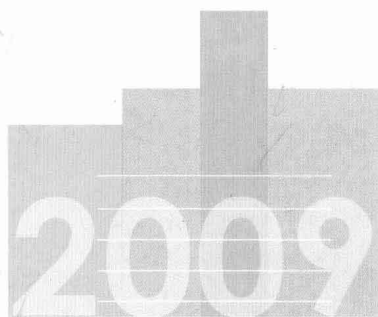


全国国民阅读调查报告 2009

中国新闻出版研究院
全国国民阅读调查课题组

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

图书在版编目 (CIP) 数据

全国国民阅读调查报告. 2009/中国新闻出版研究院, 全国国民阅读
调查课题组编著. —北京: 中国书籍出版社, 2011. 4

ISBN 978-7-5068-2425-5

I. ①全… II. ①中…②全… III. ①出版物—市场—调查报告—
中国—2009 IV. ①G239.21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 056722 号

责任编辑 / 拜庆平 刘川民 连凌云

责任印制 / 拜庆平

封面设计 / 敬人设计工作室

装帧设计 / 楠竹文化公司

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: 010-52257142 (总编室) 010-52257154 (发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京华正印刷有限公司

开 本 / 185mm×260mm 1/16

印 张 /

字 数 / 240 千字

版 次 / 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

定 价 / 198.00 元

版权所有 翻印必究

在社会各界的殷殷期盼中,《全国国民阅读调查2009》出版了。本报告反映的是2008年全年我国国民对各媒介的阅读与购买倾向,即第六次全国国民阅读调查的研究结论。本次调查工作从2008年10月开始全面启动抽样工作,2008年11月至2009年2月开展问卷入户执行访问,2009年3—4月开展数据处理和初步成果发布。

本次调查为,在保持该项目连续性的基础上,对调查执行方案、调查内容和调查样本方面均进行了较大改进。

首先,将被调查对象从前五次调查的18—70周岁成年人扩大到0—70周岁人群。在充分保证对18—70周岁成年人群的抽样调查基础上,为了符合不同调查对象的特征,设计了三套未成年人调查问卷,分别为0—8周岁儿童问卷、9—13周岁少年儿童问卷和14—17周岁青少年问卷,用以分年龄段执行未成年人群的调查。

其次,在调查内容方面,除对18周岁以下人群问卷进行全新的设计外,还增加了我国国民对于身边开展阅读活动的调查问项,增加了国民对个人阅读数量和阅读满意度的评价等。

再次,在调查范围方面,本次调查执行样本城市为56个,基本覆盖了我国29个省、市、自治区和直



辖市。调查的有效样本量增加到 25500 个,其中 18 周岁以下未成年人样本为 6066 个,占 23.79%。农村样本比例仍为 25%。经过加权,可推及全国 0—70 周岁人口 11.88 亿人。

为保证调查的科学性、严谨性,本次调查入户执行工作由北京零点调查公司、北京美兰德信息公司、新生代市场监测机构、北京希普思文化咨询有限公司四家专业调查机构分别执行。中国新闻出版研究院“全国国民阅读调查”课题组还聘请了专业项目咨询公司博易智讯(北京)信息技术有限公司作为顾问机构提供技术支持,调查结果由北京易通易佳数据录入中心进行数据录入,最终数据分析报告由课题组研究人员采用 SPSS 专业统计分析软件进行处理完成。

由于本次调查样本按被访者年龄分成 0—8 周岁、9—13 周岁、14—17 周岁和 18—70 周岁四类,而前五次调查只访问了 18—70 周岁的成年人,为了与往年数据保持口径可比性,我们在分析中,将四个年龄段群体的阅读状况分别进行了分析研究,获得了四个年龄段群体的调查报告集于此书。

近年来,在中宣部、新闻出版总署等有关部门的合力倡导下,全民阅读正在成为一项基本的国家公共文化政策,活动效果日益显现。从国家战略层面倡导全民阅读的呼声越来越高,各省、各地区的全民阅读活动丰富开展,与此同时,“全国国民阅读调查”项目的社会影响力也在日益提高,每年一次的调查项目也正在逐步成为反映我国全民阅读活动开展效果的晴雨表。第六次“全国国民阅读调查”成果在 2009 年世界读书日期间发布后,全国各大主流媒体相继推出精心策划的系列文章,连续对第六次“全国国民阅读调查”的初步成果进行报道。报纸、期刊、通讯社、网络、电视,各种新闻媒体合力聚焦;消息、通讯、专访、评论、图解,多种报道形式一齐运用。

各类新闻媒体的密集报道,也使得一些学者不约而同地将目光

聚焦到对国民阅读的深度思考和评析。例如，有媒体发表评论剖析80后作家入围“读者最喜欢的十名作家”之列是否真正挤掉经典作品的作家。另外，还有一些以网上专题论坛方式，多方解读国民阅读率以及通过援引调查数据结论，就网络阅读、“浅阅读”、“碎读”、“书香社会”等话题展开讨论。这些报道和关注既是对我们中国新闻出版研究院主持开展的“全国国民阅读调查”工作的肯定和鼓励，又是对社会各界全面开展全民阅读工程的大力推动。

关注阅读、监测阅读指标、把脉阅读发展趋势是我们出版科研机构义不容辞的职责。我们将继续不遗余力地将这项调研工程开展下去，用严谨的研究科学地指导和促进全民阅读推广工作。

让我们共同关注全民阅读，共同倡导全民阅读，共同推动全民阅读早日实现！

中国新闻出版研究院院长 郝振省

2011年4月



导 言

一、主要发现——18—70 周岁成年人部分 / 001

- 1.1 成年人媒介接触状况 / 001
- 1.2 成年人媒介使用目的 / 002
- 1.3 成年人自费消费出版物状况 / 003
- 1.4 成年人读书状况 / 003
- 1.5 成年人购书状况 / 004
- 1.6 分类图书市场状况 / 005
- 1.7 成年人报刊阅读与购买倾向 / 006
- 1.8 音像电子出版物消费市场 / 007
- 1.9 动漫与游戏消费市场 / 007
- 1.10 数字出版物阅读与购买倾向 / 008
- 1.11 成年人版权认知状况 / 010
- 1.12 城乡公共文化设施 / 010
- 1.13 成年人阅读活动参与状况 / 011

二、主要发现——未成年人部分 / 011

- 2.1 图书阅读 / 011
- 2.2 儿童早期阅读 / 011
- 2.3 课外阅读 / 012
- 2.4 报刊阅读 / 012
- 2.5 动漫接触情况 / 012



三、抽样设计 / 013

- 3.1 调查目的 / 013
- 3.2 调查总体 / 013
- 3.3 抽样框 / 014
- 3.4 样本量 / 015
- 3.5 抽样方法 / 015
- 3.6 一级抽样单元的选取 / 016
 - 3.6.1 16个自代表城市 / 016
 - 3.6.2 40个非自代表城市 / 016
- 3.7 二级抽样单元的选取 / 018
- 3.8 其他抽样单元的选取 / 018
 - 3.8.1 城镇样本 / 018
 - 3.8.2 农村样本 / 019
- 3.9 城镇/农村样本配额 / 019
- 3.10 最终设计样本分布情况 / 020
- 3.11 统计推断 / 022

四、最终样本结构 / 024

第一部分

18—70 周岁成年人阅读与购买倾向调查报告

第一章 成年人媒介接触及消费状况

- 1.1 成年人媒介接触状况 / 027
 - 1.1.1 媒介接触率 / 027
 - 1.1.2 媒介接触时长及变化 / 031
 - 1.1.3 媒介接触种类 / 033
- 1.2 成年人媒介使用目的 / 035

1.3 成年人使用各种阅读载体的场所 / 038

1.4 成年人媒介消费状况 / 039

1.4.1 2008 年我国出版业基本情况 / 039

1.4.2 成年人自费消费出版物情况 / 043

第二章 成年人图书阅读状况与购买倾向

2.1 成年人阅读状况及变化 / 051

2.1.1 阅读重要性认知 / 051

2.1.2 图书阅读率 / 052

2.1.3 图书阅读量 / 054

2.1.4 图书的来源 / 057

2.1.5 家庭藏书量 / 059

2.2 成年人读书目的及不读书的原因 / 060

2.2.1 读书的目的 / 060

2.2.2 影响读书的因素 / 062

2.3 成年人购书状况及变化 / 065

2.3.1 购买图书的频率 / 065

2.3.2 购书者的购书目的 / 066

2.3.3 购书者的购书渠道与选择相关渠道的原因 / 066

2.3.4 影响图书购买的因素 / 068

2.3.5 图书信息的获取途径 / 069

2.3.6 我国图书销售网点的覆盖密度 / 069

2.3.7 购买图书的制约因素 / 070

2.3.8 对图书价格的评价 / 071

2.3.9 图书价格承受力 / 072

2.3.10 读者最喜爱的书店 / 074

2.3.11 国内书店的知名度、市场渗透率 / 074





2.4 我国分类图书市场 / 076

2.4.1 各分类图书市场消费状况及市场预期 / 076

2.4.2 文学类图书市场消费状况及市场预期 / 079

2.4.3 生活类图书市场消费状况及市场预期 / 082

2.4.4 经济类图书市场消费状况及市场预期 / 083

2.4.5 外语类图书市场及国民消费情况 / 086

2.4.6 科技类图书市场及国民消费情况 / 087

2.5 读者最喜爱的图书 / 089

2.6 读者最喜爱的图书作者 / 089

2.7 读者最喜爱的出版社 / 090

2.7.1 国内出版社的知名度和市场渗透率排名 / 091

第三章 成年人报刊阅读与购买倾向

3.1 成年人报纸阅读状况 / 094

3.1.1 报纸阅读率 / 094

3.1.2 报纸阅读量 / 096

3.2 成年人期刊阅读及消费状况 / 098

3.2.1 期刊阅读状况 / 098

3.2.2 期刊读者的期刊购买状况 / 104

3.2.3 期刊读者对期刊广告的态度 / 107

3.2.4 读者喜爱的期刊 / 108

第四章 成年人音像电子出版物阅读与购买倾向

4.1 成年人音像电子出版物购买情况 / 112

4.2 成年人对音像电子出版物价格的评价 / 113

4.3 成年人音像电子出版物价格承受力 / 114

第五章 成年人动漫与游戏消费状况

- 5.1 我国动漫产品消费市场 / 115
 - 5.1.1 各类动漫作品的接触率 / 115
 - 5.1.2 受众对不同动漫题材的偏好 / 117
- 5.2 我国单机游戏消费市场 / 117
 - 5.2.1 受众对单机游戏的题材偏好 / 117
 - 5.2.2 单机游戏的黏度 / 118
 - 5.2.3 单机游戏的消费状况 / 119
- 5.3 我国网络游戏消费市场 / 122
 - 5.3.1 玩家对网络游戏的题材偏好 / 122
 - 5.3.2 网络游戏的黏度 / 122
 - 5.3.3 网络游戏的消费状况 / 124

第六章 成年人数字出版产品的阅读与购买倾向

- 6.1 成年人数字出版物阅读的整体情况 / 126
 - 6.1.1 数字出版物阅读率 / 126
 - 6.1.2 数字出版物阅读的花费 / 127
- 6.2 电子书刊阅读状况 / 127
 - 6.2.1 电子书刊阅读偏好 / 127
 - 6.2.2 对电子图书的价格承受力 / 128
 - 6.2.3 接触过数字出版物的读者选择数字阅读的原因 / 129
 - 6.2.4 电子图书对传统书籍销售的影响 / 129
- 6.3 手机阅读状况 / 130
- 6.4 上网情况以及网络阅读与购买状况 / 131
 - 6.4.1 上网频率 / 131
 - 6.4.2 网上从事的活动 / 131





6.4.3 网上从事的与阅读相关的活动 / 132

6.4.4 从事网上阅读相关活动的频率 / 133

6.4.5 通过互联网购买的出版物类型 / 133

6.4.6 通过互联网购买出版物的原因和制约因素 / 134

6.5 读者最喜爱的阅读网站及阅读网站的市场表现 / 135

6.5.1 读者最喜爱的阅读网站排名 / 135

6.5.2 阅读网站的知名度与市场表现 / 136

第七章 成年人的版权认知状况

7.1 成年人的版权认知度 / 138

7.2 盗版出版物市场现状 / 138

7.2.1 盗版出版物的市场占有状况 / 138

7.2.2 盗版出版物的消费状况 / 138

7.3 成年人对盗版消费现象的认识 / 141

第八章 我国公共文化设施状况

8.1 城镇地区公共文化设施 / 143

8.1.1 城镇居民公共文化设施知晓率 / 143

8.1.2 城镇居民对公共文化设施的使用率 / 143

8.1.3 城镇居民对公共文化设施的满意度 / 144

8.2 农村地区公共文化设施——农家书屋 / 145

8.2.1 农村居民对农家书屋的使用率 / 145

8.2.2 农村居民对农家书屋的满意度 / 147

8.2.3 农家书屋在内容提供方面的表现 / 148

8.3 我国公共文化设施存在的不足 / 149

第九章 成年人阅读活动状况

- 9.1 成年人对个人阅读情况的评价 / 151
 - 9.1.1 个人阅读量评价 / 151
 - 9.1.2 个人阅读满意度评价 / 152
 - 9.1.3 阅读量与阅读满意度的关系 / 152
- 9.2 我国国民参与读书活动的情况 / 153
 - 9.2.1 我国读书活动/读书节的开展情况 / 153
 - 9.2.2 读书活动的参与状况 / 155
 - 9.2.3 参与读书活动的原因 / 157

第二部分

14—17 周岁青少年阅读与购买倾向调查报告

第一章 14—17 周岁青少年媒介接触情况

- 1.1 14—17 周岁青少年媒介接触情况 / 162
 - 1.1.1 媒体接触率 / 162
 - 1.1.2 媒介接触时长 / 163
- 1.2 14—17 周岁青少年媒介使用目的 / 164
- 1.3 14—17 周岁青少年 2008 年自费消费出版物情况 / 165
- 1.4 14—17 周岁青少年各类阅读载体的使用场合 / 167

第二章 14—17 周岁青少年图书阅读与购买倾向

- 2.1 14—17 周岁青少年图书阅读状况 / 169
 - 2.1.1 阅读重要性认知 / 169
 - 2.1.2 图书阅读率和阅读量 / 170
 - 2.1.3 不读书的原因 / 170





- 2.1.4 阅读来源 / 171
- 2.1.5 阅读课外书的目的 / 173
- 2.1.6 家庭藏书量 / 173
- 2.1.7 青少年阅读困难的解决途径 / 174
- 2.1.8 最喜欢的十大作者 / 176
- 2.1.9 最喜欢的十本书 / 176
- 2.2 14—17 周岁青少年购书状况 / 177
 - 2.2.1 购书频次 / 177
 - 2.2.2 图书购买渠道 / 178
 - 2.2.3 购书影响因素分析 / 179
 - 2.2.4 获取图书信息的主要渠道 / 180
 - 2.2.5 购书的不便之处 / 181
 - 2.2.6 购书点分布密度 / 181
 - 2.2.7 图书价格评价 / 182
 - 2.2.8 图书价格承受力 / 183
- 2.3 14—17 周岁青少年分类图书市场状况 / 183
 - 2.3.1 分类图书市场整体概况 / 183
 - 2.3.2 文学类图书市场状况 / 187
 - 2.3.3 外语类图书市场状况 / 189

第三章 14—17 周岁青少年报刊阅读与购买状况

- 3.1 14—17 周岁青少年报纸阅读状况 / 191
 - 3.1.1 报纸阅读率 / 191
 - 3.1.2 报纸阅读量 / 192
- 3.2 14—17 周岁青少年期刊阅读状况 / 192
 - 3.2.1 期刊阅读率 / 192
 - 3.2.2 期刊阅读量 / 193

- 3.2.3 制约青少年阅读期刊的原因 / 194
- 3.2.4 期刊阅读来源 / 194
- 3.2.5 期刊阅读偏好 / 195
- 3.2.6 期刊价格承受力 / 196
- 3.3 14—17 周岁青少年期刊市场状况 / 197
 - 3.3.1 期刊知名度 / 197
 - 3.3.2 期刊市场渗透率 / 198

第四章 14—17 周岁青少年数字出版物 阅读与购买状况

- 4.1 14—17 周岁青少年数字出版物阅读现状 / 200
 - 4.1.1 数字出版物的阅读率 / 200
 - 4.1.2 选择数字阅读的主要原因 / 201
 - 4.1.3 数字出版物阅读花费 / 201
- 4.2 14—17 周岁青少年电子书刊阅读状况 / 202
 - 4.2.1 电子书刊阅读偏好 / 202
 - 4.2.2 电子书刊价格承受力 / 203
 - 4.2.3 电子书对传统纸质图书销售的影响 / 203
- 4.3 14—17 周岁青少年手机阅读消费行为分析 / 203
- 4.4 14—17 周岁青少年互联网接触状况 / 204
 - 4.4.1 上网率 / 204
 - 4.4.2 上网频次 / 205
 - 4.4.3 上网从事的主要活动 / 205
 - 4.4.4 网上阅读行为 / 206
 - 4.4.5 网上购买出版物行为分析 / 207
- 4.5 14—17 周岁青少年阅读网站市场格局 / 210
 - 4.5.1 阅读网站知名度分析 / 210



- 4.5.2 阅读网站美誉度 / 210
- 4.5.3 阅读网站市场渗透率 / 211

第五章 14—17 周岁青少年音像电子出版物购买状况

- 5.1 音像电子出版物的购买渠道 / 213
- 5.2 音像电子出版物价格承受力 / 214
- 5.3 音像电子出版物价格评价 / 214

第六章 14—17 周岁青少年动漫游戏接触状况

- 6.1 14—17 周岁青少年动漫接触情况 / 216
 - 6.1.1 喜爱的动漫形式 / 216
 - 6.1.2 喜爱的动漫题材 / 217
 - 6.1.3 动漫产品竞争格局 / 217
- 6.2 14—17 周岁青少年电子游戏接触情况 / 218
 - 6.2.1 喜爱的电子游戏题材 / 218
 - 6.2.2 电子游戏日均接触时长 / 219
 - 6.2.3 在电子游戏上的花费 / 219

第七章 14—17 周岁青少年版权认知状况

- 7.1 14—17 周岁青少年版权认知度 / 221
- 7.2 14—17 周岁青少年盗版出版物购买状况 / 222
 - 7.2.1 盗版出版物购买率 / 222
 - 7.2.2 购买盗版出版物的类型 / 223
 - 7.2.3 购买盗版出版物的驱动因素 / 224
- 7.3 14—17 周岁青少年对盗版消费现象的评价 / 225



第八章 14—17 周岁青少年阅读活动参与度评价

- 8.1 14—17 周岁青少年对个人阅读状况的评价 / 226
 - 8.1.1 对个人阅读量的评价 / 226
 - 8.1.2 对个人阅读情况的满意度评价 / 227
- 8.2 14—17 周岁青少年读书活动/读书节知晓情况 / 228
 - 8.2.1 读书活动/读书节知晓率 / 228
 - 8.2.2 读书活动/读书节的认知 / 229
 - 8.2.3 读书活动的参与类型 / 229
 - 8.2.4 参与读书活动的原因 / 231
 - 8.2.5 制约青少年参与读书活动的原因 / 231
- 8.3 14—17 周岁青少年校园图书馆使用情况 / 232
 - 8.3.1 校园图书馆普及情况 / 232
 - 8.3.2 校园图书馆使用率与满意度 / 233

第三部分

9—13 周岁少年儿童阅读与购买倾向调查报告

第一章 9—13 周岁少年儿童图书阅读与购买状况

- 1.1 9—13 周岁少年儿童阅读现状分析 / 238
 - 1.1.1 对阅读的喜爱程度 / 238
 - 1.1.2 阅读率与阅读量 / 239
 - 1.1.3 儿童喜爱的图书类型 / 242
 - 1.1.4 阅读来源 / 244
 - 1.1.5 日均阅读时长 / 246
 - 1.1.6 阅读地点 / 247
 - 1.1.7 图书拥有量 / 248

