



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 (20100903)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

优秀作品层出不穷 暑期少儿类市场大热

——2010年暑期少儿类图书市场分析

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。

近年来，图书市场竞争越来越激烈，入围畅销书榜单的图书又不断产生着变化，并且逐步走向多元化的趋势。纵观2010年暑期少儿类图书市场，我们发现了几个重要的元素，包括本土知名作家的作品、引进品牌童书、畅销图书与影视动画及网络游戏互动等等。以下专题将为大家详细解读2010年暑期少儿类图书的市场情况。

一 市场规模：市场份额全面上扬

2010年暑期（7-8月，下同），少儿类图书占据整体市场12.39%的码洋份额，位列市场第三的位置，同比去年增加了1.54个百分点；品种份额从09年同期的6.91%上升至本期的7.96%，增加了1.05个百分点；动销品种数量同样看涨，由09年同期的33517种增加了4892种至本期的38409种。综合来看，市场表现颇为乐观。

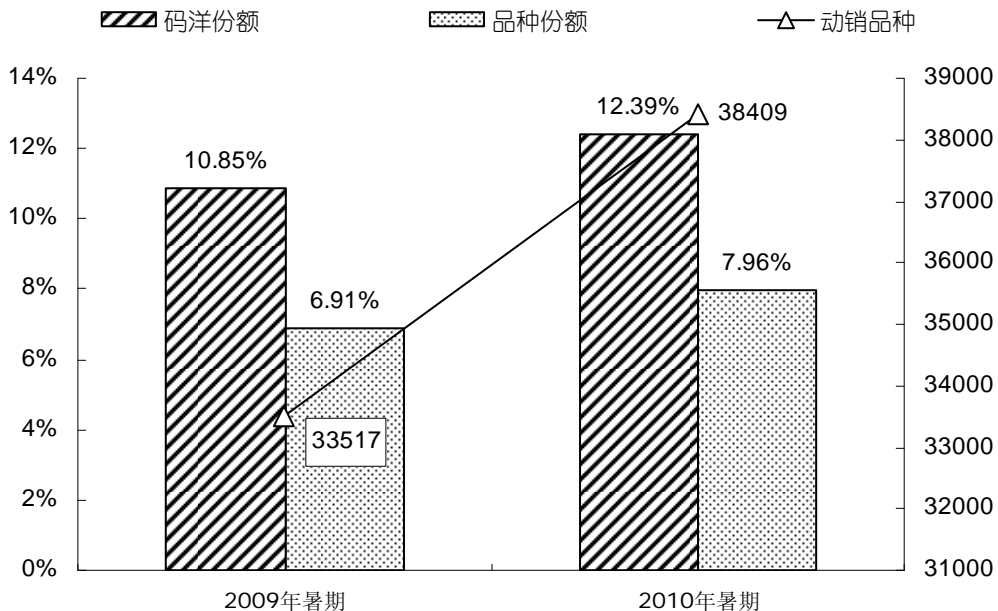


图1 2010年暑期少儿类图书码洋份额和品种份额同比比较示意图

二 市场结构分析

1 二级类别分析：中外少儿文学读物占主流

图 2 所示的是 2010 年暑期少儿类二级类别结构同比比较示意图。中国儿童文学成为销售主流，本期占了 27.22% 的码洋份额，同比增加了 2.07 个百分点；外国儿童文学销售亦被同样看好，本期所占份额为 12.89%，同比增加了 0.31 个百分点；中外儿童文学合计码洋份额则超过四成。此外，4-6 岁的低幼读物所占市场比重也较大，本期占了 19.37% 的码洋份额，但较去年同期下滑较多，同比减少了 2.56 个百分点；少儿手工技能类别在本期表现较好，码洋份额超过 15%，增幅超过 1 个百分点；0-3 岁亲子读物、青少年科普读物、青少年素质教育读物、卡通动漫等类，码洋份额与其涨跌幅度分别在 8% 左右以及 1% 之内。

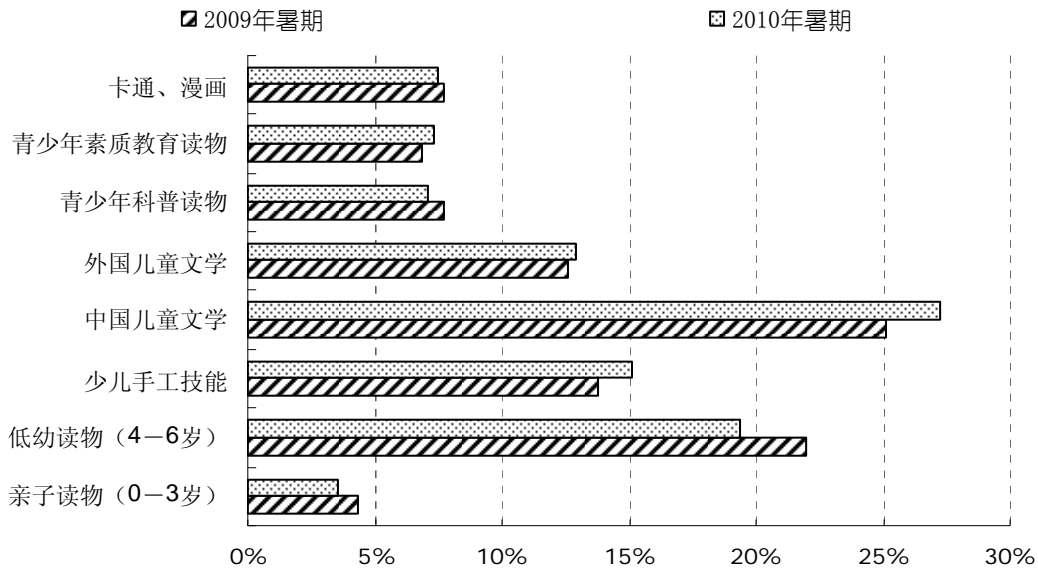


图 2 2010 年暑期少儿类二级类别结构同比比较示意图

2 畅销统计分析：TOP100 畅销书码洋份额下降，其单品贡献率高于其他各畅销区间

随着社会的进步与发展，少儿类图书融入了许多与其他媒体互动的元素。自 2003 年起，央视播出《哪吒传奇》后的同名图书开始进入畅销榜之列；随后的《快乐星球》、《迪迦奥特曼》、《虹猫蓝兔七侠传》等动画作品的图书也相继进榜。

图 3 所示的是 2010 年暑期少儿类畅销图书各排名区间同比比较示意图。TOP100 的码洋份额为 10.21%，较去年同期下降了 0.80 个百分点；单品贡献率为 39.27%，较去年同期增加了 2.57。TOP101-200、TOP201-300 以及 500 名以上的三个区间码洋份额同比增幅不大，分别上涨了 0.33、0.18 以及 0.48 个百分点，说明少儿类竞争激烈，TOP100 名以外的畅销书部分竞争力增加，并分流了码洋份额；其单品贡献率均较去年同期同步上涨，依次是增加了 3.74、2.65 以及 0.01。而 TOP301-500 区间则处于下跌之列，同比下降了 0.20 个百分点；

其单品贡献率并未受到影响，同比增加了 1.15。本期 TOP100 畅销书均价为 13.05 元，较去年同期略降低了 0.06 元。

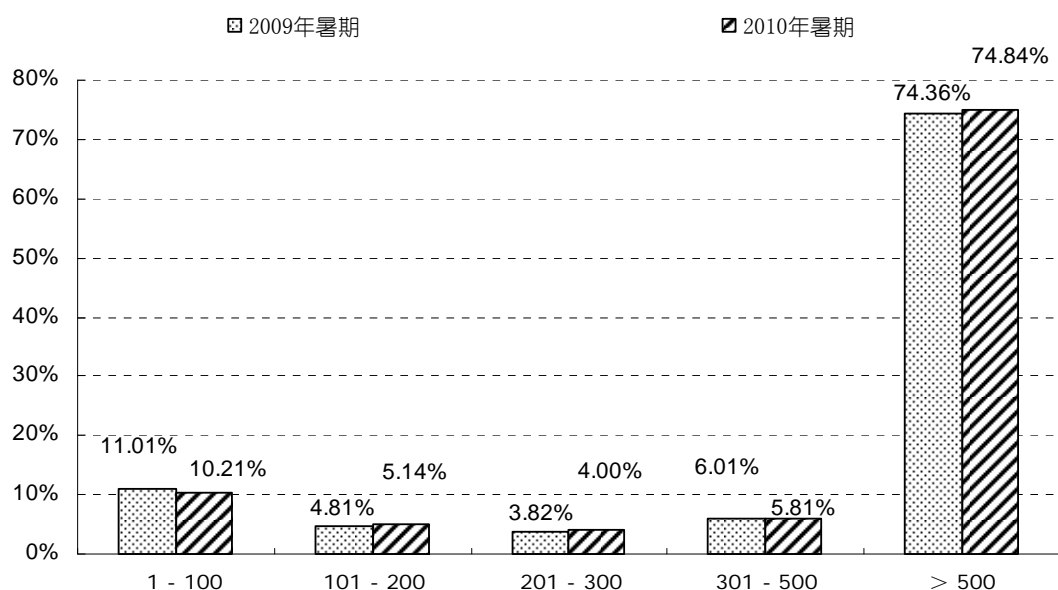


图 3 2010 年暑期少儿类畅销图书各排名区间的码洋份额同比比较示意图

表 1 2010 年暑期少儿类畅销图书 TOP10

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	年份
1	978-753326342-3	《没有秘密长不大/阳光姐姐小书房》	16.00	明天	23806	2010
2	978-753326331-7	《球球老鼠/笑猫日记》	15.00	明天	21623	2010
3	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	21177	2003
4	978-753442992-7	《赛尔号精灵集合大图鉴(官方第 2 版)》	20.00	江苏美术	15930	2010
5	978-753326332-4	《世界上的另一个我/辫子姐姐心灵花园》	16.00	明天	14490	2010
6	978-780655890-4	《100 分幼儿启蒙练习册. 加法练习(上)》	2.00	广州	13354	2005
7	978-753442924-8	《赛尔号精灵集合大图鉴》	20.00	江苏美术	12041	2010
8	978-753443151-7	《赛尔号精灵集合大图鉴 3》	20.00	江苏美术	10269	2010
9	978-753326255-6	《一头灵魂出窍的猪/笑猫日记》	15.00	明天	9780	2010
10	978-753943196-3	《芭比公主故事--阳光公主》	13.80	湖北美术	9694	2010

2010 年暑期少儿类畅销图书 TOP10 榜单如表 1 所示。从榜单来看，江苏美术的“赛尔号”系列异军突起，占领了榜单 3 个名额，该系列是一款专门为中国少年儿童开发的网页科幻游戏，秉承以健康、快乐、探索、智慧理念和探索太空新能源为主题，这个游戏是由“摩尔庄园”的原班人马所开发，无论市场运营模式或是客户的积累，“赛尔号”都从“摩尔庄

园”中吸取了宝贵经验，所以这次的市场表现可谓是更胜一筹。“赛尔号”系列的畅销并非一个偶然现象，最近几年，学龄儿童涉足互联网已经成为一个不容忽视的社会热点，仅“摩尔庄园”一个游戏，儿童的注册用户就已超过 3000 万以上。伴随着“赛尔号”网络游戏的火爆推出，周边图书也逐一热卖起来。

榜首图书为作家伍美珍的《没有秘密长不大/阳光姐姐小书房》一书，该书监测销量为 23806 册，而作家杨红樱作为少儿类图书销量的保证，此次仍有 2 本书进榜，均为“笑猫日记”系列。上述两位作家的作品均出自明天出版社，本期该社进榜数量最多，为 4 本。从定价来看，进榜的图书定价均在 20 元之内，说明少儿类畅销书定价趋低这一现象。

三 新书市场表现：少儿类新书愈走愈强

2010 年暑期，整体图书市场共推出 27310 种新书，其中少儿类占了 7.50%，为 2047 种，同比增加了 2.39 个百分点；另外，整体新书市场动销品种数量为 15390 种，少儿类图书则占了 10.14%，为 1560 种，并较去年同期上涨了 2.97 个百分点。

新书市场规模具体表现如下：从码洋份额来看，本期为 12.59%，同比上涨了 5.92 个百分点，上升近一倍，增幅较大；从品种份额来看，同样增长较快，同比上涨了 2.97 个百分点，该类新书市场销售火爆，新品种出版规模迅速扩大。

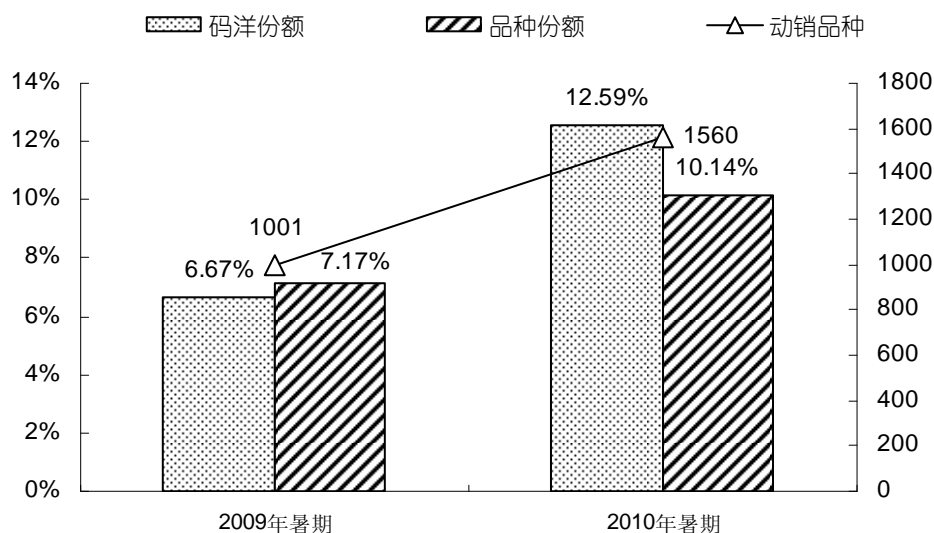


图 4 2010 年暑期少儿类新书码洋份额和品种份额同比比较示意图

四 出版社竞争分析：市场竞争趋缓；浙江少儿、二十一世纪社大放异彩

2010 年暑期，共有 493 家出版社参加少儿类图书出版，较去年同期少了 6 家；其中码洋份额超过 1% 的出版社有 28 家，与去年同期相比减少了 1 家，占了 5.68%，亦较去年同期下降了 0.13 个百分点。由下图可知，本期少儿类出版社 CR10 为 43.27%，较去年同期增加

了 0.32 个百分点；CR50 合计码洋份额超过八成之多，为 84.24%，同比下降了 0.07 个百分点。上述数据表明少儿类出版社市场集中度相对较高，参与角逐的出版社减少，该类别优势出版社优势地位日渐显现，市场的竞争程度相对缓和。

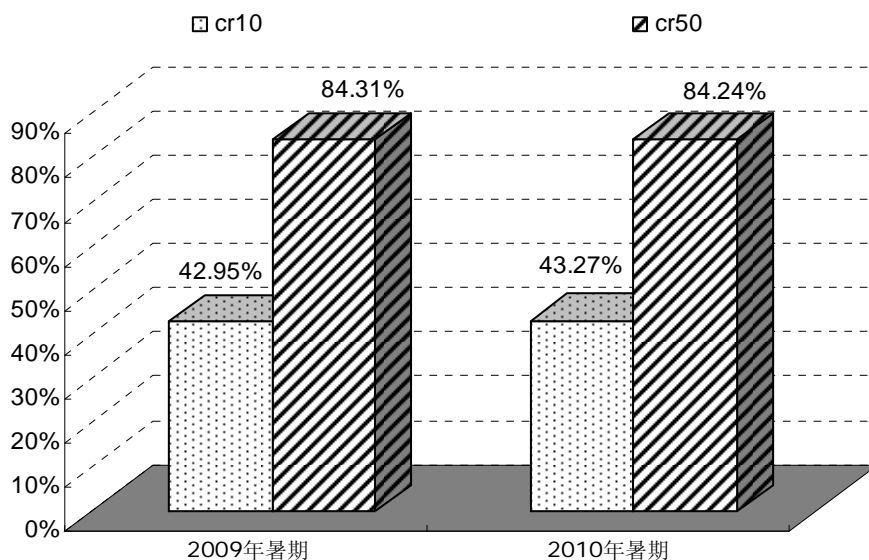


图 5 2010 年暑期少儿类图书出版社市场集中度同比比较示意图

表 2 2010 年暑期及去年同期少儿类出版社码洋份额排行

排名	2009 年暑期				2010 年暑期			
	版别	码洋份额%	动销品种	单品贡献率	版别	码洋份额 %	动销品种	单品贡献率
1	人民邮电	8.09	1003	2.71	浙江少儿	7.74	1703	1.75
2	浙江少儿	6.13	1639	1.25	二十一世纪	6.15	1254	1.89
3	二十一世纪	4.67	1101	1.42	人民邮电	5.27	1115	1.82
4	明天	4.56	484	3.17	明天	4.96	457	4.17
5	上海人美	4.32	813	1.78	吉林美术	3.65	1264	1.11
6	吉林美术	3.94	899	1.47	中少总社	3.54	1100	1.24
7	安徽少儿	2.94	1131	0.87	上海人美	3.45	807	1.64
8	人民文学	2.82	198	4.78	同心	2.88	469	2.36
9	同心	2.76	477	1.94	吉林摄影	2.87	716	1.54
10	江苏少儿	2.72	882	1.03	接力	2.76	551	1.93

本期位列第一的是浙江少儿出版社，该社主要热销图书为“升级版冒险小虎队”系列，2010 年暑期码洋份额为 7.74%，高出去年同期 1.61 个百分点。排名第二的二十一世纪出版社本着“建立一所没有围墙的学校，为少年儿童的快乐阅读、健康成长提供全面的解决方案”，在 2010 年的市场占有率节节攀升。旗下的“皮皮鲁总动员”系列以“挑战读者想象力的极限”为阅读口号，引导了当下儿童文学的新风尚，成为国内少儿类畅销图书的风向标，自面世以来，热销千万册。今年暑假，该社又重磅推出“皮皮鲁总动员”第八大系列之《舒克送

你一支神来笔 皮皮鲁讲堂》，一经推出，就已迈入 TOP100 畅销榜榜单之中。人民邮电社则从去年的第一名下滑至本期的第三名，码洋份额下降了 2.82 个百分点。中少总社、吉林摄影、接力三社均从十名以外入围本期前十之列。

五 东方观点

- 1 2010 年暑期，少儿类图书市场份额全面上扬，市场表现颇为乐观。
- 2 由二级类别结构来看，中外少儿文学读物占主流，同比看涨；4-6 岁低幼读物虽具较高份额，但同比看跌。
- 3 TOP100 畅销书码洋份额下降，其单品贡献率高于其他各畅销区间。“赛尔号”异军突起，领跑畅销书榜单。
- 4 该类出版社间竞争趋缓，浙江少儿、二十一世纪社大放异彩。