



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 (20090803)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

拥抱健康，享受生活

——2009年上半年生活娱乐类图书市场分析

责任编辑 毛丽颖

【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。

在整个图书市场中，生活娱乐类图书可以说是与读者日常生活联系最紧密的类别之一，保健养生、烹饪食谱、地图、旅游、优生育儿……都不断有图书热销，畅销图书单本监测销量动辄过万，给整个图书市场带来生机和商机。接下来，我们就来看看2009年上半年生活娱乐类图书市场的具体销售情况。

一 市场规模：同比、环比皆增长

根据“中国出版物流通监测系统”的监测数据，2009年上半年，生活娱乐类图书码洋份额为8.11%，同比2008年上半年增长了0.79个百分点，环比2008年下半年增长了1.09个百分点；09年上半年此类图书的品种份额为4.72%，同比环比数据均增长了0.09个百分点，为近一年半来的最高值；在单品贡献率方面，09年上半年为1.72，较去年同期和上期都有所增长，同比、环比数据分别为1.58和1.52；动销品种方面，09年上半年为27677种，同比和环比的品种数分别的增加了1344种和133种，由此可见，该类图书市场需求不断上升。

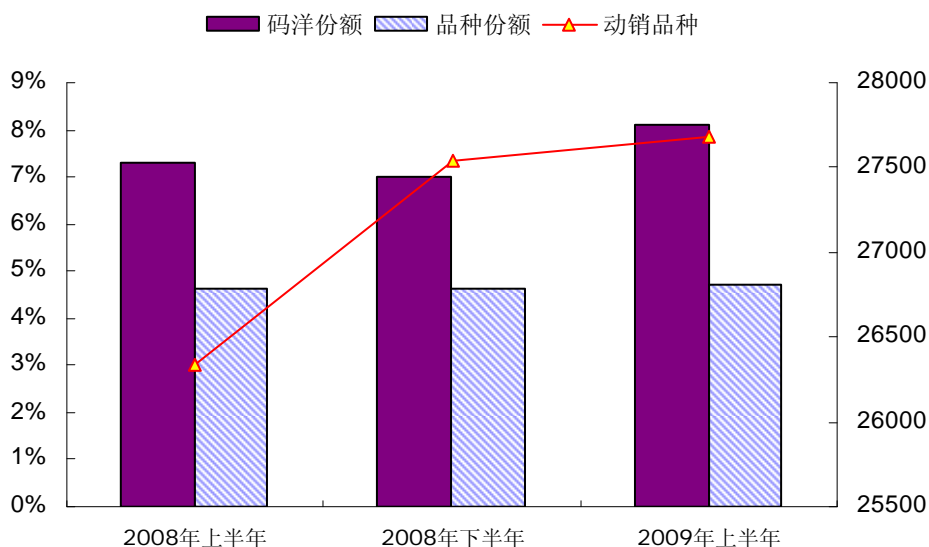


图 1 2009 上半年生活娱乐类图书码洋份额和品种份额同比环比示意图

二 市场结构分析

1 按二级类别：保健养生看涨，地图看跌

细观生活娱乐类图书市场，二级类别的码洋份额悬殊较大，码洋份额主要集中在保健养生、烹饪食谱、地图、旅游、优生育儿这 5 类。从 09 年上半年度来看，这 5 类图书码洋份额合计为 83.52%，占了整个生活娱乐类图书市场中超过 8 成的市场地位，同比 08 年上半年上涨了 3.14 个百分点，环比 08 年下半年上涨了 1.2 个百分点，由此可见这些图书受欢迎程度日渐得到提高。

根据数据显示，在同比方面增幅最大的是保健养生，增幅为 6.16 个百分点，其次是烹饪食谱，而出现负增长最大的则是地图，跌幅为 2.29 个百分点；同样来看环比方面，增幅第一的同样是保健养生，增幅为 1.43 个百分点，屈居二、三位的分别是优生育儿和居室设计，跌幅最大的亦是地图，下跌了 1.25 个百分点。

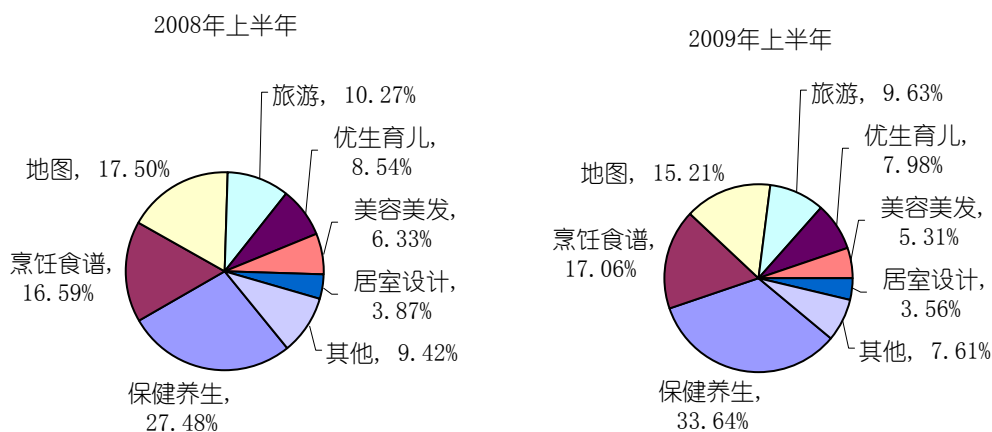


图 2 生活娱乐类图书结构比较示意图

2 按出版年份：上年出版的新书占当年上半年销售的半壁江山

从生活娱乐类图书出版年份结构示意图（图 3）来看：在 2009 年上半年中，2008 年版的占据 42.53% 的码洋份额，在 2008 年上半年度中，2007 年版的书占了 49.60% 的码洋份额，说明近两年上半年中，上一年出版的书，都占据了半数不到的码洋份额。另外，在 09 上半年中，当年出版的新书码洋份额占了两成不到。细观 2008 年下半年度，2008 年和 2007 年版的生活娱乐类图书码洋份额分别 43.8% 和 33.98%，合计超过七成，说明前两年出版的生活娱乐类图书在下半年销售中占主导地位。

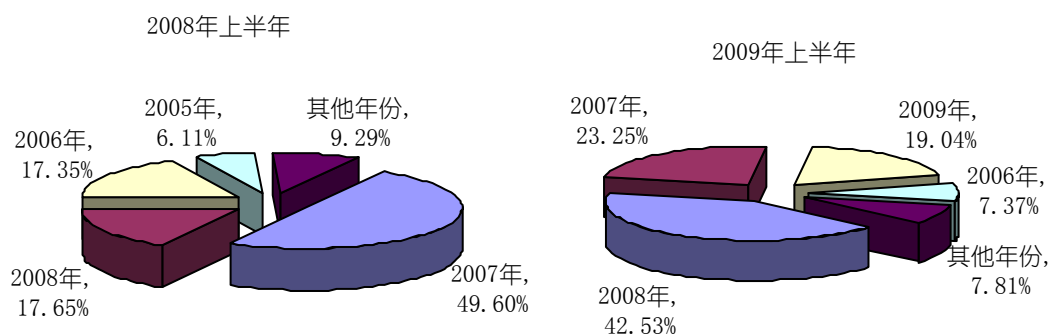


图3 生活娱乐类图书出版年份结构比较示意图

3 按畅销统计：TOP100 畅销书码洋份额下降

从下图4可以看出生活娱乐类市场畅销书占该类的码洋份额，2009年上半年，销量排名在第1至100位的畅销书码洋份额为19.19%，去年同期及上期数据分别为19.42%和21.23%，可见，今年与去年两期数据相比，TOP100畅销书的码洋份额呈下滑趋势；09年上半年，销量排名大于500位的畅销书码洋份额为62.76%，较去年同期下降了0.88个百分点，环比增长了0.25个百分点。

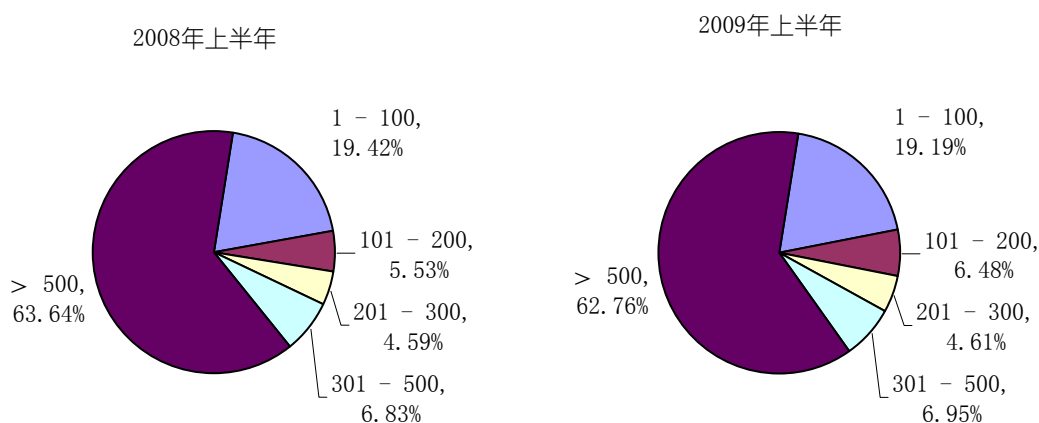


图4 生活娱乐类图书市场畅销书的码洋份额比较示意图

三 新书市场表现：动销率位居新书整体市场第一

2009年上半年，生活娱乐类图书市场出版新书2677种，动销新书2392种，动销率为89.35%，超过同期整体新书市场78.72%的动销率，排名整体新书市场动销率的第一位。

从占新书市场码洋份额来看，2009年上半年生活娱乐类新书的码洋份额为8.67%，同比2008年上半年增长了1.73个百分点，环比2008年下半年增长了0.7个百分点；从品种份额来看，09年上半年该类新书品种份额为4.53%，同比08年上半年增长0.8个百分点，环比08年下半年增长了0.74个百分点；从动销品种来看，同比08年上半年增加367种，环比08年下半年增加了570种；由此可见，生活娱乐类图书销售情况趋于乐观，后市有望得

到读者的进一步追捧，并再创销售新高。

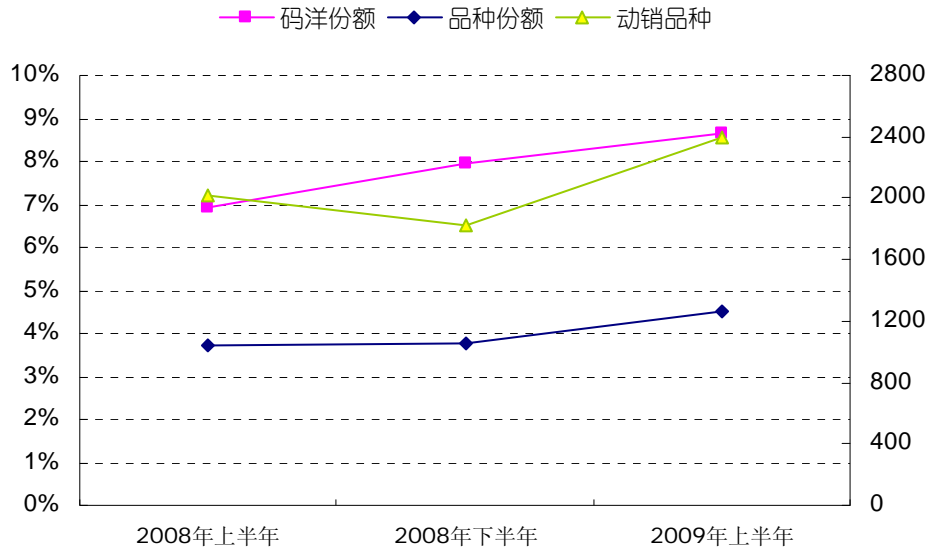


图 5 2008 年上半年-2009 年上半年生活娱乐类新书市场份额示意图

四 出版社竞争分析：大社持续发力，市场地位增强

由图 6 生活娱乐类图书出版社 CR10 和 CR50 的同比环比示意图我们可知，2009 年上半年，市场占有率排名前 10 位的出版社码洋份额之和为 42.47%，同比 2008 年上半年上升 6.51 个百分点，环比 2008 年下半年上升 3.16 个百分点；市场占有率排名前 50 位的出版社码洋份额之和为 75.49%，同比 08 年上半年上升了 1.97 个百分点，环比略有下降，降幅为 0.46 个百分点，总的来看，生活娱乐类图书市场的集中度增大，强社的市场地位得到稳固的发展。

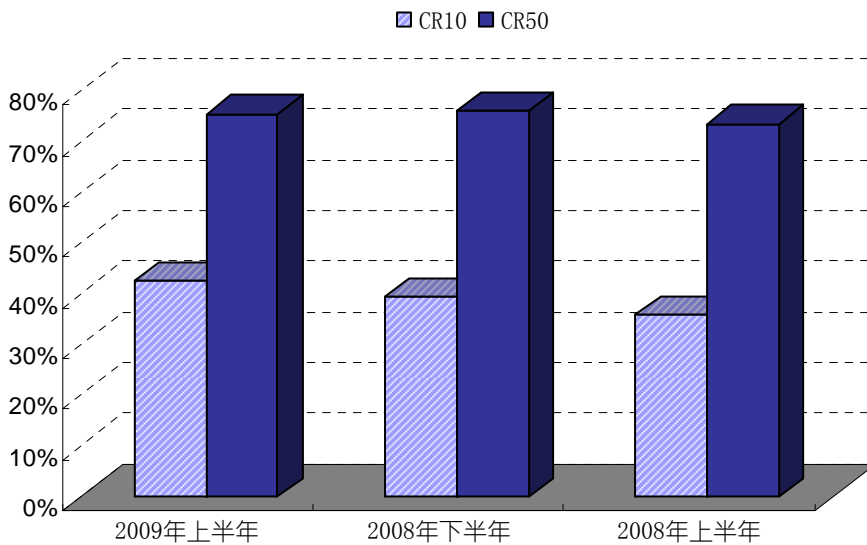


图 6 2008 年上半年-2009 年上半年生活娱乐类图书出版社市场集中度

从出版社竞争来看，2009 年上半年生活娱乐类图书市场中，江苏文艺、中国地图、吉林科技三家出版的表现最为突出，码洋份额分别为 7.45%、5.02%、4.96%，三者合计占了该类码洋份额的近两成。同期数据显示，江苏文艺出版社上升了 4 位，化学工业出版社上升了 6 位，两者升幅最为明显；从环比来看，青岛出版社上升 2 个排位，中国纺织出版社下降 2 个名次，南海出版社上升 1 名，其余社持平。

从单品贡献率来看，江苏文艺出版社的单品贡献率高达 93.13，其动销品种仅为 22 种，说明该出版社的单品创造码洋能力颇高，有着雄厚的销售实力。排名前 10 位的出版社的码洋份额高达 42.47%，说明这些优势出版社堪称生活娱乐类出版社中的主力军。

在所有 TOP10 出版社之中，轻工业出版社的动销品种最多，为 926 种，最少是江苏文艺出版社，为 22 种，TOP10 出版社平均动销品种为 516 种。

表 1 2009 年上半年生活娱乐类出版社码洋份额 TOP10

排名	版别	码洋份额%	上期排名	同期排名	动销品种	品种份额%	单品贡献率
1	江苏文艺	7.45	1	5	22	0.08	93.13
2	中国地图	5.02	2	1	741	2.68	1.87
3	吉林科技	4.96	3	3	808	2.92	1.70
4	青岛	4.95	6	6	510	1.84	2.69
5	轻工业	4.82	5	2	926	3.35	1.44
6	中国纺织	4.46	4	4	777	2.81	1.59
7	化学工业	3.73	7	13	456	1.65	2.26
8	山东地图	2.64	8	7	127	0.46	5.74
9	中国旅游	2.36	9	8	586	2.12	1.11
10	南海	2.08	11	12	210	0.76	2.74

五 畅销书榜单分析：养生保健类图书热销

纵观 2009 年上半年度生活娱乐类图书销售排行榜 TOP20 之后，我们发现，由定价区间来看，定价在 20 元以下的有 5 本，分别是各品种的地图；定价在 21-30 元之间的有 12 本，从一个侧面暗示了该类畅销书的市场定价可能集中在这一价格区间；定价在 31-40 元之间的有 2 本，榜单中定价最高的是 99 元的套装书《求医不如求己大全集（全三册）》。由版别来看，江苏文艺出版社占了半数，一共有 10 本书进榜，该社进榜的多为养生保健类图书；上海人民出版社和山东地图出版社分别有 2 本图书进入榜单；另外，中医药、长江文艺、中华地图、人民、青岛、化学工业出版社各有 1 本图书进榜。由作者来看，中里巴人有 4 本书入围畅销榜，马悦凌则有 3 本，栾加芹和萧言生分别有 2 本书进榜，4 位作家进榜的 11 本图书均为养生保健类图书。由此可见，近年来，此类图书越来越受到读者的青睐，表明了人们自我保健的意识得到不断加强，从之前的有病治病，到现在的无病先预防，也昭示着将来的

人们会越来越长寿，越活越健康！由出版年份来看，2008年出版的图书进榜最多，占了9个席位，其次2007年出版的，占了6个份额，屈居第三的是2009年版的新书，有3本进榜，可见早期出版的此类图书依然有着很强劲的销售势头，而后起之秀的实力也不容忽视。

表2 2009年上半年生活娱乐类畅销书TOP20

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	年份	覆盖率%
1	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	55513	2007	79.3
2	978-720806077-7	《上海道路交通管理信息图(2008)》	7.00	上海人民	38068	2008	22.7
3	978-780089208-0	《求医不如求己》	29.00	中医药	36384	2007	84.0
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	32050	2008	71.8
5	978-753543765-5	《从头到脚说健康》	29.00	长江文艺	30697	2008	65.2
6	978-780031506-0	《上海市道路图(2009 公交观光购物)》	6.00	中华地图	27451	2009	26.7
7	978-720808342-4	《上海市交通地图册(城区版)2009》	15.00	上海人民	25766	2009	21.0
8	978-753992673-5	《求医不如求己2/国医健康绝学系列七》	29.00	江苏文艺	24727	2007	80.8
9	978-780532430-2	《中国地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	22969	2002	71.6
10	978-753992841-8	《温度决定生老病死》	29.00	江苏文艺	20906	2008	49.6
11	978-753992911-8	《不生病的智慧3》	29.00	江苏文艺	19132	2008	70.6
12	978-750602171-5	《人体经络使用手册》	29.00	人民	18351	2007	82.0
13	978-753992842-5	《不生病的智慧2》	29.00	江苏文艺	16881	2008	73.1
14	978-753992989-7	《不生病的智慧4:易经内病外治法》	29.00	江苏文艺	16681	2008	62.7
15	978-753992625-4	《父母是孩子最好的医生》	28.00	江苏文艺	13676	2008	62.0
16	978-754363645-3	《妊娠 分娩 育儿(双色版)(赠光盘)》	35.00	青岛	13643	2006	71.6
17	978-712202341-4	《大众家常菜1688例(附光盘)》	29.80	化学工业	13330	2008	56.0
18	978-753992626-1	《特效穴位使用手册》	29.00	江苏文艺	13315	2007	73.6
19	978-780532491-3	《山东省地图[舆图]》	6.00	山东地图	12921	2007	20.3
20	978-753993056-5	《求医不如求己大全集(全三册)》	99.00	江苏文艺	12735	2009	45.7

六 东方观点

- 1 2009年上半年生活娱乐类图书码洋份额、品种份额、单品贡献率都较去年的同比、环比有所增长。
- 2 保健养生类图书码洋份额增幅明显，地图类销售趋势下滑。
- 3 2009年上半年生活娱乐类新书动销率高，位居整体市场榜首地位。
- 4 生活娱乐类图书市场集中度增大，强社倚靠各自高品质图书站稳销售市场。
- 5 保健养生类图书依然处于该类领头羊地位，销售势头强劲！