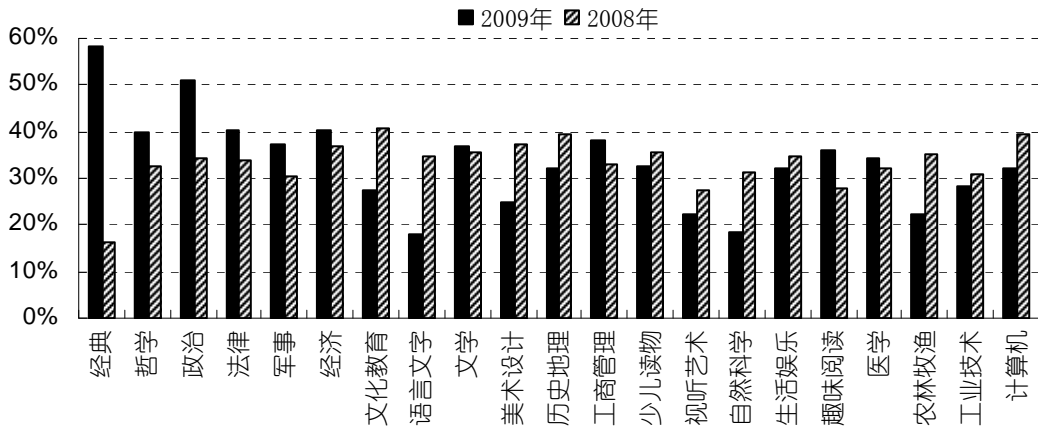


图 2 2009 年细分市场出版年份结构

二 整体市场月份分布：出版后 1-3 月的新书码洋份额最占优势

图 3 逐一跟踪了 2009 年 1-12 月的码洋份额随出版月份的变化（为消除旺季和淡季的差异，以下数据均为 12 个月的平均值）。2 个月前出版的图书码洋份额最高，为 6.49%；1 个月前（5.87%）和 3 个月前版图书（5.86%）的码洋份额难分伯仲；三者合计占据 18.22% 的码洋份额。当月新书的码洋份额虽然仅为 1.74%，但在未来的 1-3 个月内这些图书的码洋份额将大幅飙升，后市表现值得期待。而 4 个月前版图书的码洋份额仅为 4.94%，创下单月 0.92 个百分点的最大跌幅。从 4 个月前到 11 个月前这 8 个月的码洋份额逐月下跌，从 4.94% 一路下降到 2.74%；各月的跌幅整体呈现逐渐减小的趋势，仅有 6 个月前和 8 个月前例外。随着时间的推移，整体市场码洋份额的变化趋势可以归纳为：迅速增长-高位稳定-缓慢下降。

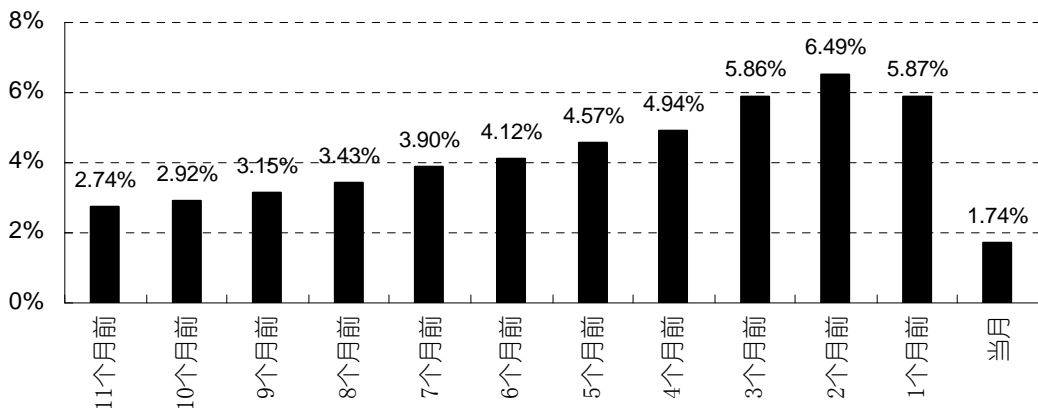


图 3 2009 年整体市场最近一年内出版图书平均码洋份额随出版月份的变化

可以得出结论：出版时间不足 3 个月的图书，无论是码洋份额还是市场前景都值得期待。针对近三个月的新书（1-3 个月前出版）所作的研究能够较好的反映市场预期。相反：如果图书在出版后的 1-3 个月内未能如期获得市场优势地位，后市表现将不容乐观；并且随着时间的推移，前景将日渐黯淡。

三 细分市场月份分布

1 单月码洋份额：1个月前到3个月前版图书码洋份额最高，2个月前版图书最具优势

表1 2009年各细分市场平均码洋份额随出版月份变化

营销分类	最近一年码洋份额%	出版后1-3月码洋份额%	最高单月	最高单月码洋份额%
经典	53.06	28.73	2个月前	10.90
哲学	58.58	23.24	2个月前	8.16
政治	71.44	29.61	1个月前	10.06
法律	61.20	24.54	2个月前	8.90
军事	53.50	18.90	2个月前	6.89
经济	61.20	24.90	2个月前	9.21
文化教育	46.32	16.51	3个月前	6.20
语言文字	31.84	9.40	2个月前	3.25
文学	58.30	23.80	2个月前	8.57
美术设计	43.01	12.69	3个月前	4.82
历史地理	56.32	21.90	2个月前	7.88
工商管理	58.53	24.53	2个月前	8.60
少儿读物	52.56	18.11	2个月前	6.67
视听艺术	35.70	10.82	3个月前	3.89
自然科学	31.00	9.72	2个月前	3.78
生活娱乐	51.38	17.99	2个月前	6.50
趣味阅读	56.17	23.42	2个月前	8.58
医学	49.31	20.22	1个月前	7.49
农林牧渔	38.39	10.52	2个月前	3.98
工业技术	43.58	15.48	1个月前	5.55
计算机	55.57	19.82	2个月前	7.00

各细分市场的码洋份额最大值及其出现的月份虽然不尽相同，却无一例外的集中在1个月前到3个月前这一出版时间段。其中15类2个月前出版的图书码洋份额最高；1个月前和3个月前版图书各有3类码洋份额最高（表1）。主要细分类别2009年1-12月的平均码洋份额随出版月份的变化如图4所示。

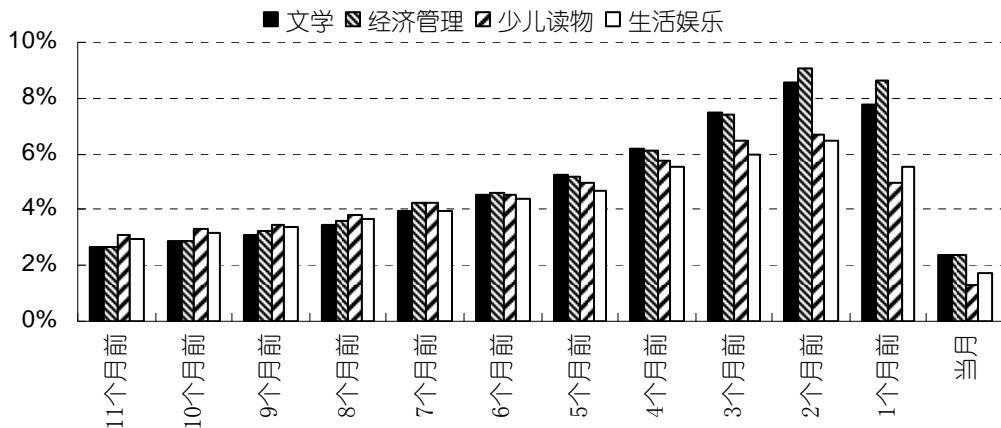


图4 2009年主要细分市场最近一年内出版图书平均码洋份额随出版月份的变化

2 文学类：1个月前到3个月前版新书码洋份额明显集中，《小团圆》出版次月跃居榜首

文学类2个月前出版的新书码洋份额最高，为8.57%，其次是1个月前（7.75%）和3个月前（7.48%），码洋份额均超过7%。凭借“张爱玲遗作”的卖点，榜首书《小团圆》甫一问世便迅速登顶，出版次月即达到最大销量。2007年版《杜拉拉升职记》畅销多年依然位列亚军。2008年7月版《暮光之城·暮色》位列第三，除暑期销量较高外，2009全年变化幅度不大。凭借市场热点和营销手段，本类新书能够迅速蹿红；长销书的表现也值得关注。

表2 2009年文学类畅销书TOP5

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	出版时间
1	978-753020998-1	《小团圆》	28.00	十月文艺	88751	2009-03
2	978-756133912-1	《杜拉拉升职记》	26.00	陕西师大	77813	2007-09
3	978-754480333-5	《暮光之城·暮色》	29.80	接力	55924	2008-07
4	978-756134542-9	《杜拉拉升职记二》	28.00	陕西师大	55772	2008-11
5	978-754480419-6	《暮光之城·新月》	32.00	接力	50839	2008-09

3 经管类：1-3个月前版新书具压倒性优势，《货币战争2:金权天下》问世当月销量最高

经管类2个月前出版的新书码洋份额高达9.04%，接近一成；其次是1个月前版和3个月前版，分别占据8.65%和7.44%的码洋份额。当月新书的码洋份额（2.41%）相对其他类别也不算低。《货币战争》长销多年依然位列榜首；作为前者的后续作品，《货币战争2:金权天下》问世当月销量即创下年内最高，以后各月逐渐降低。《中国怎么办-当次贷危机改变世界》排名第三，在出版后的第4个月达到最高销量。最近4个月内出版的图书集中了本类图书接近三成的码洋份额，在新书问世前后进行同步推广成效明显。

表3 2009年经管类畅销书TOP5

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	出版时间
1	978-750860868-6	《货币战争》	38.00	中信	70364	2007-06
2	978-780249182-3	《货币战争2:金权天下》	39.00	工商联合	44986	2009-08
3	978-711125831-5	《中国怎么办-当次贷危机改变世界》	38.00	机械工业	31024	2008-12
4	978-711115871-4	《你在为谁工作》	16.80	机械工业	30882	2005-01
5	978-750603531-6	《郎咸平说:谁在谋杀中国经济/郎咸平的百姓经济学》	32.00	人民	25220	2009-06

4 少儿读物类：2个月前到4个月前出版图书码洋份额最高，畅销书表现受假期影响

少儿读物类码洋份额最高的月份依次是2个月前（6.67%）、3个月前（6.48%）和4个月前（5.75%）；除当月新书码洋份额（1.33%）偏低外，各月差距并不显著。榜首书《100分幼儿启蒙练习册·加法练习(上)》和排名第二的《窗边的小豆豆》连续几年上榜，可谓榜单常客。2008年4月版《小企鹅水晶挂图--颜色形状》排名第三，销量最高的月份依次是2009年2月和7月，与寒假和暑期同步。本类新书问世后常常“文火慢热”，但一年两度的假期市场需要着力把握。

表 4 2009 年少儿读物类畅销书 TOP5

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	出版时间
1	978-780655890-4	《100 分幼儿启蒙练习册·加法练习(上)》	2.00	广州	97533	2005-04
2	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	84541	2003-01
3	978-753302556-4	《小企鹅水晶挂图—颜色形状》	8.80	山东美术	49786	2008-04
4	978-780685667-3	《新编幼儿描红:汉字描红.1》	3.90	锦绣文章	49260	2006-11
5	978-754480613-8	《淘气包马小跳之小英雄和芭蕾公主》	13.80	接力	48729	2009-01

5 生活娱乐类：1 个月前到 4 个月前版图书码洋份额相对较大，系列图书更具持续优势

生活娱乐类 2 个月前出版的图书的码洋份额最高，为 6.50%；码洋份额高于 5% 的月份依次是 3 个月前（5.94%）、1 个月前（5.55%）和 4 个月前（5.51%），其余月份的码洋份额差距不大。2007 年版《不生病的智慧》和《求医不如求己》分列榜单前两位，两者相继推出了多本后续作品，对前期间世的同系列图书起到推波助澜的作用。2008 年 8 月问世的《上海道路交通管理信息图(2008)》位列第三，在 2009 年 1-4 月的码洋份额明显较高。品牌作者连续推出的系列作品对本类图书的影响极为深远。

表 5 2009 年生活娱乐类畅销书 TOP5

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	出版时间
1	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	117905	2007-09
2	978-780089208-0	《求医不如求己》	29.00	中医药	62447	2007-02
3	978-720806077-7	《上海道路交通管理信息图(2008)》	7.00	上海人民	61472	2008-08
4	978-753992988-0	《求医不如求己 3/国医健康绝学系列十》	32.00	江苏文艺	51579	2008-09
5	978-780532430-2	《中国地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	50202	2002-03

四 东方视点

1 无论是 2009 年整体市场还是主要的细分市场，上一年版图书和当年新书的码洋份额均接近 1/3，优势地位无可动摇。

2 随着出版时间的推移，整体市场的码洋份额呈现先增后降的趋势。1 个月前到 3 个月前出版的新书所占的码洋份额最大；新进入市场的图书需要把握这一稍纵即逝的机会。

3 细分市场码洋份额最大值出现的月份集中在 1 个月前到 3 个月前这一出版时段，尤以 2 个月前版图书为最。文学、经管、少儿读物和生活娱乐类的码洋份额月度分布总体表现与整体市场类似，又各具特点。