



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 (20090802)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

品读历史和人物

——2009 年上半年历史地理类图书市场评述
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。

2009 年已然过半，作为图书市场的重要类别，历史地理类的市场地位和表现依然值得关注。纷纭的图书市场里，历史地理类是否能够延续 2008 年度的辉煌？本文将对 2009 年上半年历史地理类图书市场进行一番评述。

一 市场地位和成长性：码洋份额、品种份额和单品贡献率全数上升

2009 年上半年，历史地理类图书在整体市场中占据 3.85% 的码洋份额，动销品种数为 22596 种，品种份额为 3.85%；单品贡献率为 1.00。历史地理类图书的码洋份额和品种份额同比和环比变化如图 1 所示。与 2008 年上半年相比，码洋份额同比增长 8.45%，品种份额同比增长 2.94%，单品贡献率的同比增幅为 5.26%。与 2008 年下半年相比，码洋份额环比增长 14.24%，品种份额环比增长 4.62%，单品贡献率的环比增幅为 8.70%。

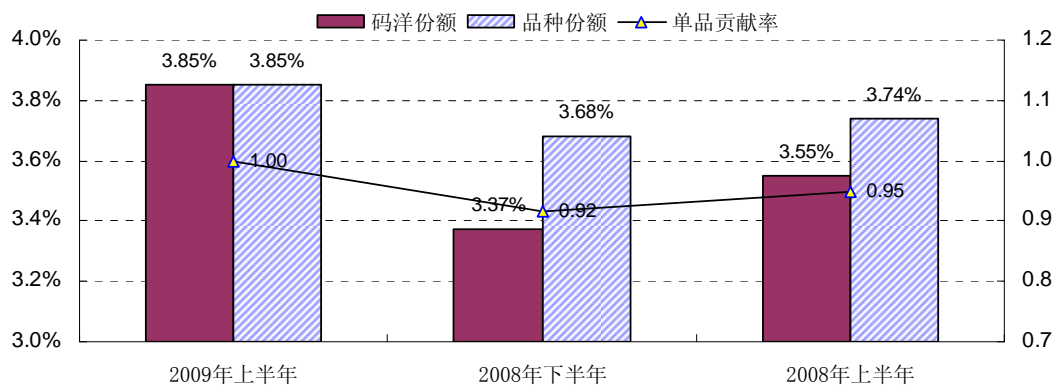


图 1 2008 年上半年-2009 年上半年历史地理类图书市场规模对比

在整体市场低迷的背景下，本类图书同比和环比的增长态势明显，不但扭转了去年下半年受金融危机的波及市场份额下滑的影响，表现更是优于 2008 年同期。究其原因，学术大众化的热潮方兴未艾，草根作者的人气追捧，名人传记的轰动效应，出版者的宣传造势推波助澜，这些因素叠加在一起，造就了本类图书的市场热点。

二 市场结构分析

1 畅销书统计：畅销书份额上升

如图 2 所示，2009 年上半年历史地理类畅销书 TOP500 的码洋份额合计为 51.08%，同比增加 3.44 个百分点，环比增加 2.90 个百分点。其中 TOP100 的码洋份额为 31.28%，同比和环比分别增加 5.50 和 4.95 个百分点；单品贡献率高达 71.09%，同比和环比分别上升 29.61% 和 24.20%。而第 100-500 名的各个区间，码洋份额和单品贡献率全部低于 2008 年上半年，也普遍低于 2008 年下半年。无论是同比还是环比，历史地理类 TOP100 畅销图书的码洋份额都在逐渐增大，说明最热门的图书对市场的影响力与日俱增；而大量未能进入 TOP100 的图书，其市场地位则逐渐下降。逆水行舟，不进则退，对于历史地理类图书单品来说，能否跻身最畅销的 TOP100，是占领市场的重要保证。

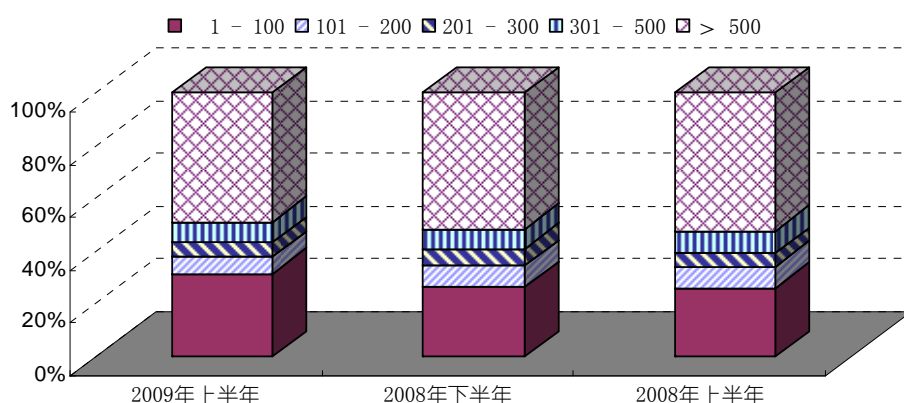


图 2 2008 年上半年-2009 年上半年历史地理类畅销书的码洋份额比较

2 出版时段结构：当年新书份额下降

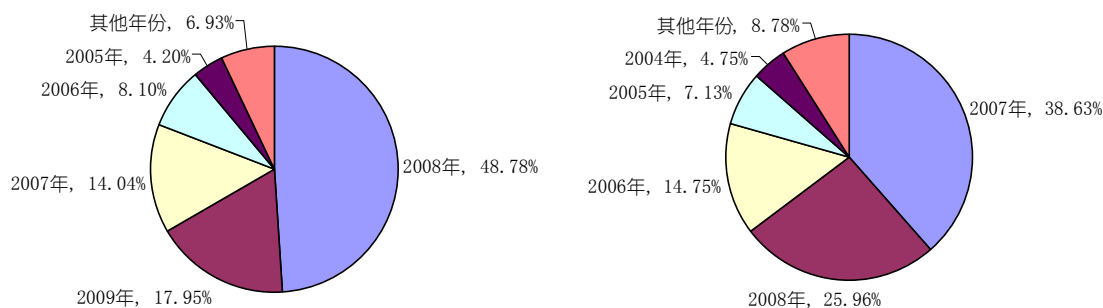


图 3 历史地理类的出版年份结构

(左：2009 年上半年，右：2008 年上半年)

2009 年上半年，历史地理类图书的出版年份分布如图 3 所示，上年出版的图书占据 48.78% 的码洋份额，同比上升 26.27%。当年新书所占的码洋份额仅为 17.95%，与 2008 年上半年相比，同比下滑 8.01 个百分点，跌幅为 30.86%。逐季度细观时段分布，2009 年上半年，上年第四季度 (Q4) 出版的图书就占据 22.08% 的码洋份额，同比上升 9.97 个百分点；其他三个季度的码洋份额相当接近。当年第一季度 (Q1) 出版的图书较第二季度 (Q2) 的市场表现相对稍好，码洋份额为 13.87%，同比下降 5.96 个百分点。而在 2008 年上半年，当年第一季度 (Q1) 出版的图书占到 19.83% 的码洋份额；上年四个季度出版的图书中码洋

份额最大值与最小值的差别为 4.18 个百分点，各季度间的码洋份额差距相对较小。换句话说，2008 年版图书余威不减，尤其是 2008 年 Q4 出版的图书市场地位牢固，而 2009 年版新书依然处于“慢热”阶段，依然有待后市表现。

3 定价结构：均价略降

2009 年上半年历史地理类动销图书的均价为 35.78 元，高出同期整体市场 23.11 元的均价 54.82%。2008 年上半年 35.82 元的均价高出同期整体市场 67.15%；2008 年下半年 35.92 元的均价高出同期整体市场 62.39%。无论是同比还是环比，历史地理类图书均价都略有下降，这与整体市场均价的变化趋势相反，并且高出整体图书市场均价的幅度逐渐下降。与具备刚性需求的图书类别不同，历史地理类图书的读者最主要的购买动机是爱好和消遣；而在畅销书休闲化的趋势之下，本类图书与其他畅销类别的价格差异会逐渐缩小。

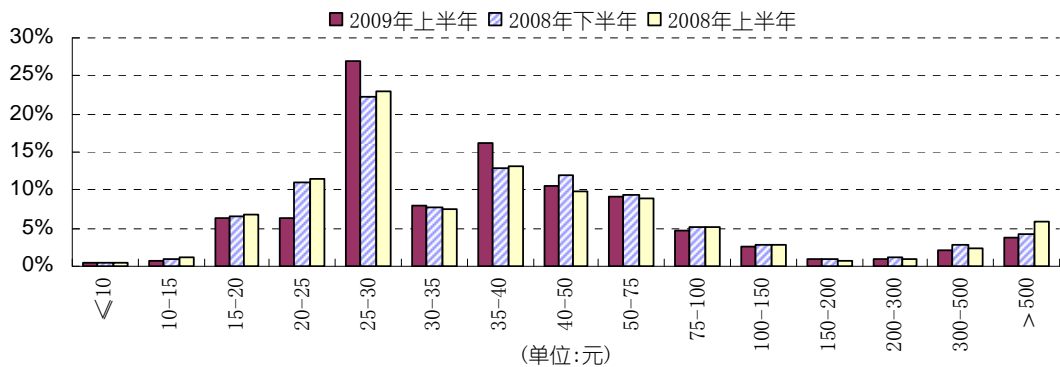


图 4 2008 年上半年-2009 年上半年各价格区间内历史地理类动销图书的码洋份额

历史地理类图书的定价结构如图 4 所示。定价在 25-30 元的图书最受欢迎，集中了 27.05% 的码洋份额，同比和环比分别增加 4.11 和 4.74 个百分点；其次是 35-40 元的区间，码洋份额为 16.21%，同比和环比分别增加 3.16 和 3.30 个百分点。而 20-25 元区间的码洋份额同比和环比均出现大幅下跌。25-30 元区间的主打图书是“明朝那些事儿”系列：作为系列图书中的单本图书，定价趋于一致；作为大众读物，出版社制定价格策略时必须考虑市场接受度。35-40 元区间的畅销榜单包括诸多名人传记：这些图书普遍具有图片丰富，装帧考究的特色，定价也相应较高。

三 出版社竞争分析：集中度上升，大社竞争力增强

历史地理类图书涵盖范围较宽，读者群体广大，对于出版社的专业性和资质要求较低，因而呈现群雄逐鹿的市场格局。2009 年上半年共有 527 家出版社涉足本类图书市场，其中码洋份额超过 0.1% 的有 152 家，占 28.84%，同比和环比分别下降 1.69 和 2.66 个百分点。2009 年上半年历史地理类出版社市场集中度如图 5 所示。无论是环比还是同比，无论是 CR10、

CR20 还是 CR50，历史地理类的集中度均有不同程度的上升，说明本类出版社市场竞争趋于缓和。而 CR10 的同比增幅（16.25%）和环比增幅（9.00%）均是三者之中最大的，说明码洋份额正在逐渐向少数出版大社集中。

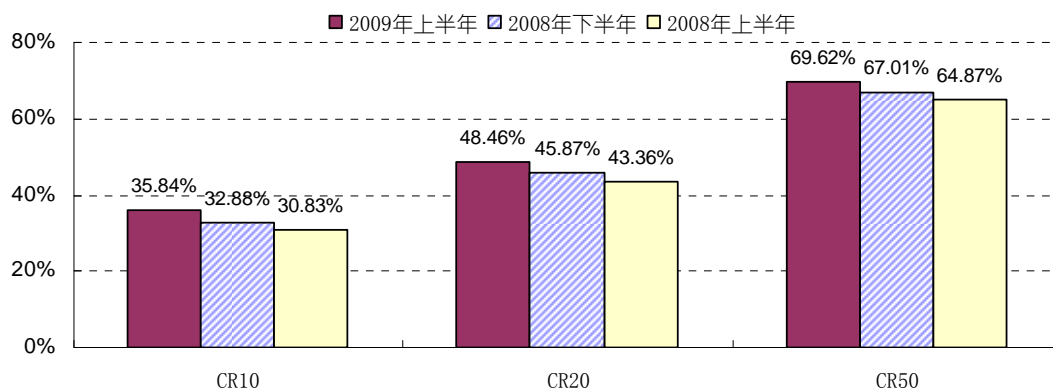


图 5 2009 年上半年历史地理类出版社市场集中度及其变化

2009 年上半年历史地理类 TOP10 出版社市场份额及排名变化如表 1 所示。十强社的梯度明显，可以码洋份额 5% 和 3% 为界，划分第一、第二和第三集团，分别有 2 家、4 家和 4 家出版社。中国友谊和中国海关两家出版社均凭借“明朝那些事儿”系列跻身第一集团。前者码洋份额高达 8.10%，持续位居榜首，地位稳固；后者的排名自 2008 年下半年以来连续飙升，单品贡献率惊人。中信出版社以 4.90% 的码洋份额屈居第二集团，该社主打产品是财经名人传记，单品贡献率也较高。中华书局和人民出版社则拥有最多的动销品种数。TOP10 中其他出版社的码洋份额相差不大。

表 1 2009 年上半年历史地理类出版社码洋份额 TOP10

排名	版别	码洋份额%	上排	同排	动销品种	品种份额%	单品贡献率
-	合计	35.84	-	-	2701	11.96	3.00
1	中国友谊	8.10	1	1	63	0.28	28.93
2	中国海关	5.21	49	238	17	0.08	65.13
3	中信	4.90	6	6	86	0.38	12.89
4	中华书局	3.98	2	2	941	4.16	0.96
5	人民	3.22	3	3	703	3.11	1.04
6	吉林出版集团	3.13	5	7	126	0.56	5.59
7	北京大学	1.98	8	8	285	1.26	1.57
8	广西师大	1.81	9	5	314	1.39	1.30
9	南海	1.76	4	4	33	0.15	11.73
10	陕西师大	1.75	7	14	133	0.59	2.97

四 榜单分析：读史和传记图书各具特色，定价整齐，亟待推陈出新

2009 年上半年历史地理类头名书为《明朝那些事儿 6(全国独家)》，在整体市场中位列三甲。整体市场畅销书 TOP200 中，本类图书占据 16 个席位，较 2008 年上半年增加 7 席，

也较 2008 年下半年增加 6 席。监测销量超过万册的图书品种，2008 年上半年有 9 种，2008 年下半年有 7 种，而在 2009 年上半年竟有 14 种。如表 2 所示，与去年同期和上期相比，历史地理类图书 TOP20 榜单发生大幅变化，畅销书的监测销量呈现整体增长态势。

表 2 2009 年上半年历史地理类畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	作者	版别	监测销量	年份	覆盖率%
1	978-780165501-1	《明朝那些事儿 6(全国独家)》	28.80	当年明月	中国海关	48615	2008	66.9
2	978-780165599-8	《明朝那些事儿 大结局》	29.80	当年明月	中国海关	44461	2009	62.9
3	978-750572246-0	《明朝那些事儿 第一部(新版)》	28.80	当年明月	中国友谊	32447	2008	59.2
4	978-750572418-1	《明朝那些事儿 第五部(新版)》	28.80	当年明月	中国友谊	26847	2008	73.6
5	978-750572285-9	《明朝那些事儿 第二部(新版)》	28.80	当年明月	中国友谊	21281	2006	54.8
6	978-750572326-9	《明朝那些事儿 第三部(新版)》	28.80	当年明月	中国友谊	20077	2008	57.8
7	978-750572378-8	《明朝那些事儿 第四部(新版)》	28.80	当年明月	中国友谊	18240	2008	54.6
8	978-750368690-0	《巴拉克·奥巴马:无畏的希望-重申美国梦》	42.00	巴拉克·奥巴马	法律	17043	2008	40.8
9	978-750861380-2	《滚雪球:巴菲特和他的财富人生(上)》	39.00	爱丽丝·施罗德	中信	15434	2008	40.0
10	978-730906366-0	《潜规则:中国历史中的真实游戏(增订版)》	28.00	吴思	复旦大学	14698	2009	37.0
11	978-750861385-7	《滚雪球:巴菲特和他的财富人生(下)》	39.00	爱丽丝·施罗德	中信	13734	2008	39.0
12	978-750861336-9	《我的成功可以复制》	38.00	唐骏,胡腾	中信	12799	2008	31.3
13	978-721303935-5	《政道:仇和十年》	35.00	包永辉,徐寿松	浙江人民	11708	2008	33.8
14	978-754470691-9	《我父亲的梦想:奥巴马回忆录》	38.00	巴拉克·奥巴马	译林	11256	2009	39.2
15	978-780211120-2	《李嘉诚-华人首富独步商界的不息传奇(珍藏本)/财智英雄》	10.00	李津	中央编译	8744	2009	27.7
16	978-756134458-3	《胡雪岩的启示/百家讲坛》	30.00	曾仕强	陕西师大	8446	2008	33.8
17	978-750572285-9	《明朝那些事儿 2》	24.80	当年明月	中国友谊	7574	2006	74.3
18	978-754520190-1	《娜写年华》	39.80	谢娜	锦绣文章	7483	2008	28.6
19	978-750861149-5	《巴菲特传:一个美国资本家的成长》	49.00	罗杰·洛温斯坦	中信	6880	2007	30.4
20	978-750572378-8	《明朝那些事儿 4》	24.80	当年明月	中国友谊	6796	2007	74.5

从内容上看，大众读史类读物横扫榜单，系列图书整体表现优异。当年明月的“明朝那些事儿”系列共有 9 本入围，并且包揽榜单前 7 位。吴思的《潜规则:中国历史中的真实游戏(增订版)》位列第 10。曾经是畅销经典的百家讲坛系列风光不再，仅有曾仕强的《胡雪岩的启示/百家讲坛》一本登榜，位列第 16。政治人物传记高调登榜，年初履任的美国总统魅力不减，《巴拉克·奥巴马:无畏的希望-重申美国梦》和《我父亲的梦想:奥巴马回忆录》分列第 8、14 位，《政道:仇和十年》排名第 13 位。股神巴菲特引领财经人物传记，《滚雪球:巴菲特和他的财富人生》上下两本分列第 9、11 位，《巴菲特传:一个美国资本家的成长》位列第 19；唐骏的《我的成功可以复制》位列第 12，《李嘉诚-华人首富独步商界的不息传奇(珍藏本)/财智英雄》位列第 15。唯一的娱乐人物传记是谢娜的《娜写年华》，位列第 18。

从定价来看，通俗读史类读物定价整齐划一，全数低于 30 元；而传记类读物几乎全部

高于 35 元的门槛，仅有《李嘉诚-华人首富独步商界的_{不朽}传奇(珍藏本)/财智英雄》以小开本、低定价取胜。

从出版年份来看，2008 年版图书占据六成席位，2009 年版新书仅有 4 个席位。《明朝那些事儿 大结局》是跨年度系列图书的终结版，《潜规则:中国历史中的真实游戏(增订版)》为再版图书，《我父亲_{的梦想}:奥巴马回忆录》译自早期问世的英文版，而《李嘉诚-华人首富独步商界的_{不朽}传奇(珍藏本)/财智英雄》，也是 2005 年版同名图书的不同版本。可见，本类图书市场依然缺乏有影响力的新品，出版社在“推陈”的同时需要考虑如何“出新”以应对市场变化。

五 东方观点

1 在整体市场低迷的背景下，历史地理类图书的市场份额同比和环比双双上升。市场热点受诸多因素影响。

2 历史地理类图书前 500 名最畅销的图书占据半数码洋份额，对市场的影响力节节攀升；能否跻身畅销榜单，成为本类图书市场地位的保证。

3 2008 年版图书的市场地位牢固，出版时间在 6-9 个月的图书的码洋份额最大，而出版时间在半年之内的新书尚需证明其市场地位。

4 出于爱好等较高层次需求，读者的购买动机左右本类图书的定价和市场格局；25-30 元区间和 35-40 元区间的畅销图书类型和读者群体存在明显区分。

5 历史地理类图书市场的门槛和集中度较低，但码洋份额集中趋势日渐明显。凭借“明朝那些事儿”系列的突出表现，中国友谊和中国海关两家出版社跻身第一集团；主打财经名人传记的中信出版社尾随其后。

6 “明朝那些事儿”系列横扫畅销榜单，政坛和商场名人的传记也颇具特点。但新品的缺乏可能成为制约后市表现的重要因素。