



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 (20091001)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

# 同比趋暖 热点切换

——2009年第三季度经管类市场概况

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。

金融风暴以来的图书市场已经在跌宕起伏中过去了一年。鉴于经管类在图书市场中长期保持着不俗的市场地位，其重要性不言而喻。2009年第三季度经管类图书的市场表现和同比变化如何，笔者将在本文中进行分析。

## 一 市场规模和成长性：市场趋暖，码洋份额和单品贡献率同比上升

2009年第三季度（Q3），经管类在整体市场中占据7.20%的码洋份额，在全部图书大类中位列第五；动销品种数为44826种，品种份额为8.65%，位列第四；单品贡献率为0.83，处于中等水平。2008年Q3和2009年Q3经管类图书市场规模如图1所示，可见，码洋份额同比增长6.04%，动销品种数和品种份额小幅下滑；单品贡献率也呈现增长趋势，同比增幅为6.41%。综上所述，经历了去年的金融风暴，经管类市场逐步回暖的趋势已经呈现；后市表现将在相当程度上取决于包括股市行情在内的经济形势，畅销书的拉动效应也可能带来新的市场热点。出版社需要改变以品种数量取胜的策略，转而挖掘畅销单品的市场价值。

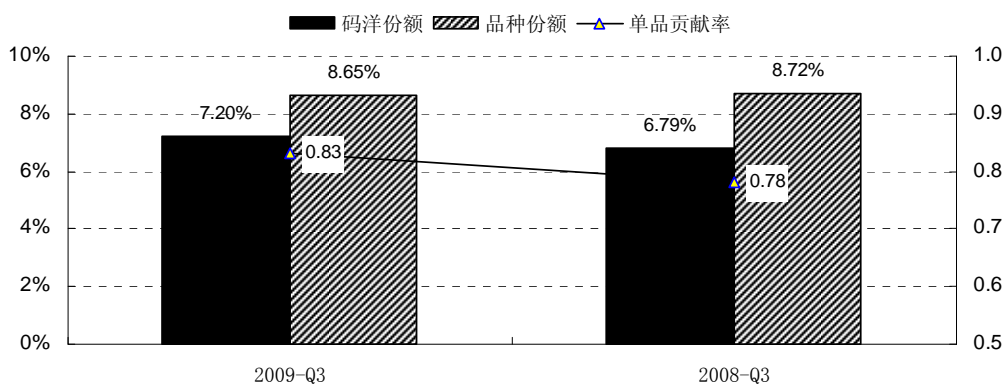


图1 2008年Q3与2009年Q3经管类图书市场规模对比

## 二 市场结构分析

### 1 出版时段结构：当年新书码洋份额接近五成，第二季度出版的图书最为畅销

如图2所示，2009年Q3经管类市场中，当年出版的图书占据48.43%的码洋份额，高出同期整体市场37.80%的码洋份额10.63个百分点；上年出版的图书码洋份额为26.47%，

低于同期整体市场 31.41% 的码洋份额 4.94 个百分点。与去年同期相比，当年出版的图书所占的码洋份额同比上升 4.62%；上年出版的图书所占的码洋份额同比下跌 6.60%。细观 2009 年 Q3 时段分布，当年第二季度（Q2）出版的图书占据超过 1/4 的码洋份额，同比增加 3.90 个百分点，其中当年 6 月出版的图书就占据 9.59% 的码洋份额，其次是 4 月和 5 月，码洋份额分别为 8.16% 和 7.73%。其次是第一季度（Q1）出版的图书，码洋份额为 14.45%，同比下跌 0.49 个百分点。2009 年 Q3 出版的新书仅占 8.51% 的码洋份额，同比下跌 1.14 个百分点。而在 2008 年 Q3，当年 4 月出版的图书占据 9.65% 的码洋份额，其次是 1 月，码洋份额为 9.31%。换言之，当年版新书，尤其是上一季度问世的新书，在经管类图书市场中占有举足轻重的地位；问世超过半年而表现依然平平的图书很难获得市场优势。



图 2 经管类的出版年份结构（左：2009 年 Q3，右：2008 年 Q3）

## 2 畅销书统计：TOP500 畅销书码洋份额同比上升幅度较大

经管类图书的码洋份额向少数畅销书集中的程度不高，但畅销书受欢迎的程度却呈现上升态势。2009 年 Q3 经管类畅销书 1-100 名的码洋份额为 18.58%，同比增加 0.67 个百分点，单品贡献率（占整体市场）为 69.41，同比增幅为 10.40%；与此同时，TOP500 的码洋份额合计为 37.63%，同比增加 2.01 个百分点；单品贡献率（占整体市场）为 28.12，同比增幅为 12.48%（图 3）。相对经管类 TOP100 畅销书而言，TOP500 畅销书的市场份额提升幅度较大。新进入市场的经管类图书需要跻身 TOP500 畅销榜，才能确保其市场地位。

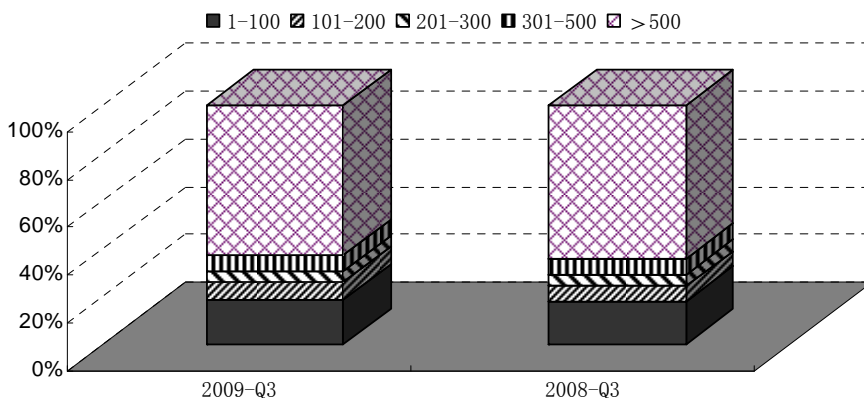


图 3 2008 年 Q3 与 2009 年 Q3 经管类畅销书的码洋份额比较

### 3 定价结构：均价远远高出整体市场，35元-40元区间码洋份额最大

2009年Q3经管类动销图书的均价为35.33元，高出同期整体市场57.86%；去年同期经管类动销图书34.20元的均价高出同期整体市场61.47%。读者对形势和股市的关注，对畅销书的追捧，相关职业资格考试的升温，多种因素支撑着经管类图书偏高的定价。

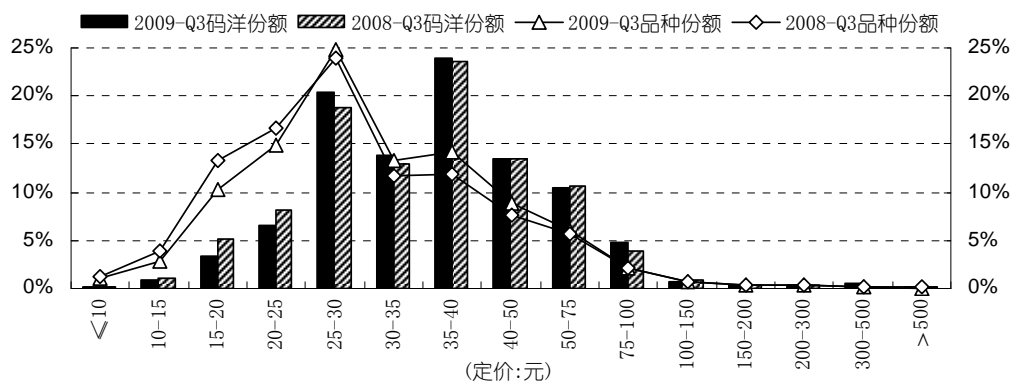


图4 2008年Q3与2009年Q3各价格区间内经管类动销图书的码洋份额和品种份额

经管考试类动销图书的定价结构如图4所示。最畅销的图书集中在35-40元的区间集中了24.00%的码洋份额，同比增加0.47个百分点；品种份额为14.16%，同比增加2.35个百分点；单品贡献率（占整体市场）为1.41，同比下跌9.03%。其次是25-30元的区间，码洋份额为20.43%，同比增加1.61个百分点；品种份额为24.77%，同比增加0.80个百分点；单品贡献率（占整体市场）为0.69，同比增幅为13.11%。在35-40元区间，《货币战争2:金权天下》和《货币战争》两本监测销量轻松超过万册，“2009年证券从业人员资格考试教材”系列表现不俗。而在20-30元区间，榜首书《朗咸平说:金融超限战/郎咸平的百姓经济学》的监测销量不足前者的三成。

### 三 出版社竞争分析：CR10下降，十强社之间竞争加剧

2009年Q3共有475家出版社涉足经管类图书市场，其中码洋份额超过1%的出版社为21家，比例为4.42%，同比上升0.1个百分点。相对其他专业性较强的图书类别，经管类的门槛并非高不可攀，参与竞争的出版社数量庞大，市场集中度处于中等偏下水平。图5比较了2008年和2009年经管类出版社的集中度变化情况，CR10同比下降了0.86个百分点，CR20和CR50则分别同比上升0.93和1.63个百分点。这说明TOP10出版大社的市场优势减弱，排名相对靠前但并非最前列的出版社竞争力增强。

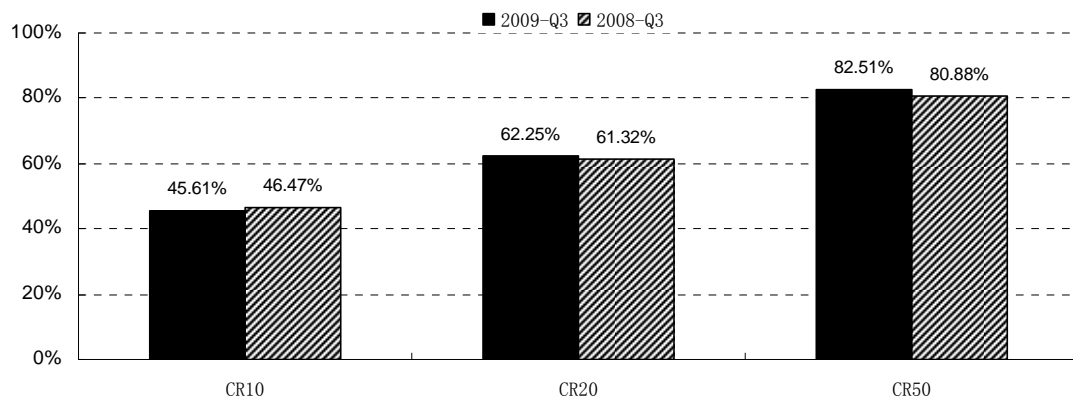


图 5 2008 年 Q3 与 2009 年 Q3 经管类出版社市场集中度及其变化

2009 年 Q3 经管类 TOP10 出版社市场份额及排名变化如表 1 所示，码洋份额最大的十家出版社合计占据 45.61% 的码洋份额。除了排名次序有变化外，跻身十强的出版社与去年同期相比几乎没有变化。机械工业出版社和中信出版社依然位列前茅：前者作为整体市场中数一数二的出版大社，在经管类图书市场中的码洋份额高达 8.61%，动销品种数和品种份额也遥遥领先；后者作为专业性较强的出版社，虽然码洋份额稍逊一筹，依然凭借 3.21 的单品贡献率（占整体市场）位居前列。十强社中其他 8 家出版社码洋份额差距不大，但码洋份额和排名的同比变化较为突出。三家出版社码洋份额同比增幅超过两成，其中中国财经和广东经济两家出版社凭借经管考试类读物提升市场地位；人民出版社另辟蹊径，主打图书为“郎咸平的百姓经济学”系列，同比增幅和单品贡献率（占整体市场）的表现也可圈可点。

表 1 2009 年 Q3 经管类出版社码洋份额 TOP10

版别	排名	码洋份额%	同比增幅%	同排	动销品种	品种份额%	单品贡献率（占整体市场）
合计	-	45.61	-1.0	-	12779	28.51	1.33
机械工业	1	8.61	-8.3	1	2373	5.29	1.36
中信	2	6.99	-14.7	2	812	1.81	3.21
中国财经	3	4.81	22.9	5	1164	2.60	1.54
人民大学	4	4.70	0.0	3	1891	4.22	0.92
人民邮电	5	4.11	8.7	7	741	1.65	2.07
广东经济	6	3.85	52.0	10	693	1.55	2.06
北京大学	7	3.53	-18.8	4	1307	2.92	1.01
人民	8	3.40	48.1	12	752	1.68	1.68
中国经济	9	2.87	-7.0	8	1346	3.00	0.80
经济科学	10	2.74	-27.9	6	1700	3.79	0.60

#### 四 畅销榜单分析：市场热点变化明显，3 本图书监测销量过万

2009 年 Q3，经管类在整体市场畅销书 TOP200 中占据 12 个席位，较去年同期减少 1 席。监测销量超过万册的图书共有三本，较去年同期增加 1 本。头名书《货币战争 2:金权天下》在整体市场中位列第四，而在 2008 年 Q3，头名书《货币战争》仅列第七。经管类图书

TOP20 榜单如表 2 所示。

从热点图书来看,《货币战争 2:金权天下》以压倒性优势位列榜首,同作者的《货币战争》跌至第二,销量大幅下挫。凭借作者的影响力,2009 年版新书《郎咸平说:谁在谋杀中国经济/郎咸平的百姓经济学》和《朗咸平说:金融超限战/郎咸平的百姓经济学》分列第 3 和第 7 位。去年同期紧扣经济形势的图书充斥榜单的格局一去不返,仅有《世界是平的-21 世纪简史[内容升级和扩充版](3.0)》一本入围 TOP20,监测销量和排名远远不及本土作品。职场读物缺乏新意,《细节决定成败》、《你在为谁工作》和《世界上最伟大的推销员》3 本登榜图书均沿袭自去年榜单,仅有相对排名的变化。伴随经济形势的好转,个人理财类读物急剧升温,相关图书在 TOP20 中占据三成席位。经管考试类配套图书也从去年同期的 3 席增加到 5 席,证券从业人员资格考试的热度超过注册会计师考试。市场热点瞬息万变,相应的出版社需要提高捕捉市场热点的能力,针对读者需求推出相应图书,从而占据先机。

从出版社来看,经管类畅销书 TOP20 来自 14 家出版社,专业性较强的出版社具有明显优势:中国财经出版社登榜图书数居首,占据 4 个席位;中信出版社、人民出版社和中国人民大学出版社各有两本图书登榜。从出版年份来看,2009 年版新书有 11 本登榜,与去年同期持平;2007 年版图书占据 3 个席位,而 2008 年版图书爆冷,仅有两本登榜。从监测销量来看, TOP20 的平均监测销量略高于去年同期,但畅销书之间的差异更加明显:榜单三甲遥遥领先,《货币战争 2:金权天下》的监测销量更是轻松超过两万册,其他登榜图书的监测销量则普遍下滑。

表 2 2009 年 Q3 经管类畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元	年份	覆盖率%
1	978-780249182-3	《货币战争 2:金权天下》	39.00	工商联合	24209	9.55	2007	50.0
2	978-750860868-6	《货币战争》	38.00	中信	14721	5.66	2007	78.5
3	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	14231	4.61	2009	36.6
4	978-750951372-9	《证券市场基础知识/2009 年证券从业人员资格考试教材》	36.00	中国财经	8443	3.08	2009	11.5
5	978-750116372-4	《细节决定成败》	24.80	新华	7098	1.78	2004	80.1
6	978-750951320-0	《会计(新考生用书)/09 年注册会计师考试教材》	42.00	中国财经	7013	2.98	2009	39.5
7	978-750603425-8	《朗咸平说:金融超限战/郎咸平的百姓经济学》	28.00	人民	6813	1.93	2009	38.2
8	978-750951373-6	《证券交易/2009 年证券从业人员资格考试教材》	35.00	中国财经	6586	2.33	2009	11.9
9	978-711115871-4	《你在为谁工作》	16.80	机械工业	6421	1.09	2005	69.1
10	978-750121789-2	《世界上最伟大的推销员》	16.80	世界知识	5717	0.97	2002	65.0
11	978-750588063-4	《税法(适用新办法)/2009 年注册会计师全国统一考试主教材》	45.00	经济科学	5205	2.37	2009	35.5
12	978-780218535-7	《实战看盘-看盘水平是能否获利的关键》	38.00	宇航	4874	1.87	2009	28.0
13	978-780180742-7	《杨百万股市战例》	38.00	经济日报	4565	1.76	2009	41.9
14	978-750861455-7	《巴菲特教你读财报》	30.00	中信	4341	1.32	2009	30.7

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元率	年份	覆盖率%
15	978-753575366-3	《世界是平的-21世纪简史[内容升级和扩充版](3.0)》	58.00	湖南科技	4309	2.53	2008	48.6
16	978-730008902-7	《财产保险(第2版)(经济管理类课程教材保险系列)》	30.00	人民大学	4287	1.30	2008	5.1
17	978-730010519-2	《论势:曹仁超创富启示录》	38.00	人民大学	4261	1.64	2009	27.2
18	978-754261289-2	《股市操练大全(K线.技术图形识别和练习专辑)》	29.80	上海三联	4166	1.26	2000	74.2
19	978-750645691-3	《中国新股民必读全书(原书第9版)(附光盘)》	32.80	中国纺织	4131	1.37	2007	33.8
20	978-750951378-1	《证券市场基础知识/2009年证券从业资格考试辅导》	30.00	中国财经	4051	1.23	2009	9.6

## 五 东方观点

1 2009年第三季度经管类图书的码洋份额和单品贡献率同比上升,出版社需要深挖畅销单品的市场价值,以抵消品种份额下滑的影响。

2 在超过四万种的动销图书中,排名最靠前的少数畅销书的码洋份额和单品贡献率同比上升。新进入市场的图书需要迅速跻身TOP500榜单,方能拥有更多优势。

3 多本中高价位的畅销书带动经管类图书均价再创新高;定价在35-40元的区间最受读者欢迎,其次是25-30元的区间。

4 2009年版新书的市场地位举足轻重,而2008年版图书码洋份额明显下滑。上一季度问世的新书的市场地位首屈一指,问世超过半年的图书的市场表现相形见绌。

5 以十强社为代表的优势出版社的市场优势减弱,以二十强和五十强社为代表的中坚出版社的出版社竞争力增强。

6 经管类畅销榜充分体现市场热点的切换:紧扣经济形势的图书受挫,个人理财类读物和经管考试类读物的表现可圈可点。