



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 (20090901)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

# 暑期市场里的文学“热”读

——2009年暑期文学类市场分析

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。

凭借广泛的读者群体，丰富多样的类型，文学类图书一直是暑期市场的重头戏。本文将对2009年暑期文学类图书市场概况进行分析。

## 一 市场规模和成长性：码洋份额、品种份额和单品贡献率同比上升

2009年暑期整体市场中文学类图书占据12.68%的码洋份额，在全部21类图书中位列第二，仅次于文化教育类；动销品种数为42542种，品种份额为9.11%，位列第三；单品贡献率为1.39，位列第四。2008年和2009年暑期文学类码洋份额和品种份额如图1所示。与去年同期相比，文学类的码洋份额同比增长17.95%，排名上升1位；品种份额同比增长8.07%，排名与去年同期持平；单品贡献率同比增幅为8.59%，排名上升2位。作为长期保持优势地位的图书类别，文学类在2009年暑期旺季呈现较大幅度的同比增长态势，表现更加引人注目。

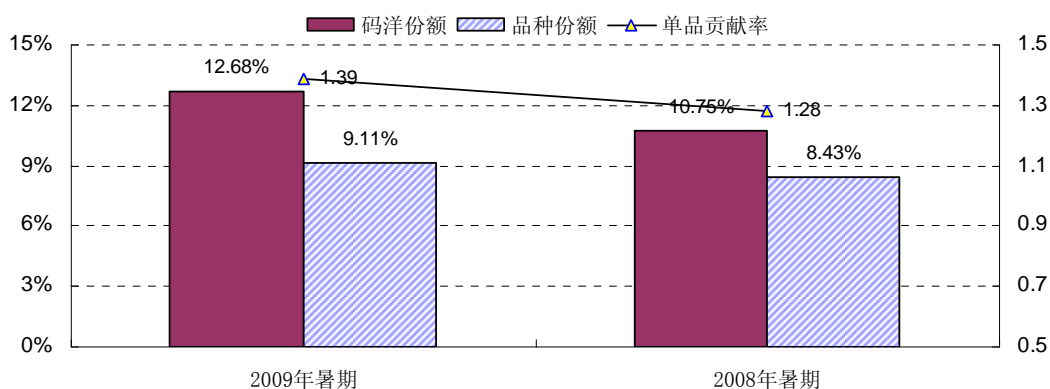


图1 2008年-2009年暑期文学类图书市场规模对比

## 二 市场结构分析

### 1 二级类别：中国当代文学市场地位牢固，外国文学作品码洋份额迅速提升

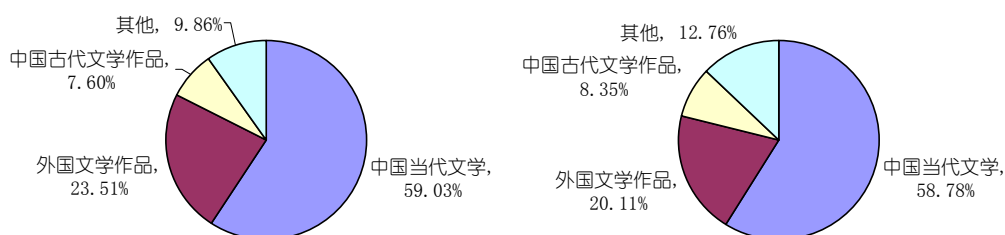


图 2 文学类图书二级类别码洋份额对比  
(左: 2009 年暑期, 右: 2008 年暑期)

2008 年-2009 年暑期文学类图书二级类别码洋份额如图 2 所示。2009 年暑期, 文学类畅销书 13 个二级分类中, 中国当代文学以 59.03% 的码洋份额居首; 其次是外国文学作品, 占据 23.51% 的码洋份额; 中国古代文学作品码洋份额为 7.60%。与去年同期相比, 外国文学作品码洋份额增幅居首, 同比上升 16.91%; 中国当代文学码洋份额增幅为 0.43%, 中国古代文学作品同比下跌 8.98%。中国当代文学依然获得最多的关注, 而外国文学作品的码洋份额呈现同比增长态势。

## 2 定价结构: 均价攀高, 25 元-30 元区间最为畅销

2009 年暑期文学类动销图书的均价为 25.93 元, 高出同期整体市场均价 16.75%; 2008 年暑期文学类动销图书的均价为 24.43 元, 高出同期整体市场均价 16.22% (表 1)。虽然文学类动销图书的均价和增幅均高出整体市场, 但文学类最畅销的价格区间依然处于中低水平。书价攀高, 价格因素足以左右读者的选择; 作为非必需的文化消费, 过高的定价会减少读者的购买意愿; 读者习惯快餐式的阅读, 厚重的图书并不能获得大众认可。

表 1 2009 年暑期文学类和整体市场动销图书均价及其变化

均价	2009 年暑期均价 (元)	2008 年暑期均价 (元)	同比增减%
文学类	25.93	24.43	6.14
整体图书市场	22.21	21.02	5.66

定价在 25-30 元的图书占据 27.00% 的码洋份额, 同比增加 3.28 个百分点; 其次是 20-25 元的区间, 码洋份额为 23.38%, 同比下跌 3.08 个百分点 (图 3)。以 25 元为界, 近两年的暑期文学类图书市场存在明显差别。低于 25 元的各个区间码洋份额全数同比下降; 高于 25 元的区间, 码洋份额大多同比上升。在 25-30 元区间, 《小团圆》、《杜拉拉升职记》和《暮光之城·暮色》三本监测销量超过万册的图书主导市场。而在 20-25 元区间, 榜单前列“清一色”的青春文学, 监测销量均在万册以下, 市场表现稍逊一筹。

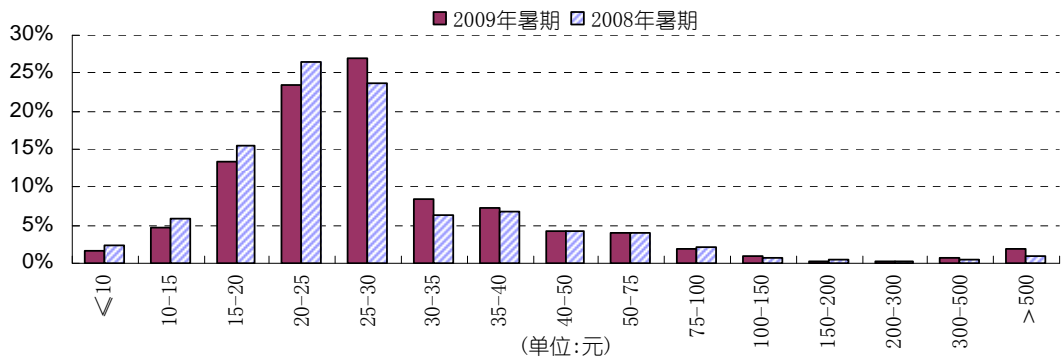


图3 2008年-2009年暑期各价格区间内文学类动销图书的码洋份额

### 3 畅销书统计：TOP100 畅销书码洋份额增幅较大

如图4所示，2009年暑期文学类畅销书TOP500的码洋份额合计为31.51%，同比增加0.82个百分点；单品贡献率为26.48%，同比上升7.86%。在第1-300名的各个区间，码洋份额和单品贡献率均较去年同期为高。其中，TOP100的码洋份额为16.02%，同比增加1.30个百分点；单品贡献率高达66.75%，同比增幅为13.37%。而在第300名以后的区间，码洋份额和单品贡献率均较去年同期为低。虽然文学类码洋份额向少数畅销书集中的程度相对不高，但TOP100图书的码洋份额和单品贡献率均出现较大幅度的增长，表明这些最畅销的图书对市场的主导作用日趋增强。未能进入TOP300的图书市场地位和前景堪忧。

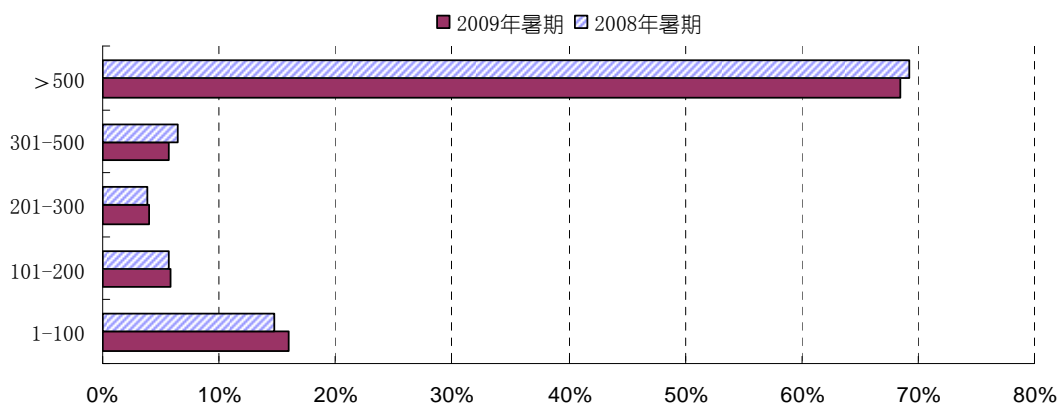


图4 2008年-2009年暑期文学类畅销书的码洋份额比较

### 4 出版时段结构：2009年新书站稳脚跟，当年第二季度出版的图书最为畅销



图5 文学类的出版年份结构  
(左：2009年暑期，右：2008年暑期)

2009年暑期文学类市场中最近两年的出版的图书市场地位稳固：当年出版的图书占据

43.87%的码洋份额,同比上升 1.27%;上年出版的图书码洋份额为 29.07%,同比增幅为 6.60% (图 5)。细观时段分布,当年第二季度出版的图书码洋份额最大,同比增加 9.88%;其中 5 月出版的图书就占据 9.46%的码洋份额,其次是 6 月和 4 月,码洋份额分别为 8.17%和 7.94%;当年第一季度出版的图书码洋份额同比下跌 20.29%。而在 2008 年暑期,当年 1 月出版的图书占据 9.14%的码洋份额,其次是 6 月、5 月和 4 月,码洋份额差距很小。出版社纷纷在暑期来临之前推出新品,预热暑期市场,这是第二季度出版的文学类市场表现良好的原因。

### 三 出版社竞争分析：市场集中度上升，大社之间竞争激烈

出版社推出文学类图书几乎不需要门槛,所以参与竞争的出版社数量颇为可观。但真正具备实力和地位的出版社却并不多见。2009 年暑期涉足文学类的 519 家出版社中,码洋份额超过 1%的仅有 19 家,占 3.66%,同比下降 21.46%。2009 年暑期文学类出版社市场集中度如图 5 所示,相对其他类别,文学类的出版社集中度并不高,但 CR10、CR20 和 CR50 与去年同期相比均呈现上升态势,说明本类图书市场向少数出版社集中的程度正在加剧。

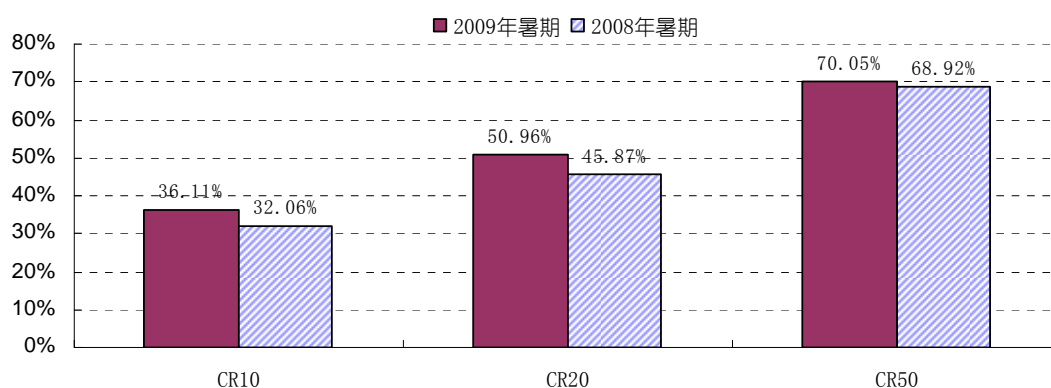


图 6 2009 年暑期文学类出版社市场集中度及其变化

2009 年暑期文学类 TOP10 出版社市场份额及排名变化如表 2 所示。以码洋份额 5%和 3%为界,将十强社划分为第一、第二和第三集团,分别有 2 家、2 家和 6 家出版社。第一集团中,长江文艺和人民文学两家专业出版社位列前茅:前者的码洋份额高达 6.48%,动销品种数和单品贡献率也位居前列;后者从去年首位跌至次席,依然凭借超过 6%的码洋份额和接近两千种的动销品种数跻身第一集团。第二集团中,万卷和十月文艺两家出版社码洋份额双双同比飙升:前者排名上升 24 位跻身前三,主打图书是多本青春文学作品;后者的单品贡献率高达 8.60,主打图书是张爱玲系列作品。第三集团中,6 家出版社码洋份额相差不大,但动销品种数和单品贡献率差异较大。凭借“暮光之城”系列良好的市场表现,接力出版社码洋份额飙升进入十强榜单,单品贡献率也高达 6.21,仅次于十月文艺出版社。

表 2 2009 年暑期文学类出版社码洋份额 TOP10

版别	本期排名	码洋份额%	同期排名	同比增幅%	动销品种	品种份额%	单品贡献率
合计	-	36.11	-	-	6632	15.60	2.31
长江文艺	1	6.48	2	12.31	860	2.02	3.21
人民文学	2	6.05	1	-0.66	1934	4.55	1.33
万卷	3	4.42	27	380.43	598	1.41	3.13
十月文艺	4	3.44	9	82.01	169	0.40	8.60
作家	5	2.93	3	-14.83	808	1.90	1.54
译林	6	2.81	4	-16.12	663	1.56	1.80
接力	7	2.67	29	200.00	185	0.43	6.21
新世界	8	2.45	8	20.69	598	1.41	1.74
南海	9	2.44	10	37.08	303	0.71	3.44
重庆	10	2.42	7	17.48	514	1.21	2.00

#### 四 新书市场表现：出版和动销品种量大，新书码洋份额优势突出

从出版和动销情况来看，2009 年暑期文学类出版新书 2088 种，占全部出版新品数的 10.64%，位列第三；新品动销 1376 种，占全部动销新品数的 10.59%，位列第二；新书动销率为 65.90%，在全部 21 类新书中处于中上水平。

从新书码洋份额来看，文学类新书占据 17.65% 的码洋份额，与位居榜首的文化教育类仅有 0.87 个百分点的差距；而在整体市场中，这一差距为 10.61 个百分点。可见，文学类新书在 2009 年暑期市场的表现更为突出。

从新书所占比重来看，新书占据文学类 5.45% 的码洋份额，而在同期整体市场中，新书所占码洋份额仅为 3.92%。这从一个侧面反映读者对文学类新品的推崇。出版社可以把握读者需求，不失时机的推出新品占领市场，以持续保持后劲。

#### 五 畅销榜单分析：6 本图书监测销量过万，9 家出版社角逐 TOP20 榜单

2009 年暑期整体市场畅销书 TOP200 中，文学类占据 46 个席位，较 2008 年暑期增加 9 席。2008 年暑期，文学类无一进入监测销量超过万册的“超级畅销俱乐部”；而在 2009 年暑期，《小团圆》、《杜拉拉升职记》、“暮光之城”系列三本和《盗墓笔记 伍(大结局)》共 6 本图书监测销量轻松跨过万册大关，头名书《小团圆》更是在整体市场中位列第二。

细观文学类图书 TOP20 榜单（表 3）。中国当代文学作品地位牢固，传奇作家张爱玲的遗作《小团圆》位列榜首。职场小说走势良好，《杜拉拉升职记》尾随其后。去年风靡一时的神秘文化类小说更换新面孔，《盗墓笔记 伍(大结局)》进入前五，《藏地密码 7》位列第 10，长期登榜的《狼图腾》跌至第 12 位。青春文学占据七个席位：郭敬明的《小时代 1.0-折纸时代》和《幻城(修订版)》分列第 7 和第 19 位，该作者主编的《第一届 THE NEXT.学之新新人选拔赛作品集(上)》也跻身榜单；苏小懒的《全世爱 II 之丝婚四年》位列第 9；王

小立的《任凭这空虚 沸腾》、笛安的《西决(上海柯艾三周年纪念作品)》和消失宾妮的《四重音》分列第 11、第 13 和第 18 位。TOP20 中另有社会小说《东北往事:黑道风云 20 年》和《苍黄》，分列第 16、17 位。散文杂著表现不佳，仅有《文化苦旅》一本入围，位列第 15。外国文学作品共有 5 本登榜，斯蒂芬妮·梅尔的“暮光之城”系列四本分列第 3、第 5、第 6 和第 8 位，平均销量超过万册；去年同期位列第 4 的《追风筝的人》排名滑落 10 位。总体上，畅销书的监测销量同比呈现增长态势。而去年同期登榜的图书仅有 5 本在榜，除《杜拉拉升职记》外，排名和销量全数下滑。

从出版社来看，文学类畅销书 TOP20 来自 9 家出版社；专业出版社表现良好，仅长江文艺出版社一家就占据 8 个席位。但排名并不靠前的出版社凭借单本图书的畅销，同样有机会获得市场地位，排名数一数二的十月文艺版《小团圆》和陕西师大版《杜拉拉升职记》就是现成的例子。

从出版年份来看，2009 年版新书有 11 本登榜，其中在 2009 年暑期间世的共有两本；其次是 2008 年版，共有 5 本登榜。新书的市场地位有所提升的同时，登榜多年的《文化苦旅》和《狼图腾》持续畅销的势头开始收敛。

表 3 2009 年暑期文学类畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	作者	版别	监测销量	万元率	年份	覆盖率%
1	978-753020998-1	《小团圆》	28.00	张爱玲	十月文艺	15929	7.05	2009	61.6
2	978-756133912-1	《杜拉拉升职记》	26.00	李可	陕西师大	13606	5.59	2007	61.0
3	978-754480333-5	《暮光之城.暮色》	29.80	斯蒂芬妮·梅尔	接力	12690	5.98	2008	45.1
4	978-750572550-8	《盗墓笔记 伍(大结局)》	32.80	南派三叔	中国友谊	12687	6.58	2009	35.0
5	978-754480419-6	《暮光之城.新月》	32.00	斯蒂芬妮·梅尔	接力	11583	5.86	2008	42.7
6	978-754480739-5	《暮光之城.破晓》	39.80	斯蒂芬妮·梅尔	接力	11307	7.12	2009	39.4
7	978-753543817-1	《小时代 1.0-折纸时代》	29.80	郭敬明	长江文艺	9835	4.64	2008	71.2
8	978-754480571-1	《暮光之城.月食》	35.00	斯蒂芬妮·梅尔	接力	9758	5.40	2008	43.0
9	978-753544085-3	《全世爱 II 之丝婚四年》	22.80	苏小懒	长江文艺	9523	3.43	2009	31.7
10	978-722900787-4	《藏地密码 7》	29.80	何马	重庆	8817	4.16	2009	36.0
11	978-753543991-8	《任凭这空虚 沸腾》	22.80	王小立	长江文艺	8654	3.12	2009	31.3
12	978-753542730-4	《狼图腾》	32.00	姜戎	长江文艺	7870	3.98	2004	82.7
13	978-753543980-2	《西决(上海柯艾三周年纪念作品)》	22.80	笛安	长江文艺	7809	2.82	2009	42.7
14	978-720806164-4	《追风筝的人》	25.00	卡勒德·胡赛尼	上海人民	7722	3.05	2006	68.8
15	978-780627698-3	《文化苦旅》	22.00	余秋雨	东方出版中心	7431	2.59	2001	84.6
16	978-722900575-7	《东北往事:黑道风云 20 年》	28.00	孔二狗	重庆	6361	2.82	2009	27.6
17	978-721404820-2	《苍黄》	29.80	王跃文	江苏人民	6216	2.93	2009	33.2
18	978-753544086-0	《四重音》	22.80	消失宾妮	长江文艺	6069	2.19	2009	29.1
19	978-753543690-0	《幻城(修订版)》	23.00	郭敬明	长江文艺	5951	2.16	2008	65.7

排名	书号	图书书名	定价	作者	版别	监测 销量	万元 率	年 份	覆盖 率%
20	978-753544032-7	《第一届 THE NEXT. 学之新新人选拔赛 作品集(上)》	29.80	郭敬明 主编	长江文艺	5712	2.69	2009	30.3

## 六 东方观点

1 2009年暑期，文学类图书的码洋份额、品种份额和单品贡献率同比上升，市场优势地位进一步巩固。

2 二级分类码洋份额集中，中国当代文学保持压倒性优势，外国文学作品码洋份额同比增长迅速。虽然同比增幅较大，但最畅销的图书依然处于中低价位；25-30元区间最受读者欢迎，25元以下的低价区间码洋份额缩水。少数畅销书逐渐主导文学类市场，入围畅销榜单TOP300方能保证市场地位。最近两年出版的图书在暑期市场中占据最多的码洋份额，今年第二季度出版社推出的新品在暑期市场上表现突出。

3 参与文学类图书市场角逐的出版社众多，大社却屈指可数；出版社的市场集中度同比上升。排名最靠前的出版社之间竞争异常激烈。凭借图书单品或者系列的畅销，新进入市场的出版社可以一举获得市场优势。

4 文学类在新书市场中具有举足轻重的地位，出版和动销品种数位列前茅，新书码洋份额更是仅次于文化教育类。读者对新品的推崇可能成为出版社提升市场地位的契机。

5 《小团圆》等6本图书监测销量轻松超过万册；名家旧作、职场小说、神秘文化、青春文学和外国文学作品各有特色；专业出版社和非专业出版社同样拥有市场地位；最近两年出版的图书占据榜单，长销多年的图书则逐渐失去优势。