

中国传媒论坛学术委员会、史坦国际 STANCHINA 等知名机构联合举办2011中国传媒投资年会

中国出版传媒商报 (原中国图书商报) 获誉2011中国最具影响力行业媒体品牌

与理财周报等3家媒体从全国众多报刊网媒中脱颖而出 荣登2011中国传媒和思想界的全新价值榜单 中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

集团教育出版占优 码洋份额三甲出炉

2012年10月~2013年9月出版集团市场分析

■中国出版传媒商报数据专题组 执笔/郑 佳

我国现有33家出版集团,涵盖236家出版社,出版社数量仅占28.1%,码洋份额却占到半壁江山。由于对出版集团的相关研究鲜有涉及,本文将依据商报·东方数据市场监测数据,聚焦最近一年(2012年10月~2013年9月)各出版集团在图书市场中的表现,分析各项指标及其同比变化。

出版集团市场规模与占比分析

整体市场占比:码洋占比和品种占比齐升,单品贡献率微涨,均册略有下降

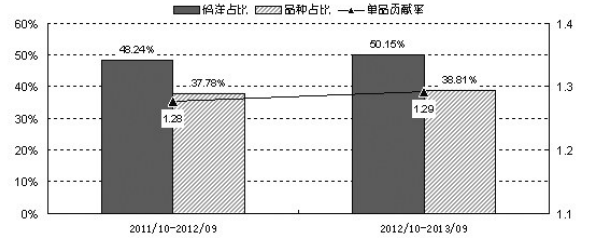


图1 整体市场出版集团码洋占比和品种占比及其同比变化

2012年10月~2013年9月,我国出版集团的图书在整体市场中的码洋占比为50.15%,同比上升1.91个百分点。动销品种数为317604种,同比下降2.22%;品种占比为38.81%,同比增幅为1.03个百分点。单品贡献率为1.29,同比上升0.01个百分点,基本持平。均册为226.0册,同比下降5.19%,依然明显高于整体市场(均册168.2册)水平。

细分市场占比:文学类码洋占比及增幅双双居首,少儿类品种占比最高同比领涨

我国出版集团在各细分市场中的码洋占比和品种占比如图2所示。文学类和少儿类的码洋占比最高,分别为77.68%和72.95%;科技类(16.99%)和社科类(27.42%)的码洋占比比较低。少儿类的品种占比居首,达68.11%,科技类则以18.66%的品种占比垫底。

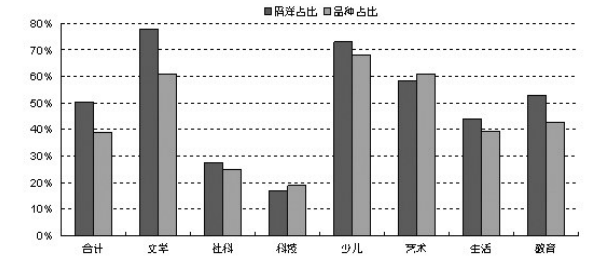


图2 整体与细分市场出版集团码洋占比和品种占比

从同比来看,文学类码洋占比增幅明显,同比上升4.69个百分点,其次是生活类和社科类,同比增幅分别为3.01和2.3个百分点,教育类和艺术类码洋占比分别同比下降1.14和0.18个百分点,文学类品种占比的增幅最大,达1.58个百分点,少儿类和艺术类则分别下降0.74和0.41个百分点(见图3)。

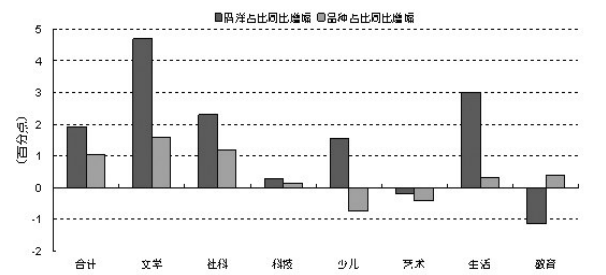


图3 整体与细分市场出版集团码洋和品种占比同比增幅

出版集团出版结构分析

教育类蝉联榜首同比领跌,文学类和少儿类优势明显

2012年10月~2013年9月,我国出版集团和其他出版社细分市场结构对比如图4所示。教育类以压倒性优势蝉联榜首,码洋份额高达32.42%;其次是少儿类和文学类,码洋份额分别为21.81%和19.2%;社科类位居第4,码洋份额为10.28%;生活类(5.48%)和艺术类(5.27%)分列第5、6位;科技类依然以3.64%的码洋份额垫底。其他出版社则是教育类和社科类平分秋色,码洋份额分别为29.26%和27.39%,科技类略逊一筹,码洋份额为17.9%。其余各类码洋份额均不足一成。与其他出版社细分市场结构相比,出版集团在少儿类和文学类的优势更趋明显,码洋份额分别高出其他出版社13.67和13.65个百分点;社科类和科技类依然是短板,码洋份额分别低于其他出版社17.11和14.26个百分点(见图4)。

从同比来看,我国出版集团细分市场码洋份额呈现三升四降:少儿类升幅最为明显,同比上升1.7个百分点;其次是文学类,同比上升1.11个百分点;社科类

2013 中国书业 实力版图 集团表现 分报告

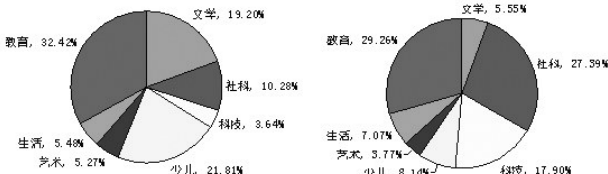


图4 细分市场结构(左:出版集团;右:其他出版社)

的码洋份额仅同比上升0.35个百分点。教育类领跌,同比下跌1.95个百分点,生活类、科技类和艺术类跌幅较小,分别同比下跌0.06、0.23和0.46个百分点。

出版集团市场排行分析

整体市场排行:中国、世纪和长江稳居码洋份额三甲,中国作家单品贡献率最高

2012年10月~2013年9月,中国出版集团码洋份额蝉联榜首,达7.10%,同比上升0.49个百分点。细观其下属出版社,商务印书馆以3.07%的码洋份额位居出版社排行榜首,同比增幅为0.26个百分点;人民文学出版社和中华书局分别以1.19%和0.65%的码洋份额位列第14、39位,分别同比上升0.04和0.06个百分点。

上海世纪出版集团排名上升1位,以4.42%的码洋份额居亚军,同比增幅为0.43个百分点。上海文艺出版社以0.73%的码洋份额位列第37位,同比上升0.59个百分点,增幅居首;上海教育出版社和上海人民美术出版社分列第44、49位,码洋份额分别为0.62%和0.56%,分别同比上升0.07和0.01个百分点。

长江出版传媒集团码洋份额为3.29%,同比上升0.54个百分点,排名从第7位升至第3位。长江文艺出版社以1.56%的码洋份额位列第9,同比上升0.12个百分点;湖北少儿出版社和湖北美术出版社分列第23、51位,码洋份额分别为0.83%和0.53%,分别同比上升0.30和0.06个百分点。

再看其他指标:上海世纪出版集团品种份额居首,为3.99%;中国出版集团屈居亚军,品种份额为3.96%;吉林出版集团位列第三,品种份额为3.20%。浙江出版联合集团均册最高,为563.6册;其下属的浙江少儿出版社以1.95%的码洋份额位列第5,同比增幅为0.56个百分点,仅次于上海文艺出版社。中国作家出版集团单品贡献率最高,为3.32;作家出版社作为该集团唯一的下属出版社,码洋份额为0.83%。

细分市场排行:浙江/少儿类,中国/教育类,长江/文学类三者码洋份额最高

从码洋份额来看,浙江出版联合集团在少儿类,中国出版集团在教育类,长江出版集团在文学类的码洋份额均超过一成,分别为13.99%、12.66%和10.31%。从品种份额来看,中国出版集团在艺术类最高,达9.94%,其次是吉林出版集团在少儿类,品种份额为9.53%。从单品贡献率来看,北京出版集团在文学类的单品贡献率最高,达4.91,其次是中南出版集团在社科类,单品贡献率为3.82。

出版集团新书市场分析

新书上架和动销:上架品种同比齐跌,动销率全面上升

2012年10月~2013年9月,出版集团新书上架54907种,同比减少18.89%,同期整体市场新书上架品种跌幅为14.62%,可见,我国出版集团新书上架品种数减少较多。七类细分市场新书上架品种数全面下跌:少儿类跌幅最小,同比下跌3.82%,教育类跌幅最大,达27.52%。出版集团新书动销率为80.81%,高出同期整体市场58.06%的新书动销率22.75个百分点;同比增幅达8.34个百分点,也明显高于同期整体市场4.88个百分点的同比增幅。生活类动销率最高,达91.61%,文学类动销率最低,为76.14%。七类细分市场动销率全数

商报·东方观点

出版集团码洋占比超过半数,品种占比接近四成;细分类别中,文学类码洋占比和品种占比双双领涨。

教育类码洋份额依然居首,但从同比来看,少儿类和文学类的增幅最高,且相对其他出版社细分市场的优势最为突出。

出版集团码洋份额三甲为中国出版集团、世纪出版集团和长江出版集团;三者的码洋份额同比均有明显上升。

新书上架品种同比减少,动销率大幅上升。新书码洋占比和品种占比双双下降;其中,文学类码洋占比逆势攀升,教育类和科技类码洋占比下降最多。

出版集团在畅销榜TOP200中所占席位接近八成;少儿类登榜图书最多;文学类同比升幅明显。

上升,科技类领涨,同比上升13.80个百分点,少儿类增幅最小,为4.34个百分点(见图5)。

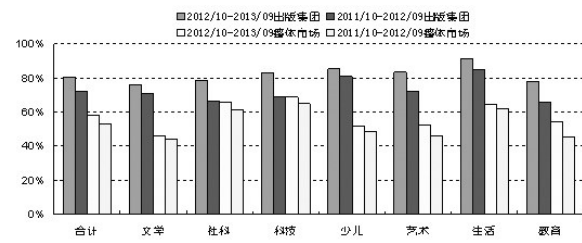


图5 出版集团新书动销率及同比变化

新书占比:码洋占比和品种占比齐降,文学类码洋占比逆势攀升

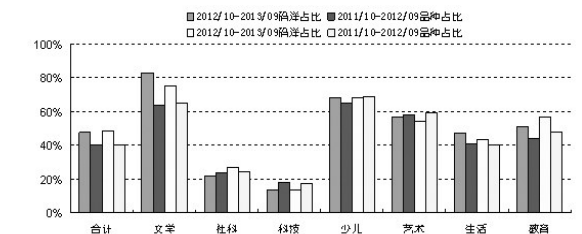


图6 新书市场出版集团码洋占比及其同比变化

如图6所示,2012年10月~2013年9月,出版集团

新书码洋占整体市场的47.45%,同比下降1.05个百分点;新书品种占比为39.83%,同比下降0.35个百分点。细分市场中,教育类和科技类码洋占比下降最为明显,分别同比下跌5.64和4.80个百分点,文学类增幅最大,同比上升7.49个百分点,其次是生活类、艺术类和少儿类,同比增幅分别为4.09、2.19和0.13个百分点。

畅销榜单分析:少儿类仍获最多席位,文学类同比增幅明显

2012年10月~2013年9月,整体市场TOP200中,出版集团贡献的畅销书达到158种,同比增加17种。出版集团畅销三甲为湖南文艺出版社的《正能量》、明天出版社的《寻找黑骑士/笑猫日记》和浙江少儿出版社的《地狱温泉的诅咒/查理九世18》。

从细分类别来看:少儿类共有80本入围,占比为50.63%,同比下降5.4个百分点。代表图书主要是本土儿童文学,《夏洛的网/译文经典》等引进版童书也表现不俗。文学类登榜图书55本,占34.81%,同比上升6.44个百分点。因为诺奖而备受关注的莫言作品领衔榜单,其次是青春文学如郭敬明的“小时代”系列。社科类12本登榜,占7.59%,同比上升0.5个百分点。励志读物《正能量》一举登顶。艺术类4本登榜,占2.53%。

从出版社来看,浙江少儿出版社位列榜首,共有26本登榜,占16.46%,雷欧幻像的“查理九世”系列20本居功至伟。明天出版社紧随其后,登榜图书25本,占15.82%,杨红樱的“笑猫日记”系列18本登榜,以微弱优势屈居次席。长江文艺出版社登榜图书13本,占8.23%;郭敬明作品占到7席,同样备受关注。同期出版社三甲仍是浙江少儿出版社(26本,18.44%)、明天出版社(23本,16.31%)和长江文艺出版社(17本,12.06%);二者的登榜图书绝对数量变化不大,占比则因为登榜图书的增多下降明显。

【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与中国出版传媒商报所有,如须转载、引用或用在其他用途,请先与我们联系,获得书面许可。联系电话:400-8855-122。

附表1 2012年10月~2013年9月全国图书市场出版集团零售排行

出版集团	码洋排名	码洋占比%	同比增减(百分点)	均册	品种排名	动销品种	品种占比%	单品贡献率%
中国出版集团	1	7.10	0.49	181.3	2	32401	3.96	1.79
上海世纪出版集团	2	4.42	0.43	175.3	1	32691	3.99	1.11
长江出版传媒集团	3	3.29	0.54	365.8	9	14106	1.72	1.91
中南出版传媒	4	3.15	0.24	276.0	6	15158	1.85	1.70
吉林出版集团	5	3.07	-0.98	207.9	3	26219	3.20	0.96
凤凰出版传媒集团	6	3.02	0.02	254.6	5	15577	1.90	1.59
浙江出版联合集团	7	2.92	0.58	563.6	11	9799	1.20	2.43
中国国际出版集团	8	2.60	-0.36	225.8	8	14114	1.72	1.51
中国科技出版集团	9	2.10	-0.06	158.3	4	21567	2.64	0.80
陕西出版集团	10	2.05	0.13	473.2	19	6355	0.78	2.63
北京出版集团	11	1.91	-0.15	378.2	18	7329	0.90	2.12
时代出版传媒	12	1.38	0.23	198.0	10	12344	1.51	0.91
中国教育出版集团	13	1.28	0.01	185.0	7	14974	1.83	0.70
山东出版集团	14	1.25	0.22	281.1	14	8149	1.00	1.25
江西省出版集团	15	1.24	0.12	291.0	16	7356	0.90	1.38
广西出版传媒	16	1.19	0.02	312.5	20	5736	0.70	1.70
北方联合出版传媒	17	0.96	-0.14	141.9	12	9630	1.18	0.81
中国作家出版集团	18	0.83	0.31	332.8	28	2032	0.25	3.32
云南出版集团	19	0.75	-0.08	297.2	23	4587	0.56	1.34
中国地图出版集团	20	0.69	0.11	543.5	29	2342	0.29	2.38
广东省出版集团	21	0.68	0.02	137.0	15	7889	0.96	0.71
四川出版集团	22	0.65	0.18	163.1	17	7346	0.90	0.72
天津出版集团	23	0.64	0.07	103.3	13	8530	1.04	0.62
重庆出版集团	24	0.60	-0.10	162.7	26	4197	0.51	1.18
黑龙江出版集团	25	0.40	0.02	136.8	27	4147	0.51	0.78
山西出版集团	26	0.40	-0.04	143.9	22	4831	0.59	0.68
海峡出版集团	27	0.39	0.06	126.9	24	4478	0.55	0.71
河北出版集团	28	0.38	0.08	158.2	25	4426	0.54	0.70
武汉出版集团	29	0.27	-0.02	260.7	31	1075	0.13	2.08
中原出版传媒	30	0.25	-0.05	55.5	21	4929	0.60	0.42
黄淮出版集团	31	0.19	0.02	205.5	30	1542	0.19	1.00
贵州出版集团	32	0.07	0.00	87.4	32	1058	0.13	0.54
深圳出版集团	33	0.03	-0.01	58.8	33	690	0.08	0.38

附表2 2012年10月~2013年9月出版集团各细分市场码洋份额、品种份额及单品贡献率三甲

类别	出版集团	码洋占比%	出版集团	品种占比%	出版集团	单品贡献率
文学类三甲	长江出版传媒集团	10.31	中国出版集团	8.12	北京出版集团	4.91
	中国出版集团	9.34	上海世纪出版集团	5.19	上海文艺出版集团	3.55
	凤凰出版传媒集团	8.87	凤凰出版传媒集团	5.05	长江出版传媒集团	3.53
社科类三甲	中国出版集团	5.65	中国出版集团	4.07	中南出版传媒	3.82
	中南出版传媒	2.90	上海世纪出版集团	3.04	武汉出版集团	3.60
	中国国际出版集团	2.50	中国科技出版集团	1.90	浙江出版联合集团	3.09
科技类三甲	中国科技出版集团	5.44	中国科技出版集团	6.81	中南出版传媒	2.44
	中国教育出版集团	2.05	中国教育出版集团	2.17	黑龙江出版集团	1.59
	凤凰出版传媒集团	1.58	上海世纪出版集团	1.29	凤凰出版传媒集团	1.56
少儿类三甲	浙江出版联合集团	13.99	吉林出版集团	9.53	山东出版集团	2.92
	长江出版传媒集团	7.52	浙江出版传媒集团	5.83	浙江出版联合集团	2.72
	山东出版集团	6.24	浙江出版联合集团	5.14	广西出版传媒	1.91
艺术类三甲	中国出版集团	8.24	中国出版集团	9.94	中国科技出版集团	2.44
	长江出版传媒集团	7.52	上海文艺出版集团	8.38	长江出版传媒集团	2.30
	中南出版传媒	7.44	中南出版传媒	4.83	重庆出版集团	2.06
生活类三甲	中国地图出版集团	9.21	吉林出版集团	5.03	中国地图出版集团	2.91
	凤凰出版传媒集团	5.94	中国地图出版集团	3.16	凤凰出版传媒集团	2.68
	吉林出版集团	4.19	北方联合出版传媒	2.82	武汉出版集团	2.56
教育类三甲	中国出版集团	12.66	吉林出版集团	4.79	陕西出版集团	3.34
	陕西出版集团	5.54	中国教育出版集团	4.51	中国出版集团	2.86
	吉林出版集团	4.70	中国出版集团	4.43	中国科技出版集团	1.72