

全国国民阅读调查报告

2017

中国新闻出版研究院
全国国民阅读调查课题组 著

中国书籍出版社

China's National
Reading Survey
Report



China's National
Reading Survey
Report

全国国民阅读调查报告

中国新闻出版研究院
全国国民阅读调查课题组 著

图书在版编目 (CIP) 数据

全国国民阅读调查报告. 2017/中国新闻出版研究院, 全国国民阅读调查课题组著. —北京: 中国书籍出版社, 2017. 12

ISBN 978-7-5068-6887-7

I. ①全… II. ①全… III. ①出版物—市场—抽样调查统计—调查报告—中国—2017
IV. ①G239. 21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 113175 号

全国国民阅读调查报告. 2017

中国新闻出版研究院

全国国民阅读调查课题组

著

责任编辑 庞 元

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 敬人工作室

封面制作 钟书堂

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp. com. cn

经 销 全国新华书店

印 刷 廊坊市浩瀛印刷有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 21.5

字 数 288 千字

版 次 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-6887-7

定 价 298.00 元

版权所有 翻印必究

全国国民阅读调查课题组

课题组组长：魏玉山

课题组副组长：徐升国

课题组成员：拜庆平 田 菲 高 洁 赵文飞 谷 征

王淑君 高 亮 赵 敏

《全国国民阅读调查报告（2017）》

出版说明

阅读与民族精神的振兴、人类文明的延续紧密关联。国民阅读能力和阅读水平在很大程度上决定一个民族的基本素质、创造能力和发展潜力。近年来，党和国家大力倡导并采取多项措施推动全民阅读。习近平等中央领导同志都曾在不同场合强调读书学习的重要性，“全民阅读”连续四年被写入政府工作报告，全社会的读书学习之风日渐浓厚。因此，通过对国民的阅读状况进行抽样调查和数据分析，对在全社会范围更加有效地开展阅读活动，建设书香社会，推动社会发展，有着积极的作用。

由中国新闻出版研究院组织实施的全国国民阅读调查项目，到目前为止已经持续开展了十四次。经过多年的发展完善，其方法更加科学，成果愈益丰富，受到社会各界的广泛重视，是了解我国国民阅读状况的权威渠道。

第十四次全国国民阅读调查从多方面展现了2016年我国国民阅读的现状。本次调查基本沿袭了上一年度的调查模式，对调查对象、调查范围等未做太大的调整或变化，在调查内容方面，新增加了对国民听书状况的考察。

首先，第十四次全国国民阅读调查的调查对象依然是0—8周岁、9—13周岁、14—17周岁和18周岁及以上成年人四类群体。在有效样本中，18周岁以下未成年人样本为5448个，占24.3%；农村样本为5324个，农村样本比例为23.8%。

其次，在调查内容方面，本次调查沿用第十三次调查的问卷内容，围绕国民图书阅读与购买状况、报刊阅读与购买状况、音像制品阅读与购买状况、数字阅读与购买状况、个人阅读评价、版权认知度与盗版购买状况、公共阅读文化设施的认知与使用状况等方面的内容展开调查。本次调查新增加了对国民听书方式、听书内容、听书频率与花费等方面的考察。

第三，在调查范围方面，第十四次全国国民阅读调查共执行样本城市 52 个，覆盖了我国 29 个省（自治区）、直辖市，增加了对海南省的样本采集。本次调查从 2016 年 9 月开始全面启动，共采集有效样本 22415 个，数据经过加权后，可推及全国 12.94 亿居民。

最后，在课题质量方面，从 1999 年首次调查开始，我们通过科学的调查方案、规范化的操作流程、国际通行的赋值加权计算的方法，保证了调查结果的独立性、真实性、科学性。在具体执行环节，我们对执行公司的抽样、访问方法及质量控制方面也进行了缜密的设计和严格的控制。此外，中国新闻出版研究院对本次阅读调查非常重视，整合院内外力量组成《全国国民阅读调查报告（2017）》课题组，组长由中国新闻出版研究院院长魏玉山担任，中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国任副组长，课题组成员有拜庆平（中国新闻出版研究院应用理论研究室）、田菲（中国新闻出版研究院应用理论研究室）、谷征（北京印刷学院新闻出版学院、传播学博士）等其他相关研究人员。

在我国，全民阅读开始被纳入到国家文化战略层面，由之前的国家倡导为主，逐渐向推动全民阅读基础设施建设过渡。阅读活动开始成为各级党委和政府开展多种公共文化服务、增强地方人文精神和文化凝聚力的重要平台。每年全国国民阅读调查项目对外公布的调查数据为各省、各地区全面了解当地全民阅读开展情况以及下一步的全民阅读工作部署提供了极具价值的参考，可以说是反映全民阅读活动开展效果的晴雨表。越来越多的各级党委和政府期望通过阅读调查数据找到有效提高全民阅读成效的科学方法，努力满足人民群众多层次、多方面的阅读需求，提升国民阅读力，促进国家文化软实力与创新能力的可持续发展。

中国新闻出版研究院
全国国民阅读调查课题组
2018 年 2 月

导 言

一、主要发现/ 002

- 1.1 各媒介阅读率/ 002
- 1.2 各类出版物阅读量/ 002
- 1.3 各媒介接触时长/ 003
- 1.4 上网率与上网从事的主要活动/ 003
- 1.5 各类出版物价格承受能力与花费/ 004
- 1.6 成年国民倾向的阅读方式/ 005
- 1.7 个人阅读量与阅读内容自我评价/ 005
- 1.8 成年国民对身边阅读活动的期望/ 006
- 1.9 0—17 周岁未成年人图书阅读率与
阅读量/ 006
- 1.10 亲子共读行为/ 007

二、抽样设计/ 007

- 2.1 调查目的/ 007
- 2.2 执行城市/ 008
 - 2.2.1 自代表城市/ 008
 - 2.2.2 非自代表城市/ 008
 - 2.2.3 样本量/ 009
- 2.3 抽样原则/ 010
- 2.4 二级抽样单元的选取/ 011

- 2.5 城镇样本的选取/ 011
- 2.6 农村样本的选取/ 012
- 2.7 统计推断/ 012

三、最终样本结构/ 014

第一篇 18 周岁及以上成年国民部分

第一章 成年国民媒介接触及消费状况

- 1.1 媒介接触状况/ 020
 - 1.1.1 媒介接触率/ 020
 - 1.1.2 媒介接触时长及变化/ 023
 - 1.1.3 媒介接触种类/ 025
- 1.2 阅读载体的使用场所/ 027
- 1.3 媒介消费状况/ 028
 - 1.3.1 2016 年我国出版业基本情况/ 028
 - 1.3.2 自费消费出版物情况/ 032

第二章 成年国民图书阅读状况与购买倾向

- 2.1 图书阅读状况及变化/ 043
 - 2.1.1 阅读重要性认知/ 043
 - 2.1.2 综合阅读率/ 046
 - 2.1.3 图书阅读率/ 047
 - 2.1.4 图书阅读量/ 049
 - 2.1.5 图书阅读来源/ 052
 - 2.1.6 家庭藏书量/ 053



- 2.2 读书目的及不读书原因/ 056
 - 2.2.1 读书目的认知/ 056
 - 2.2.2 不读书的原因/ 057
- 2.3 购书状况及变化/ 059
 - 2.3.1 购书频率/ 059
 - 2.3.2 购书者的购书目的/ 060
 - 2.3.3 购书渠道与渠道选择的原因/ 061
 - 2.3.4 图书信息的获取途径/ 063
 - 2.3.5 购书影响因素/ 064
 - 2.3.6 购书制约因素/ 065
 - 2.3.7 购书距离/ 066
 - 2.3.8 图书价格的评价/ 067
 - 2.3.9 图书价格承受能力/ 067
 - 2.3.10 书店的市场渗透率/ 069
- 2.4 分类图书市场/ 070
- 2.5 成年国民最喜爱的作者/ 073
- 2.6 成年国民最喜爱的图书/ 073
- 2.7 成年国民最喜爱的出版社/ 074

第三章 成年国民报刊阅读状况与购买倾向

- 3.1 报纸阅读状况/ 075
 - 3.1.1 报纸阅读率/ 075
 - 3.1.2 报纸阅读量/ 077
- 3.2 期刊阅读与消费状况/ 079
 - 3.2.1 期刊阅读状况/ 079
 - 3.2.2 期刊购买状况/ 088

3.2.3 成年国民最喜爱的期刊/ 091

第四章 成年国民动漫接触情况

4.1 动漫产品接触率/ 092

4.2 动漫题材偏好/ 094

第五章 成年国民数字出版物阅读与购买倾向

5.1 数字出版物阅读状况/ 095

5.1.1 数字化阅读方式接触率/ 095

5.1.2 数字化阅读方式选择原因与制约因素/ 096

5.1.3 阅读倾向/ 097

5.2 电子书报刊阅读状况/ 098

5.2.1 电子书报刊阅读率/ 098

5.2.2 电子书价格承受能力/ 099

5.2.3 电子书刊对传统纸质书刊销售的影响/ 099

5.3 手机阅读行为/ 100

5.3.1 手机阅读接触率/ 100

5.3.2 手机阅读时长/ 101

5.3.3 手机阅读花费/ 102

5.3.4 手机阅读价格承受能力/ 103

5.3.5 通过手机进行的活动/ 104

5.3.6 手机小说阅读情况/ 105

5.3.7 通过手机微信进行的活动/ 105

5.3.8 手机阅读优缺点/ 106

5.4 电子阅读器阅读/ 107

5.4.1 电子阅读器阅读接触率与电子阅读器拥有率/ 107



- 5.4.2 电子阅读器的功能使用/ 108
- 5.4.3 电子阅读器阅读花费/ 109
- 5.5 上网行为与网络阅读/ 110
 - 5.5.1 上网率与上网设备/ 110
 - 5.5.2 上网频率/ 111
 - 5.5.3 上网从事的活动/ 112
 - 5.5.4 网上阅读行为/ 113
 - 5.5.5 网络在线阅读花费/ 113
 - 5.5.6 网上购买的出版物类型/ 114
 - 5.5.7 成年网民选择互联网购买出版物的原因和制约因素/ 115
- 5.6 成年网民最喜爱的阅读网站或读书频道/ 117

第六章 成年国民版权认知状况

- 6.1 版权认知度/ 118
- 6.2 盗版出版物市场现状/ 119
 - 6.2.1 盗版出版物市场占有状况/ 119
 - 6.2.2 盗版出版物消费状况/ 120

第七章 公共阅读服务设施状况

- 7.1 城镇公共阅读服务设施/ 122
 - 7.1.1 城镇居民公共阅读服务设施知晓率/ 122
 - 7.1.2 城镇居民对公共阅读服务设施的使用率/ 122
 - 7.1.3 城镇居民对公共阅读服务设施的满意度/ 124
- 7.2 农村公共阅读服务设施——农家书屋/ 124
 - 7.2.1 农家书屋认知度与使用率/ 124
 - 7.2.2 农家书屋满意度/ 125

7.2.3 农家书屋内容提供情况/ 125

7.3 公共阅读服务设施存在的不足/ 127

第八章 成年国民个人阅读情况评价与阅读活动参与状况

8.1 个人阅读情况评价/ 129

8.1.1 个人阅读量评价/ 129

8.1.2 个人阅读量变化情况/ 130

8.1.3 个人阅读满意度评价/ 130

8.1.4 阅读量与阅读满意度的关系/ 131

8.2 读书活动参与状况/ 132

8.2.1 读书活动/读书节开展情况/ 132

8.2.2 读书活动诉求情况/ 132

8.2.3 读书活动参与状况/ 133

8.2.4 参与读书活动的原因/ 134

第二篇 14—17 周岁青少年部分

第一章 14—17 周岁青少年媒介接触情况

1.1 青少年媒介接触率/ 138

1.2 青少年媒介接触时长/ 139

1.3 青少年自费消费出版物情况/ 140

1.4 青少年阅读载体的使用场所/ 141

第二章 14—17 周岁青少年图书阅读与购买状况

2.1 青少年图书阅读状况/ 143

2.1.1	阅读重要性认知/	143
2.1.2	图书阅读率和阅读量/	144
2.1.3	阅读来源/	145
2.1.4	图书拥有量/	146
2.1.5	青少年读书遇到困难时的求助对象/	148
2.2	青少年读书目的及不读书原因/	148
2.2.1	阅读课外书的目的/	148
2.2.2	不读课外书的原因/	149
2.3	青少年购书状况/	150
2.3.1	获取图书信息的主要渠道/	150
2.3.2	购书频率/	151
2.3.3	购书渠道/	152
2.3.4	影响购书的因素/	153
2.3.5	购书制约因素/	154
2.3.6	购书距离/	155
2.3.7	图书价格评价/	156
2.3.8	图书价格承受能力/	156
2.3.9	书店市场渗透率/	157
2.4	分类图书市场状况/	158
2.4.1	喜欢阅读的图书类型/	158
2.4.2	各类型图书购买情况/	159
2.4.3	各类型图书空缺情况/	160
2.4.4	各类型图书预购情况/	161
2.5	青少年最喜爱的图书/	162
2.6	青少年最喜爱的作者/	163
2.7	青少年最喜爱的出版社/	164



第三章 14—17 周岁青少年报刊阅读状况

3.1 青少年报纸阅读状况/ 165

3.1.1 报纸阅读率/ 165

3.1.2 报纸阅读量/ 165

3.2 青少年期刊阅读状况/ 166

3.2.1 期刊阅读率/ 166

3.2.2 期刊阅读量/ 166

3.2.3 制约青少年阅读期刊的原因/ 167

3.2.4 期刊阅读来源/ 168

3.2.5 期刊阅读偏好/ 168

3.2.6 期刊价格承受能力/ 169

3.3 青少年最喜爱的期刊/ 170

第四章 14—17 周岁青少年数字出版产品阅读与购买状况

4.1 青少年数字化阅读状况/ 172

4.1.1 数字化阅读方式接触情况/ 172

4.1.2 选择数字阅读的主要原因与制约因素/ 172

4.1.3 阅读倾向/ 174

4.2 青少年电子书报刊阅读状况/ 175

4.2.1 电子书报刊阅读率/ 175

4.2.2 电子书价格承受能力/ 175

4.2.3 电子书对纸质图书销售的影响/ 176

4.3 青少年手机阅读状况/ 177

4.3.1 手机阅读接触率/ 177

4.3.2 通过手机进行的活动/ 178

4.3.3 手机阅读时长/ 179



- 4.3.4 手机阅读花费/ 180
- 4.3.5 手机读物价格承受能力/ 181
- 4.3.6 手机阅读优缺点/ 182
- 4.3.7 电子书阅读类型/ 183
- 4.3.8 通过手机微信进行过的活动/ 185
- 4.4 青少年电子阅读器阅读消费行为分析/ 186
 - 4.4.1 电子阅读器阅读接触率/ 186
 - 4.4.2 电子阅读器的功能使用/ 186
 - 4.4.3 电子阅读器阅读花费/ 187
- 4.5 青少年互联网接触状况/ 188
 - 4.5.1 上网率与上网设备/ 188
 - 4.5.2 上网频率/ 188
 - 4.5.3 上网从事的活动/ 189
 - 4.5.4 网上阅读行为/ 190
 - 4.4.5 网络在线阅读时长/ 190
 - 4.5.6 网络在线阅读花费/ 192
 - 4.5.7 网上购买出版物情况/ 192
- 4.6 青少年网民最喜爱的阅读网站或读书频道/ 195

第五章 14—17 周岁青少年动漫游戏接触状况

- 5.1 青少年喜爱的动漫形式/ 196
- 5.2 青少年喜爱的动漫题材/ 197

第六章 14—17 周岁青少年版权认知状况

- 6.1 青少年版权认知度/ 198
- 6.2 盗版出版物购买状况/ 198

- 6.2.1 盗版出版物购买率/ 198
- 6.2.2 购买盗版出版物的类型/ 199
- 6.2.3 购买盗版出版物的驱动因素/ 200

第七章 14—17 周岁青少年个人阅读评价与阅读活动参与状况

- 7.1 青少年个人阅读状况评价/ 202
 - 7.1.1 对个人阅读量的评价/ 202
 - 7.1.2 对个人阅读满意度的评价/ 203
 - 7.1.3 对自己读书影响最大的人/ 203
- 7.2 青少年阅读活动参与状况/ 204
 - 7.2.1 读书活动/读书节知晓情况/ 204
 - 7.2.2 读书活动/读书节诉求情况/ 205
 - 7.2.3 读书活动参与类型/ 206
 - 7.2.4 参与读书活动的原因/ 206
 - 7.2.5 制约青少年参与阅读活动的因素/ 207
 - 7.2.6 老师对青少年阅读课外书的态度/ 208
- 7.3 青少年校园图书馆使用情况/ 209
 - 7.3.1 校园图书馆普及情况/ 209
 - 7.3.2 校园图书馆使用率与满意度/ 209

第三篇 9—13 周岁少年儿童部分

第一章 9—13 周岁少年儿童图书阅读与购买状况

- 1.1 少年儿童阅读状况/ 214
 - 1.1.1 图书阅读率与图书阅读量/ 214



- 1.1.2 对阅读的喜爱程度/ 215
- 1.1.3 喜爱的课外书类型/ 217
- 1.1.4 阅读来源/ 218
- 1.1.5 阅读时长/ 220
- 1.1.6 阅读地点/ 221
- 1.1.7 图书拥有量/ 221
- 1.1.8 拥有第一本书的年龄/ 222
- 1.1.9 老师/家长对少年儿童阅读课外书的态度/ 223
- 1.1.10 制约少年儿童阅读的因素/ 225
- 1.2 少年儿童购书状况/ 227
 - 1.2.1 少儿图书购买量/ 227
 - 1.2.2 少儿图书购买金额/ 227
 - 1.2.3 家长对少儿图书的购买力/ 228
 - 1.2.4 家长为孩子购书的类型/ 230
 - 1.2.5 家长对少儿图书种类和质量的评价/ 230
 - 1.2.6 购书渠道/ 231
 - 1.2.7 影响家长购书渠道选择的因素/ 232
 - 1.2.8 购书距离/ 233
 - 1.2.9 影响家长为孩子购书的主要因素/ 234
 - 1.2.10 家长为孩子购书的不便之处/ 235
 - 1.2.11 家长为孩子选择图书的倾向/ 236
- 1.3 少年儿童与家长互动阅读情况/ 237
 - 1.3.1 家长陪孩子读书情况/ 237
 - 1.3.2 家长带孩子逛书店的频率/ 237
- 1.4 少年儿童最喜爱的图书/ 238
- 1.5 少年儿童最喜爱的作者/ 239
- 1.6 少年儿童最喜爱的出版社/ 239