



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 (11042504)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

市场份额涨跌不均 科技类动销为首

——2011年第一季度整体图书市场分析

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。

一年之计在于春，一日之计在于晨，送走了2010年，迎来了令人期待的2011年，在出版行业领域中，各路英雄豪杰早已为新的一年摩拳擦掌，因此在2011年第一季度，整体市场的动销品种数较去年有一定增长，而其各类图书零售结构变化，敬请大家看完下文的具体分析。

一 零售规模：科技类动销最多，教育类紧随其后

2011年第一季度，整体图书市场合计动销553744种图书，11年第一季度较09年第一季度增加了34424种；今年一季度的动销图书数量亦较去年同期呈增长态势，同比增加了15120种。该季度动销品种数量最多的为科技类图书（自然科学、医学、农林牧渔、工业技术、计算机），合计动销137812种，11年第一季度较09年第一季度同比增加了8095种；今年较10年第一季度同比增加了2821种。码洋份额为12.72%，11年较09年同期，同比减少了1.15个百分点，今年则较10年同期减少了0.42个百分点。再看品种份额，今年第一季度为24.88%，细观11年与09年同期市场，发现同比减少了0.10个百分点；而今年一季度同样较10年同期有所下跌，同比减少0.18个百分点。排在第二的则是教育类图书（文化教育、语言文字），动销品种数（122193种）、品种份额（22.06%）今年第一季度分别较10年与09年同期存在不同程度的减少，品种数分别减少了3256种和5737种；而品种份额则分别减少了1.23以及2.57个百分点；今年的码洋份额（31.57%）则与10年、09年同比则有增有减。排在第三的社科类图书（经典、哲学、政治、法律、军事、经济、历史地理、工商管理）与教育类图书的动销品种在数量仅差288种，11年较09年同期增加了5181种图书，亦较10年同期增加了2016种图书。剩余4个类别的动销品种数量无论是今年与前年同期相比或是今年与去年同期市场相比，全数递增。综合来看七类图书的零售情况，排在靠前类别的市场份额涨跌不均。

二 零售结构及各类热点图书

2011 年第一季度各类榜首图书如表 1 所示:

表 1 2011 年第一季度七类图书榜首位

分类	书号	图书书名	定价	版别	销量	年份	覆盖率
文学	978-753544556-8	《临界·爵迹(下)》	22.80	长江文艺	63283	2010	56.5
社科	978-722903146-6	《读点经典(第 24 辑)》	6.00	重庆	208040	2010	2.2
科技	978-711700303-2	《国际标准视力表》	1.00	人民卫生	19342	1998	53.5
少儿	978-711524558-8	《电影连环画/喜羊羊与灰太狼大电影 3 兔年顶呱呱》	19.80	人民邮电	40068	2010	46.6
艺术	978-731303219-5	《一·学段·学生毛笔描摹临字帖(第 2 版)》	10.00	上海交大	12293	2008	56.0
生活	978-780532430-2	《中国地图(新世纪 最新版)》	6.00	山东地图	13658	2002	51.7
教育	978-710003974-1	《新华字典(第 10 版 双色本)》	19.90	商务印书馆	117388	2008	72.4

1 文学类：“爵迹”系列唱响该类市场

2011 年第一季度，各类图书之间比拼激烈，文学类图书作为读者最喜爱阅读的类别之一，竞争同样激烈。排在前三位的图书分别是郭敬明的“临界·爵迹”系列以及白岩松的《幸福了吗》。郭敬明作为中国文坛的四大天王之一，在 2011 年 1 月 1 日，《临界·爵迹 II》的首发仪式上，他带领旗下团队共计 29 名作家齐聚上海书城进行签售，签售图书数量突破 17600 册，打破了之前在北京签售时创下的 15000 册的纪录。其中，榜首图书《临界·爵迹(下)》，1 季度监测销量超过 63000 册，万元率达到 13.18。另一方面，值得一提的是央视《新闻 1+1》节目主持人白岩松为大家带来的《幸福了吗》，该书是他从“三十而立”到“四十不惑”期间的心灵成长过程的全纪录。同样，这也是对当下光怪陆离社会的质问……最后来看图书销售均价，本季度文学类 TOP100 均价为 30.17 元，同比上涨了 2.31 元。

2 社科类：“读点经典”唱主角，党史著作走进读者书柜

社科类图书本季度排在整体市场第三的位置。横扫 TOP100 畅销书榜，前 20 名图书多数被“读点经典”系列所包揽，除上述系列图书以外，《中国共产党历史·第二卷(1949—1978)上下》一书名次最为靠前，排在第七，本期监测销量为 43262 册，万元率更是高达 59.28，单店销售最好的则为重庆书城。排名紧挨其后的《蔡康永的说话之道》一经推出，一直稳占该类市场靠前的位置，本季度监测销量近 42000 册。蔡康永，一个被爱他粉丝称为“不乖小王子”的人，同时也是一个知性与感性兼具的搞怪才子。时下，他的金句经常能在微博中见到。TOP100 图书均价为 27.43 元，同比上涨了 1.39 元。

3 科技类：各类专业资格考试即将开考，考试类图书走俏

科技类图书位居七类图书榜首位置，本季度《国际标准视力表》排在第一，监测销量为19342册。据悉，由于护士专业资格考试开考在即，因此该系列考试图书在本季度畅销，仅在TOP20畅销书榜中就占了9个名额；此外，建造师考试也即将在6月开考，该类应试图书走俏。由此看来，科技类本季度TOP20多为一系列考试图书，各类专业资格的职称与资质想必读者们也都抱着势在必得的心态。TOP100图书均价为39.75元，同比去年多出了4.04元，涨幅较文学、科技类为高。

4 少儿类：“喜羊羊”抢占市场，“笑猫日记”温暖童年心灵

一季度，少儿类榜首图书为《电影连环画/喜羊羊与灰太狼大电影3兔年顶呱呱》，监测销量超过4万册。接着来看去年该类榜首图书，我们发现“喜羊羊”系列的另一部作品同样高坐榜单第一位，由此不难发现近两年“喜羊羊”购买热潮势头不减。位居少儿类第二的图书为《绿狗山庄/笑猫日记》，该书出自知名少儿类作家杨红樱之笔，整个“笑猫日记”系列共有12册，可以说是温暖童年的“心灵鸡汤”。TOP20畅销书榜内，“喜羊羊”系列与“笑猫日记”系列各占2本；TOP100图书均价为14.30元，同比上涨了1.64元。

5 艺术类：“以德养书，以书扬德”，田英章的书法精神

艺术类（美术设计、视听艺术）TOP20畅销排行各类字帖占到了15本，其中“田英章”系列占了5本，达到了三分之一，三岁就开始研习书法的他多次在国内外书法比赛中获得殊荣。榜首图书《一学段-学生毛笔描摹字帖（第2版）》，一季度监测销量为12293册，超出第2名2000逾册。TOP100图书均价为13.07元，同比上涨了1.35元。

6 生活类：地图类领衔，育儿、保健、菜谱类常驻榜单

生活类TOP20榜单中，各类地图占了13本，超过六成，榜首图书《中国地图（新世纪最新版）》本季度监测销量超过13000册。然而在这些地图中，标有“上海”的各类道路交通图进榜最多，合计销量超过了4万册。此外，生活类榜单中常见的类别还有优生育儿、菜谱以及保健养生类，这些类别也给整个生活类创造了不少的销售码洋。TOP100图书均价为17.58元，同比减少了3.83元，是七类图书中销售均价下降最多的类别。

7 教育类：新华字典高居榜首，教材教辅占据大半壁江山

教育类TOP20榜单中，本季度语言文字类图书进榜3本，与去年同期相比之后发现其动销品种相同，均来自商务印书馆的字词典。榜首图书本期与去年同期亦都是《新华字典（第10版 双色本）》一书，本期该书监测销量为117388册，同比去年增加了37244册；由数据可知，另外2本字词典本期进榜的数量也都均较去年同期增加了上万册。再看教育类涉及的另一主要类别——教材教辅类，从TOP100畅销书榜来看，中小学生教材教辅系列出现最多，

而陕西人教的表现尤为突出，仅在前 20 强中就占到了 9 本，可谓是教辅界的佼佼者。TOP100 图书均价为 16.25 元，同比下降了 0.27 元。

三 出版社竞争分析：强社地位稳固，CR10、CR50 连年上升

2011 年第一季度共有 690 家出版社参与竞争，较去年同期相比减少了 12 家；与前年同期相比则减少了 14 家。本期码洋份额超过 1%和 0.1%的出版社分别有 19 家和 218 家，前者较去年同期增加了 2 家，后者与去年同期相比减少了 19 家；2011 年第一季度与 2009 年第一季度码洋份额超过 1%和 0.1%的出版社之比为：前者增加了 7 家，后者减少了 38 家。本年第一季度 CR10 与 CR50 分别为 17.04%以及 50.06%，本期分别与 10 年、09 年同期市场相比，均呈增长态势，CR10 分别增加了 1.52 以及 1.64 个百分点，CR50 亦增加了 2.31 以及 4.30 个百分点。纵观上组数据，笔者发现近几年出版社数量存在连年下降的趋势，而其市场集中度指标则处于一路上升的趋势，说明市场份额向一些大社强社集中，部分弱势出版社今后的发展前景不容乐观。

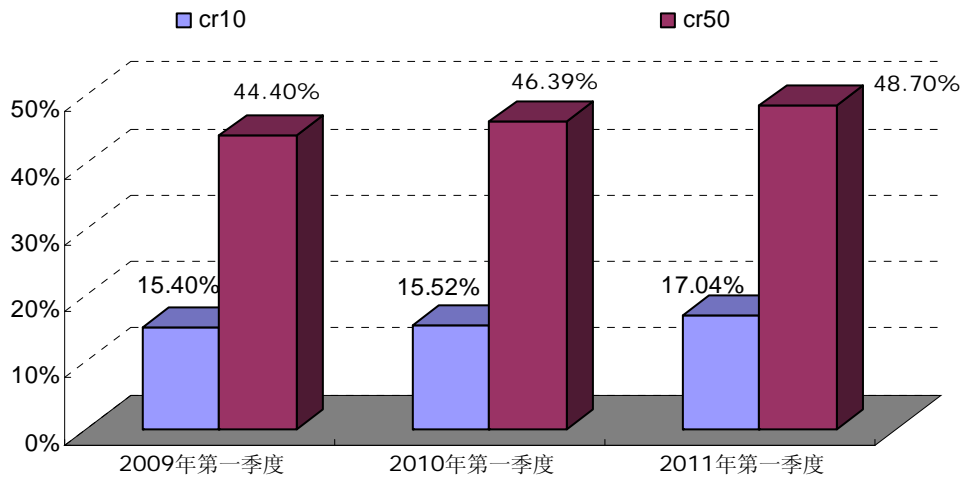


图 1 2009-2011 年第一季度出版社市场集中度三年比较示意图

表 2 2009-2011 年第一季度出版社码洋份额及动销品种数排行

排名	2009 年第一季度			2010 年第一季度			2011 年第一季度		
	版别	码洋份额%	动销品种	版别	码洋份额%	动销品种	版别	码洋份额%	动销品种
1	机械工业	2.46	13466	人民邮电	2.29	7721	人民邮电	2.49	8612
2	人民邮电	2.20	6578	机械工业	2.27	14262	机械工业	2.17	14895
3	外研社	1.72	5209	外研社	1.59	5349	陕西人教	2.01	1140
4	商务印书馆	1.53	3100	陕西人教	1.56	1194	人民卫生	1.63	6526
5	北京教育	1.35	3280	商务印书馆	1.41	2953	商务印书馆	1.61	3305
6	人民卫生	1.31	5748	化学工业	1.35	11084	外研社	1.59	5187
7	陕西人教	1.27	1174	人民卫生	1.34	5971	长江文艺	1.53	1578

8	化学工业	1.26	9869	人民文学	1.28	2815	化学工业	1.51	12025
9	清华大学	1.17	8935	长江文艺	1.23	1388	浙江少儿	1.25	2696
10	人民文学	1.13	2754	人民	1.20	4522	龙门书局	1.25	1867

2011年第一季度，人民邮电出版社以2.49%的码洋份额位居整体市场第一的位置，与去年同期相比，该社码洋份额同比增加了0.20个百分点；回眸09年同期市场，发现该社排名上升了一位，且码洋份额增加了0.29个百分点；由此看出人民邮电社自09年同期以来一路走高。另一方面，我们发现机械工业出版社今年与去年同期的排名相同，位列第二，但其在2009年则是处在整体市场第一的位置；码洋份额也由09年同期的2.46%下降至去年同期的2.27%，最后跌至本期的2.17%，分别下跌了0.19及0.10个百分点。陕西人教出版社则从09年同期的第七名升至去年同期的第四名，本期排名又上升1位，升至第三，该社排名的上升使其码洋份额分别飙升0.29以及0.45个百分点。在动销动销品种方面，陕西人教出版社在十强中为最少值，说明该社以少部分动销品种抢占市场先机。

四 东方视点

1. 2011第一季度，整体市场动销品种增加，科技类动销数量为首。

2. 零售市场综合盘点：“爵迹”系列唱响文学类市场；社科类由“读点经典”唱主角，党史著作走进读者书柜；涵盖各类专业资格考试的科技类图书走俏；“喜羊羊”抢占少儿类市场，“笑猫日记”温暖童年心灵；“以德养书，以书扬德”，田英章弘扬书法精神；地图类领衔生活类图书，育儿、保健、菜谱类常驻榜单；新华字典高居教育类榜首，教材教辅占据该类大半壁江山。

3. 一季度参与竞争的出版社数量相应减少，CR10、CR50连年上升。