



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 (20090801)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

文学类引领市场变局

——2009年暑期图书市场综述

责任编辑 柏陈斌

【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。

每年七、八月的暑期都堪称图书销售的黄金期，在学生们放假的这段时间，文化教育、文学、少儿等类图书纷纷抢占市场，各家出版社之间的竞争也更加激烈。

一 暑期图书出版情况：文学类出版品种超过一成

虽然暑期是一年中图书销售的最高峰，但这个时间并不是通常意义的出版高峰。一般来说，一年当中图书出版品种最高的时间在年头和年底，即1月和12月，其中1月又较12月为高。其次是五六月份，这和暑期市场硝烟将近，各出版社纷纷提前备战有直接的关系，所以五六月份的图书出版中，文学、少儿等青少年读者喜闻乐见的类别份额相对较高。同样，暑期出版的图书也更多地着眼于9月新学期开学和教材教辅等类图书的出版上。从今年暑期图书的出版情况来看，品种份额超过10%有三类，分别是文化教育、工业技术和文学，比去年同期多了一类文学类。和08年暑期相比，文学类从不到8%的出版品种份额（7.90%）上升到超过11%（11.10%），升幅达3.2个百分点，工业技术类也小升了0.24个百分点。三类合计码洋份额为40.70%，比去年同期下降了约5个百分点。其他出版品种份额超过5%的类别，去年有语言文字、计算机和美术设计3类，今年则有少儿读物、计算机、经济和工商管理4类。

二 暑期图书细分市场结构：文教类下滑明显，文学、生活娱乐等类攀升

2009年暑期图书市场一个显著的特点是，文化教育类图书的市场地位受到较大冲击，文学、生活娱乐等类别上升势头明显。尽管文化教育类23.28%的码洋份额相对其他类别仍然是压倒性优势，但这个优势比去年同期已经下滑了不少——去年暑期文化教育类的码洋份额为25.76%，比紧随其后的语言文字类高出14.32个百分点；今年暑期，随着文学类高歌猛进并取代了语言文字类码洋份额第二的位置，也将其和文化教育类之间的码洋份额差距缩小到了10.6个百分点。和去年同期相比，文学、生活娱乐等类的码洋份额纷纷上涨，其中文学类的涨幅高达1.93个百分点，生活娱乐、哲学、政治和趣味阅读类的上升幅度也超过

了 0.4 个百分点，除这 5 类外，另有 10 类图书的码洋份额同比增长（图 1），涨幅在 0.01 到 0.35 个百分点之间。在 6 个份额同比下降的类别中，首当其冲的是文化教育类，其次是语言文字类，这两类的降幅分别为 2.48 和 2.37 个百分点，相较而言，农林牧渔、计算机等 4 类下降都不超过 0.2 个百分点，降幅要小得多。除文学外，另一个值得关注的类别是少儿读物类，该类以 10.53% 的码洋份额成为今年暑期三个码洋份额超过 10% 的类别之一，比去年同期小升了 0.05 个百分点，码洋份额排名也上升到第三位，超过了语言文字类。

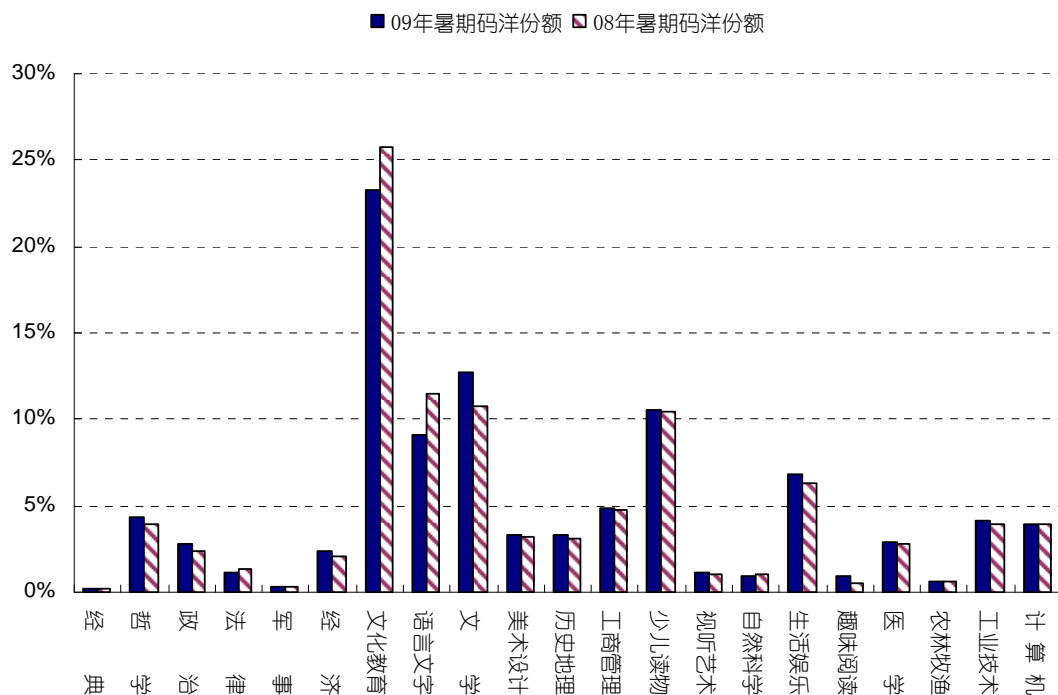


图 1 2009 年暑期（7-8 月，下同）图书细分市场结构与去年同期比较示意图

三 暑期图书市场竞争情况：新兴出版社势头强劲，图书类型更趋细分

2009 年暑期的市场竞争出现了两种截然相反的表现形式，一是整体市场的竞争比去年更加激烈，今年前十出版社虽然几乎都是去年的老面孔，但码洋份额较去年几乎无一例外地出现了下跌，导致今年暑期出版社的整体市场集中度 CR10 同比下跌了 1.86 个百分点。这说明综合实力占优的传统出版强社正面临严峻的挑战，暑期这个竞争最激烈的看不见的战场，已经成为一些新兴出版社攫取市场份额，赶超领先者的舞台。二是细分市场的竞争相对较为平稳，在 21 个营销分类中，有 16 个类别集中度同比上升，只有 5 个出现下降，几个主要细分市场如文化教育、文学、少儿、生活娱乐，市场集中度均出现了不同程度的上升。一般来说，市场集中度的上升说明强社的码洋份额扩大，市场竞争相对平稳，这一点在文化教育、少儿等类体现的较为明显，文化教育类前十出版社中，有 9 家同样进入了去年暑期的前十，少儿类则是 8 家，从今年新进入 TOP10 的出版社来看，实力也均较强，文化教育类新

入榜的上海教育出版社去年同期位列第 22 位，而少儿类的两家新进入十强的出版社同心和江苏少儿在 08 年暑期则高居第 12 和第 14 位。不过，在文学、生活娱乐等细分市场中，一些后起之秀的排名则跃升较多，成为打破旧有格局的新生力量。在文学类，接力出版社凭借引进畅销书《暮光之城》系列的良好市场表现，将排名提高了 22 位，跻身到该类前十出版社的行列中。而在生活娱乐类，江苏人民出版社更是依靠八月新书《手到病自除：“圣手医师”杨奕的不生病真法》的强大助推力，成功地将排名提升了四百多位并进入了前十，该书刚一上市就销售火爆，赫然位列八月整体市场新书榜的榜首。

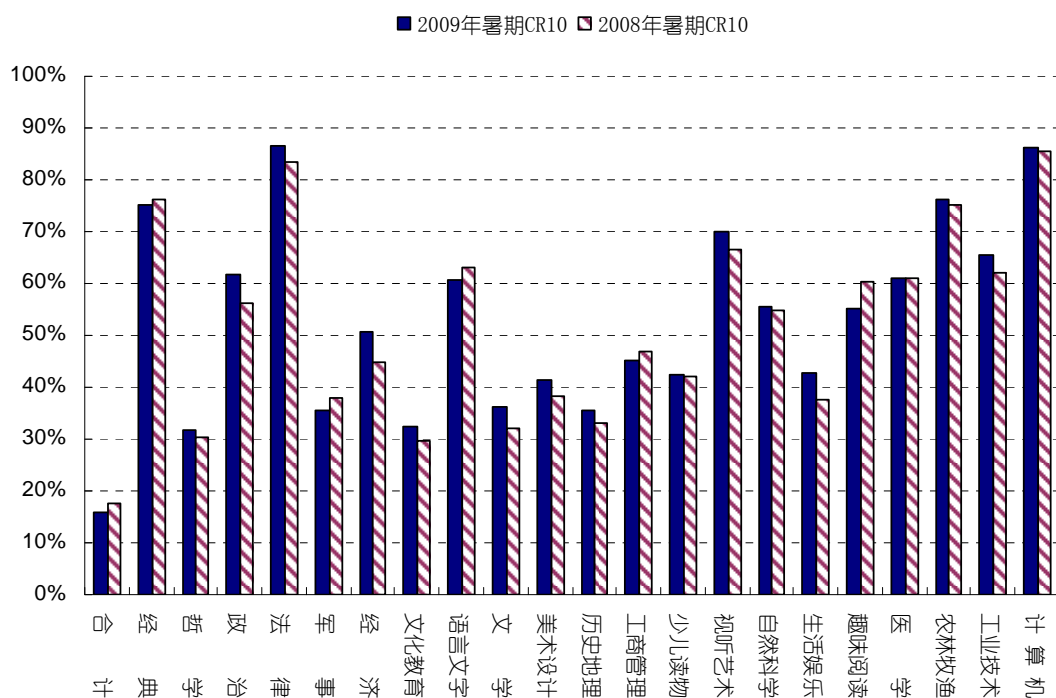


图 2 2009 年暑期市场集中度 CR10 与去年同期比较示意图

在今年的暑期图书市场上，图书类型细分化的特点更加明显，尤其是在一些重点类别。这一方面导致在这些类别中，原有的强社中需要集中力量确保已有的领先优势；另一方面，一些具备一定实力的出版社也在抓准机会寻找新的突破口。总的来看，各家传统强社较以往更难以较为均衡地巩固市场地位，并在较长的战线取得市场优势。

四 其他市场结构指标

1 价格区间结构：25 元成价格分水岭

今年暑期动销图书的均价为 22.21 元，同比上涨 5.66%。从动销图书的价格区间来看，25 元成为一道分水岭，低于 25 元的 4 个价格区间的码洋份额无一例外地同比下降，其中以教辅、语言和少儿类图书为主的 10-15 元价格区间下降最多，降幅为 1.78 个百分点。与之相反，高于 25 元的 11 个价格区间的码洋份额均取得上升，以生活、文学和经管类图书居多

的 25-30 元价格区间的份额上升最多，较去年同期上升了 1.06 个百分点，另一个上升较多的价格区间是 40-50 元，在这个价格区间内，语言类图书和各类成人考试类图书占据了较多的市场空间。和去年暑期一样，25-30 元和 15-25 元仍是码洋份额最高的两个价格区间，份额分别为 15.84% 和 15.48%，而前者已取代了后者码洋份额第一的市场地位。

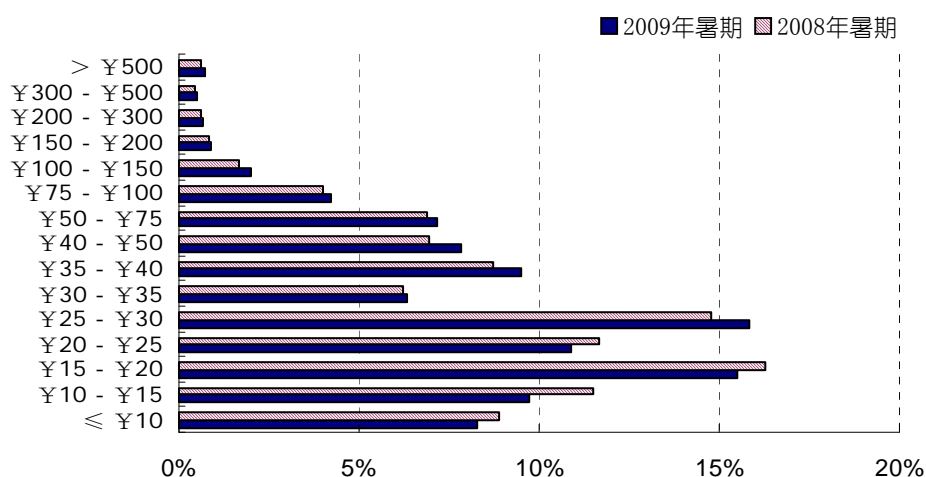


图 3 2009 年暑期动销图书的价格区间结构与去年同期比较示意图

2 出版年份结构：新书的市场表现不佳

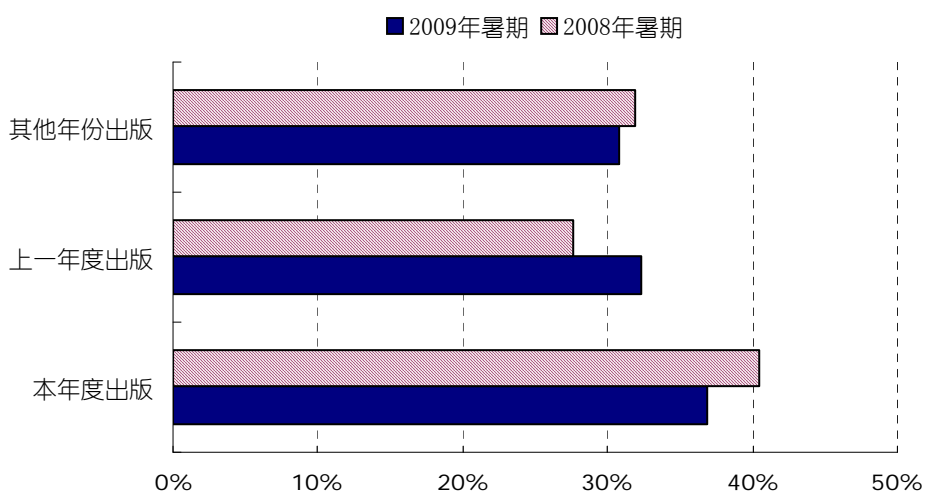


图 4 2009 年暑期动销图书的出版时间结构与去年同期比较示意图

今年暑期市场的另一个特点是新书销售业绩不佳，上一年度出版图书的“剩余价值”被更多地利用。和去年暑期相比，今年暑期市场上本年度出版新书的市场份额大幅萎缩，由去年的 40.44% 下降到今年的 36.83%，降幅为 3.61 个百分点；同时，其他出版年份的市场份额也同比下降了 1.03 个百分点。而上一年度出版图书的市场份额则出现显著增长，比去年同期上升了 4.67 个百分点，达 32.34%。

3 畅销书排名区间结构：畅销书的市场份额分散

TOP100 畅销书的市场份额同比下降较多，今年暑期为 4.24%，同比下降了 0.24 个百分点。而 101-200，201-300 和 301-500 的 3 个排名区间的市场份额则均出现上扬，升幅分别为 0.04、0.13 和 0.19 个百分点，前 500 名之外其他图书市场份额为 89.84%，下跌了 0.13 个百分点。代表了最畅销图书的 TOP100 畅销书市场份额下滑，其他畅销区间份额上升，证明了强势畅销书的缺乏，而在激烈的市场竞争中，市场份额由更多的畅销书品种来瓜分，显示了暑期市场上的畅销书呈现出更加分散的趋势。

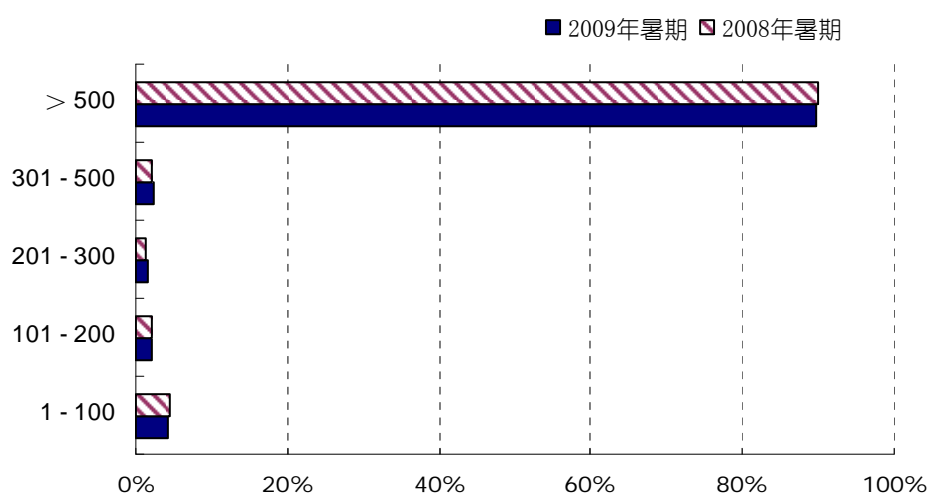


图 5 2009 年暑期各排名区间畅销书的市场份额结构与去年同期比较示意图

五、东方观点

- 1 文学类的出版品种份额从不到 8% 上升到超过 11%，成为品种份额超过 10% 的三类之一。
- 2 文化教育类图书的市场地位受到较大冲击，文学、生活娱乐等类别上升势头明显。
- 3 整体市场的竞争比去年更加激烈，新兴出版社势头强劲，细分市场的竞争相对平稳。
- 4 书价趋涨，25 元成为分水岭，低于 25 元的各价格区间码洋份额下降，高于 25 元的各价格区间码洋份额上升。
- 5 新书销售业绩不佳，上一年度出版图书的“剩余价值”被更多地利用。
- 6 强势畅销书缺乏，在激烈的市场竞争中，畅销书的市场份额呈现出更加分散的趋势。

附表一 2009 年暑期出版社码洋份额 TOP10

排名	出版社	码洋份额%	排名	出版社	码洋份额%
1	人民邮电	2.36	6	化学工业	1.38
2	机械工业	2.28	7	清华大学	1.20
3	外研社	2.12	8	中国青年	1.14

排名	出版社	码洋份额%	排名	出版社	码洋份额%
4	商务印书馆	1.76	9	北京教育	1.12
5	人民文学	1.42	10	陕西人教	1.11

附表二 2009年暑期图书零售 TOP10 (去除教材教辅、语言、政治、地图)

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%
1	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	18548	81.2
2	978-753020998-1	《小团圆》	28.00	十月文艺	15929	61.3
3	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	14988	79.4
4	978-780249182-3	《货币战争 2:金权天下》	39.00	工商联合	14460	40.0
5	978-780165599-8	《明朝那些事儿 大结局》	29.80	中国海关	14323	65.2
6	978-780655890-4	《100分幼儿启蒙练习册·加法练习(上)》	2.00	广州	14220	63.0
7	978-750572246-0	《明朝那些事儿 第一部(新版)》	28.80	中国友谊	13961	61.3
8	978-756133912-1	《杜拉拉升职记》	26.00	陕西师大	13605	60.6
9	978-711520000-6	《男人必学的魔术》	20.00	人民邮电	12734	50.8
10	978-754480333-5	《暮光之城·暮色》	29.80	接力	12691	45.1