



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 (20090902)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

暑期娱乐 暑期生活

——2009年暑期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。

2009年的暑期已经结束，我们告别了高温酷暑的夏天，迎来了秋高气爽的秋天。那么在刚刚过去的暑期，我们的生活娱乐类图书销售情况又如何呢？接下来就为大家盘点一下它的具体表现。

一 暑期生活娱乐类市场规模：码洋份额同比增长，单品贡献率提升

2009年暑期，生活娱乐类图书码洋份额为6.78%，与2008年暑期相比增长了0.51个百分点；09年暑期该类图书的品种份额为4.78%，同比08年暑期下跌了0.05个百分点；在单品贡献率方面，2009年暑期为1.42，较去年暑期增长明显，2008年暑期数据为1.30；动销品种方面，09年暑期为22326种，与08年暑期相比之后发现少了685种；综上所述，我们认为，09年暑期的销售好于08年暑期，单个品种对码洋的贡献较大。

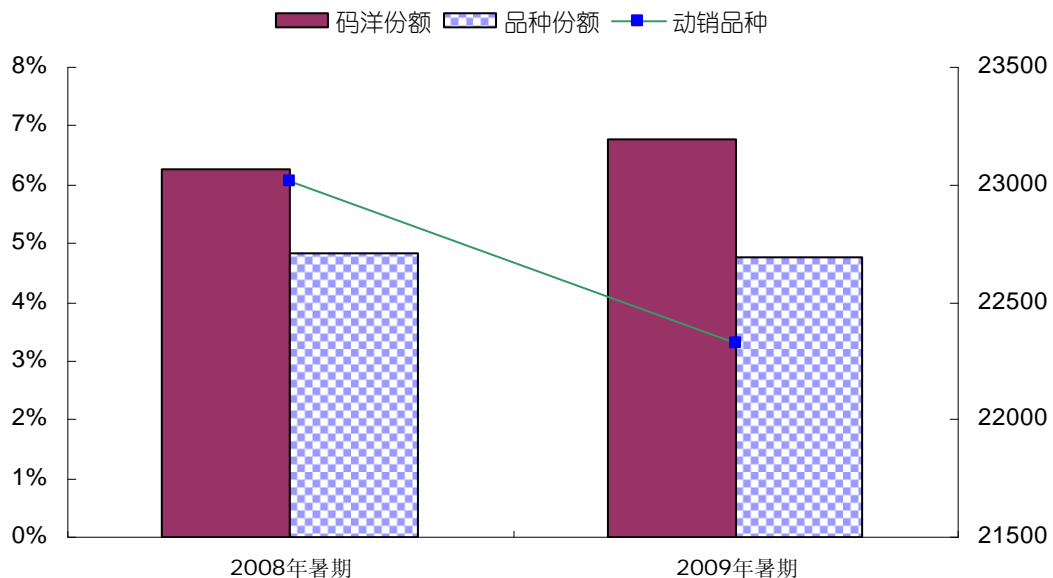


图1 2009暑期生活娱乐类图书码洋份额和品种份额与去年同期比较示意图

二 暑期生活娱乐类市场结构分析

1 二级类别结构：保健、食谱、居室设计类上扬，地图类持续下挫

图 2 所示的是 2009 年暑期生活娱乐类二级类别结构与去年的同期的比较。我们很明显的就能看出，码洋份额主要集中在保健养生、烹饪食谱、地图这 3 类。2009 年暑期，这 3 类图书码洋份额合计为 65.84%，与 2008 年暑期相比上涨了 1.7 个百分点。

接下来，我们来分析一下 09 年暑期生活娱乐类图书增、跌幅度的情况。2009 年暑期相对 2008 年暑期增幅位列前三甲的分别是保健养生、烹饪食谱以及居室设计，三者的码洋份额分别增长了 2.04、1.33 和 0.91 个百分点；保健养生和烹饪食谱继续站稳 09 年上半年的市场地位；居室设计类上升较快，它的快速上升，从一个侧面也反应了当下人们对各自生活空间的美好追求，全新的居室设计理念将很快的融入到人们的日常生活中去。同样来看跌幅，09 年暑期跌幅最大的是地图类，下跌了 1.67 个百分点，该类图书延续了 09 年上半年的跌势，一路下挫；其次下跌的分别是手工艺和美容美发类，分别下跌了 1.22 和 1.20 个百分点。

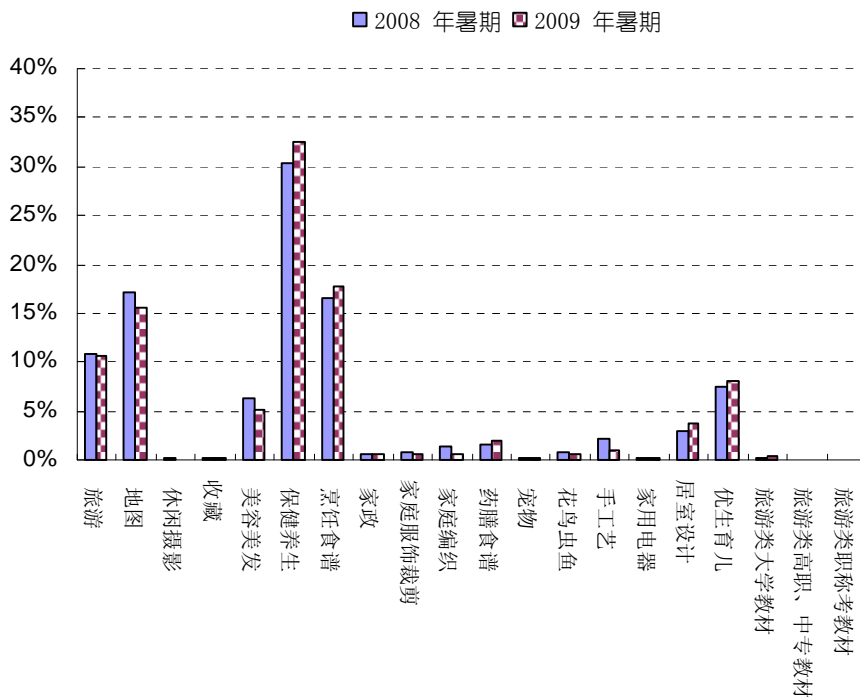


图 2 2009 年暑期生活娱乐类二级类别结构与去年同期比较示意图

2 价格区间结构：中高价图书走俏，低价书少人问津

细观价格区间之后我们发现，2009 年暑期码洋份额分别集中在 25-30 元、15-20 元和 35-40 元的价格区间内。3 个价格区间共集中了 54.32% 的码洋份额。与 08 年暑期相比，3 个区间的码洋份额合计下降了 1.58 个百分点。

逐个来看涨跌幅，涨幅前 3 位的是 35-40 元、40-50 元以及 50-75 元这 3 个价格区间，这表明中高价的生活娱乐类图书在暑期销售市场中尚具有相当一部分购买人群。在跌幅方

面，下跌最多的是低于 10 元的低价书，由此看来，低价图书少人问津。

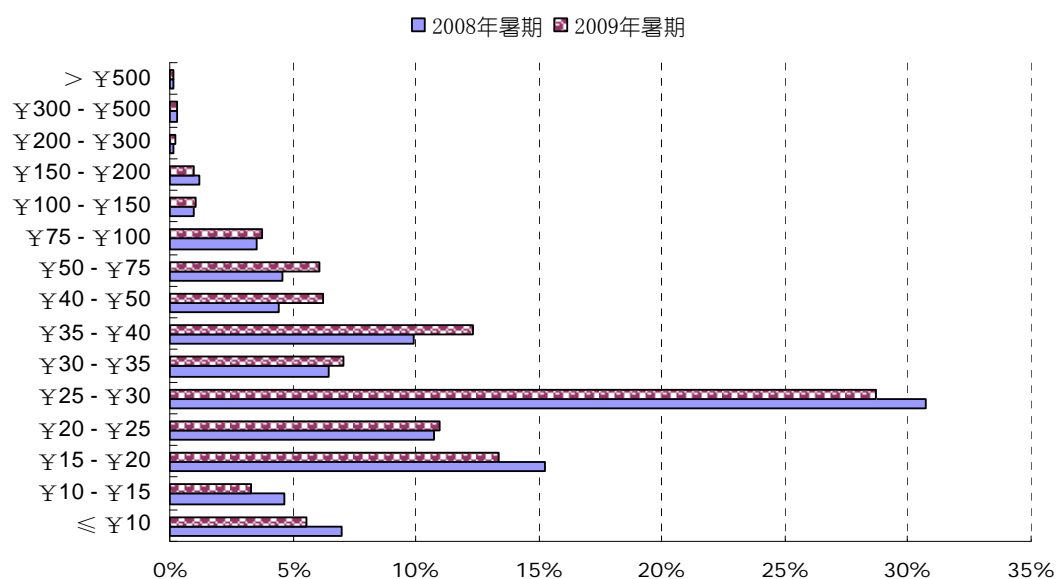


图 3 2009 年暑期生活娱乐类动销图书价格区间结构与去年同期比较示意图

3 畅销书排名区间结构：TOP100 码洋份额下跌，其余各区间均高于去年同期

由图 4 可知，08、09 年暑期生活娱乐类畅销书各排名区间的市场份额，2009 年暑期，畅销书 TOP100 的码洋份额弱于 08 年暑期，较之下跌了 4.61 个百分点，TOP100 的码洋份额的下跌，说明畅销书受欢迎的程度呈下降趋势；而其余第 101-200、201-300、301-500 以及 500 名以上的码洋份额均高于 2008 年暑期相对应的区间。

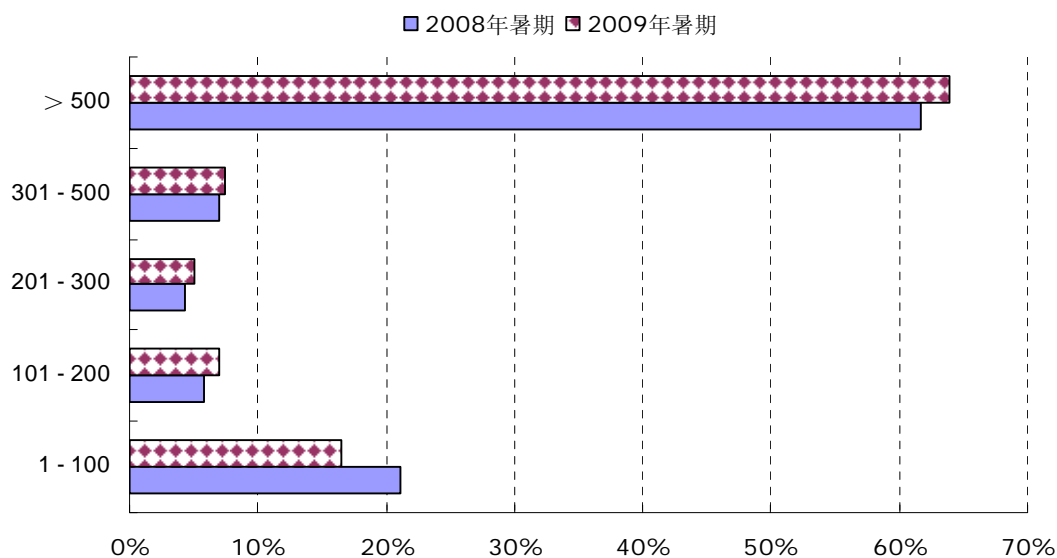


图 4 2009 年暑期生活娱乐类畅销书各排名区间的市场份额与去年同期的比较示意图

下表 1 是 2009 年暑期生活娱乐类畅销图书 TOP20 排行榜。由版别来看，江苏文艺出版

社占了3成，一共有6本书进榜，该社进榜的均为养生保健类图书；山东地图出版社和江苏人民分别有3本和2本图书进入榜单。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，2位作家进榜的7本图书均为养生保健类图书。这样看来，09年暑期的保健养生类图书依然热卖，健康饮食、健康生活仍旧是人们最为重视的。由版别来看，上一年出版的图书进榜最多，占了7个席位，当年出版的新书，则有4本进榜，可见去年出版的此类图书在09年暑期的销售市场仍具有一定地位。

表1 2009年暑期生活娱乐类畅销书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	14989	2007	79.4
2	978-721405941-3	《手到病自除：“圣手医师”杨奕的不生病真法》	29.00	江苏人民	10823	2009	11.9
3	978-750314358-8	《2007北京交通游览图/最新版》	4.00	中国地图	10194	2007	6.7
4	978-780532430-2	《中国地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	8316	2002	71.5
5	978-780089208-0	《求医不如求己》	29.00	中医药	6973	2007	84.1
6	978-780031506-0	《上海市道路图(2009 公交观光购物)》	6.00	中华地图	6952	2009	27.1
7	978-720806077-7	《上海道路交通管理信息图(2008)》	7.00	上海人民	6788	2008	22.6
8	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	5758	2008	72.4
9	978-753543765-5	《从头到脚说健康》	29.00	长江文艺	5700	2008	66.5
10	978-753992841-8	《温度决定生老病死》	29.00	江苏文艺	5260	2008	51.6
11	978-721405233-9	《求医不如求己:家庭医学全书(近200种家庭常见疾病的自助调治方案)》	60.00	江苏人民	5139	2009	48.2
12	978-780532491-3	《山东省地图[舆图]》	6.00	山东地图	5137	2007	20.3
13	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	4904	2007	81.2
14	978-750572554-6	《肠道内经:便便博士的顺畅哲学》	25.00	中国友谊	4874	2009	8.0
15	978-754363645-3	《妊娠 分娩 育儿(双色版)(赠光盘)》	35.00	青岛	4733	2006	71.7
16	978-753992911-8	《不生病的智慧3》	29.00	江苏文艺	4366	2008	71.0
17	978-750602171-5	《人体经络使用手册》	29.00	人民	4271	2007	82.1
18	978-780532301-5	《世界地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	4193	2002	69.3
19	978-753992625-4	《父母是孩子最好的医生》	28.00	江苏文艺	4151	2008	63.0
20	978-780728931-9	《升级版10-电饭锅菜》	5.00	广东经济	4015	2008	40.4

4 出版年份结构：近两年出版的图书占大头

如图5所示：2009年暑期，本年度出版的图书占了38.10%的码洋份额，较08年暑期的当年出版图书增长了0.45个百分点；上一年出版的图书占了31.26%的码洋份额，较08年暑期下跌了5.72个百分点；近2年出版的此类图书码洋份额合计占了将近7成；其他年份出版的图书较08年暑期上涨了5.26个百分点。

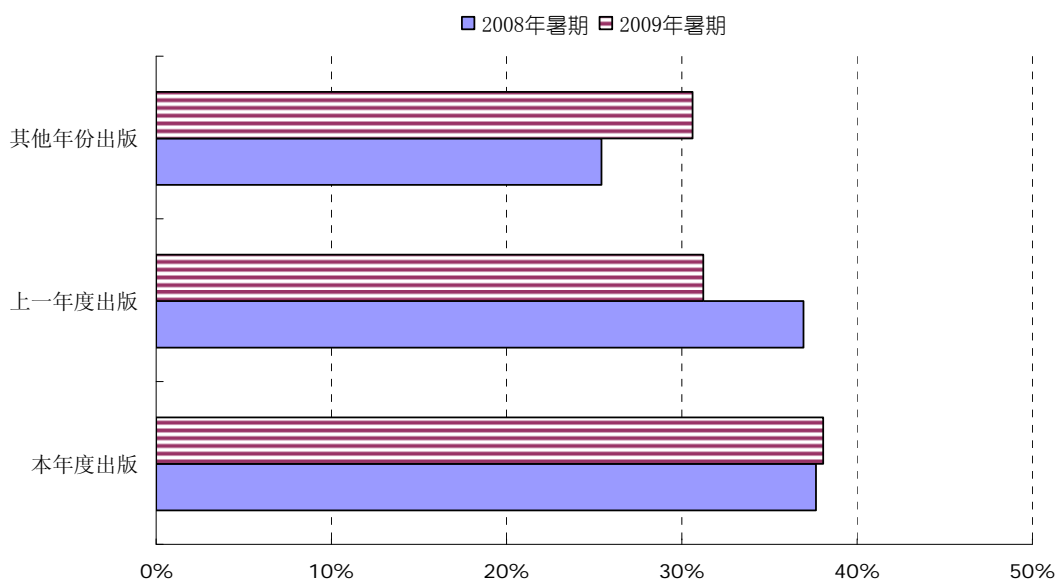


图 5 2009 年暑期生活娱乐类图书出版时间结构与去年同期的比较示意图

三 暑期生活娱乐类新书市场表现：新书动销率排名第一

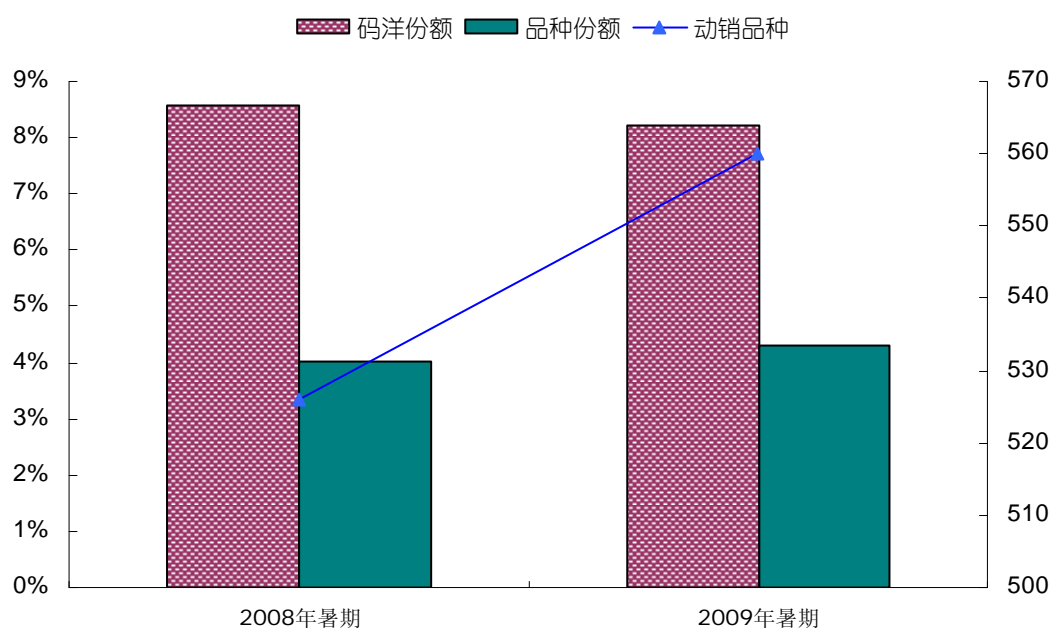


图 6 2009 年暑期生活娱乐类新书市场份额与去年同期比较示意图

2009 年暑期，生活娱乐类图书有 691 种新品上市，其中动销的新书有 560 种，动销率为 81.04%，超过同期整体新书市场 48.80% 的动销率，排名整体新书市场动销率的第一位。

我们来看一下新书市场码洋份额的具体情况，2009 年暑期生活娱乐类新书的码洋份额为 8.21%，与 08 年暑期相比下降了 0.36 个百分点；从品种份额来看，09 年暑期该类新书品种份额为 4.31%，与 08 年暑期相比增长了 0.3 个百分点；从动销品种来看，2009 年暑期新

书动销的品种数量高于 08 年暑期；从单品贡献率来看，09 年暑期低于 08 年暑期 0.24 个百分点。

综合比较之后发现，虽然 09 年暑期的码洋份额比 08 年暑期有所下降，但该类图书的动销率仍排在新书整体市场的第一的位置，由此可见生活娱乐的图书受读者欢迎程度颇高，日后的销售必将稳中有升。

四 暑期生活娱乐类出版社竞争分析：大社市场竞争力增强，江苏人民上升较快

一般来讲，生活娱乐的图书都是比较通俗易懂的，该类书籍涵盖了人们生活的方方面面，包括衣食住行等等……因此对于出版社来讲，需要的专业性知识相对较少，所以准入门槛也就相对较低。2009 年暑期的共有 518 家出版社参加本类图书的角逐，其中码洋份额超过 0.1% 的有 123 家，占了 23.75%，同比 2008 年暑期下降了 1.06 个百分点。下图 7 就是 2009 年暑期生活娱乐类图书出版社 CR10 和 CR50 对比示意图。无论是从 CR10 或是 CR50 来看，该类图书的市场集中度都有一定程度的上升，这说明了此类图书出版社的竞争情况趋于缓和。

2009 年暑期，市场占有率排名前 10 位的出版社码洋份额之和为 42.68%，同比 08 年暑期上升了 4.94 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 77.22%，同比 08 年暑期上升了 1.78 个百分点。

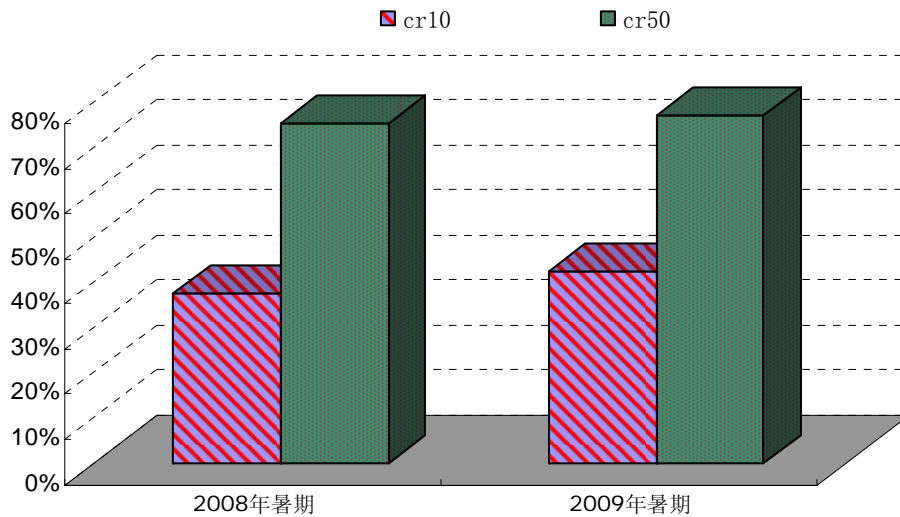


图 7 2009 年暑期生活娱乐类图书出版社市场集中度与去年同期比较示意图

2009 年暑期出版社码洋份额 TOP10 如下表 2 所示。其中码洋份额超过 5% 的有三家社，分别是中国地图、江苏文艺以及吉林科技出版社，三者合计占了该类码洋份额的两成左右。与 08 年暑期相比之后发现，排名第一至第六的出版社名次未变，排名第七至第九的三家社则本末倒置了一回，然而上升最快的非江苏人民出版社莫属，该社从 08 年暑期的第 486 名

一跃进入前十的位置。

从单品贡献率来看，江苏文艺和江苏人民出版社的单品贡献率甚高，前者为 50.36%，后者为 23%；其动销品种分别为 24 和 22 种。在所有 TOP10 出版社之中，轻工业出版社的动销品种最多，为 719 种，最少是江苏人民出版社，为 22 种，TOP10 出版社平均动销品种为 435 种。

表 2 2009 年暑期生活娱乐类出版社码洋份额 TOP10

排名	版别	码洋份额%	去年暑期排名	动销品种	品种份额%	单品贡献率
1	中国地图	5.62%	1	656	2.94%	1.91
2	江苏文艺	5.54%	2	24	0.11%	50.36
3	吉林科技	5.27%	3	708	3.17%	1.66
4	轻工业	4.97%	4	719	3.22%	1.54
5	青岛	4.87%	5	415	1.86%	2.62
6	中国纺织	4.41%	6	701	3.14%	1.40
7	化学工业	4.12%	9	471	2.11%	1.95
8	山东地图	2.86%	8	125	0.56%	5.11
9	中国旅游	2.72%	7	511	2.29%	1.19
10	江苏人民	2.30%	486	22	0.10%	23.00

五 东方观点

- 1 2009 年暑期生活娱乐类图书码洋份额增长、品种份额下降、单品贡献率亦增长。
- 2 2009 年暑期，保健养生、食谱烹饪类图书升温不减，地图类销售一路下滑。
- 3 中高价格的图书愈来愈受到读者的欢迎，低价位图书购买力较弱。
- 4 本年度与其他年度出版的图书销售较为乐观，上一年出版的图书销售有下降的趋势。
- 5 2009 年暑期，生活娱乐类新书的动销率位列整体新书市场的第一。