



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 (20100801)

中国图书商报社

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

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

市场规模持续扩大 生活娱乐类优势明显

——世博图书上海市场分析

责任编辑 郭玲范

【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。

盛夏季节，炎热的气温丝毫没有减退游人观博的热情，每天来自全国乃至全世界的游人纷纷涌入世博园观看这一届举世瞩目的盛会。而随着世博会如火如荼的进行，各类与世博相关的图书在上海这一东道主市场中的销售情况如何，本文将以前2010年5月1日世博会开幕为节点，划分世博前两年（2008.05-2009.04）、世博前一年（2009.05-2010.04）和世博后两月（2010.05-2010.06）这三个零售时段，对其各项数据进行比较分析。

一 世博图书市场分析

1 世博图书出版分析：世博后北京略胜上海一筹

根据商报·东方数据“中国出版物流通监测系统”的监测数据显示，截止至2010年6月31日，书名中含有“世博”字样的图书有277种，含有“世界博览会”字样的图书有13种，含有“海宝”字样的图书117种，消除重复关键字后的图书共计393种。

而比较三个时段，世博会前两年出版的图书品种为50种，前一年为161种，而世博会后两月则为111种。说明随着世博会的临近图书出版品种显著增加，而世博会后趋势略缓。此外，由下图1可见，在出版区域中，起初上海所占的比例最大，三个时段中占整体的品种份额分别为64.00%、44.72%和37.84%。但是上海区域的份额表现为逐年下降，与此同时，北京区域的份额则逐年增加，三个时段分别为24.00%、37.89%和43.24%。分析北京后来者居上的原因，是出版了较多的系列图书，如“少林海宝”系列、“世博会到我家系列科普丛书”、“中国与世博会三部曲”、“世博会的科学传奇”系列等。可见在出版区域方面，上海主办地的地域优势逐渐被北京削弱，北京地区出版社开发选题的能力略胜一筹。

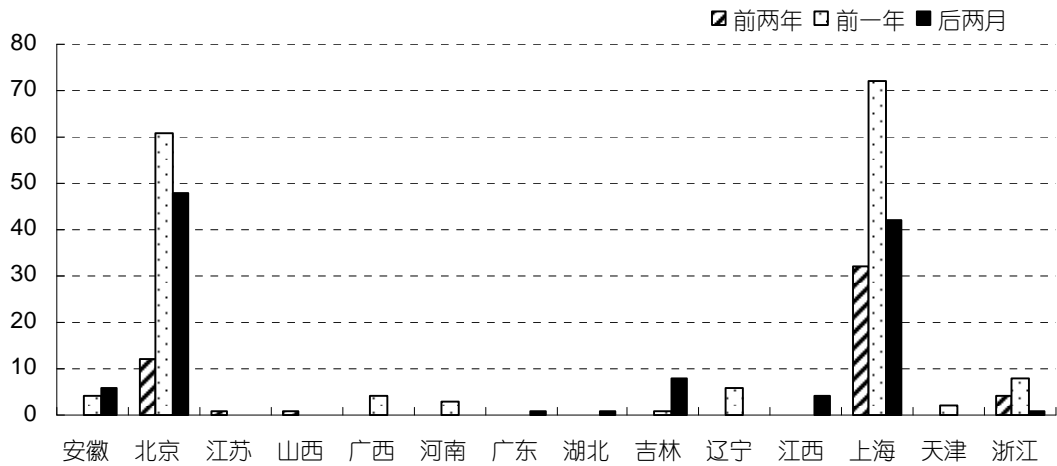


图 1 世博前后各出版区域图书品种变化示意图

2 世博图书销售分析

1) 市场规模变化：世博图书份额占比逐步增加

上海市场上 5 月 1 日世博前后的市场规模的变化，如下图 2 所示，在世博会前两年至前一年中，市场份额合计增幅为 1.05 个百分点，仅有经济类下降 0.02 个百分点，其余各类别世博图书占整体图书的份额全部增长，其中生活娱乐类份额增幅最大，达到 10.75 个百分点；而世博会前后的市场份额合计增幅为 2.22 个百分点，依然是生活娱乐类增幅最大，为 12.80 个百分点。市场份额占比的逐渐增加，表明世博图书的市场销售日渐升温，在上海市场上的表现可谓不俗。

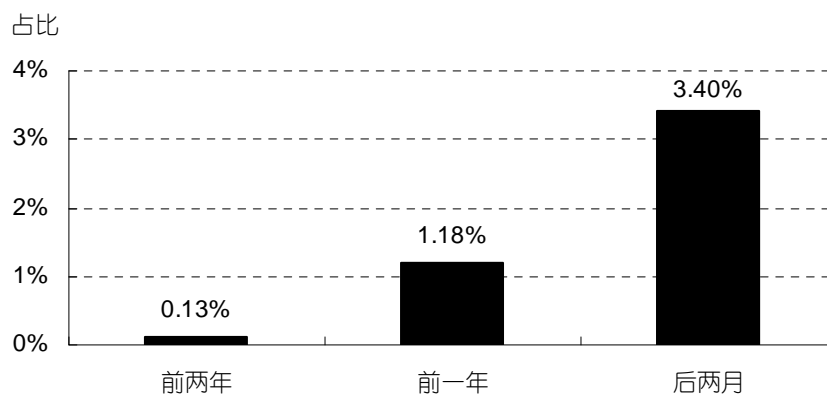


图 2 世博前后世博图书上海市场规模变化示意图

2) 营销分类结构：世博图书中生活娱乐类优势明显

世博会前两年的上海市场的营销类别中，份额最大的为文化教育类，但好景不长，到了世博前一年文化教育类便被生活娱乐类抢占了大部分的码洋份额，而在世博会后的两个月中，生活娱乐类更是以 82.65% 的码洋份额独领风骚。而在这两类以外，唯有少儿读物是在

三个零售时段中皆进入 TOP5 榜单的，可见“海宝”题材的少儿图书也拥有不可忽视且较为稳定的读者受众群。

表 1 世博图书上海市场营销分类份额排名 TOP5

排名	世博前两年		世博前一年		世博后两月	
	类别	码洋份额%	类别	码洋份额%	类别	码洋份额%
1	文化教育	72.31%	生活娱乐	78.56%	生活娱乐	82.65%
2	少儿读物	11.65%	文化教育	11.04%	少儿读物	4.84%
3	语言文字	6.45%	少儿读物	5.02%	工业技术	1.90%
4	历史地理	6.42%	语言文字	1.29%	文化教育	1.87%
5	工业技术	1.39%	历史地理	0.89%	文学	0.47%

3) 出版年份结构：2010 年出版图书热销

在按出版年份为区间的码洋份额比较中，根据下图 3 我们可以看到，在所有的区间中，当年图书的码洋份额增长最为明显，由世博会前两年的 2.49% 至前一年的 78.90% 至世博会后两月的 96.73%；而此消彼长，前一年的降幅也最为明显，由世博会前两年的 85.07% 锐减至前一年的 8.84% 至世博会后两月的 1.56%。可见 2010 年当年所出版的图书最为热销，抢占了市场很大一部分的码洋份额。

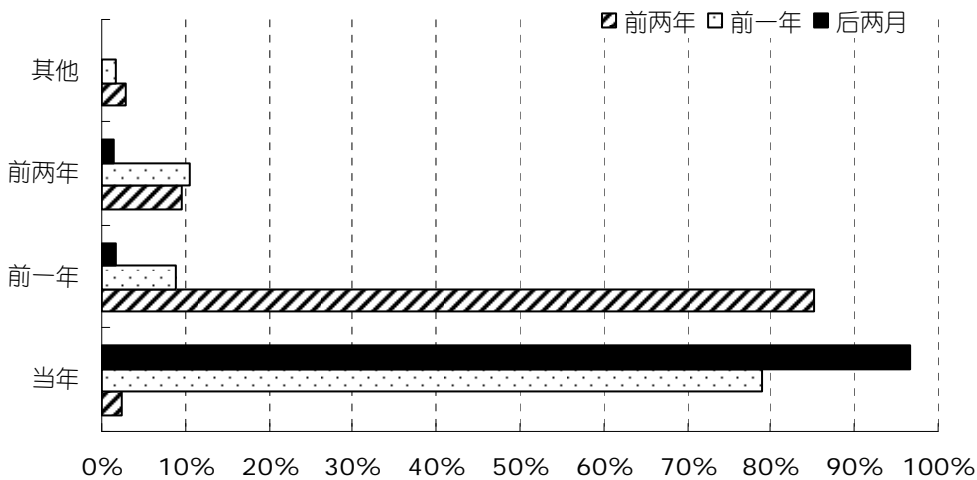


图 3 上海市场世博前后世博图书出版年份区间码洋份额变化示意图

二 世博出版社分析

1 市场集中度：CR5 递增，CR10 递减

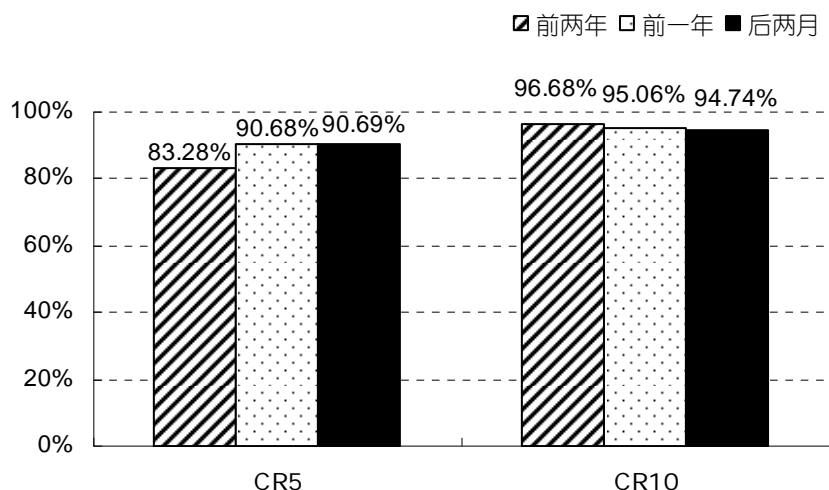


图 4 上海市场世博前后世博图书出版社集中度比较示意图

根据监测数据显示，世博图书在上海市场入榜的出版社按照世博前两年、前一年和前两月这三个零售时段划分分别为 24 家、41 家和 49 家。CR5 表现为三年递增，累计增幅为 7.41 个百分点；而 CR10 却三年递减，累计降幅为 1.94 个百分点。

2 各出版社情况分析：非上海出版社入榜数增多

表 2 世博图书上海市场零售出版社码洋份额 TOP10

排名	世博前两年			世博前一年			世博后两月		
	名称	码洋份额%	动销品种	名称	码洋份额%	动销品种	名称	码洋份额%	动销品种
1	东方出版中心	49.45	10	上海人民	79.35	11	上海人民	78.21	11
2	上海科技文献	14.93	10	东方出版中心	6.87	11	上海辞书	6.52	4
3	上海外教	7.86	5	浙江少儿	1.68	11	中少总社	2.66	30
4	社科文献	5.96	3	上海教育	1.43	6	上海文艺	1.69	2
5	上海人美	5.08	4	上海科技文献	1.35	11	科学	1.61	2
6	浙江少儿	4.44	4	上海外教	1.13	5	东方出版中心	1.11	10
7	学林	3.58	1	上海大学	0.99	4	浙江少儿	0.78	12
8	上海教育	2.33	6	上海辞书	0.82	3	上海文化	0.77	2
9	上海人民	2.09	3	上海人美	0.74	4	上海大学	0.74	4
10	文汇	0.96	1	学林	0.70	1	上海科普	0.65	2

再来具体看 TOP10 的排名变化，世博前两年的榜首是东方出版中心，该社此期间的畅销书为《走进世博会-世博知识 150 问(新)》，而前一年的榜首上海人民的畅销书为《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》，并且凭借此书的上佳销量延续至世博会后两月亦占据首位。

而在入榜的出版社中，世博前两年社科文献和浙江少儿两家非上海出版社入榜，而前一年仅有浙江少儿一家入榜，而在世博后两月中，北京的中少总社和科学出版社也进入了 TOP10 中，前者主打“海宝”系列少儿图书，后者主要凭借《玩世博 一本就 go》一书入榜。

三 世博图书分析

1 世博图书零售特点分析：少儿类入榜数持续增多

根据世博前两年，前一年和后两月的零售时段区分，TOP100 畅销书的销售均价分别为 48.47 元、24.09 元和 22.52 元，连续递减；销售均册为 464 本、2643 本和 1093 本，世博前一年最高；而平均万元率^①则为 0.19、1.14 和 3.21，连续递增。

具体看世博前两年上海市场世博图书畅销榜单，由于出版物较少，故总计入榜 67 本。各类别中文化教育以 30 本居首，版别方面共计有 24 家出版社入榜，其中东方出版中心和上海科技文献均入榜 10 本为最多，出版年份则是 2008 年以 34 本占据超过一半席位。

而到了世博前一年的零售时段，各分类中文化教育类入榜数减少 1 本为 29 本，而少儿读物最多达到 44 本。其中入榜出版社为 28 家，中少总社以 11 本排名第一，东方出版中心 10 本紧随其后。出版年份中则是 2009 年入榜数量最多，达到 44 本；2010 年当年则是 27 本占据第二。

再至世博开幕后两月的榜单情况，少儿读物再接再厉，以 56 本入榜获得第一，其次分别是生活娱乐 19 本和文化教育 14 本。版别中入榜出版社进一步增加，达到 29 家，中少总社仍排名第一并将入榜数扩大到 19 本。各出版年份中 2010 年以 69 本入榜占据绝对优势，2009 年和 2008 年则是各 15 本尾随其后，其余年份仅 1 本。

表 3 世博后两月（2010.05-2010.06）畅销书 TOP20

排名	书号	图书书名	定价	版别	监测销量	年份	覆盖率%
1	9787208091245	《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》	20.00	上海人民	65764	2010	48.5
2	9787208092358	《2010 上海城区道路交通图(世博园区及周边交通示意)》	8.00	上海人民	21385	2010	20.9
3	9787208091870	《上海世博会精彩看点》	25.00	上海人民	5477	2010	39.6
4	9787208092815	《世博游黄金路线》	18.00	上海人民	1391	2010	24.7
5	9787030271983	《玩世博 一本就 go》	35.00	科学	991	2010	24.5
6	9787500796732	《海宝来了—1 守护彩虹》	10.00	中少总社	859	2010	39.2
7	9787208091719	《中国 2010 年上海世博会官方导览手册(大字本)》	38.00	上海人民	810	2010	1.0
8	9787500796725	《海宝来了—2 玩偶星球的礼物》	10.00	中少总社	713	2010	34.5

^①万元率：万元贡献率，表示该区域/书店每万元销售中，该图书所占的比例。

9	9787500796718	《海宝来了—3 神奇的音符》	10.00	中少总社	705	2010	34.6
10	9787500796701	《海宝来了—4 天才的秘诀》	10.00	中少总社	689	2010	37.2
11	9787811185836	《上海世博会看点》	18.00	上海大学	650	2010	15.6
12	9787532138562	《69 个梦—访问世博建筑师》	69.00	上海文艺	523	2010	9.8
13	9787532627592	《辞海(第六版)世博珍藏版》	375.00	上海辞书	375	2010	8.2
14	9787542743428	《世博生活宝典》	38.00	上海科普	344	2010	13.8
15	9787208090897	《世博, 让我们做得更好》	25.00	上海人民	333	2010	16.8
16	9787801869098	《走进世博会—世博知识 150 问(新)》	18.50	东方出版中心	315	2008	17.7
17	9787801861009	《中国 2010 年上海世博会明信片》	15.00	东方出版中心	248	2009	3.3
18	9787500797395	《海宝来了—7 2030 历险》	10.00	中少总社	226	2010	15.6
19	9787500797418	《海宝来了—5 你被定格了》	10.00	中少总社	225	2010	14.3
20	9787807405870	《世博看馆—2010 年上海世博会场馆看点搜索》	68.00	上海文化	225	2010	6.6

2 新书动销分析：动销率逐步降低

由下图 5 可知, 世博新书的动销率在上海市场呈现逐步下降的趋势, 三个零售时段分别为 70.00%、54.66% 和 52.25%。虽然动销率表现不佳, 但均高于上海市场同期的整体新书动销率(同期分别为 37.95%、42.54% 和 27.49%)。其中三个零售时段表现最好的新书分别是: 《走进世博会—世博知识 150 问(新)》、《中国 2010 年上海世博会官方导览手册》和《海宝来了—7 2030 历险》。

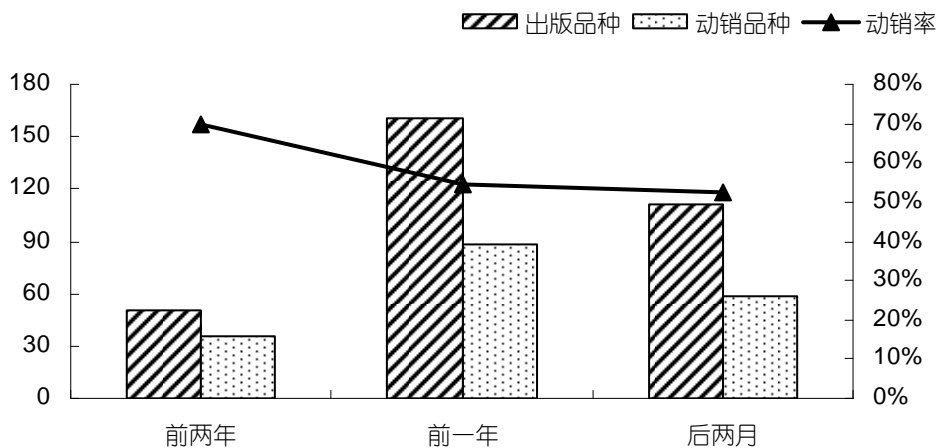


图 5 上海市场世博前后世博图书出版社新书动销率比较示意图

四 东方视点

1 世博图书出版品种方面, 世博前数量增多, 世博后减少; 而出版区域方面, 世博前上海出版占据多数但逐年下降, 世博后北京出版社略胜上海一筹。

2 市场规模变化表现为份额占比逐步增加；营销分类结构中生活娱乐类优势明显；出版年份结构部分 2010 年出版图书热销。

3 市场集中度：CR5 递增，CR10 递减；TOP10 出版社中非上海出版社入榜数增多。

4 世博图书零售特点为少儿类入榜数持续增多；新书动销率随世博临近逐步降低，但高于整体市场动销率。