

国新出版物发行数据调查中心主办,中国期刊协会、中国报业协会共同联办2009中国广告精确投放奖

中国出版传媒商报(原中国图书商报)获誉最受广告主广告商青睐的行业报

与《中国汽车报》从中国百余家部委行业报千余家行业报中脱颖而出 中国出版传媒行业唯一获此殊荣的媒体

整体市场指数走低 图书均价略降

2012年10月~2013年9月全国图书市场分析

■中国出版传媒商报数据专题组 执笔/柏陈斌

近一年的图书零售市场上,各季度的市场零售方面出现了哪些变化,各类别在市场中的地位和重要程度是否发生了变化,图书的零售价格出现了怎样的波动,而图书市场中的优势出版社、进步较快的出版社和热销的图书分别又有哪些,本文将予以一一阐述。

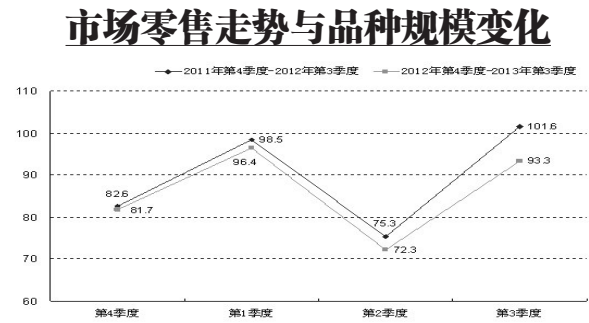


图1 近两年间各季度指数变化

在图书市场的零售指数方面,从年度间的比较来看,2012年10月~2013年9月图书市场指数为85.9点,而2011年10月~2012年9月的指数为89.5点,近一年指数较上一年下降了3.6点,出现了小幅的下降。从近两年的各季度市场表现来看,仅有2012年第3季度的指数高于100点,为101.6点,其余各季度的指数均低于100点,其中2013年第2季度的指数相对较低,为72.3点。观察各季度指数的同比升降幅可以发现,各季度指数均较同期市场下降,其中下降较少的为2012年第4季度,降幅为1.05%,2013年第3季度则下降较多,同比下降了8.17%,自2012年第4季度~2013年第3季度的4个季度,指数的同比降幅依次为1.05%、2.13%、4.03%和8.17%,下滑态势日趋

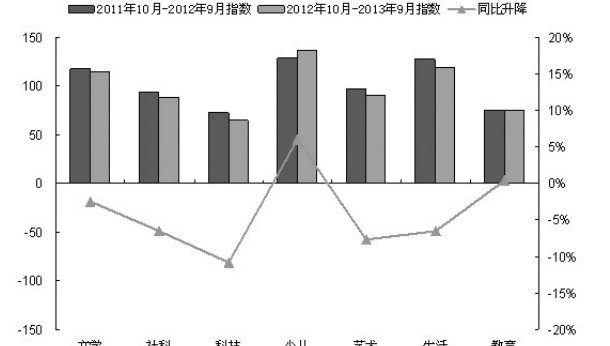


图2 各细分市场指数在近两年间的升降表现

从近一年各细分市场的零售指数来看,少儿类、生活类和文学类三类图书延续了上一年的优良表现,指数均维持在100点之上,分别为136.2点、118.9点和114.8点,在这三类图书中,指数同比上升的仅少儿类一类,上升了5.96%,生活类和文学类分别下降了6.58%和2.47%。艺术类、社科类、教育类和科技类图书的指数均低于100点,同比上升的仅有教育类,略升了0.39%。对于近一年指数值相对较高和较低的少儿类、科技类,前者稳步上升而后者显著下降,各类指数之间的差距在增大。

从少儿类在2012年第4季度~2013年第3季度间各季度指数的同比表现来看,自2012年第4季度起的4个季度,少儿类指数均同比上升,分别上升了12.82%、6.25%、1.48%和2.54%。在秋冬季的第四季度和第1季度上升较为明显,随着时段的推移,少儿类指数的同比升幅由前两个季度的10%以上和5%以上降至后两个季度的1%~3%之间,上升势头显著放缓。从另一类指数同比上升的类别教育类来看,其近4个季度的指数增幅分别为-0.17%、9.97%、0.74%和-6.59%,寒假市场升而暑假市场降,且在下半年均表现为下滑。

图书市场的零售结构变化

图书市场的码洋份额结构变化

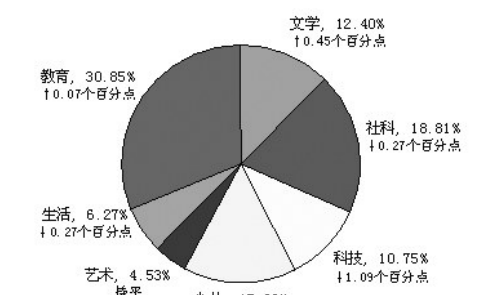


图3 近一年图书市场的码洋份额结构及其变化

在近一年的图书市场中,从码洋份额来看,教育类图书以30.85%的码洋份额在各类中居首,其两个次级类别文化教育类和语言文字类在教育类分别有72.34%和27.66%的码洋占比。社科类和少儿类分列第2、3位,码洋份额分别为18.81%和15%;在少儿类的次级类

2013

中国书业实力版图

零售市场

● 分报告 ●

商报·东方观点

□近一年图书市场年度指数小幅下降,各季度指数下滑加剧,表现不尽人意,各类指数中,少儿类和教育类上升,其他各类同比下降。

□少儿类的市场份额提升较快,社科类下降较为明显;科技类和少儿类分别领衔品种份额和单品贡献率两项指标。

□整体市场图书均价略有下降,社科类中的高价图书销售衰退是其主因,20元~30元区间是市场中码洋份额最为集中的区间。

□十强社的市场优势加大,商务印书馆坐稳头把交椅,人民出版社的市场份额较上一年增长最多。

□畅销榜前100名中教育类和少儿类图书最多,浙江少儿出版社和雷欧幻像分别以较明显的入围品种数优势成为出版社及作者(编者)中的领跑者。

别中,中国儿童文学类在少儿类的码洋占比最高,为29.74%,其次为低幼读物类(4~6岁),占17.05%。三甲类别教育类、社科类和少儿类的合计码洋份额为64.66%,接近市场的2/3。在其他四类图书中,文学类和科技类的码洋份额在10.5%~12.5%之间,前者为12.4%,后者为10.75%,二者合计码洋份额为23.15%,生活类和艺术类的合计码洋份额为10.80%,其中生活类占6.27%,艺术类占4.53%。

在各类图书的码洋份额与上一年的比较方面,少儿类、文学类和教育类三类图书的码洋份额上升,社科类、生活类和科技类三类下降,艺术类在近一年的码洋份额与上一年持平。码洋份额上升的三类图书中,少儿类的上升最为明显,文学类和教育类则分别上升了0.45和0.07个百分点,下降的三类中,科技类下降较多(为1.09个百分点),社科类和生活类均下降了0.27个百分点。

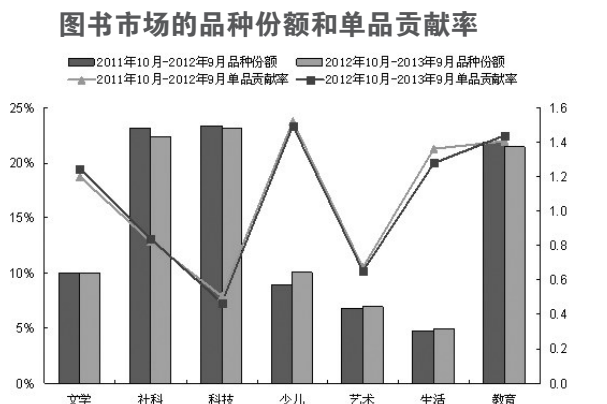


图4 近两年各类图书的品种份额和单品贡献率变化

从各类图书在近一年的动销品种份额来看,科技类图书是动销品种数最多的类别,该类的动销品种数占市场动销总品种数的23.07%,社科类和教育类的动销品种数也超过了两成,各为22.38%和21.46%,少儿类在其余四类中品种份额较高,为10.05%,文学类、艺术类和生活类的品种份额则分别为9.97%、6.96%和4.91%。从品种份额的同比增减来看,各类中三类上升,三类下降,一类与上一年持平(文学类)。在上升的三类中,少儿类上升相对较多(1.12个百分点),艺术类和生活类的品种份额则分别上升了0.22和0.11个百分点,下降的三类中社科类下降了0.81个百分点,科技类和教育类分别下降了0.31和0.41个百分点。

从近一年的图书市场上各类图书的单品贡献率来看,四类图书的单品贡献率超过1,其中少儿类最高,为1.49,其次是教育类,为1.44,生活类和文学类则分别为1.28和1.24。在单品贡献率低于1的三类图书中,社科类、艺术类和科技类的单品贡献率分别为0.84、0.65和0.47。在单品贡献率较上一年的增减方面,文学类、教育类和社科类上升,分别上升了0.05、0.03和0.02,艺术类、少儿类、科技类和生活类下降,分别下降了0.02、0.03、0.04和0.09。

图书的均价与价格区间变化

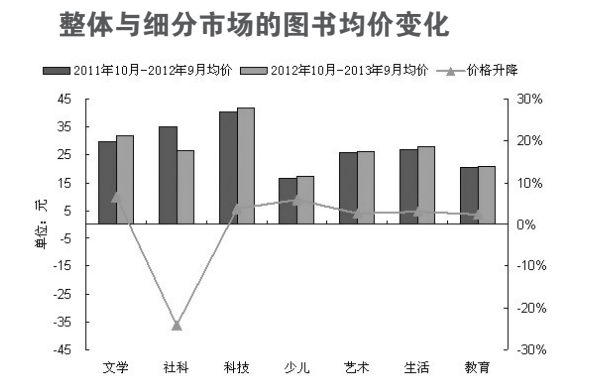


图5 近两年各细分市场图书的均价变化

在近一年的整体市场中,图书均价为24.15元,较上一年的均价(24.7元)下降了0.55元,同比降幅为2.23%。就整体市场而言,图书的价格在近一年间有小幅的回落,而同期我国的居民消费价格指数CPI则有2.4%的上升,我们进一步观察细分市场,看看是什么因素导致了这种反差。

在近一年的图书市场中,各细分市场的图书均价差异较为明显,各类图书中均价最高的是科技类,其均价为40.3元,其次是社科类,均价为35.02元,均价最低的是少儿类,为16.51元,其余四类图书的均价在20~30元之间,其中文学类、生活类、艺术类和教育类图书的均价分别为29.86元、27元、25.72元和20.48元,在各类中,科技类一类的均价超过40元,是均价最低的少儿类(均价不足20元)的2.44倍。从各类图书的均价较上一年的价格增减来看,文学类和科技类增加较多,分别增加了2.01和1.56元,社科类减少较多,减少了8.45元,从各类图书的均价较上一年的价格升降幅度来看,七类图书中有六类上升、一类下降,上升的六类分别是文学类、少儿类、科技类、生活类、艺术类和教育类,分别上升了6.73%、5.81%、3.87%、3.07%、2.57%和2.29%,社科类是唯一下降的类别,大幅下降了24.13%。

查看近两年间的社科类图书码洋排行榜单,上一年的码洋排行前5位《史蒂夫·乔布斯传》和《朱镕基讲话实录》(第一至四卷)的定价均较高,前者为68元,后四本图书均为49元。反观近一年的码洋前5位图书,除第5位的《邓小平时代》定价相对较高(定价为88元),其他四种均为党政文件类图书,如《十八大报告辅导读本》《中国共产党章程》等,均价为6.5元,这四种图书的零售总码洋在社科类图书中占7.94%,这个较高的零售占比使其对社科类图书的影响相对较为明显,在一定程度上拉低了社科类图书的均价。

整体市场的图书价格区间变化

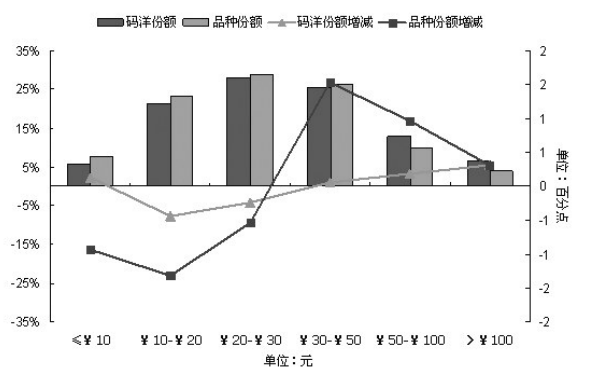


图6 近一年各价格区间中图书的码洋和品种份额及其变化

在近一年整体市场的各价格区间中,20~30元区间的码洋份额最高,为27.99%,其次是30~50元区间,码洋份额为25.69%,10~20元区间和50~100元区间的码洋份额居于中游,分别为21.44%和12.91%,>100元和≤10元区间的码洋份额相对较低,分别为6.33%和5.64%。具体看到码洋份额最高的20~30元区间,该区间内的教育类图书码洋份额最高,占36.74%,其次是文学类,占18.15%。各价格区间品种份额的排序与码洋份额基本一致,唯一的不同是≤10元区间的品种份额较>100元区间的品种份额为高,二者的品种份额分别为8.61%和3.75%,品种份额最高的是20~30元区间,为29.25%,此区间内品种份额最高的是社科类,为22.12%,其次是教育类,为19.80%。

在各价格区间的码洋份额同比增减方面,4个价格区间的码洋份额上升,>100元区间、50~100元区间、≤10元区间和30~50元区间分别上升0.31、0.18、0.13和0.05个百分点,20~30元区间和10~20元区间分别下降了0.24和0.44个百分点。在>100元区间中,社科类图书的码洋份额最高,为19.43%,其次为科技类图书,为17.18%。在社科类的>100元图书中,《看法与说法(全4册)》的零售码洋数最高,作者为李瑞环,该

套图书的定价为168元。在各价格区间的品种份额同比增减方面,30元~50元区间和50~100元区间上升较多,分别上升了1.53和0.96个百分点,≤10元区间和10~20元区间下降较多,分别下降了0.94和1.32个百分点。

优势和上升出版社

优势出版社分析

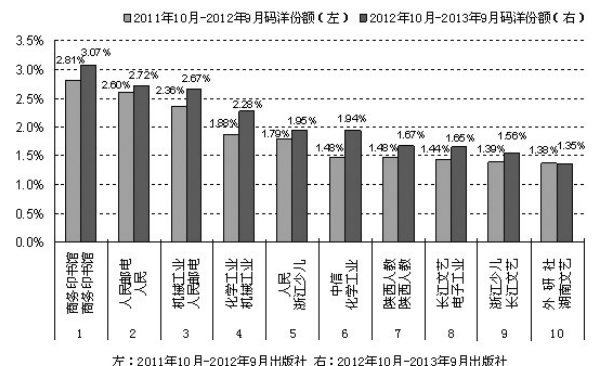


图7 近一年与上一年的优势出版社比较

从图7可以看出,在近一年间,十强出版社的市场优势更上层楼。在近两年的图书市场上,商务印书馆牢牢占据了码洋份额榜首的位置,码洋份额较上一年增加了0.26个百分点,是各社在近两年间唯一一个突破3%大关的出版社。人民出版社在近一年间的码洋份额位居次席,由上一年的第5位上升了3个位次,改变了三甲出版社的格局,人民邮电出版社由上一年的第二落至第三,机械工业出版社则推出了三甲行列,居第4位。同时,各社中码洋份额超过2%的出版社也由上一年的三家扩容到了近一年的四家。除上述五家出版社外,还有三家出版社连续两年进入前十行列,分别是陕西人民教育出版社、长江文艺出版社和浙江少儿出版社,电子工业出版社和湖南文艺出版社取代了中信出版社和外研社进入十强。

近一年来的上升出版社

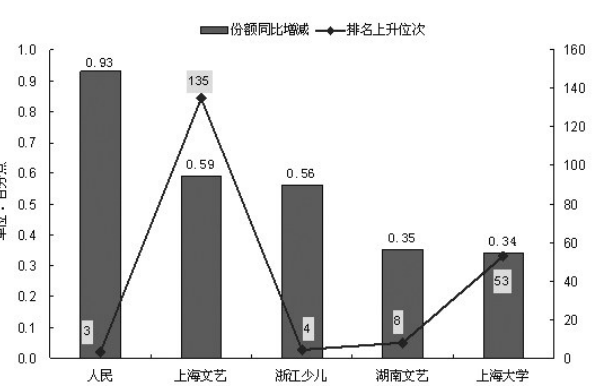


图8 近一年码洋份额上升最多的出版社及其排名上升位次

在近一年间码洋上升最为明显的5家出版社中,人民出版社、浙江少儿出版社和湖南文艺出版社均为十强出版社。人民出版社是所有出版社中码洋份额上升最多的出版社,其零售表现较好的为《十八大报告辅导读本》《中国共产党章程》等党政读物类图书。浙江少儿社作为主营少儿类图书的出版社,其份额提升得益于少儿类图书市场份额的急速扩张,该社少儿冒险题材的“查理九世”系列是少儿类的热门图书系列。在湖南文艺出版社中,热销图书首推理查德·怀斯曼的《正能量》,其次是张小娴的《谢谢你离开我》。

(下转第46版)

附表1 近一年出版社码洋份额排行TOP30

排名	出版社	码洋份额(%)	动销品种(%)	品种份额(%)
1	商务印书馆	3.07	4950	0.60
2	人民	2.72	7935	0.97
3	人民邮电	2.67	14349	1.75
4	机械工业	2.28	22240	2.72
5	浙江少儿	1.95	3389	0.41
6	化学工业	1.94	17177	2.10
7	陕西人教	1.67	2253	0.28
8	电子工业	1.65	14158	1.73
9	长江文艺	1.56	3358	0.41
10	湖南文艺	1.35	2330	0.28
11	外研社	1.31	5933	0.72
12	中信	1.28	3138	0.38
13	龙门书局	1.24	3167	0.39
14	人民文学	1.19	4221	0.52
15	人民卫生	1.09	9150	1.12
16	清华大学	1.08	16282	1.99
17	吉林出版集团	0.91	7260	0.89
18	二十一世纪	0.89	4102	0.50
19	教育科学	0.89	2522	0.31
20	江苏文艺	0.84	3130	0.38
21	北京大学	0.84	10938	1.34
22	科学	0.84	18169	2.22
23	湖北少儿	0.83	2891	0.35
24	作家	0.83	2032	0.25
25	上海交大	0.82	4153	0.51
26	中国纺织	0.82	5642	0.69
27	译林	0.82	2411	0.29
28	明天	0.80	1149	0.14
29	接力	0.80	2243	0.27
30	南海	0.78	2220	0.27