

开卷报告，版权所有；未经北京开卷
信息技术有限公司书面许可，任何单
位不得公开发布或向第三者提供。

全国图书零售市场观测

图书零售市场报告

(2009年2月)

北京开卷信息技术有限公司

2009年3月发布

本报告由北京开卷信息技术有限公司

特别提供

联系电话：010-64242820转303 杨伟

目 录

2009 年 02 月市场热点提示	1
第一部分 市场状况	2
一、市场走势	2
二、市场结构	4
第二部分 市场竞争	6
三、出版集团竞争格局	6
3.1 领先出版集团	6
3.2 码洋占有率增长最多的出版集团	8
3.3 各细分类领先出版集团	8
四、出版社竞争格局	9
4.1 领先出版社	9
4.2 码洋占有率增长最多的出版社	10
4.3 各细分类领先出版社	11
第三部分 畅销书	14
五、虚构/非虚构/少儿畅销书排行榜	15
六、2009 年 02 月综合排行榜	21
七、2009 年 02 月各细分类榜首书	23

2009 年 02 月市场热点提示

- 本月全国总体市场监控码洋为 685914703.97, 上月为 587022655.94, 去年同期为 610969643.23。
- 2009 年 02 月开卷指数为 384.59 点, 与上月相比, 环比增长率为 26.42%, 与去年同期相比, 同比增长率为 11.76%。
- 2009 年 2 月全国 9 个主要细分类市场(文学、经管、教辅、少儿、法律、英语、医学、生活、计算机)中, 除文学和少儿类表现为环比下降外, 其他各市场均表现为环比上升。与 2008 年 2 月相比, 9 个细分市场中, 除少儿市场同比下降外, 其余 8 个细分市场均表现为同比上升。
- 2009 年 02 月中国出版集团在各出版集团中仍然排名第一, 在整个图书零售市场中的码洋占有率是 5.40%。陕西人民教育出版社 在各出版社中的码洋占有率排名第一, 市场份额为 2.19%。
- 2009 年 02 月市场占有率增长最大的出版集团是陕西出版集团有限责任公司, 比上月增长了 0.66 个百分点。市场占有率增长最大的出版社是陕西人民教育出版社, 比上月增长了 0.69 个百分点。
- 虚构类排行榜榜首书是《他的国》, 《杜拉拉 2-华年似水》排名第二。非虚构排行榜榜首是《国医健康绝学系列(五)-不生病的智慧》, 《国医健康绝学系列(一)-求医不如求己》, 《明朝那些事儿(第陆部)》分列第二、三名。少儿畅销书排行榜榜首是《淘气包马小跳系列-小英雄和芭蕾公主》。

第一部分 市场状况

一、市场走势

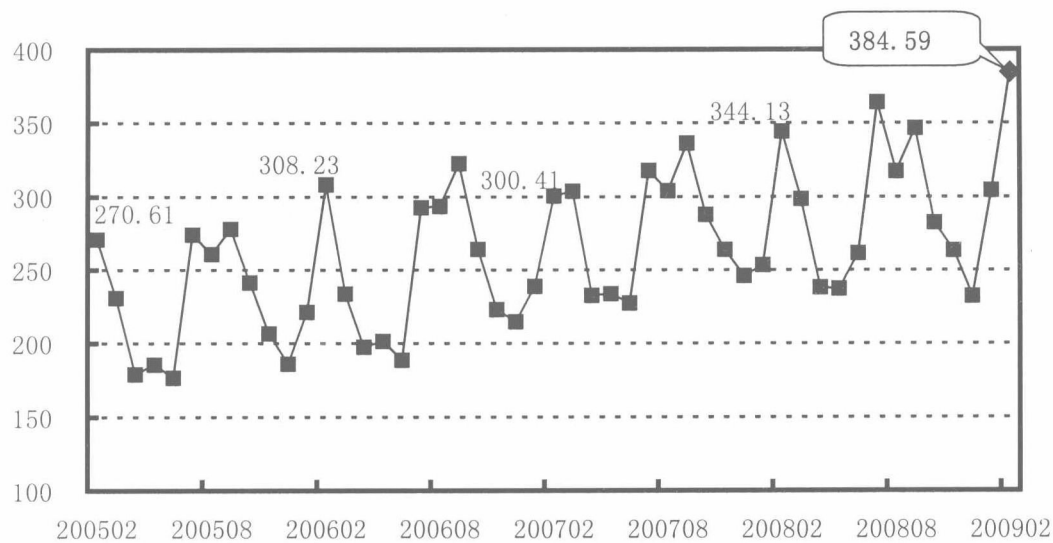
环比增长：指报告期图书零售市场码洋水平相对于其前一期的增长幅度。

同比增长：指报告期图书零售市场码洋水平相对于上一个相同时期的增长幅度。它是衡量市场长期发展态势的一个标准。

1、2009年2月开卷综合指数大幅上升，再创新高，为384.59，比1月上升80.37点，环比上涨26.42%，与去年同期相比上升11.76%。

2、2009年2月全国9个主要细分市场（文学、经管、教辅、少儿、法律、英语、医学、生活、计算机）中，除文学和少儿类表现为环比下降外，其他各市场均表现为环比上升。与2008年2月相比，9个细分市场中，除少儿市场同比下降外，其余8个细分市场均表现为同比上升。

3、与上月相比，全国五大地区图书零售市场均表现为环比上升。与去年同期相比，全国五大地区也均表现为同比上升。



开卷指数反映的是中国图书零售市场各月销售码洋与1999年1月(以1999年1月码洋为基期,指数为100)相比较的码洋水平情况,指数本身能够反映市场的发展水平与景气程度,而指数的涨跌则可以反映出该市场的销售变化规律。

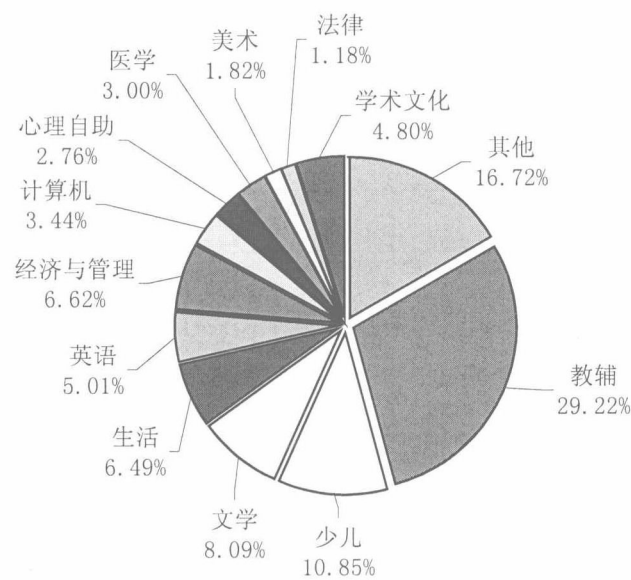
开卷指数已经排除了由于加盟书店数量增长而给监控总码洋、总册数绝对值带来的影响。经常用到的指数包括综合指数(全国总体)、各类别指数、地区指数。

根据走势图和环比增长率可以了解图书市场的走势和涨跌;根据同比增长率可以了解总体及细分市场的同比增长情况,判断该类市场的发展前景。

总体来看,开卷所监控的“全国图书零售市场观测系统”呈现出较为稳定的、明显的周期性变化:2-3月和7-9月是一年中的两次销售高峰,4月或6月和12月是一年中销售淡季,两次销售高峰和中小学生的寒暑假恰好契合。指数趋势线一直昂首向上,说明1998年以来中国图书零售业一直处于较高的增长状态。除2003年外,每年的月度指数最高值和最低值一般比前一年有所抬升,每个月的同比增长率几乎都是正数,说明总体市场的全年增长是各月持续增长的累积。

二、市场结构

全国分类图书销售比重



注：上图从教辅、文学、经济管理、英语、少儿、生活、计算机、心理自助、美术、医学、法律和学术文化十二个细分类在整体图书零售市场中的码洋比重展示整体图书零售市场的构成情况。由于图书的季节性变化，每月各细分市场的比重结构都在发生变化。

附表1：2009年02月份全国分类图书码洋比重

细分市场	码洋比重（%）
教辅	29.22
文学	8.09
经济管理	6.62
英语	5.01
少儿	10.85
生活	6.49
计算机	3.44
心理自助	2.76
美术	1.82
医学	3
法律	1.18
学术文化	4.8

第二部分 市场竞争

三、出版集团竞争格局

3.1 领先出版集团

附表2：2009年02月中国图书零售市场领先出版集团TOP10

出版集团	码洋占有率（%）	码洋排名	动销品种数	动销品种 占有率（%）	品种排名
中国出版集团	5.4	1	22775	4.14	1
吉林出版集团	4.34	2	13030	2.37	3
北京出版社出版集团	3.35	3	8535	1.55	6
凤凰出版传媒集团有限公司	2.9	4	10546	1.92	5
陕西出版集团有限责任公司	2.64	5	4794	0.87	19
中国国际出版集团	2.52	6	6494	1.18	11
中国科学出版集团	2.09	7	10606	1.93	4
上海世纪出版股份有限公司	1.89	8	15318	2.78	2
浙江出版联合集团	1.56	9	7890	1.43	7
辽宁出版集团	1.43	10	7060	1.28	9

出版集团：本报告中“出版集团”包括已经挂牌的出版集团（出版集团有限公司、出版总社），以及各省（自治区、直辖市）新闻出版局直属的出版社。截至 2009 年 02 月，开卷整理出版集团共 31 家，在以后的报告中一些新挂牌出版集团将添加进来。

出版集团排名：本报告中的排名是指出版集团之间相比较的排名，这种排名有别于国家统计数据，也不直接反映一家出版集团的整体实力，只反映出版集团在零售市场（不包含系统发行、直销及批发）的市场地位及市场化水平。

动销: 一种图书, 只要它在 02 月份内卖出了至少一本书, 我们就说该书在这个时间段内是动销的, 而与何时出版无关。一个分类图书市场在该时间段内有多少种这样的书, 我们就说该类图书市场在这个时间段内有多少个动销品种, 即动销品种数, 书名相同但 ISBN 或定价不同的图书视为不同品种。

出版集团在某类图书市场的动销品种占有率 (也称品种占有率)为该出版集团该类图书动销品种数和全国同类图书动销品种数的比值。出版集团在某类图书市场中的码洋占有率为该出版集团该类图书总码洋与全国该类图书总码洋的比值。

3.2 码洋占有率增长最多的出版集团

附表3：与上月比2009年02月码洋占有率增长最多的3家出版集团

出版集团	码洋占有率 (%)	码洋变化 (百分点)	码洋排名	排名 变化	动销 品种数	动销品种 占有率 (%)	动销品种 排名
陕西出版集团有限责任公司	2.64	+0.66	5	+2	4794	0.87	19
北京出版社出版集团	3.35	+0.45	3	--	8535	1.55	6
中国科学出版集团	2.09	+0.45	7	+4	10606	1.93	4

3.3 各细分类领先出版集团

附表4：2009年02月各细分类码洋占有率第一的出版集团

分类	出版集团	码洋占有率 (%)	动销品种数	动销品种 占有率 (%)	动销品种排名
法律	吉林出版集团	0.53	194	1.33	1
计算机	中国科学出版集团	5.07	1059	4.23	1
教辅	北京出版社出版集团	8.18	5676	6.03	1
经济与管理	广东省出版集团有限公司	2.83	805	1.85	3
美术	吉林出版集团	8.25	587	3.29	6
少儿	吉林出版集团	9.61	2921	6.5	1
生活	凤凰出版传媒集团有限公司	9.42	570	1.76	5
文学	中国出版集团	10.28	3899	9.7	1
心理自助	中国国际出版集团	7.7	294	2.73	1
学术文化	中国出版集团	8.22	3262	8.05	1
医学	中国科学出版集团	3.36	1096	5.63	1
英语	中国出版集团	15.75	1885	9.62	1

四、出版社竞争格局

4.1 领先出版社

附表5：2009年02月中国图书零售市场领先出版社TOP10

出版社	码洋占有率（%）	排名	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
陕西人民教育出版社	2.19	1	1776	0.32	68
机械工业出版社	2.18	2	12688	2.3	1
北京教育出版社	2.03	3	5148	0.94	11
外语教学与研究出版社	1.62	4	5652	1.03	9
中国少年儿童出版社	1.45	5	3789	0.69	18
龙门书局	1.45	6	2038	0.37	49
商务印书馆	1.41	7	3067	0.56	22
人民邮电出版社	1.23	8	5322	0.97	10
人民卫生出版社	1.22	9	4905	0.89	14
中国青年出版社	1.14	10	2816	0.51	29

出版社排名: 在报告中，开卷通过监控数据反映的市场销售状况，对全国 500 多家出版社进行排序。这种排序有别于国家统计数据，也不直接反映一家出版社的整体实力，只反映出版社在零售市场（不包含系统发行、直销及批发）的市场地位及市场化水平。

4.2 码洋占有率增长最多的出版社

附表6：与上月比2009年02月码洋占有率增长最多的5家出版社

出版社	码洋占有率 (%)	码洋变化 (百分点)	码洋排名	排名变化	动销品种数
陕西人民教育出版社	2.19	+0.69	1	+2	1776
北京教育出版社	2.03	+0.64	3	+2	5148
龙门书局	1.45	+0.43	6	+6	2038
吉林人民出版社	1.02	+0.35	13	+24	2063
新疆青少年出版社	0.73	+0.33	30	+41	2890

4.3 各细分分类领先出版社

出版社排名: 在报告中, 开卷通过监控数据反映的市场销售状况, 对全国 500 多家出版社进行排序。这种排序有别于国家统计数据, 也不直接反映一家出版社的整体实力, 只反映出出版社在零售市场 (不包含系统发行、直销及批发) 的市场地位及市场化水平。

出版社在某类图书市场的动销品种占有率 (也称品种占有率)为该社该类图书动销品种数和全国同类图书动销品种数的比值。出版社在某类图书市场中的码洋占有率为该社该类图书总码洋与全国该类图书总码洋的比值。

教辅类

码洋排名	出版社	码洋占有率 (%)	动销品种数	动销品种占有率 (%)	动销品种排名
1	陕西人民教育出版社	7.47	1715	1.82	5
2	北京教育出版社	6.92	5046	5.36	1
3	龙门书局	4.92	1964	2.09	3

文学类

码洋排名	出版社	码洋占有率 (%)	动销品种数	动销品种占有率 (%)	动销品种排名
1	人民文学出版社	6.36	2002	4.98	1
2	长江文艺出版社	5.94	885	2.2	2
3	作家出版社	3.98	815	2.03	3

少儿类

码洋排名	出版社	码洋占有率 (%)	动销品种数	动销品种占有率 (%)	动销品种排名
1	浙江少年儿童出版社	5.93	1770	3.94	1
2	二十一世纪出版社	4.68	1243	2.77	2
3	童趣出版有限公司	4.47	952	2.12	10

经济与管理类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	机械工业出版社	8.53	2127	4.89	1
2	中信出版社	6.51	670	1.54	18
3	中国财政经济出版社	6.34	1129	2.59	7

英语类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	外语教学与研究出版社	21.43	2471	12.6	1
2	群言出版社	7.46	182	0.93	20
3	商务印书馆	7.39	197	1	17

计算机类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	人民邮电出版社	20.13	3246	12.96	3
2	清华大学出版社	20.01	4383	17.51	1
3	电子工业出版社	16.21	3528	14.09	2

生活类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	江苏文艺出版社	8.53	22	0.07	235
2	吉林科学技术出版社	6.27	834	2.58	6
3	青岛出版社	5.52	472	1.46	13

医学类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	人民卫生出版社	39.6	4273	21.94	1
2	人民军医出版社	12.71	2088	10.72	2
3	中国协和医科大学出版社	6.67	322	1.65	12

心理自助类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	新世界出版社	5.72	216	2.01	7
2	中国华侨出版社	4.73	387	3.6	1
3	中国纺织出版社	4.64	343	3.19	2

美术类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	上海交通大学出版社	7.59	151	0.85	34
2	湖北美术出版社	4.91	450	2.52	7
3	中国青年出版社	4.74	150	0.84	35

学术文化类

码洋排名	出版社	码洋占有率（%）	动销品种数	动销品种 占有率（%）	动销品种排名
1	中华书局	4.67	1223	3.02	1
2	中国友谊出版公司	3.74	108	0.27	99
3	陕西师范大学出版社	3.06	259	0.64	30

第三部分 畅销书

“畅销书”排行榜说明：

开卷根据系统所采集到的图书销售数据，按照销量或码洋进行排序，得出一张书目清单，选择名次靠前的图书，称之为“畅销书排行榜”，开卷“畅销书排行榜”不特指畅销书，是指销量或码洋靠前的图书。

三大类榜单分类说明：

开卷每月定期发布的虚构（FICTION）、非虚构（NON-FICTION）、少儿类（CHILDREN'S）榜单的分类区分方法是对欧美分类方式的承接。在欧美国家，一般分类体系是根据大众出版、专业出版、教育出版体系进行划分的，大众出版又按照成人阅读以及少儿阅读进行区分。

考虑到国际文化交流日益频繁、版权贸易不断增长、公众阅读表现也越来越全球化，开卷于 2004 年底在畅销书领域引入了“虚构”、“非虚构”、“少儿”的分类方式。

这三个类别的定义来源于欧美图书分类体系，不同于基于中图法的开卷一般分类体系。“虚构”、“非虚构”、“少儿”类图书出版均属于上面提到的欧美图书分类体系中的大众出版，也就是说它们不包含欧美分类体系当中的教育出版和专业出版的概念，只是用于对大众读物的销量排行榜统计。三个分类当中，“虚构”和“非虚构”均属于成人读物，“少儿”指少儿读物。

“虚构”和“非虚构”的区分则是根据图书本身的内容：如果图书内容属于杜撰，那么归入“虚构”，最典型的图书类型如小说；那么，不属于“虚构”类的成人大众读物则统一归入“非虚构”，比如科普读物、生活类图书、散杂文、传记、社科图书等。