



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 (20100101)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

低价系列当头 品种数量取胜

——2009 年少儿读物类图书市场分析

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。

作为图书市场的重要类别，长期以来少儿读物类在整体市场中的码洋份额超过一成。刚刚过去的 2009 年，少儿读物类图书市场有什么突出的特征，相对 2007 年 2008 年又有哪些变化，本文将对此进行分析。

一 市场规模和成长性

1 市场地位和规模：码洋份额回升，品种份额持续增长，单品贡献率下滑

2009 年少儿读物类占据整体市场 10.27% 的码洋份额，仅次于文化教育和文学类，在 21 类图书中位列第三；动销品种数为 46431 种，品种份额为 6.47%，位列第四；单品贡献率为 1.59，位列第四。无论是码洋份额、品种份额还是单品贡献率，本类图书均位列前茅，市场表现值得关注。

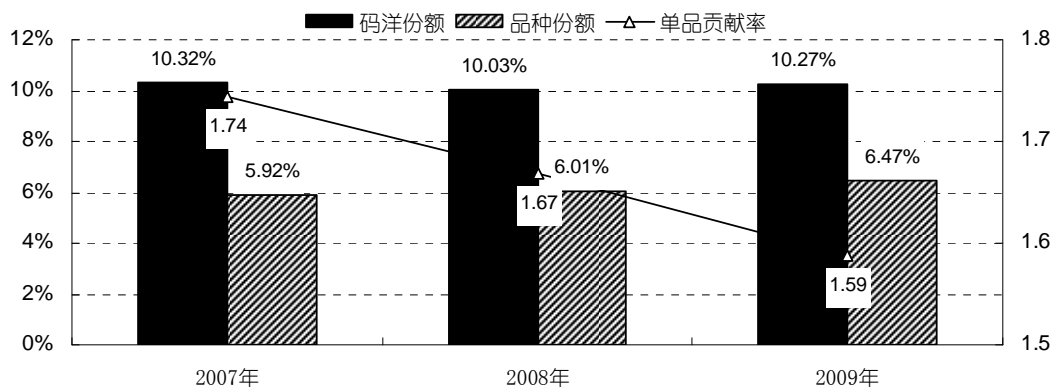


图 1 2007-2009 年少儿读物类图书码洋份额、品种份额和单品贡献率对比

最近三年少儿读物类图书的市场规模如图 1 所示。码洋份额先降后升，依次为 10.32%、10.03% 和 10.27%，连续三年超过 10%。动销品种数持续增长，最近两年稳定超过 4 万种；品种份额加速上升，与 2008 年和 2007 年同期相比，分别增加 0.46 和 0.55 个百分点。单品贡献率则呈现加速下跌趋势，依次为 1.74、1.67 和 1.59。从长远来看，少儿读物类通过大量增加动销品种数的途径来确保码洋份额的方式可能需要新的变革。

2 零售走势： 2009 年 7 月和 1 月学汛期间指数最高， 平均指数跌幅低于整体市场

最近三年来少儿读物类图书的指数逐月变化情况如图 2 所示。从 2009 年逐月指数来看，7 月指数最高，为 198.9 点，其次是 1 月，为 193.5 点，这明显受到学汛影响。最近三年少儿读物类的最高指数均出现在 7 月；最低指数出现的月份却不固定，分别为 2007 年 4 月、2008 年 12 月和 2009 年 11 月。但最高指数和最低指数出现的月份与整体市场完全一致。从同比变化来看，2009 年的平均指数为 127.2，较 2008 年和 2007 年同期分别下降了 6.4 点和 0.2 点；与整体市场指数的下降幅度相比，少儿读物类指数的同比跌幅并不大。

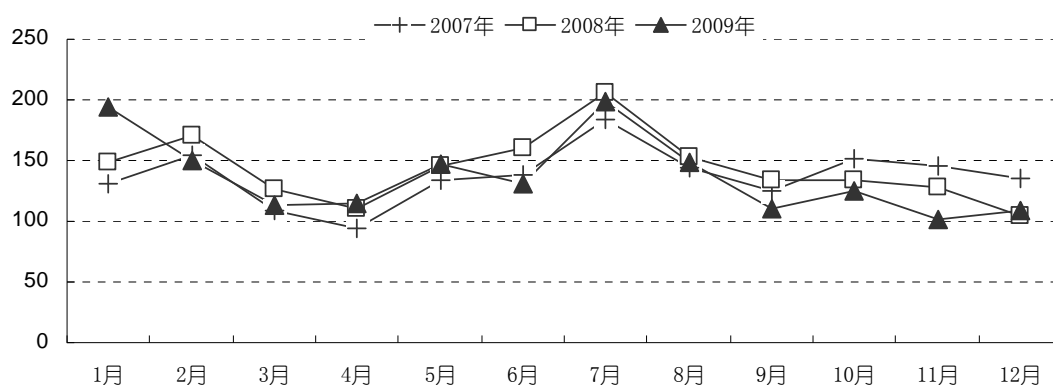


图 2 2007-2009 年少儿读物类各月指数走势对比

二 市场结构分析

1 二级类别结构：低幼读物、中国儿童文学和少儿手工技能并驾齐驱

如图 3 所示，少儿读物类下属 8 个二级类别为是亲子读物（0-3 岁）、低幼读物（4-6 岁）、少儿手工技能、中国儿童文学、外国儿童文学、青少年科普读物、青少年素质教育读物和卡通漫画。2009 年低幼读物（4-6 岁）类的码洋份额为 23.63%，与 2008 年和 2007 年同期相比分别下跌 5.66 和 13.45 个百分点，连续下跌。中国儿童文学类以 21.88% 的码洋份额屈居次席，较 2008 年有所回升，略低于 2007 年水平。少儿手工技能类的码洋份额为 19.26%，连续两年增长。这三个二级类别合计占据 64.77% 的码洋份额，较 2008 年和 2007 年同期分别降低 0.86 和 1.78 个百分点，说明市场热点趋于分散。与此同时，其他二级类别的码洋份额呈现不同程度的同比上升，外国儿童文学和卡通漫画的码洋份额相对较高，并且 2009 年出现较大幅度同比增长。仅有亲子读物（0-3 岁）类的码洋份额跌破 2007 年水平。

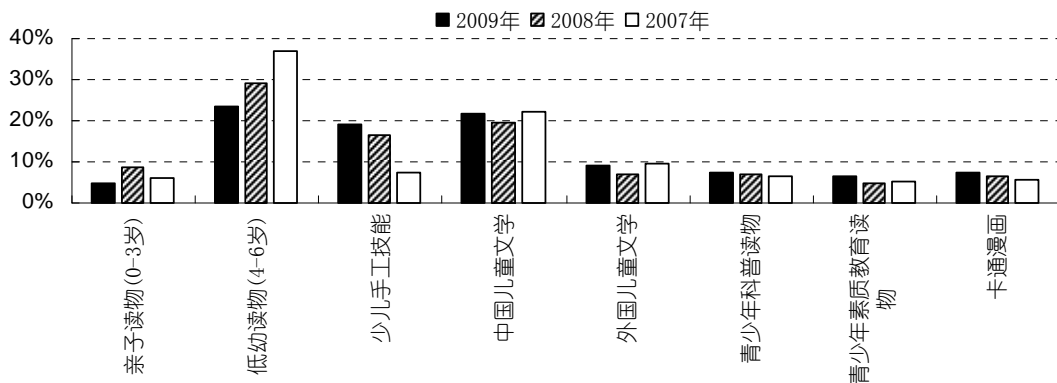


图3 2007-2009年少儿读物类图书二级类别码洋份额对比

2 定价结构：20元以下低价图书码洋份额超过七成，15-20元区间同比增幅明显

最近三年整体市场图书均价一路走高，少儿读物类的均价也随之上浮。但与整体市场相比，少儿读物类不仅均价明显偏低，而且均价的增幅也低于整体市场。2009年少儿读物类动销图书均价为14.09元，低于整体市场均价（22.68元）37.87%；而在2007年和2008年分别为13.41元和13.70元，分别低于同期整体市场31.12%和36.60%。

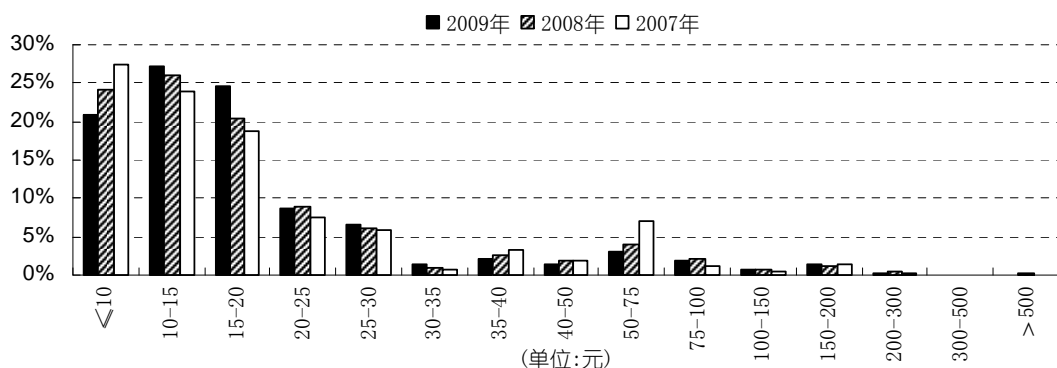


图4 2007-2009年各价格区间内少儿读物类动销图书的码洋份额对比

如图4所示，2009年少儿读物类最畅销的图书集中在15-20元的区间，码洋份额为27.19%，明显高出2008年和2007年水平。其次是15-20元和≤10元的区间，码洋份额分别为24.67%和20.87%。前者的同比增幅在所有价格区间里最为明显，较2008年和2007年同期分别增加4.23和5.84个百分点；后者的码洋份额则一路走低，较2008年和2007年同期分别降低3.36和6.55个百分点。少儿读物类无可置疑的具有低价特征，定价低于20元的图书连续三年占据超过七成的码洋份额，并且这一数值还在逐年上升。但在低价图书中，10-20元区间的码洋份额持续增加，这是本类图书均价上浮的原因所在。

3 出版年份结构：上一年新书继续占据优势地位，当年新书码洋份额持续下降

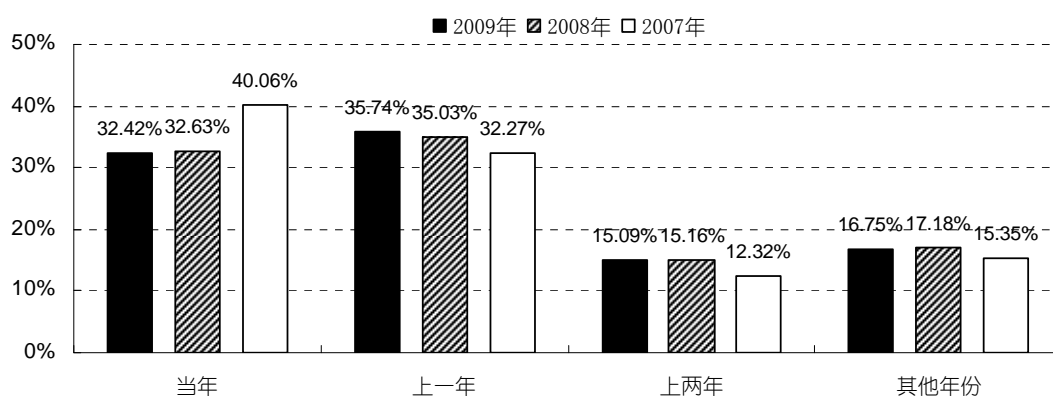


图 5 2007-2009 年少儿读物类的出版年份结构

2009 年少儿读物类图书市场中，上一年出版的图书以 35.74% 的码洋份额居首，较 2008 年和 2007 年同期分别增加 0.71 和 3.47 个百分点；其次是当年出版的图书，码洋份额为 30.22%，较 2008 年和 2007 年同期分别下跌 0.21 和 7.64 个百分点，持续走低。上两年出版的图书码洋份额为 15.09%，略低于 2008 年同期，高出 2007 年同期 2.77 个百分点（图 5）。最近三年来，整体市场的出版年份结构呈现上一年新书码洋份额逐年增长，当年新书码洋份额逐年下跌的趋势。虽然少儿读物类当年新书所占的码洋份额高于整体市场，但这一趋势依然未能例外。上一年版的少儿读物类图书在市场中依然占据重要地位，当年新书的市场地位仍需后市观察。

4 畅销书统计：TOP100 畅销书集中程度连续下跌，TOP200-500 单品贡献率回升

在全部图书大类中，少儿读物类的码洋份额向少数畅销书集中的程度相对较低。如图 6 所示，2009 年少儿读物类畅销书 TOP500 的码洋份额合计为 21.40%，较 2008 年和 2007 年同期分别下跌 0.91 和 7.76 个百分点；单品贡献率为 84.46%，较 2008 年同期增加 3.50%，较 2007 年同期下跌 8.40%。其中，第 1-100 名的码洋份额为 8.13%，较 2008 年和 2007 年同期分别下跌 1.47 和 6.60 个百分点；单品贡献率为 36.95%，较 2008 年和 2007 年同期分别下跌 7.62% 和 29.77%。TOP100-500 的各个区间码洋份额变化规律不明显，但单品贡献率几乎全数上升。与整体市场畅销书的码洋份额先降后升，单品贡献率持续上升的趋势不同，少儿读物类畅销书前 100 名的整体实力连续两年下跌。说明少儿读物类最畅销的图书创造码洋的能力亟待提升，跻身 P500 但未能进入 TOP100 畅销书行列的图书拥有更多机会。

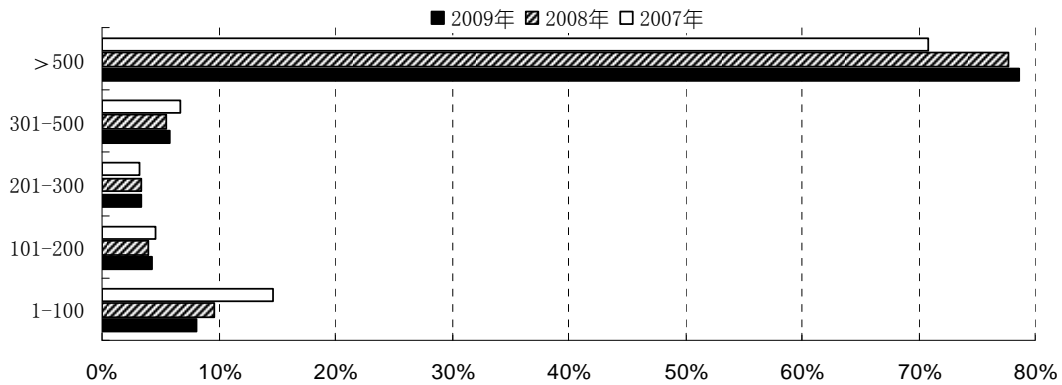


图 6 2007-2009 年少儿读物类畅销书的码洋份额比较

三 新书分析：出版和动销规模逆势扩张，动销率持续增长，单品贡献率下跌

从新书出版情况和动销情况来看，2009 年整体市场新书出版品种同比下跌接近两成，而少儿读物类出版新书 2009 年首次超过万种，占全部出版新书数的 7.71%，明显高于 2008 年和 2007 年同期，并呈加速增长态势。少儿读物类新品动销 9575 种，连续两年高速增长；动销新书在全部动销新书中占据 8.12% 的品种份额，远远高于 2008 年和 2007 年水平。最近三年来少儿读物类新书动销率一直位列三甲，2009 年更是高达 91.21%，较 2008 年和 2007 年有所提升（表 2）。可见，少儿读物类新书的出版规模日益扩大，市场认可度也较高。

表 1 2007-2009 年少儿读物类新书出版和动销情况

年份	新书出版		新书动销		
	出版品种	品种份额 (%)	动销品种	品种份额 (%)	新书动销率 (%)
2007 年	9026	5.39	6866	6.12	76.07
2008 年	9499	5.64	7779	6.52	81.89
2009 年	10498	7.71	9575	8.12	91.21

从占新书市场的码洋份额和占该类的比重来看，2009 年少儿读物类新书码洋份额为 10.51%，较 2008 年同期增加 0.47 个百分点，较 2007 年同期下跌 1.07 个百分点。品种份额为 8.12%，远远高于 2008 年和 2007 年水平。新书品种份额的加速扩张和码洋份额的止步不前，导致新书的单品贡献率一路下跌，依次为 1.89、1.54 和 1.29（图 7）。当年新书占少儿读物类的码洋份额连续两年下跌。

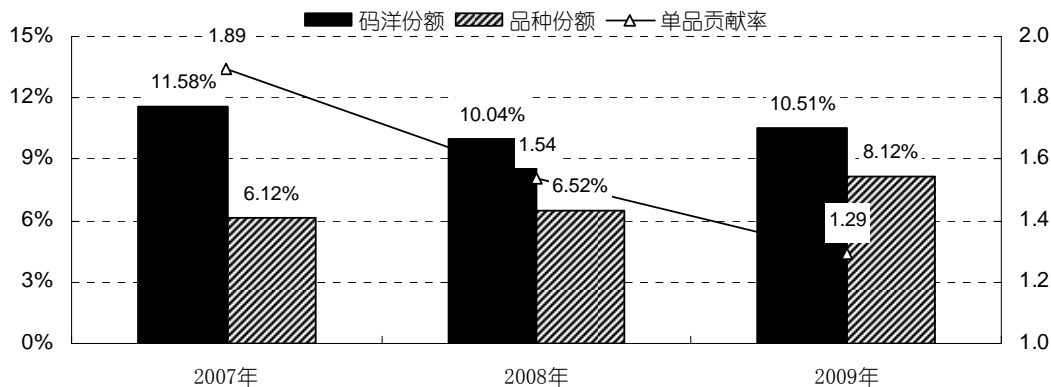


图7 2007-2009年少儿读物类新书市场规模变化

从当年新书的市场表现来看，2009年版新书有28本入围整体市场新书TOP100，这一数值在2008年和2007年同期分别是25本和35本。2009年新书榜TOP10中，3位本土儿童文学作家作品占据七成席位，其中杨红樱和伍美珍作品各占3席，这些图书具有不菲的销量和相对较高的定价，万元率较为突出。其余3席是清一色的是低幼读物，以幼儿启蒙和教育为主题，定价全数低于10元，其销量和码洋也不可小觑。

四 出版社竞争分析：CR10先降后升，中坚出版社竞争力增强

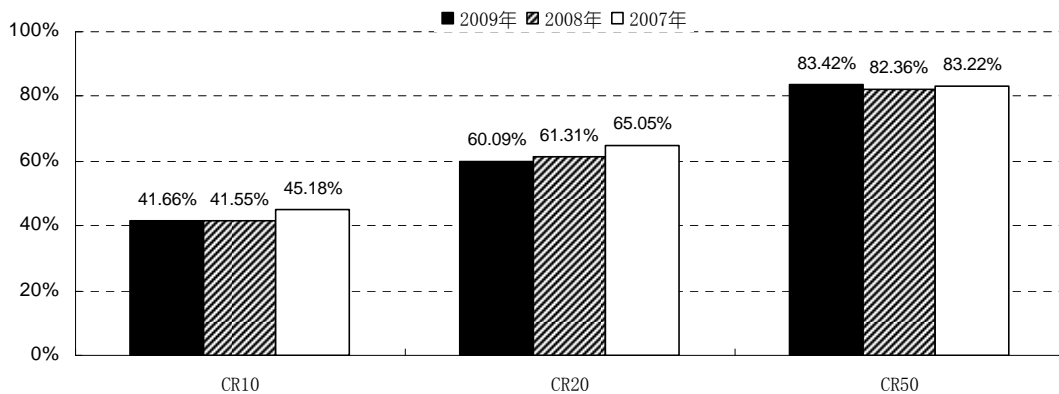


图8 2007-2009年少儿读物类出版社市场集中度及其变化

少儿读物的专业性不高，因此参与竞争的出版社数量众多，市场集中度较低。2009年共有548家出版社涉足本类图书市场，占同期整体市场出版社总数的76.22%。其中码洋份额超过1%的出版社为30家，比例为5.47%，较2008年和2007年同期分别增加0.65和1.18个百分点。图8比较了最近三年少儿读物类出版社的集中度变化情况：CR10先降后升，2009年的CR10为42.04%，较2008年同期增加0.11个百分点，较2007年同期下跌3.52个百分点。CR20连续两年走低，跌幅趋缓；CR50先降后升，集中度较2007年略高。这说明继2008年出版社竞争程度降低之后，出版大社开始重新获得市场优势，排名TOP20-50的“中坚”出版社竞争力有所增加。

表 2 2007-2009 年少儿读物类出版社码洋份额 TOP10

2009 年				2008 年				2007 年			
版别	排名	码洋份额	动销品种	版别	排名	码洋份额	动销品种	版别	排名	码洋份额	动销品种
合计	-	41.66	10615	合计	-	41.55	9406	合计	-	45.18	8789
人民邮电	1	7.22	1243	浙江少儿	1	7.67	1910	浙江少儿	1	7.51	1628
浙江少儿	2	6.66	2106	人民邮电	2	5.00	982	人民文学	2	6.33	231
二十一世纪	3	4.98	1490	二十一世纪	3	4.91	1354	北京少儿	3	5.07	1141
上海人美	4	4.45	953	上海人美	4	4.32	784	二十一世纪	4	4.91	1187
吉林美术	5	4.44	1186	北京少儿	5	4.11	1044	安徽少儿	5	4.29	931
明天	6	2.93	689	吉林美术	6	3.94	1000	上海人美	6	4.18	561
同心	7	2.84	579	人民文学	7	3.01	239	吉林美术	7	3.67	776
接力	8	2.81	529	安徽少儿	8	2.97	1163	人民邮电	8	3.14	672
吉林摄影	9	2.69	661	同心	9	2.90	485	同心	9	3.06	465
江苏少儿	10	2.64	1179	接力	10	2.72	445	中少总社	10	3.02	1197

2007-2009 年少儿读物类十强社排名和码洋份额如表 2 所示。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、3 家和 5 家出版社。人民邮电和浙江少儿两家出版社位列前茅，动销品种数连续两年攀升。前者的主打产品是与本土动漫作品的标杆之作“喜羊羊与灰太狼”相关的抓帧图书系列及使用品牌授权的衍生图书，码洋份额持续走高。后者是传统的少儿读物出版大社，2009 年动销品种数超过两千种，“超级成长版冒险小虎队”系列多本登榜。屈居第二集团的二十一世纪和上海人美两家出版社的主打产品分属中国儿童文学（杨红樱作品）和外国儿童文学。吉林美术出版社则另辟蹊径，推出各类低幼读物分享市场。十强社中其他五家出版社的码洋份额较为接近。

五 畅销榜单分析：出版社大打“系列”文章，后市呼唤畅销新品

2009 年少儿读物类畅销书共有 58 本入围整体市场畅销书 TOP200，这一数值在 2007 年和 2008 年同期分别是 89 本和 65 本。监测销量超过 20000 册的图书共有 29 本，较 2007 年和 2008 年同期分别下降 5 本和 11 本。可见，本类畅销书在整体市场中的排位总体上呈现下降趋势。2009 年少儿读物类畅销榜 TOP20 如表 3 所示。

表 3 2009 年少儿读物类畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元率	年份	覆盖率 (%)
1	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	82378	4.63	2003	82.1
2	978-780655890-4	《100 分幼儿启蒙练习册·加法练习(上)》	2.00	广州	80839	0.45	2005	61.2
3	978-780685667-3	《新编幼儿描红·汉字描红·1》	3.90	锦绣文章	49260	0.54	2006	19.7
4	978-754480613-8	《小英雄和芭蕾公主/淘气包马小跳系列》	13.80	接力	47828	1.86	2009	61.9
5	978-753862975-0	《汉字描红本 3》	4.90	吉林美术	42922	0.59	2008	39.3
6	978-753302556-4	《小企鹅水晶挂图—颜色形状》	8.80	山东美术	41495	1.03	2008	37.5
7	978-753862766-4	《小小影院—三只小猪》	6.90	吉林美术	37614	0.73	2008	37.8

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元率	年份	覆盖率(%)
8	978-780731623-7	《动物 上/小海豚宝宝圈圈书》	5.00	广州	35474	0.50	2007	59.3
9	978-753326095-8	《樱桃沟的春天/笑猫日记》	15.00	明天	34555	1.46	2009	59.9
10	978-753043656-1	《(新版)左脑开发 3-4 岁/右脑开发 1》	19.00	北京科技	34522	1.84	2008	43.6
11	978-753862765-7	《小小影院-白雪公主》	6.90	吉林美术	33635	0.65	2008	39.0
12	978-753326126-9	《巧克力味的暑假(阳光姐姐小书房)》	16.00	明天	33194	1.49	2009	37.5
13	978-702006365-9	《哈利·波特与死亡圣器》	66.00	人民文学	29888	5.55	2007	84.7
14	978-753302592-2	《手工大王-动物/小企鹅宝宝最爱系列》	12.80	山东美术	29709	1.07	2008	34.4
15	978-754480289-5	《侦探小组在行动/淘气包马小跳系列》	13.80	接力	27672	1.07	2008	68.7
16	978-711518972-1	《慢羊羊的奖杯/喜羊羊与灰太狼美绘故事》	7.00	人民邮电	26635	0.52	2008	39.6
17	978-753325672-2	《小猫出生在秘密山洞/笑猫日记》	15.00	明天	26620	1.12	2008	61.9
18	978-753862991-0	《三字经/宝宝撕不烂趣味学习卡》	5.00	吉林美术	25922	0.36	2009	46.0
19	978-711518971-4	《梦幻牙膏/喜羊羊与灰太狼美绘故事》	7.00	人民邮电	25778	0.51	2008	38.8
20	978-780731715-9	《猜谜语/宝宝早教圈圈书(第2辑)》	5.00	广州	25447	0.36	2008	63.5

从热点图书来看，外国儿童文学 2 席，包括榜首书《窗边的小豆豆》和曾在 2007 年风靡一时的《哈利·波特与死亡圣器》；严格意义上说，这两本书的阅读群体并不限于儿童，这可能是本类图书的一种优势。本土儿童文学依然首推杨红樱作品，“淘气包马小跳系列”和“笑猫日记”系列各有两本登榜；伍美珍的“阳光姐姐小书房”系列也有一本入围。低幼读物共有 9 本登榜，包括监测销量超过 8 万册的《100 分幼儿启蒙练习册·加法练习(上)》。卡通动漫读物中，“小小影院”系列和“喜羊羊与灰太狼”系列各有 2 本登榜。

从定价来看，低价图书依然是 2009 年少儿读物畅销榜单的主力，定价低于 10 元的图书占到 11 本，定价在 10-15 元和 15-20 元区间的分别有 5 本和 3 本。TOP20 中唯一的高价图书是早期问世的《哈利·波特与死亡圣器》，排名并不靠前，说明至少现阶段依然缺乏支持少儿读物单本高价图书的消费群体；在读者改习惯不易改变的前提下，利用系列图书的“合力”制造码洋，应该是不错的选择。

从出版社来看，少儿读物类畅销书 TOP20 来自 10 家出版社。吉林美术占据 4 席，广州和明天两家出版社各占据 3 席。同一出版社的多本登榜图书通常为系列作品，利用品牌效应发掘市场潜力自然是题中之义。

从监测销量来看，2009 年监测销量超过 5 万册、4 万册和 3 万册的图书分别有 2 本、6 本和 12 本，这些数值在 2008 年为 4 本、5 本和 12 本，2007 年则是 2 本、3 本和 12 本。虽然 2009 年头名书的销量明显高于 2008 年同期，但其他畅销书的销量并未随之提高，TOP20 的平均监测销量持续小幅下跌。

从出版年份来看，在 2008 年，当年新书共有 6 本登榜，上一年和上两年版图书均为 5

本。而在 2009 年，当年新书仅有 4 本登榜，上一年新书和上两年新书分别为 11 本和 2 本。虽然在整体市场中的排位和监测销量有所上升，但数量上依然没有占到优势。考虑到少儿类新品的出版规模，市场地位仍然需要后市检验。

从覆盖率来看，两本外国儿童文学作品覆盖率超过八成，杨红樱作品的覆盖率也较高，低幼读物和卡通动漫的覆盖率变化幅度较大。此外，跻身榜单的 2009 年版新书，覆盖率也相对较高。

六 东方观点

1 少儿读物类在整体市场中的码洋份额、品种份额和单品贡献率的排名均位居前列。最近三年来码洋份额先降后升、动销品种数和品种份额大幅增加，单品贡献率则呈现加速下跌趋势。受整体市场指数走低的影响，少儿读物类的指数也出现下滑态势，跌幅仍然小于整体市场。

2 市场热点趋于分散，二级分类中，低幼读物、中国儿童文学和少儿手工技能的码洋份额更为接近，呈现并驾齐驱之势。最畅销的出版社的市场优势未能充分体现，CR10 和 CR20 处于低位，而排名 TOP20-50 的“中坚”出版社竞争力有所增加。

3 少儿读物类图书的均价明显低于整体市场，20 元以下低价图书码洋份额超过七成，15-20 元区间的同比增幅较为明显。上一年新书码洋份额逐年增长，当年新书码洋份额逐年下跌，这一趋势与整体市场一致。TOP100 畅销书的整体表现不佳，创造码洋的能力亟待提升，跻身 P500 但未能进入 TOP100 畅销书行列的图书表现相对较好。

4 与整体市场趋势相反，少儿读物类新品的出版和动销形势看好。出版社在力拼新品数量的同时，也不能忽视提升单品贡献率。

5 少儿读物类畅销书在整体市场中的位次和销量呈现下滑趋势。TOP20 畅销榜单中多家出版社的竞争依然激烈，低价、品牌和系列成为备受关注的关键词，如何满足读者的需求依然是出版社面临的首要课题。