

人民文学出版社

中国编辑学会秘书处 编

出版业调查报告

第四届『未来编辑杯』获奖文集

中国编辑学会秘书处 编

出版业调查报告

第3届『未来编辑杯』获奖文集



(京)新登字 002 号

图书在版编目(CIP)数据

出版业调查报告:第四届“未来编辑杯”获奖文集/
中国编辑协会秘书处编. - 北京:人民文学出版社,
2005.8

ISBN 7-02-005017-4

I. 出… II. 中… III. 出版工作-调查报告-
中国 IV. G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 019635 号

责任编辑:马玉梅

责任校对:王鸿宝

责任印制:李 博

出版业调查报告

Chu Ban Ye Diao Cha Bao Gao

人 民 文 学 出 版 社 出 版

<http://www.rw-cn.com>

北京市朝内大街 166 号 邮编:100705

北京中印联印务有限公司印刷 新华书店经销

字数 330 千字 开本 880 × 1230 毫米 1/32 印张 12.375 插页 2
2005 年 8 月北京第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-02-005017-4

定价 25.00 元

调查研究是一项基本功

刘 杲

“未来编辑杯”征文竞赛的参加者,是高等院校编辑出版学专业的本科生和研究生。两年一届,2004 年举办的是第四届。这一届征文的主题,是面向出版活动的一份调查报告。这个主题得到了热烈的响应,院校推荐参评的文章共有 116 篇之多。这本文集共收获获奖文章 39 篇,涉及出版活动的很多方面。一篇文章就是一份调查报告,每份调查报告都有可取之处。这本文集给我们提供了一些有关出版改革和发展的重要信息。更为重要的是,这本文集还告诉我们,大学生深入实际、调查研究,大有可为。

“未来编辑杯”征文竞赛的主题每届不同。这一届为什么要以调查研究为主题呢?因为我们觉得,调查研究是编辑人员的一项基本功。我们想通过这样的方式,再一次强调做好调查研究的重要性,特别是向未来的编辑人才强调提出,要重视和学会调查研究。现代编辑人才应当具备多方面的能力,其中一项就是调查研究的能力。我们很高兴,这个看法在出版界、教育界得到了广泛的认同。

我们做一切工作都要达到主观认识符合客观实际才能成功。改革开放的伟大时代是从端正思想路线开始的。这条思想路线的核心就是解放思想、实事求是、一切从实际出发。而要坚持这条思想路线,一个基本的条件就是做好调查研究。大到对中国国情、对国际形势的调查研究,小到对一个单位、一项工作的调查研究,任何工作都离不开调查研究。有了充分的调查研究,情况了如指掌,才能指挥若定,稳操胜算。没有调查研究,情况不明,盲人瞎马,一厢情愿,结果

只能失败。这个道理,同样适用于编辑出版工作。

编辑出版工作具有中介性。编辑处于作者、出版者、读者之间。只有切实地把握实际情况,才能在各方之间进行有效的沟通和协调,以便最大限度地把握编辑出版工作做好。而要切实地把握实际情况,就要认真做好调查研究。比如,对作者情况的调查研究,对学术文化动态的调查研究,对创作情况的调查研究,对出版资源的调查研究,对同类出版物的调查研究,对出版结构的调查研究,对读者需求的调查研究,对出版物市场的调查研究,等等。有调查研究,就耳聪目明。没有调查研究,就闭目塞听。其间利弊得失,难道不是洞若观火?

如今市场经济了,编辑出版工作还要讲调查研究吗?要讲。不仅要讲调查研究的必要性和重要性,更要讲调查研究的准确性和时间性。市场有如战场,情况瞬息万变。要切实把握实际情况,没有调查研究不行,调查研究不准确、不及时更不行。有了成功的调查研究,才会有成功的市场经营。现在媒体批评“跟风出版”。“跟风”就是盲目行为,不做调查研究,不从实际出发。事实上,没有几个“跟风出版”能够取得成功。

如今信息时代了,编辑出版工作还要讲调查研究吗?要讲。信息数字化、网络化,大大拓展了认识客观实际的空间,为调查研究提供了有利条件。但是,它不能代替主题明确、方法科学、全面系统的调查研究。对潮水般涌来的海量信息,需要抓住主题,进行筛选、归纳和分析。只有经过加工制作,形成信息产品。才能系统地动态地把握客观实际。而科学的调查研究,正是对信息资源进行深度加工、提炼信息产品的重要途径。

对编辑人员来说,坚持调查研究是把握实际情况的一个好办法,做好本职工作的一项基本功。在更高的层面上,它还体现了一种严谨细致的敬业精神,一种求真务实的为人品格,一种追求主客观相一致的思想境界。

2005年6月28日于北京

目 录

大学生眼中的校园书店			/ 1
	南开大学	宋 丹	
京沪两地大学生读书、购书情况调查报告			/ 7
	北京印刷学院	姜思铄	
更新服务理念,提升服务质量			
——对武汉市新华书店服务体系的调查			/ 20
	武汉大学	赵曼 李海燕	
从编辑出版角度看我国电子期刊的发展			/ 33
	清华大学	卫 未	
我国出版社网站建设的调查报告			/ 41
	南京大学	邢 鹏	
网络出版的区域性研究			
——成都市 17 家出版社网站的调查			/ 51
	四川大学	靳 华	
网上书店,路在何方?			
——国内网上书店现状调查报告			/ 59
	南开大学	夏全胜	
以营销学的观点看网上图书销售			
——对图书销售网站金山卓越营销组合策略的调查分析			/ 68
	四川大学	谢 斌	
出版社网络图书宣传现状调查			/ 76

上海理工大学 许查礼

托起明天的太阳

——当前幼儿图书市场调查报告 / 91

南开大学 李杨萌

来之不易的繁荣 有待发展的市场

——对我国少儿图书出版情况的调查和思考 / 101

苏州大学 刘 旻

女性期待平等话语权

——现今编辑出版物中女性问题调查 / 109

南开大学 安 苏

关于中年人书刊阅读与购买情况的调查与分析报告 / 118

湖南师范大学 周瑛丽

老年出版物市场需求、供给、消费及相关服务的调查分析 / 126

武汉大学 岳洋 童翠龙

田雯 常晓武

中小学教辅图书状况的调查报告 / 138

北京师范大学 王冰 张爱玲

敢问路在何方

——广西南宁书城作文教辅图书的调查报告 / 150

广西师范大学 赖晓 古丽丹 刘芳

高校教材市场调查报告 / 160

武汉大学 岳志华 余珂 陈静

理工科大学本科生英语学习类图书购书调查 / 171

中国科技大学 王玉华 徐雁龙 张静

刘一枏 丁玉亮 张洁

1990—2001 年我国科普图书出版状况调研报告 / 180

北京大学 杨虎 王伟

放眼农村,纵观科普

——关于山西农村科普图书市场的调查 / 194

南开大学 张海燕 李冬梅

走近读图时代

——武汉市图文图书市场调查 / 203

武汉大学 豆兰 蒋慕霞 江玲

出版的童话

——中国成人绘本图书出版及其对大众文化影响的调查报告 / 213

清华大学 李楠

从滩头年画看中国濒绝民间艺术前景 / 224

湖南师范大学 郭云杰

路漫漫其修远兮 吾将上下而求索

——世界文学名著出版与阅读情况的调查报告 / 230

上海理工大学 付英

1991—2001 年我国类书出版情况调研报告 / 237

北京大学 周婧

古旧书业期待振兴

——关于古旧书市场现状的调查报告 / 262

南开大学 李婷

中国图书市场计算机畅销书调研与运作探析 / 270

清华大学 程飞

中文出版迈出国门,路有多远?

——对对外汉语出版调查的思考 / 277

南开大学 韩冰 贺洁星

有关“事件营销”的正反思考 / 288

苏州大学 丁姗

五组数据说明了什么

——对我国近几年版权贸易情况的调查分析 / 296

苏州大学 吴亚雯

盗版形势分析及对策研究

——关于盗版出版物的调查报告 / 305

	清华大学	李龙吉	
盗版图书何以如此猖獗			
——图书市场盗版状况调查报告			/ 314
	南开大学	王 祺	
成都图书市场盗版状况调查报告			/ 321
	四川大学	李红涛 张丹 乔同舟	
关于国内出版业品牌化和国际化的调查报告			/ 333
	清华大学	魏永琦	
中国标准书号(GB/T5795-2002)执行情况调查			/ 340
	上海理工大学	谯茂英	
关于进一步加强南京市新闻出版管理的调查报告			/ 350
	南京大学	蔡 健	
与时俱进 开拓创新 争做史学先锋			
——《史学月刊》五十二年发展历程调查			/ 361
	河南大学	李建波	
“个人生命的开花结果”			
——巴金编辑出版活动调查研究			/ 368
	河南大学	齐 浩	
在差别化竞争中发展			
——关于地方普通高校编辑出版专业发展的思考			/ 377
	广西师范大学	卢彬 李红莲 李婷婷	
编后记			/ 386

大学生眼中的校园书店

南开大学 宋 丹

大学生作为特殊的文化消费群体,有着更为稳定而强烈的阅读需求。大型书城、图书批发市场、旧书市场、校园书店、路边的打折书摊等等都成为他们“淘宝”的好去处。这其中,校园书店由于地理位置得天独厚和图书品种针对性比较强,而日益成为大学生们购书的首选之地。

大学校园内的书店一般都有四五家,经营的图书品种也各有侧重,共同构成了校园内的图书销售网络。他们本着各自的经营理念,在满足读者需求的同时,也在一定程度上影响和塑造着校园文化,从而成为校园文化的重要组成部分。那么,目前的校园书店现状究竟如何,是否真正达到了供给与需求的平衡,还存在着哪些问题?笔者怀着这样的疑问,走访了天津南开大学、天津大学、天津师范大学校园内的书店,并通过在校园书店内咨询店主、随机采访购书同学与发布网上论坛问卷相结合的调查方式,了解到大学生眼中的校园书店情况。

一、大学生对校园书店比较满意的地方

1. 图书品种针对性比较强,基本上能够满足大学生们的需求。笔者在走访的过程中了解到,校园书店进货的主要依据有三:(1)所在校本学期所开课程指定或推荐的教材、教学参考书等。(2)学生的反馈。书店的经营者可以从学生购书的情况中了解到更为准确的进货信息。(3)出版社的出书目录。主要是选择在本校图书销量比较大的出版社,从中选择与本校学科建设和校园文化相适合的图书。另一方面,作为图书消费者的大学生,毕业时面临着三种选择:就业、出国留学、考研深造。而无论选择哪种,及早地丰富自己的学识,有针对性地提高自己某方面的水平或能力都至关重要。这就决定了校园书店的图书品种是以教材教辅、学术著作、考研参考书、英语考级辅导书、计算机书籍和各种认证培训书籍等为主,能够满足大学生最为直接和必要的需求。

同时,由于书店的经营者大多和高校有着密切的联系,他们更善于从高校师生的角度去选择图书,这突出地表现为在学术著作的经营上不仅“全”而且“精”,并由此形成与校外书店相区别的竞争优势。正如在调查中大部分学生所反映的:选择校园书店,是因为在那里可以买到外面买不到的书。

2. 部分图书价格便宜,与校外书店相比打折多些。产生这种情况的主要原因是书店大量进货降低了经营成本。相对稳定的读者群及其阅读需求为书店大量采购和销售部分图书提供了保证,诸如教材教辅类图书是销量相对稳定的畅销品种,而英语考级辅导书、考研参考书、计算机等工具性图书也是大学生在学习过程中所必需购买的。至于其他类的图书,与校外的价格差不多,其中学术著作几乎不打折。

打折一直是图书促销的手段之一,而校园书店的打折活动是不分季节的,总有一些图书在降价销售。对于没有稳定经济来源的大

学生而言,没有什么比少花钱买好书更高兴的事了。学生之间也会互相推荐哪里的书又好又便宜,所以那些图书价格较低的书店自然是他们热衷的地方。

3. 图书质量有保证,盗版书很少。虽说校园书店各具特色,竞争激烈,但书籍的质量还是有保证的。一方面,大学生作为特殊的文化消费群体,对于图书的版本价值有一定认识,有时买书的目的是为了收藏。另一方面,校园盗版书的经营已由流动性很大的书摊来填补,其经营的多是盗版畅销书。大学生只有出于消遣的目的、在价格极其便宜的情况下才会掏腰包。

4. 校园书店提供的缺书登记、紧缺图书代办邮购等服务深受大学生的欢迎。专业性图书是大学生书架上不能缺少的。但也正因为是专业性的图书,所以印数比较少,有些在市面上根本就找不到。大学生由于学业紧张,也没有充裕的时间到各个书店去寻找所需图书。为解决这样的矛盾而兴起的校园书店代订图书、代办邮购业务着实解决了大学生的燃眉之急。它的方便快捷已然成为校园书店的一大亮点。

二、校园书店存在的问题

1. 图书品种不全,缺乏人文关怀。虽说大学校园内的数家书店经营品种各有侧重,但主要体现在不同专业、不同学历水平的图书供给上的差别。例如在南开大学校园内,南开书店以经营高自考教材教辅和考试资料为主;书香缘主要以经营各类学术著作和教学参考书为主,而儒林书店卖的最好的则是本科生常用的教材教辅、考研辅导书、英语考级参考书等图书。对于其他门类,如中外名著、现当代文学作品、建筑、书法、绘画、音乐、医学等则很少涉及。

大学期间正是人的求知欲望强烈、内心世界日益成熟的阶段,除了学习专业知识外,大学生们更渴望去其他的领域看看瞧瞧,在丰富自己的同时,得到一种精神上的放松和满足。这也是为什么在调查

结果中,如果要去“逛”书店,多数大学生会选择去校园外规模比较大、图书品种齐全、购书环境幽雅的大型书店的原因之一。因为在那里才有“逛”的感觉,在琳琅满目的各色图书中,悠闲地翻阅着自己喜爱的图书,那是一种怎样的惬意!与这种大型书店相比,校园书店的图书品种过于集中,实用性、功利性强,但却忽略了大学生的一部分阅读需要,丧失了一部分潜在读者。

2. 图书分类不够科学,摆放不整齐。这个问题主要体现在某些图书品种过多的书店。如:以经营考研类图书为主的天津大学“考研书店”,图书品种十分齐全,单个品种进货量比较大,但是营业面积狭窄,因而造成店内拥挤不堪。同时在图书分类上,书架上按照学科的不同写着“英语”、“计算机”、“法律”、“数学”等等,可是真正上架的图书并不是按照这样的标准分的类,而是按照出版社、作者,或者销售量多少等混合分类;另外,由于校园书店多为个人经营,为了节省开支书店也成了书库。再加上图书摆放得不整齐,过道仅容一人通过。至于如何寻到急切要找的那本书,就看你自己的眼力了。

3. 服务水平有待提高。在调查当中,大学生对于校园书店服务水平的不满主要集中在四个方面:一是校园书店工作人员的素质参差不齐,对于所售图书缺乏了解,不能为消费者提供有用的信息和建议;二是缺乏主动服务的意识。虽说校园书店多为个体经营,但由于所处地理位置优越,所进图书品种销路良好,甚至在不做任何宣传的情况下也会有不错的销售业绩,从而淡漠了主动服务的意识;三是在硬件方面,很多书店都没有方便快捷的图书检索系统,这不但浪费了购书者的时间,也给书店的管理带来了不便;四是书店的代购图书业务发展还不够完善成熟,有的时候读者需要等待将近一个月的时间才能够拿到所订图书,错过了学习的最佳时机。

4. 购书环境亟待改善。校园书店的规模不尽相同,有的十几平方米,有的五六十平方米,因此店堂的设计也各不相同。糟糕的是在一些校园书店内,除了满眼看到的图书外,我们感觉不到任何文化的存在。各种各样的书,毫无秩序地到处摆放着;书架高达屋顶,而且

被排放成一个个的“死胡同”；学生们在狭窄的过道里互相拥挤着大海捞针般地寻找着自己想要的书。在这里买书只是一个目的明确的买卖关系，几乎使人忘记了自己购买的是“知识”。

三、来自大学生的建议

对于校园书店存在的问题，大学生们根据自己学习生活中的需要，提出了许多改进的方法。其内容大致包括以下几个方面：

1. 建立图书检索系统。正如前文所说，图书检索系统方便省时，同时也便于书店对图书进行有效的管理。

2. 将图书进行科学分类，摆放整齐。这里面所说的科学分类不是指图书馆学意义上的严格分类，而是说在图书的摆放上能够按照固定的标准，方便读者选购；对把全部库存展示在外进行经营的校园书店而言，除了将各种图书整齐地码放好之外，还要保留几条购书者和工作人员的必经通道。另外，工作人员应该经常地整理图书，避免因购书者错放、乱放图书而给其他人在选书、购书上带来不便。

3. 经营二手教材。在笔者走访的十几家校园书店内，没有看到任何一本二手教材。而在对大学生的调查当中又确实发现了这种需求，他们经常利用校园网的 BBS 来买卖二手教材。原因主要是教材的工具性比较强，有些没有长期的参考价值就没有必要保存；同时，二手教材价格比较便宜，用过之后还可以再次转让。当然，二手教材在经营和管理上都比较烦琐，利润也有限。但这一方面节省了大学生的开支，强化了校园书店服务的人性化；另一方面倡导了一种新的文化消费方式，塑造和引领着校园文化。

4. 书店要提高经营水平。校园书店很少做广告宣传，他们只是在店堂的玻璃或墙壁上贴着各种手写的打折信息、新书信息等，最多贴张新书海报或在室内挂着某出版社赠送的宣传条幅。大学生认为，校园书店应该真正地走入校园，主动走入学生们的生活，而并非固守一室。各个书店可以联合起来搞宣传活动，通过举办校园书展、

有奖阅读、打折销售等活动来满足读者、培育读者。这一方面可以使书店与学生在直接沟通的基础上建立起良好的关系;另一方面,学生在活动中也将受益匪浅。

5. 店堂布置风格化、人性化。对于商家而言,留住顾客的脚步,也就留住了无限商机。“书香缘”虽说只有二十多平方米的面积,但整个店堂的设计却充溢着浓浓的学者气息。推开大门看到的是对面悬挂着的木匾,上面刻着“书香缘”三个大字,隐隐地透出淡淡的墨香;书架的高度因势而变,图书分类合理、摆放错落有致,还有专门为读者阅读准备的台阶。在这样的书店选阅图书是一种享受。可大多数的校园书店并没有意识到店堂的重要。

通过这次调查我们可以看出,校园书店与其他书店相比,虽然由于位于校内和图书品种针对性强等优势而成为大学生们购书的首选之地,但也存在着许多亟需解决的问题。只有不断地根据读者变化着的多方需求积极寻求创新的校园书店,才能得到长足发展,才能真正地适应、塑造校园文化。

指导教师:赵 航

京沪两地大学生读书、购书状况调查报告

北京印刷学院 姜思铄

第一部分 调查的基本情况

我国图书市场的竞争已日趋激烈,近年来表现得尤为突出。一方面,出版社想尽高招迎合读者需求,导致品种和数量都大大超出读者承受能力;另一方面,图书质量参差不齐,出版社盲目追求商业利润的指责声此起彼伏。无好书可读之呼声强烈,读书与出书的矛盾日益激化。

笔者从大学生这个读者群出发,选择北京和上海两地共六所大学(包括北京大学、北京师范大学、北京印刷学院、复旦大学、华东师范大学和上海大学)的学生作为调查对象,了解大学生阅读状况,陈述大学生图书市场的客观事实,以期给当今出版业些许启示。

本次调查在2004年2月9日—2月16日之间进行。发放问卷618份,回收填答有效的问卷601份,有效问卷回收率为97%,符合调查的科学性要求。

第二部分 两地大学生阅读状况调查报告

一、总体阅读频率较高,年级之间有差异

调查结果显示:选择“经常阅读”的次数是 391 次,占总次数的 65.06%;选择“偶尔阅读”的次数是 181 次,占总次数的 30.12%;选择“很少阅读”的次数是 21 次,占总次数的 3.49%;选择“几乎不读”的次数是 8 次,占总次数的 1.33%。总的来看,“很少阅读”和“几乎不读”的选择比例仅占 4.82 个百分点,大学生阅读频率总体较高。

从不同年级的情况来看(如图 1 所示):

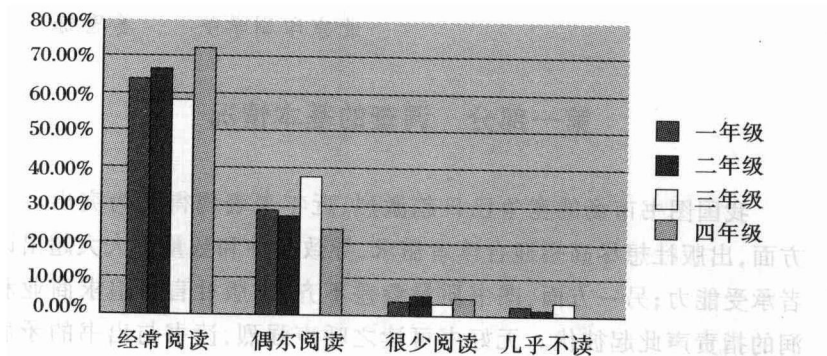


图 1 不同年级的阅读率

由图 1 可知:一年级的阅读率(包括“经常阅读”率和“偶尔阅读”率)为 94.89%,低于平均水平 95.18%;二年级为 95.20%,刚好达到平均水平;三、四年级分别为 96.15%和 96.73%,均高于平均水平。

二、没有时间和不感兴趣是制约阅读率的主要原因

在图 2 中可以看到,“没有需要”的选择比例最低;而“没有时间”和“不感兴趣”是选择比例最高的两个选项,“没有好书”次之。好书可以通过出版社的努力得以出版,这对于解决“兴趣”和“需要”问题,对于弱化“时间”少的影响,起着极为重要的作用。