



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 (11082506)

中国新华书店协会

[www.xinhuabookstores.cn](http://www.xinhuabookstores.cn)

东方出版交易中心

[www.isbnok.com](http://www.isbnok.com)

# 指数逆势同比上升 少儿类表现最强劲

——长三角图书市场分析

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“东方数据网”，所有数据均为“东方数据网”内全国范围的数据。图书排行除细分市场排行外，均不包括中小学教材教辅、政治、语言和地图类图书。

【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。

依托长江黄金水道，横亘沪苏浙三省，以上海为龙头，江苏沿江八市和浙江环杭州湾七市为两翼，长三角地区的经济总量超过全国的六分之一，连续多年同比增速保持在两位数。本文将着重最近一年（2010年7月-2011年6月）探讨长三角市场（沪苏浙三地零售门店的集合）的各项指标及同比变化，并与整体市场进行对比分析。

## 一 长三角图书市场概况

### 1 指数：同比止跌回升，表现优于整体市场，寒假和秋季开学指数及增幅均为最大

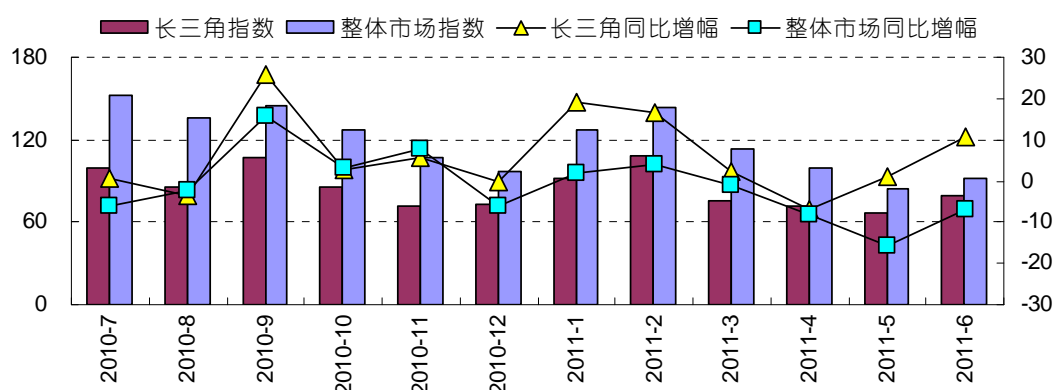


图1 2010.7-2011.6 长三角市场和整体市场指数及同比变化

2010年7月-2011年6月，长三角市场指数为84.7点，同比上升6.1点，同期整体市场指数同比下跌1.2点；而在2008年7月-2009年7月，长三角市场和整体市场指数分别同比下跌14.2点和12.2点。无论是同比还是与整体市场相比，最近一年里长三角市场形势明显好转。如图1所示，长三角市场指数最高的月份依次是2011年2月（107.7）、2010年9月（107.2）和2010年7月（99.0），分别与寒假、秋季开学和暑假的销售旺季对应；除2011年4月（-6.8）、2011年8月（-3.5）和2011年2月（-0.2）外，其余9个月指数同比上升，增幅最高的月份依次是2010年9月（25.7）、2011年1、2月（19.1、16.5），同样体现寒假和秋季学汛的影响。

## 2 市场结构：教育类蝉联榜首码洋份额超过三成，少儿类同比增幅最大地位明显提升

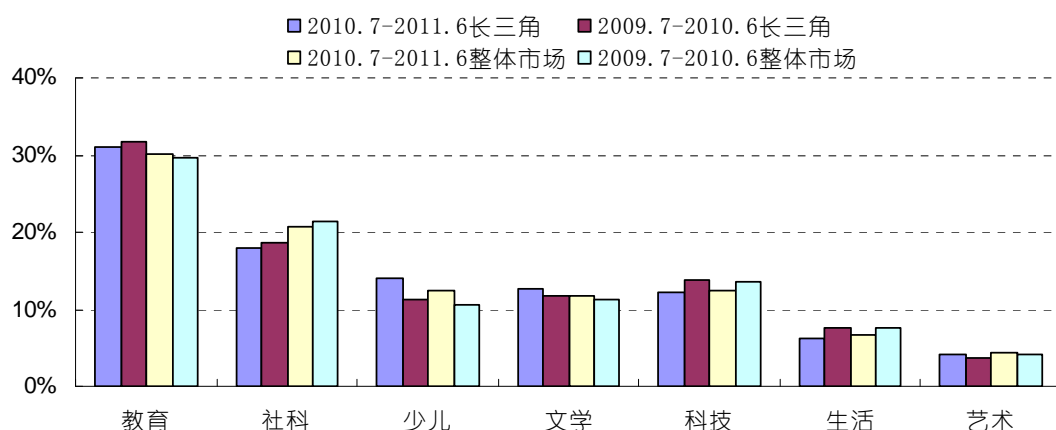


图2 2010.7-2011.6长三角市场和整体细分市场结构及同比变化

长三角细分市场大体沿袭去年同期格局，仅有少儿和科技类排位对调（图2）：教育类蝉联榜首，码洋份额高达31.14%。社科类屈居次席，码洋份额为18.02%。少儿类从上期第5位升至第3位，码洋份额为13.98%。文学类位列第四，码洋份额为12.65%。科技类从上期第3位跌至第5位，码洋份额为12.20%。生活类位列第六，码洋份额为6.27%。艺术类依然以4.03%的码洋份额垫底。从同比来看，长三角细分市场中，少儿（2.72）、文学（0.82）和艺术（0.32）三类码洋份额上升，科技（-1.60）、生活（-1.32）、社科（-0.71）和教育（-0.56）四类码洋份额下跌。而整体市场则是少儿（1.75）、文学（0.33）、教育（0.31）和艺术（0.20）四类上升，科技（-1.08）、生活（-1.01）和社科（-0.70）三类下跌。教育类在长三角市场跌幅最小，在整体市场增幅居中，一降一升，截然相反。

## 3 集中度：CR10和CR50齐降，出版社集中度与整体市场差距缩小

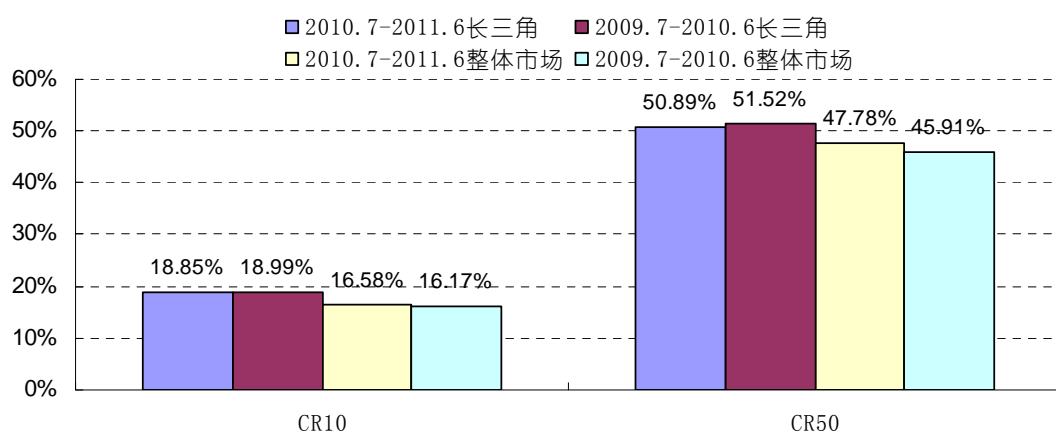


图3 2010.7-2011.6长三角市场和整体市场出版社集中度及同比变化

全国720家出版社中的655家参与长三角市场竞争，这一数值与同期水平相当；其中码洋份额高于1%的共有18家，同比减少1家。如图3所示，长三角市场CR10为18.85%，同比下跌0.14个百分点；生活、少儿、教育和社科四类细分市场CR10同比下跌，跌幅分

别为 4.52、2.52、1.41 和 0.16 个百分点，科技、文学和艺术三类分别上升 2.19、0.96 和 0.61 个百分点。CR50 为 50.89%，同比下跌 0.63 个百分点；除少儿（-2.50）和生活（-2.07）两类下跌外，其余五类细分市场 CR50 均同比上升，科技和文学类领涨，增幅分别为 1.01 和 0.85 个百分点。优势出版社数量的减少和出版社集中度的下降，均反映市场竞争趋于激烈。而同期整体市场 CR10 和 CR50 分别为 16.58% 和 47.78%，分别同比上升 0.41 和 1.87 个百分点，两者的差距呈现缩小态势。

## 二 长三角市场图书零售结构分析

### 1 畅销统计：TOP100 畅销书码洋份额同比跌幅远超整体市场

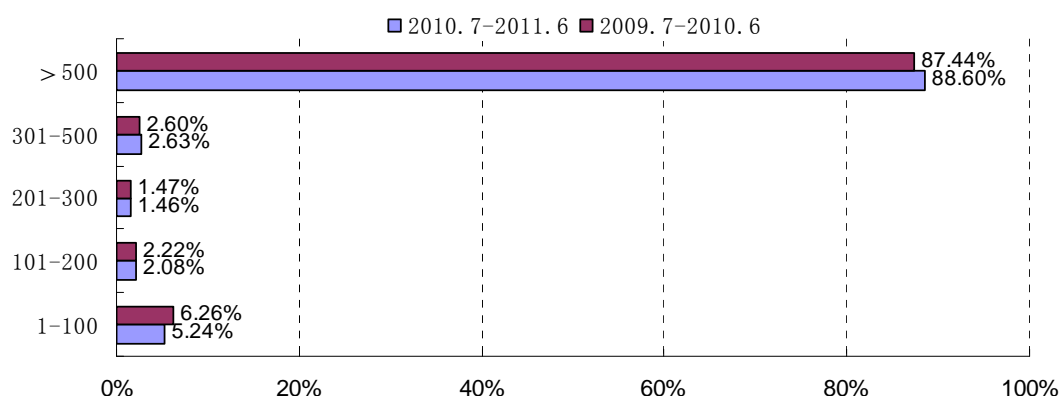


图 4 2010.7-2011.6 长三角市场畅销书码洋份额及同比变化

长三角市场 TOP500 码洋份额合计为 11.41%，同比下跌 1.14 个百分点（图 4）。第 1-100 名畅销书码洋份额为 5.24%，同比下跌 1.02 个百分点，这一数值远远高于整体市场 0.16 个百分点的跌幅。其中，生活类跌幅最大，暴跌 14.64 个百分点；教育和艺术类也分别下跌 1.28 和 1.27 个百分点。第 100-200 名和 201-300 名分别同比下跌 0.14 和 0.01 个百分点，301-500 名区间同比上升 0.03 个百分点。可见，长三角市场畅销书的竞争力下降，能够左右市场形势、强力创造码洋的图书依然缺位。

### 2 出版时段结构：2010 年版图书码洋份额增幅明显，出版时间半年以内的新书表现乏力

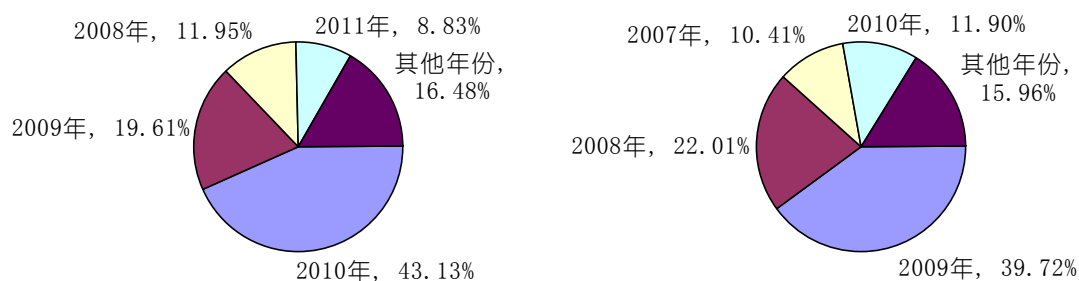


图 5 长三角市场动销图书出版年份结构（左：2010.7-2011.6，右：2009.7-2010.6）

在 2010 年 7 月-2011 年 6 月，2010 年版图书在长三角市场中的码洋份额高达 43.13%，同比上升 3.41 个百分点，逼近整体市场水平；其次是 2009 年和 2008 年版，码洋份额分别

为 19.61% 和 11.95%；2011 年版新书码洋份额仅为 8.83%，同比下跌 3.07 个百分点。而在 2009 年 7 月-2010 年 6 月，2009 年版图书码洋份额为 39.72%，2008 年版和 2007 年版图书码洋份额分别为 22.01% 和 10.41%；2010 年版图书码洋份额为 11.90%，位列第四（图 5）。总体上，出版时间在半年到一年半之间的图书码洋份额及同比增幅最大，出版时间在半年以内的新书码洋份额同比跌势明显，市场表现不佳。

### 3 定价结构：长三角市场均价及增幅双双高出整体市场，25-30 元区间优势明显

长三角市场动销图书均价为 23.38 元，高出整体市场 23.02 元的均价 1.56%；同比增幅为 2.14%，高出整体市场 1.99% 的同比增幅 0.15 个百分点，在 CPI 飙涨的时代，书价的增幅并不明显。15-30 元的中等价位区间码洋份额增幅较大：25-30 元区间码洋份额为 17.36%，同比增幅为 0.55 个百分点，几乎是整体市场同比增幅（0.28）的两倍，优势相对增强；20-25 元和 15-25 元的区间码洋份额分别为 17.42% 和 14.73%，分别上升 0.54 和 0.39 个百分点。低于 15 元的低价区间和 30-75 元的中高价区间码洋份额同比全数下跌，10-15 元区间领跌，同比下跌 0.98 个百分点，而在整体市场该区间码洋份额同比上升 0.06 个百分点。（图 6）

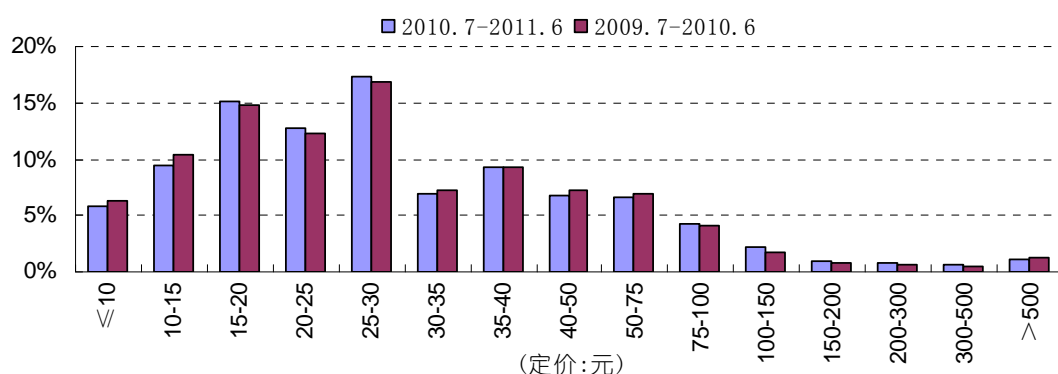


图 6 2010.7-2011.6 长三角市场动销图书价格区间分布及同比变化

### 4 TOP100 畅销书：少儿和文学类占尽压倒性优势，社科、生活和教育类跌势明显

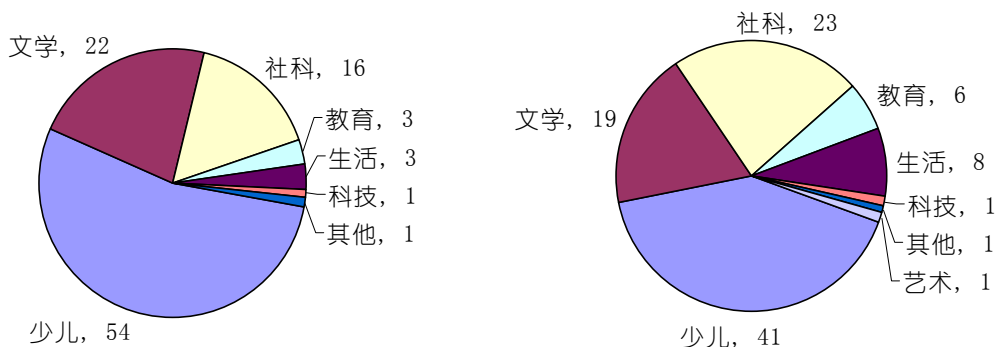


图 7 长三角市场 TOP100 畅销书类型结构（左：2010.7-2011.6，右：2009.7-2010.6）

长三角畅销榜 TOP100 类型结构如图 7 所示：少儿类共有 54 本，同比增加 13 本；代表图书包括：锦绣文章版低幼教育读物《新编幼儿描红:汉字描红.1》，山东美术版婴幼儿启蒙读

物“小企鹅”系列，黑柳彻子的《窗边的小豆豆》和沈石溪童话系列作品。文学类 22 本登榜，同比增加 3 本；青春文学、外国文学作品和散文杂著各有代表作品入围，分别是郭敬明作品《临界·爵迹》上下，村上春树的“1Q84”系列和白岩松的《幸福了吗》。社科类（去除政治）登榜图书 16 本，同比减少 7 本；依托名嘴的励志读物《蔡康永的说话之道》位列第二，经管读物《赢在执行(员工版)》也表现不俗。生活类（去除地图）和教育类（去除教材教辅、语言）均有 3 本登榜，分别同比减少 3 本和 5 本；两者的榜首书分别为《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》和《好妈妈胜过好老师：一个教育专家 16 年的孩子手记》，分列第 5、7 位。科技类仅有 1 本登榜，与去年同期持平，人民卫生版《国际标准视力表》以近 8 万册的监测销量位列榜首。艺术类本期无一登榜。

### 三 长三角出版社在长三角市场及全国市场表现

#### 1 占比分析：长三角出版社地域优势依然存在，本地市场受到更大冲击

如表 1 所示，长三角出版社（“东方数据网”中发生动销的沪苏浙三地出版社）在长三角市场的码洋份额几乎是在整体市场的两倍，而品种份额并未显著高出整体市场，相应的，本地动销的图书以较少的品种取得较多的码洋份额，说明地域优势依然存在。同比来看，长三角市场中长三角出版社的占比呈现双双下降态势，码洋份额和品种份额分别同比下跌 2.54 和 0.98 个百分点；在全国市场中长三角出版社的品种份额占比几乎持平，码洋份额的占比也同比下跌 0.33 个百分点。长三角市场对长三角出版社码洋的贡献相对上升，地位更加重要。但在本地长三角出版社并未占据优势，这也是沪苏浙三地出版社需要重视的地方。这也侧面说明长三角市场并未受到条块分割的限制，各地的出版社均有获得市场成功的机会。

表 1 2010.7-2011.6 长三角出版社在全国市场和长三角市场的占比及同比变化

时段	长三角出版社/全国市场		长三角出版社/长三角市场	
	码洋份额(%)	品种份额(%)	码洋份额(%)	品种份额(%)
2010年7月-2011年6月	12.39	13.00	21.84	15.18
2009年7月-2010年6月	12.72	12.99	24.38	16.16

#### 2 榜首社：浙江少儿榜首地位更加稳固，华东师大和江苏文艺分别引领沪版和苏版社

细观表现突出的出版社：浙江少儿出版社在全国市场和长三角市场均蝉联榜首（表 2、表 3），码洋份额分别为 9.34% 和 9.32%，均接近一成；分别同比上升 2.49 和 3.34 个百分点，双双位列增幅榜首。全国市场中的代表图书除榜首书《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》外，还包括引进版“升级版冒险小虎队”系列；而长三角市场则是沈石溪童话作品系列和“魔力铅笔”系列低幼教育读物。沪版社首推华东师大出版社，动销品种数力压全场；全国市场和长三角市场的码洋份额均列亚军，分别为 5.82% 和 8.84%；前者的代表图书为中

小学教辅《(8下)国标数学》，覆盖率仅为0.8%，监测销量近2.2万册；后者除榜首书《挑战中考数学压轴题(第3版)》外，还有“一课一练”系列。苏版社则是江苏文艺出版社，在全国市场的码洋份额为5.44%，同比小幅下跌，依然位列第三；在长三角市场的码洋份额为3.62%，同比上升0.49个百分点，排名从第10位升至第4位，可见近一年来该社在本地的营销较为成功；两地的代表图书均为依托同名网络游戏的“洛克王国”系列，此类题材受地域影响很小。除浙江少儿外的浙版社，全国市场中浙江教育出版社位列第9，码洋份额为2.36%，同比上升0.42个百分点，代表图书为《新世纪小学生必背古诗词80首》。长三角市场则是位列第8的浙江大学出版社，码洋份额为3.43%，同比上升0.11个百分点；代表图书除“新课标培优”系列外，另有多本高校教材教辅。

表2 2010.7-2011.6 长三角出版社在全国市场十强及同比比较

序号	2010年7月-2011年6月				2009年7月-2010年6月			
	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
-	合计	46.16	27686	1.66	合计	46.14	27413	1.62
1	浙江少儿	9.34	3252	2.86	浙江少儿	6.85	3052	2.16
2	华东师大	5.82	4592	1.26	华东师大	5.80	4305	1.30
3	江苏文艺	5.44	1729	3.13	江苏文艺	5.45	1329	3.95
4	上海交大	4.53	3048	1.48	上海人美	4.85	2612	1.79
5	上海人美	4.28	2795	1.52	上海人民	4.41	3605	1.18
6	译林	3.81	1798	2.10	上海交大	4.34	2788	1.50
7	上海人民	3.39	3706	0.91	江苏人民	3.99	1113	3.47
8	上海教育	3.28	3986	0.82	上海教育	3.67	4014	0.88
9	江苏人民	3.15	1425	2.20	上海辞书	3.60	1306	2.65
10	上海辞书	3.12	1355	2.29	上海外教	3.18	3289	0.93

表3 2010.7-2011.6 长三角出版社在长三角市场十强及同比比较

序号	2010年7月-2011年6月				2009年7月-2010年6月			
	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
-	合计	47.87	24720	1.49	合计	48.47	23218	1.48
1	浙江少儿	9.32	2927	2.45	华东师大	8.64	3583	1.71
2	华东师大	8.84	3858	1.76	上海教育	6.82	3186	1.52
3	上海教育	5.55	3113	1.37	上海人民	6.10	2417	1.78
4	江苏文艺	3.62	1545	1.80	浙江少儿	5.98	2473	1.71
5	百家	3.60	603	4.62	百家	4.29	669	4.52
6	上海外教	3.53	2644	1.03	上海外教	3.85	2545	1.07
7	上海交大	3.49	2384	1.13	浙江大学	3.32	3130	0.75
8	浙江大学	3.43	3654	0.72	上海人美	3.18	2031	1.11
9	浙江教育	3.29	1298	1.96	上海交大	3.16	2113	1.06
10	上海人民	3.20	2694	0.91	江苏文艺	3.13	1071	2.07

### 3 畅销榜：全国市场畅销榜中浙苏沪版榜首书旗鼓相当，长三角市场沪版图书占据上风

细观全国市场畅销榜 TOP100 中长三角出版社的表现，沪、浙、苏版图书分别占据 10、8 和 6 个席位，差距并不明显。浙江少儿版《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》居首，监测销量接近 4.8 万册，位列第 16。江苏人民版《山楂树之恋(电影版)》紧随其后，监测销量也接近 4.7 万册，根据张艺谋去年出品的同名电影改编的影视小说题材对市场颇有助力。上海人美版《美人鱼公主/芭比公主童话故事》监测销量超过 4.2 万册，位列第 24。

再看长三角市场畅销榜 TOP100 中长三角出版社的表现，浙、沪、苏版图书分别占据 18、11 和 6 个席位。沪版图书在长三角出版社三甲中占据两席，锦绣文章版《新编幼儿描红:汉字描红.1》以 31,436 册的监测销量跻身前三；凭借世博会的影响力，上海人民版《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》位列第五。浙江少儿版《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》位列第 12，销量占全国市场的 1/3 强，该社同时包揽了长三角畅销榜中浙版图书的前十。苏版图书表现稍次，江苏少儿版《草房子(新版)/曹文轩纯美小说》以 1.2 万册的监测销量位列第 24。

#### 四 东方视点

1 较之整体市场，长三角市场指数明显走高，秋季开学和寒暑假假期与指数和同比增幅的峰值具有良好的对应关系。

2 细分市场中，少儿类码洋份额同比强势攀升，教育类与整体市场的趋势相反，差距缩小。出版社集中度明显下跌，但依然高于整体市场。

3 TOP100 畅销书的码洋份额受生活类影响同比跌幅较大。2010 年版图书榜首地位稳固，2010 年版新书尚未展示市场潜力。25-30 元区间码洋份额和同比增幅均占优势。畅销榜中，少儿和文学类表现良好。

4 长三角出版社在全国市场和长三角市场均受到冲击，全国市场表现略好于长三角市场。浙江少儿出版社在两个市场表现均列榜首。

附表 1 2010.7-2011.6 长三角市场畅销书 TOP20

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
1	978-711700303-2	《国际标准视力表》	1.00	人民卫生	79000	50.9	科技
2	978-754414315-8	《蔡康永的说话之道》	25.00	沈阳	32094	38.8	社科
3	978-780685667-3	《新编幼儿描红:汉字描红.1》	3.90	锦绣文章	31436	10.9	少儿
4	978-753544176-8	《临界·爵迹(上)》	19.80	长江文艺	29996	63.1	文学
5	978-720809124-5	《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》	20.00	上海人民	24303	42.1	生活
6	978-753544556-8	《临界·爵迹(下)》	22.80	长江文艺	22235	60.2	文学

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
7	978-750634504-0	《好妈妈胜过好老师:一个教育专家 16 年的孩子手记》	28.00	作家	21464	65.9	教育
8	978-754424726-9	《IQ84 BOOK1(4月-6月)》	36.00	南海	19709	53.9	文学
9	978-753302556-4	《小企鹅水晶挂图-颜色形状》	8.80	山东美术	19060	38.8	少儿
10	978-754422297-6	《窗边的小豆豆》	20.00	南海	18953	70.4	少儿
11	978-753544632-9	《幸福了吗》	29.00	长江文艺	18896	59.1	文学
12	978-753425630-1	《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》	18.00	浙江少儿	18052	46.8	少儿
13	978-720007814-5	《赢在执行(员工版)》	29.80	北京	17649	24.2	社科
14	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	16840	47.7	少儿
15	978-754424725-2	《IQ84 BOOK2(7月-9月)》	36.00	南海	16329	50.8	文学
16	978-756134594-8	《不抱怨的世界》	24.80	陕西师大	15804	51.9	社科
17	978-780255368-2	《永远忠诚(白金版)》	22.00	企业管理	15768	3.9	社科
18	978-780142620-8	《苦难辉煌》	46.00	华艺	14522	50.4	文学
19	978-781132577-5	《幼儿学前算术练习本-100 以内的减法运算》	3.50	江西高校	14366	20.2	少儿
20	978-753302592-2	《手工大王-动物/小企鹅宝宝最爱系列》	12.80	山东美术	14023	30.9	少儿

附表 2 2010.7-2011.6 长三角市场浙版出版社畅销书 TOP10

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
1	978-753425630-1	《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》	18.00	浙江少儿	18052	46.8	少儿
2	978-753424998-3	《最后一头战象/动物小说大王沈石溪·品藏书系》	16.00	浙江少儿	10334	37.7	少儿
3	978-753425274-7	《魔力铅笔--爱学拼音(上)》	3.00	浙江少儿	10117	33.4	少儿
4	978-753425279-2	《魔力铅笔--爱练加减法(上)(20 以内的减法)(保护视力版)》	3.00	浙江少儿	9982	35.0	少儿
5	978-753425969-2	《鬼船之谜&惊魂恐龙岛/升级版冒险小虎队》	13.80	浙江少儿	9277	59.1	少儿
6	978-753425971-5	《第 6 张藏宝图&骷髅咒/升级版冒险小虎队》	13.80	浙江少儿	9073	58.8	少儿
7	978-753424999-0	《第七条猎狗/动物小说大王沈石溪·品藏书系》	16.00	浙江少儿	8256	42.4	少儿
8	978-753425277-8	《魔力铅笔--爱学汉字(上)》	3.00	浙江少儿	8248	33.9	少儿
9	978-753425964-7	《女巫沼泽地&死鬼城堡/升级版冒险小虎队》	13.80	浙江少儿	7945	58.1	少儿
10	978-753425967-8	《大战维京海盗&外星人的幸运石/升级版冒险小虎队》	13.80	浙江少儿	7785	57.9	少儿

附表 3 2010.7-2011.6 长三角市场沪版出版社畅销书 TOP10

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
1	978-780685667-3	《新编幼儿描红:汉字描红.1》	3.90	锦绣文章	31436	10.9	少儿
2	978-720809124-5	《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》	20.00	上海人民	24303	42.1	生活
3	978-720809390-4	《心术》	28.00	上海人民	12806	40.2	文学
4	978-780741125-3	《小学生家校联系册》	6.00	文汇	12697	7.7	教育
5	978-753273341-5	《夏洛的网(译文经典)》	17.00	上海译文	12035	53.9	少儿

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
6	978-720809319-5	《诙新闻》	26.00	上海人民	10935	27.8	其他
7	978-780627698-3	《文化苦旅》	22.00	阳光	9745	64.7	文学
8	978-754520447-6	《历史是个什么玩意儿 1/袁腾飞说中国史·上》	32.80	锦绣文章	9132	54.6	社科
9	978-753244667-4	《三毛流浪记全集(彩图注音读物)》	30.00	上海少儿	8279	38.9	少儿
10	978-753262950-3	《文言文启蒙读本(修订本)》	25.00	上海辞书	8127	10.8	少儿

附表4 2010.7-2011.6长三角市场苏版出版社畅销书 TOP10

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
1	978-753461872-7	《草房子(新版)/曹文轩纯美小说》	18.00	江苏少儿	12825	42.6	少儿
2	978-753443151-7	《赛尔号精灵集合大图鉴 3》	20.00	江苏美术	9695	48.0	少儿
3	978-753463336-2	《青铜葵花(新版)/曹文轩纯美小说》	18.00	江苏少儿	8902	31.7	少儿
4	978-721405977-2	《山楂树之恋(电影版)》	28.00	江苏人民	8627	48.7	文学
5	978-753994009-0	《洛克王国宠物大图鉴 1》	20.00	江苏文艺	8108	35.9	少儿
6	978-753442992-7	《赛尔号精灵集合大图鉴(官方第2版)》	20.00	江苏美术	7872	54.4	少儿
7	978-753464094-0	《10以内加减法练习-儿童启蒙天天练》	2.00	江苏少儿	6645	21.5	少儿
8	978-753442924-8	《赛尔号精灵集合大图鉴》	20.00	江苏美术	6548	53.4	少儿
9	978-753994208-7	《洛克王国宠物大图鉴 2》	22.00	江苏文艺	6525	34.1	少儿
10	978-754470398-7	《麦田里的守望者(纪念版)》	25.00	译林	5697	29.8	文学

附表5 2010.7-2011.6全国市场长三角出版社畅销书 TOP10

排名	书号	书名	定价	版别	监测销量	覆盖率%	统计分类
1	978-753425630-1	《狼王梦/动物小说大王沈石溪·品藏书系》	18.00	浙江少儿	47752	46.8	少儿
2	978-721405977-2	《山楂树之恋(电影版)》	28.00	江苏人民	46991	48.7	文学
3	978-753226387-5	《美人鱼公主/芭比公主童话故事》	13.80	上海人美	42382	43.0	少儿
4	978-731303219-5	《一学段-学生毛笔描摹临字帖(第2版)》	10.00	上海交大	42184	53.7	艺术
5	978-753443151-7	《赛尔号精灵集合大图鉴 3》	20.00	江苏美术	39247	48.0	少儿
6	978-754620228-0	《10以内加法/100分幼儿启蒙练习册》	2.00	上海三联	38996	38.3	少儿
7	978-753273341-5	《夏洛的网(译文经典)》	17.00	上海译文	38203	53.9	少儿
8	978-754520447-6	《历史是个什么玩意儿 1/袁腾飞说中国史·上》	32.80	锦绣文章	37135	54.6	社科
9	978-753442992-7	《赛尔号精灵集合大图鉴(官方第2版)》	20.00	江苏美术	36918	54.4	少儿
10	978-780627698-3	《文化苦旅》	22.00	阳光	33399	64.7	文学