



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 (20100503)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

保健养生类企稳市场

——2010年第一季度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。

2010年第一季度，生活娱乐类图书排名整体市场第五的位置，码洋份额较去年同期有小幅下降，各主要二级类别表现不一，下文将详细介绍一季度该类市场表现。

一 市场走势和零售结构

1 码洋份额同比比较以及各月码洋份额走势比较：该季度码洋份额下降、3月份为高

2010年第一季度生活娱乐类图书码洋份额为7.26%，与去年同期相比下降了0.09个百分点。由各月具体走势来看，2010年1月码洋份额为6.78%，同比上涨了0.13个百分点；2月和3月的码洋份额分别为6.54%、8.48%，同比分别下跌了0.45和0.09个百分点；从上述数据中，我们发现无论2009年或是2010年，码洋份额最高的均是该季度的3月份，分别较当年的1、2月份增加1.5-2个百分点。

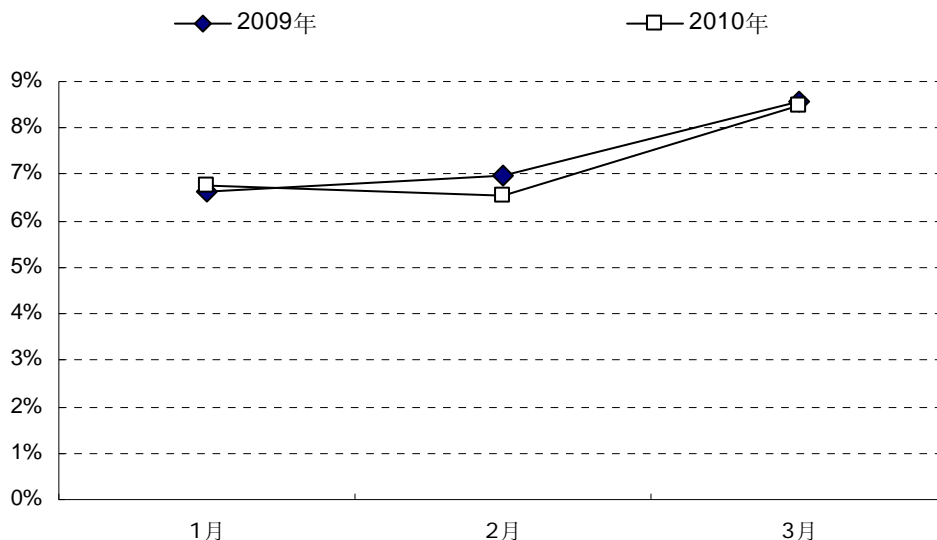


图1 2010年第一季度生活娱乐类图书各月码洋份额走势比较示意图

2 二级类别结构同比分析：保健养生、优生育儿份额增长；烹饪食谱、地图、旅游类则下跌

在生活娱乐类图书中，共有20个二级类别涉足市场销售，其图书品种繁多，而主要占据市场销售大头的依次保健养生、烹饪食谱、地图、旅游、优生育儿这五个类别，2010年

第一季度生活娱乐类图书二级类别结构同比示意图如图 2 所示。保健养生类占据本年第一季度码洋份额超过 3 成，份额高达 36.71%，同比增加了 3.65 个百分点，该小类亦是该季度码洋份额增长最快的类别；其次是烹饪食谱、地图以及旅游类，分别占据了 15.85%、14.32%、8.33%的码洋份额，这 3 个小类的虽然排在本类图书的第 2、3、4 位，但码洋份额均较去年同期有一定程度的下滑，分别下降了 1.21、1.23、0.61 个百分点；而排在第 5 位的优生育儿类，表现也如同保健养生类，本期较去年同期上涨了 0.25 个百分点，码洋份额为 8.17%，该类别上涨从一定程度上是因为近两年 70 末、80 后生育高峰的到来，越来越多的年轻准父母们需要学习如何更科学更健康的养育自己的下一代。

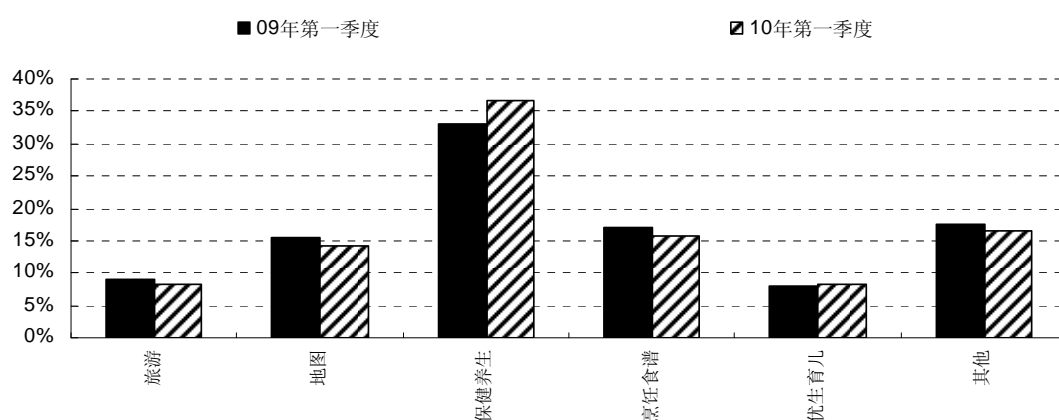


图 2 2010 年第一季度生活娱乐类二级类别结构与去年同期比较示意图

二 畅销书分析

1 畅销统计同比分析：TOP100 码洋份额下降

如下图 3 所示的 2010 年第一季度生活娱乐类畅销书各排名区间市场份额同比示意图，当年第一季度 TOP500 码洋份额合计为 37.23%，较 09 年同期下降了 0.44 个百分点；其中第 1-100、第 201-300 名的码洋份额分别为 19.25%、4.21%，同比分别下跌了 0.49 和 0.78 个百分点；而第 101-200 及第 301-500 名的码洋份额为 6.23%、7.54%，同比分别上涨了 0.24 以及 0.59 个百分点。TOP100 畅销书码洋份额的下跌，说明该类别最畅销图书创造码洋的能力还有待提高，此外也意味着未能挤进 TOP100 榜单的图书有着更多的上升空间。

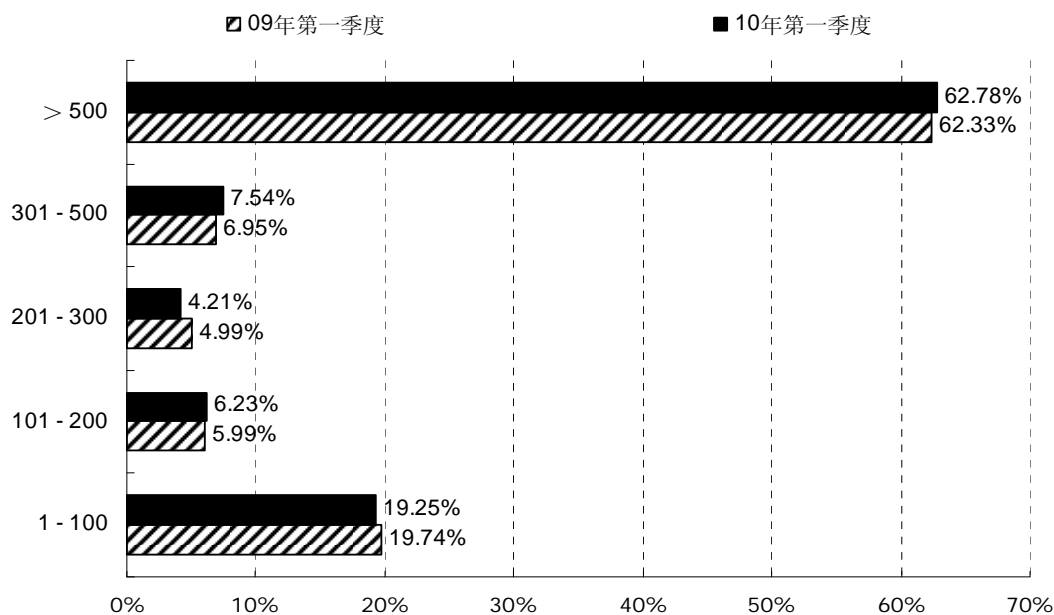


图3 2010年第一季度生活娱乐类畅销书各排名区间的市场份额与去年同期的比较示意图

2 畅销榜分析：保健养生类如火如荼

以下我们将选取09年、10年两年第一季度的畅销榜TOP100进行分析。按照二级类别来看，生活娱乐类畅销二级类别为保健养生、烹饪食谱、地图、旅游、优生优育这五类。本期进榜数依次是43、13、33、4、4本。较去年同期增长最大的保健养生类，同比增加了14本，该类别榜首图书为《把吃出来的病吃回去》，万元率达到19.75，《手到病自除》系列在本类销售也颇为乐观；其次是地图类，同比多出了10本；下降最多的是烹饪食谱类，同比减少了10本；旅游及优生育儿类变化不大，分别减少和增加1-2本。

在榜单中排名靠前的图书有《2010上海市道路图(观光·旅游·购物·)》，万元率为1.15，该书的热销是由于近期参观世博会的人数日渐增多，该册能给广大游客带来许多便利之处。此外，《求医不如求己》系列以及《不生病的智慧》系列销售也较稳定，本期仍各有5本进入TOP100榜单。养生保健类书籍的稳定销售，意味着人们越来越重视自身健康，不仅要活到老，更是要活出优质健康。

三 新书市场分析

1 动销率同比分析：新书动销率同比上升，稳坐市场第一位置

2010年第一季度，生活娱乐类图书共有1631种新品推出，其中动销的新书有1333种，动销率为81.73%，同比增加了8.40个百分点，也超过同期整体新书市场57.93%的动销率，排名整体新书市场动销率的第一的位置。

表1所述的是2009-2010年第一季度生活娱乐类新书的市场表现情况。从表中我们可知本期新书码洋份额和品种份额占新书整体市场及占生活娱乐类市场的表现。从新书码洋份额

来看，2010年第一季度的表现稍逊于2009年一季度的表现，分别下降了0.25和0.28个百分点；从新书品种份额来看，本期的市场表现均好于去年同期，分别上涨了0.36以及0.60个百分点。

表1 2009-2010年第一季度生活娱乐类新书市场表现

时段	新书码洋份额		新书品种份额	
	占新书整体市场	占生活娱乐类市场	占新书整体市场	占生活娱乐类市场
2009年第一季度	8.53%	10.80%	5.15%	4.75%
2010年第一季度	8.28%	10.52%	5.51%	5.35%

2 新书榜分析：4类重点类别出现普涨现象

本期新书TOP50榜单内保健养生、烹饪食谱、地图、旅游、优生育儿类具体分布情况如下。保健养生类21本，同比增加5本；烹饪食谱类9本，同比增加2本；地图8本，同比增加1本；旅游类3本，同比减少1本；优生育儿类4本，同比增加1本；可以看出除旅游类外4个类别出现普涨情况，涨幅最大的类别依然是保健养生类，《手到病自除2：“圣手医师”杨奕的家庭保健处方》排在榜单第2的位置，万元率为5.28，为TOP50最高值；烹饪食谱类别中的《一看就会的家常菜》本期排名第四，该书简明扼要，可谓是当下快节奏生活的好帮手。

四 市场竞争分析：吉林科技、江苏文艺、轻工业各领风骚

各类图书都有着各自的特性，而生活娱乐类图书最大的特点就是浅学易懂，并且包罗了日常生活的各个层面。2010年第一季度该类图书共有528家出版社共同参与出版，以下我们将选取该类的畅销榜及新书榜中表现较好的出版社进行对比。由下表来看，本期码洋份额最高的为吉林科技出版社，较去年上升1个位次；从TOP100畅销书出版社排名来看，江苏文艺出版社蝉联09及10年第一季度冠军；从TOP50畅销新书出版社排名来看，轻工业出版社上升较快，本期上榜8本图书。

表2 2009和2010年第一季度生活娱乐类码洋份额TOP10出版社排名

排名	2009年第一季度		2010年第一季度	
	版别	码洋份额%	版别	码洋份额%
1	江苏文艺	7.73	吉林科技	5.34
2	吉林科技	5.22	轻工业	4.98
3	青岛	4.97	中国纺织	4.96
4	轻工业	4.80	江苏文艺	4.61
5	中国纺织	4.77	青岛	4.38
6	中国地图	4.73	江苏人民	4.28
7	化学工业	3.34	中国地图	4.23
8	山东地图	2.51	化学工业	3.82
9	中国旅游	2.18	人民日报	2.93

10	南海	1.94	山东地图	2.75
----	----	------	------	------

表 3 2009 和 2010 年第一季度生活娱乐类 TOP100 畅销书出版社排名（数量相同时，以码洋份额高者居前，下表同）

排名	2009 年第一季度		2010 年第一季度	
	版别	登榜图书数	版别	登榜图书数
1	江苏文艺	14	江苏文艺	13
2	广东经济	10	地质	10
3	青岛	8	江苏人民	8
4	山东地图	7	山东地图	8
5	轻工业	6	青岛	7

表 4 2009 和 2010 年第一季度生活娱乐类 TOP50 新书出版社排名

排名	2009 年第一季度		2010 年第一季度	
	版别	登榜图书数	版别	登榜图书数
1	青岛	4	轻工业	8
2	中国纺织	4	地质	5
3	上海科技	3	青岛	3
4	江苏文艺	2	广东人民	3
5	山东地图	2	吉林科技	2

五 东方观点

- 1 2010 年第一季度，生活娱乐类码洋份额同比下降；本季度各月表现不均，3 月码洋份额为高。
- 2 由图书二级类别来看，保健养生、优生育儿类份额增长；烹饪食谱、地图、旅游类则下跌。
- 3 TOP100 畅销书码洋份额下降，图书创造码洋能力有待提高。
- 4 TOP100 畅销榜内保健养生类图书销售稳定，世博会有关图书升温较快；TOP50 新书榜内重点类别频频发力，出现普涨现象。
- 5 生活娱乐类新书动销率同比上升，稳坐市场第一位置。
- 6 吉林科技、江苏文艺、轻工业三社各领风骚。

附表 1 2010 年第一季度生活娱乐类畅销书 TOP10

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元率
1	978-780208972-3	《把吃出来的病吃回去》	35.00	人民日报	57916	19.75
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	31034	8.77

3	978-753992667-4	《不生病的智慧》	29.00	江苏文艺	26766	7.56
4	978-780031583-1	《2010 上海市道路图(公交. 观光. 购物)》	6.00	中华地图	19603	1.15
5	978-721405029-8	《手到病自除 2: “圣手医师”杨奕的家庭保健处方》	29.00	江苏人民	18683	5.28
6	978-780532430-2	《中国地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	13959	0.82
7	978-754273111-1	《上海城区交通图 2005 版(内附放大镜)》	6.00	上海科普	11444	0.67
8	978-753992841-8	《温度决定生老病死》	29.00	江苏文艺	11434	3.23
9	978-721806180-1	《养生馆. 第 1 季--青春期饮食指南》	8.00	广东人民	10323	0.80
10	978-753543765-5	《从头到脚说健康》	29.00	长江文艺	8908	2.52

附表 2 2010 年第一季度生活娱乐类新书 TOP10

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	万元率
1	978-780031583-1	《2010 上海市道路图(公交. 观光. 购物)》	6.00	中华地图	19603	1.15
2	978-721405029-8	《手到病自除 2: “圣手医师”杨奕的家庭保健处方》	29.00	江苏人民	18683	5.28
3	978-750217552-8	《百年程氏养生经: 养生大穴家用说明书》	29.80	石油工业	4482	1.30
4	978-754365976-6	《家有妙招 4(含 DVD 光盘)》	28.00	青岛	4176	1.14
5	978-753844557-2	《一看就会的家常菜》	39.90	吉林科技	3493	1.36
6	978-754365977-3	《百姓餐桌 2888》	29.80	青岛	3202	0.93
7	978-750197452-8	《养生必养肾》	28.00	轻工业	2524	0.69
8	978-711606324-2	《中国地图●世界地图 学生版》	12.00	地质	2186	0.26
9	978-721406092-1	《24 节气养生》	29.00	江苏人民	2131	0.60
10	978-753844550-3	《单桂敏灸除百病》	29.00	吉林科技	2060	0.58