

# 目前大陸大學生圖書消費狀況分析 —以南京市為例的研究

穆 暉

碩士研究生  
南京大學信息管理系  
E-mail: menthy@163.com

## 摘要

本文以南京高校的大學生為研究對象，通過對2005年大學生購買圖書的影響因素、購買圖書類型、圖書信息獲取渠道、圖書購買地點、對盜版的態度等方面的調查，了解目前南京大學生的圖書消費情況，深入分析目前大學生的圖書消費和圖書市場所存在的問題，并據此提出相應的解決方案。

**關鍵詞：**圖書消費，高校，大學生，南京

大學生作為圖書消費的一個重要群體，他們的消費趨向和水平都對整個圖書市場的發展產生較為重要的影響。隨著社會的發展，大學生興趣的日益廣泛，以及網絡在大學生中的較高普及率，大學生的圖書消費的變化速度加快，他們的圖書需求與圖書市場之間的矛盾也越來越突出。因此，調查、研究目前大學生的圖書消費情況，特別是大學生的圖書需求和消費情況，以及對目前圖書市場的看法，對今後的圖書出版和發行工作有較為重要的意義。

## 一、調查的基本情況

### (一) 本次調查的目的

此次調查是由武漢大學信息管理系編輯出版專業發起的，從2005年6月中旬開始調查實踐，至最終成果的形成，歷時3個多月。旨在通過對武漢、南京、北京、陝西和上海五大城市的調查，一方面了解目前大學生的圖書消費的基本情況，從而了解大學生圖書消費情況的變化及趨勢；另一方面最根本的目的是通過對調查結果的分析，發現大學生圖書市場的優勢與不足，為今後的圖書市場的發展提供有效的參考，調整圖書工作，使之與大學生的需求相協調。

從以往的文章來看，關於大學生圖書市場的調查比較少。基于這個問題，我

們決定對五大城市的大學生作一個圖書消費調查，以此概括目前中國大陸大學生的總體情況。選擇南京作為調查點之一的原因在于：1. 南京聚集了諸多全國有名的大學高校，擁有相當數量的大學生；2. 南京作為一個文化古城，有非常濃郁的文化氣息，對其大學生的圖書調查比較有意義；3. 南京近幾年的發展速度比較快，不論是書店、圖書市場，還是大學的規模、大學生的數量，都有較大程度的進步；4. 2004年全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查中，選取的20個城市中沒有南京市，江蘇省是以蘇州市為樣本城市，因此，此次對南京地區的調查有一定的意義。

## (二) 調查方法

### 1. 問卷設計

本次調查採用的是讀者問卷調查法。由武漢大學確定問卷的形式和內容，及發放調查表的數量，在五個城市採用相同的問卷，圍繞大學生的圖書消費水平、影響購書因素、購買圖書類型、獲取圖書信息渠道、購書地點及對待盜版的態度等進行調查。鑒于方便調查的目的，調查問卷題量為17題，採用的都為選擇題，包括單選和多選兩種類型。

### 2. 抽樣

作為五大城市大學生圖書消費調查的一個分支，集中對南京地區的高校進行調查，包括南京大學、東南大學、南京師範大學、南京理工大學、河海大學、南京農業大學、南京曉莊學院、南京藝術學院等在內的八個學校。除用于調查專科生的80份問卷外，每個學校發出問卷115份，收回有效問卷876份，收回有效問卷共計956份，回收率是95.6%。

在選擇調查的學校時，不僅選取了綜合性的大學，如南京大學等，及專業性質較強的學校，如南京理工大學、南京農業大學等；同時顧及了藝術類學校及專科學校等。在挑選較具典型性的南京高校的同時，又注重對各個類型學校的調查，避免了調查結果僅顯示某個學校的大學生對於某類圖書的偏好，較客觀全面地反映了南京高校大學生的圖書消費情況。

### 3. 問卷發放及回收

如何發放調查表直接影響到調查的質量和結果。在此，南京地區的問卷調查採用了兩種方法：

一種是分類抽樣調查方法。根據每個學校的年級，即大一、大二、大三、大四、研究生和博士生，在每個年級隨機挑選宿舍發放問卷進行調查，以確保研究对象年級分布的全面性。這種方法的問卷回收率比較高，同學也比較合作。

第二種是任意非隨機調查方法。在校園裏任意調查學生，在他們自願的情況下，填寫調查問卷，并隨意地回答與圖書有關的一些問題。採用這種方法可以與被調查者之間進行較好的交流，更利于了解大學生的圖書消費情況。

兩種調查方式的結合，可以在一定程度上避免調查對象的單一性，並確保較高的回收率。但此次調查仍存在一些局限性，表現在：

(1)通過宿舍發放調查問卷，可以保證調查的年級分布均勻和回收的便易，但容易造成偏重調查某一個專業或性別的學生，使調查範圍縮小，從而調查的片面性也就較為突出。

(2)在校園隨機發放調查表，調查對象不受局限，但是具有很大的偶然性，代表性比較低，同時由于調查時間為夏季，天氣較為炎熱，在調查過程中不願意接受調查的人較多，調查的效率比較低。

(3)發放及回收調查表的過程歷時半個月左右，時間比較長，主要由于調查的時間接近暑假時期，大學中低年級的學生多數已經回家，調查人數有限，對調查進度有一定的影響。

(4)南京地區發出的調查問卷共 1000 份，每個學校平均只能發 100 多份，這對目前人數多達幾千的大學來說，是非常小的數字。但由于時間有限，及負責調查的人數少等原因，1000 份是符合實際情況和考慮到我們的能力的。

#### 4. 問卷處理及分析

發放調查問卷只是調查工作的開始，對調查問卷的整理和分析工作才是真正的考驗所在。整理工作主要是對調查數據的整理，所採用的方法是將調查結果列成一張表，把每個問題每個選項的選擇人數填寫其中，這樣對後面的分析工作起了很好的鋪墊。分析工作相當于為書寫論文成果開了個頭，計算出每個選項最終選擇人數所占的比例，同時根據需要計算一些比例，如不同的性別在同一個問題或選項所占的比例等，通過分析對南京地區大學生的圖書消費情況得出結論。

#### (三) 其他地區調查情況介紹

本次調查除南京地區外，還有武漢、北京、上海、西安等地區，基本上涵蓋了上述地區的主要或具有代表性的大學，具體情況如下：

武漢地區：

武漢大學(包括網絡學院和成人自考)、華中師範大學、武漢理工大學、華中農業大學、中南財經政法大學、湖北經濟學院、湖北教育學院、湖北工程大學、武漢科技學院(又名紡織學院)、武漢職業技術學院、湖北水利水電學院等 11 所高校。

北京地區：

清華大學、北京師範大學、北京郵電大學、北京航天航空大學、北京理工大學、北京印刷學院、北京石油化工學院等 7 所高校。

上海地區：

復旦大學、上海交通大學、同濟大學、上海大學、東華大學、華東師範大學、上海師範大學、華東理工大學、上海理工大學、上海財經大學、上海外貿學院、上海金融學院、立信會計學院、上海外國語大學、華東政法學院、上海第二

醫科大學(現已併入上海交通大學)、上海職業醫藥學院、上海音樂學院、上海海事大學、上海電力學院、上海工程技術大學、上海應用技術大學、上海水產大學、上海第二工業大學、上海杉達學院、中僑學院、建橋學院等20餘所高校。

西安地區：

陝西師範大學、西安交通大學、長安大學、西安外國語大學、西安外事學院、西安郵電學院等6所高校。

本次實踐共發放調查問卷4000份，其中北京地區700份，上海地區800份，南京地區1000份，武漢地區1000份，西安地區500份；共回收有效問卷3567份，其總北京665份，上海609份，南京956份，武漢855份，西安482份，回收率達89.18%。

## 二、調查結果分析

### (一) 性別分布及圖書消費差異

在956份調查問卷中，男性大學生有597名，占62%；女性大學生359名，占38%。性別的不同會導致圖書消費產生很多差異，調查過程發現，男女生在獲得圖書信息的渠道、購買圖書類型、購書影響因素、購書目的等方面有明顯的差別。女生偏好于通過逛書店的方式獲取圖書信息，而男生對於上網方式比較欣賞；女生購買的圖書類型集中于學習類、小說散文類、文學類、暢銷書及漫畫類，而男生多以學習類和學術專著為主；女生在購書時較容易受到圖書裝幀設計的影響，男生在購書時更為實用和理智些，他們關注圖書能否帶來有用的信息；女生購書多出于學習、收藏和娛樂的目的，而男生出于收藏目的購買圖書的人數不多。另外，女生的精神生活消費明顯高于男生，如在一學期圖書花銷的調查中，就最高選擇人數的「100～200元」選項來說，女生高達63%，男生僅占37%。

據調查顯示，南京地區的大學生中，女生對圖書的裝幀設計、書本質量、時代性和價格比較關注，而男生更看重圖書的內容信息量及實用性。除了圖書的內容之外，女生比較希望獲得圖書的寫作背景、作家、收藏價值等方面的信息，男生對獲獎、銷售情況方面的信息表現出興趣。根據性別帶來的圖書消費差異，出版社採用特定的編輯和宣傳方針，可以在圖書銷售上得到更佳的成績。

### (二) 年級、學科分布及圖書消費差異

#### 1. 年級的分布：反映階段性學習需求的差異

在南京地區的調查，大一有194份，占總數的20%；大二有126份，占13%；大三有326份，占34%；大四有105份，占11%；研究生有79份，占8%；博士生有36份，占4%；專科生有90份，占9%。從調查中可以發現每個年級圖書消費的不同

特點：

(1)大一學生的圖書消費比較樂觀，61%的大一新生一學期圖書花銷為100~200元，24%的圖書花銷為300~500元。其中教材是主體，多為學校統一訂購，其次為參考書和教輔讀物，一般是通過老師推薦和同學朋友的介紹購買，而小說、漫畫等其他類型的圖書，多在逛書店、閱讀網上信息或其他媒體介紹後，獲知圖書信息并購買。由于南京地區很多高校將新生安排在離市區較遠的分校，他們的第一購書選擇是學校附近的小書店，有一小部分學生是半個月或幾個月逛一次市中心的書城等。

(2)大二學生在購買教材方面的自主性高了些，更多地選擇購買教材之外的自己感興趣的圖書，因此購買目的更傾向于自我滿足和收藏。而他們一學期圖書消費低于100元的比例，相對於大一學生也有所提高。他們比較注重利用圖書館，學習類圖書、小說散文類圖書、暢銷書等均可從中獲得，圖書消費總體上稍有下降。

(3)大三學生在圖書消費上的選擇性和目的性上更為明顯。一方面專業課增多，另一方面他們開始考慮自己未來的選擇，除了購買本專業的書籍，在外專業書籍上的花銷大幅度增加。他們更看重圖書的內容信息量，并渴望獲知獲獎、銷售情況及書評等方面的信息。

(4)大四學生由于面臨考研、工作、出國等多種畢業選擇，圖書消費的情況稍顯複雜。考研、出國的學生在圖書上的花銷較大，其中多數人一學期消費300~500元。其他選擇工作等的學生學習壓力較小，圖書消費要少得多。

(5)研究生在學習方面有了更高的要求，而圖書消費的自主性相對於本科生要強一些。較多數人選擇經常逛書店的方式獲知圖書信息，在購買過程中目的性不強，看到自己中意或者需要的書籍就會購買。

(6)博士生的圖書消費與專業方面的聯繫非常緊密，學習類是他們最常購買的圖書類型。在購買過程中，他們并不關注價格，對圖書的實用價值和質量有很高的要求。

(7)54%的專科生一學期在圖書方面的花銷達100~200元，他們對於學習類圖書有非常大的需求，只要需要就會考慮購買。他們較看重圖書的內容信息量、實用價值，價格高低并不會影響他們的購書行為。老師推薦和同學介紹是他們獲知圖書信息的最主要的兩個途徑。

## 2. 學科的分布：文理圖書消費差異明顯

調查中將學科分為人文科學、理工、社會科學、農業、醫學、藝術六大類。人文科學、社會科學和藝術三個學科的學生圖書消費的自主性相對強些，比較關注圖書的裝幀設計、質量和價格，價格過高會影響他們購買圖書；理工、農業、醫學這三個較偏理科的學科，對學習類圖書的需求量較大，更看重圖書的內容信息量和實用價值，對價格因素考慮得較少，多數在看到中意和需要的書時就會購買。



### (三)購書影響因素

#### 1. 影響購書數量的因素

對於購書不多的原因，78%的學生認為是書價太高，13%認為是買不到自己理想中的書，6%認為是與專業無關，無從選擇，3%認為是書店服務太差，不願逛書店。由此可見，價格是影響學生是否購買圖書的重要因素。有些學生認為除了專業書籍外，小說等其他類型的圖書可從圖書館或同學那裏獲得，無須購買。對書店服務不滿的學生多在校園附近的小書店購書，服務和購書環境相對比較差，對學生的購書情緒會造成一定的影響。某些大型書城內過于擁擠，購書環境顯得喧嘩，圖書擺放和分類不合理等也使得學生不得不放棄購買。

#### 2. 購書時較看重的因素

在購書時，81%的學生最看重內容信息量，8%看重裝幀設計，接著是作者、書本質量、價格、出版社、時代性。圖書的內容仍是決定讀者是否購買的首要因素。看重裝幀設計的多為藝術、人文學科的學生，他們認為裝幀獨特、新穎、精美的圖書非常值得收藏。5%的學生最看重作者，這正說明如今作者名已經成為一個品牌，以明星出書為例，作者就是引導讀者購買的重要賣點。

#### 3. 對購書造成影響的外部因素

在調查對購書造成最大影響的外部因素中，47%的學生認為是自己的感覺，21%認為是師長、朋友的推荐，16%認為是已發表的書評，12%認為是大眾傳媒的介紹，接著是作者、書店廣告、出版社。這表明南京大學生購書的自主性是比較強的，個人的興趣是購書的主導因素，師長、朋友多是推荐與學習有關的圖書。同時，書評及大眾傳媒的介紹作為圖書宣傳的重要手段，對引導讀者的閱讀和購買起著突出的作用。

#### 4. 在什麼情況下購買中意的書

49%的學生表示會在看到中意的書時買，40%表示在需要時買，24%表示在作者簽名售書時買，17%表示在打折時買，12%表示在書或作者達到一定知名度(暢銷)時買。因此，了解大學生的興趣愛好及需求，對於出版社來說是非常關鍵的。作者簽名售書作為目前很風行的一個促銷手段，也很受大學生的歡迎，他們比較期待和作者之間的直接交流。對於一些突然備受關注的書或作者，一部分學生願意購買作品以探知和驗證其知名的原因。

#### 5. 學生的購書目的

購書目的也是影響購書的重要因素之一。大學生的購書目的可分為以下幾種情況：選擇學習考試參考的占51%，選擇自我滿足、陶冶情操的占32%，選擇消遣娛樂的占30%，選擇收藏的占19%，選擇贈送他人的占2%。購書目的和個人的興趣愛好及需求有很大的關聯，從調查可看出學習目的仍占主要地位，同時南京的大學生也很注重豐富精神世界，培養個人興趣。另外，學生中只有極少數人贊同以書作為

禮物贈送，目前尚未形成一個共同的良好意識。

#### 6. 對於中意的書不購買的原因

每個人在購書時總會發現自己喜愛的圖書，但只看不買常有發生。62%的學生認為其原因是價格過高，27%認為是缺乏實用價值，7%認為是質量差，4%認為是難以獲取。可見如何解決價格和讀者之間的矛盾仍有待出版社和書店解決。難以獲取圖書也是一個存在很久的問題，這需要出版社充分做好圖書的需求和供給工作。

#### 7. 學生選擇怎樣的促銷方式

一定的促銷方式對提高讀者的購買欲有不錯的效果。目前比較普遍的幾種促銷方式中，65%的學生選擇書店讓利，19%選擇作者簽名，14%選擇會員優惠，2%選擇贈送禮品。書店在一定時段進行打折、使用優惠券等讓利活動，一般情況下能很大地調動學生的購買欲。而選擇會員優惠促銷方式的學生大多數是圖書俱樂部的會員或書店的會員。

### (四) 圖書類型的購買情況

在八類圖書中，46%的學生常購買學習類圖書，35%常購買小說散文類，32%常購買文學類，20%常購買暢銷書，12%常購買學術著作，9%選擇其他，5%常購買漫畫。購買何種圖書，取決于學生的需求和興趣。從以上對購書目的的分析以及這個問題的調查，可以看出南京大學生對於學習類圖書的需求之大。其次，小說散文類和文學類圖書有很大的學生市場，並在大學生的生活中扮演著必不可少的角色。再次，有不少大學生表示，對暢銷書沒有太大的購買熱情，一些暢銷書閱讀一遍即可，沒什麼購買的價值。最後，雖然僅5%的學生常購買漫畫，但漫畫市場的不斷擴大和讀者群的迅速增長，對南京大學生已經產生了一定的影響。漫畫在大學生中的低購買率也有一些原因：1. 正版漫畫價格較高；2. 盜版漫畫盛行；3. 漫畫租賃比較普遍。

在2004年全國國民閱讀與購買傾向調查中顯示，讀者最喜歡閱讀和最想購買的圖書種類均為文化、科學、教育、體育類圖書，而本次對大學生調查的結果同樣可以看出這樣的結論：讀者尤其是學生購買圖書趨向于實用性，學習類圖書仍是比較主要的購買圖書類型，他們購買的最重要的目的是為了學習知識、提高技能與應付考試等。

### (五) 圖書信息獲知渠道及渴望的圖書信息

在對大學生獲得圖書信息的渠道的調查中，38%的大學生選擇經常逛書店關注圖書信息，42%選擇上網的方式，25%通過同學朋友的介紹，39%通過老師的推薦，10%通過張貼的海報，32%通過其他媒體的介紹(如報刊、廣播、電視等)獲取圖書信息。

在2004年全國國民閱讀與購買傾向調查中，結果顯示「有到網上閱讀習慣的人群的比例已從1999年的3.7%增長到了2003年的18.3%」，可見網絡已經成為國民獲取信息知識的重要媒體。電腦、網絡的迅速普及也給大學生提供了更快、更方便的獲取圖書信息的渠道。南京的高校基本建立了良好的網絡條件，大學生隨時都可以上網了解各種信息。大學生對上網這個渠道的熱愛，也提醒了出版社不能放鬆在網絡上對圖書的宣傳。從調查也發現，絕大多數在圖書俱樂部購物的學生，首選是通過上網獲得圖書信息。老師的**推荐是大學生比較依賴的信息渠道**，是一條快速找到某個專業領域權威書籍的捷徑。據調查顯示，不少大學生有定期逛書店的習慣，從而及時獲得圖書信息，因此書店如何擺放圖書和張貼廣告須要認真的對待。在目前媒體形式多樣化的情況下，出版社只有學會充分利用各種媒體傳遞圖書信息，才能收到事半功倍的效果。

除圖書內容外，大學生會希望得到其它有關圖書的信息，以增進對圖書的了解。在調查中，看重寫作背景信息的占37%，看重作者信息的占31%，看重書評信息的占27%，看重收藏價值信息的占16%，看重獲獎情況信息的占10%，看重銷售狀況信息的占9%，看重出版過程信息的占4%，選擇其他信息的占1%。這裏的「出版過程」信息主要指圖書出版前後的一系列情況，如圖書選題的確定、出版或宣傳過程中出現的情況等。可見，寫作背景、作者和書評信息是大學生比較渴望的。出版社在出版圖書時注意編輯這些信息，對大學生購書可起到輔助和促進的作用。

## (六) 購書地點的選擇

大學生購書的地點比較多，45%的學生選擇校園附近的小書店，48%選擇大型書城，21%選擇校園零散的攤點，15%選擇舊書店，18%選擇網上購買，22%選擇圖書俱樂部。調查顯示，學校附近的小書店和大型書城是大學生比較喜愛的購書地點。南京高校周圍的小書店，有的已具規模，服務和購書環境良好，是多數大學生首選的購書地點；有的只是作為一個賣書的場所，圖書品種、服務、環境都不盡理想，如校園內私人承包的小書店，在地勢上給學生提供了一定的方便。圖書俱樂部在大學生中比較受歡迎，它不僅方便，而且給會員提供長期的優惠，同時定期傳遞更新的圖書信息。網上書店的興起又提供了一個嶄新的購書地點，它提出的某些圖書優惠是書店、俱樂部做不到的，因此也備受大學生的喜愛。另外，南京的軍人俱樂部作為一個大型的圖書批發中心，彙集各地的出版社，圖書品種多，且給予一定的圖書折扣，是南京大學生比較青睞的一個購書地點。

購書頻率同樣可反映出大學生的圖書消費情況，它在某個程度取決於購書地點的選擇。購書頻率不定的占42%，每月購一次書的占23%，兩個月購一次書的占14%，半年購一次書的占13%，一年購一次書的占7%，三個月購一次書的占1%。大部分學生在需要和看到中意的書時購買，由于南京高校的分校區離市區比較遠，



有些學生會選擇定期去大型書城或書店購書。而參加圖書俱樂部的學生按照規定，每隔一段時間必須購買一次書，比如一個月，因此他們的購書頻率比較穩定。

### （七）對待盜版書的態度

大學生作為一個較為巨大的圖書消費群體，對盜版書採取什麼樣的態度，對整個圖書市場的發展有很大的影響。在調查中，買過盜版書的大學生占51%，偶爾買的占24%，從不買的占22%，經常買的占3%。買過和偶爾買盜版書的學生占了絕大部分的比例，盜版書在大學生的圖書消費中仍佔據一定的地位。但從不買盜版書的學生的比例也有了一定的提高，主要有兩方面的原因：一是電腦及網絡的普及，新型的信息傳播方式帶給大學生極大的方便，通過網絡下載電子書閱讀成為非常普通的事情；二是購買習慣所致，在從不買盜版書的學生中，購買目的為學習和收藏之用的占到79%，較看重書本的質量，無法容忍盜版書中頻繁且嚴重的錯誤。

對於購買盜版書的原因，認為價錢便宜的占67%，認為內容和正版相差不大的占33%。可見價格低是促使大學生購買盜版書的重要原因之一。有些學生表示除了學習參考的權威性書籍，買些盜版書作為娛樂消遣之用是不錯的選擇，花很少的錢就能滿足自己的精神需求；也有同學認為盜版書最大的好處是內容基本和正版相同，且價格便宜，何樂而不為？即使有些錯誤，自己大都可以糾正，無關大礙。可見在打擊盜版的征途中，我們仍須付出很多的努力。

據調查顯示，認為盜版不利于圖書市場的學生占75%，認為有利于消費者的占16%，認為有利于圖書市場繁榮的占7%，認為有利于出版社或書店的占2%。大部分學生了解并意識到盜版對圖書市場的危害性，但就在這些學生中82%買過盜版書（包括曾經買過、偶爾買，和經常買盜版書的）。因此僅僅知道盜版的不利影響是遠遠不夠的，更重要的是引導大學生用行動抵制盜版書。有學生表示一些正版書籍是在閱讀過盜版之後，覺得有購買的價值才買的。也有學生出于找不到正版，相對來說盜版書品種比較多，無奈之下只能購買盜版，而2004年全國國民閱讀與購買傾向調查結果也顯示「『沒有正版可買』而購買盜版品的比例」占到6.8%，所以在市場和消費者間做好充分的圖書宣傳，使讀者可以方便地獲得圖書的購買信息，也是打擊盜版的有效手段之一。

## 三、調查小結

### （一）大學生圖書消費存在的問題

從以上調查結果可看出，目前的大學生圖書市場存在以下問題：

#### 1. 盜版在大學生的圖書消費仍占有一定比重

盜版對圖書市場的危害性眾所周知，但如何有效的抵制盜版仍沒有一個可行的

方法。張志強教授在其「城市居民與盜版製品的接觸程度分析—以南京市為個案的研究」中，提到從職業上來看，大學生群體占城市居民購買盜版的71.4%，位居第3；且文化程度越高，購買盜版的比例反而越高。這是由于大學生的文化水平較高，對文化產品的需求也就更多，而大學生的收入有限，因此購買盜版的可能性也就越大。同時，在高校校園及其周圍，雖然有新華書店等正規書店的存在，但不乏一些販賣盜版圖書的書販。他們販賣的圖書類型多為教輔類、暢銷類及小說、漫畫類等，一些在學生較受歡迎的圖書。雖然大學生意識到盜版的壞處，但抵擋不了盜版圖書價格低廉的誘惑，因此，在調查中，曾購買盜版圖書的學生占到很大比例。

### 2. 高校附近有一定規模的正規書店較少，給大學生的購買行為造成一定的影響

南京地區的新華書店、大型書城及其他較好的書店，幾乎都選擇了南京的繁華地帶落戶，這是方便整個南京地區的人們購書的一個正確規劃。然而考慮到南京高校分布的特殊性，上述書店的地點並不能為大學生的圖書消費提供便利。以南京地區的仙林大學城及浦口區的各個高校為例，他們位于南京新開發的地區，離市中心較遠，每次購書花費在車上的時間在兩個小時以上，這必然會影響到大學生的購書熱情和購書頻次。

### 3. 購書難仍是個大問題

在以往的全國國民購買行為的調查中，從影響讀者購書的障礙看，「對書的信息知道的少」和「想買的書總是沒有」一直是困擾讀者購書的兩個主要問題。在本次調查過程中，不少大學生表示，已經在網上查找到有關書籍的出版信息，但在各個書店卻買不到，且書店的人員也表明沒有聽說過這本書或沒有進書的意向。這是購書難的一個方面。同時，有些書店的擺架比較雜亂，圖書分類不夠明晰，大學生在購書時經常迷失其中，找不到自己所需的圖書。詢問書店的工作人員，他們對圖書的擺放和分類也比較模糊，購書時經常花費大量時間在找書上，極容易影響大學生的購買情緒甚至放棄買書。

### 4. 圖書價格較高是影響大學生購買行為的重要原因之一

在調查中，78%的大學生認為圖書價格太高導致他們購書數量減少，62%的大學生會因為過高的價格而放棄購買自己喜愛的圖書。尤其是學習類圖書，以考研書籍為例，價格之高讓學生望而卻步。而這也是使大學生轉向盜版書籍的原因。如果不是急需的話，他們往往會選擇到圖書館借閱、購買二手書籍或盜版書籍，從而大學生的圖書消費隨之下降。另外，有部分學生表示，他們會在書店舉行優惠活動，比如打折或送優惠券的情況下，再去購買自己喜歡或需要的書籍。

### 5. 學習類圖書仍是大學生圖書市場的主體

從南京大學生的購買目的、經常購買的圖書類型可以看出，學習類圖書在大學生的購買範圍中占了最大的比重。而在學習類圖書中，外語類圖書及考研類、公務員類等考試書籍是最受大學生歡迎的圖書。然而學習類圖書市場的繁榮，對其它類

型的圖書在大學生市場上的拓展造成了一定的壓力。如果大學生的購買精力過度集中于學習類圖書，勢必導致其他類型圖書的購買量的下降。

## (二) 上述問題的解決方案

本次調查的目的就在于通過對目前南京地區大學生圖書消費情況的分析，尋找圖書市場的不足，並尋求解決方案使得圖書市場和大學生的圖書需求相適應。

1. 打擊盜版是保證圖書市場健康、快速向前發展的重要手段之一。這也是引導大學生正確消費的必要步驟。這不僅需要國家運用法律、行政手段對盜版進行有力的打擊，同時也需要大學生自身樹立抵制盜版的意識，並付諸實際行動。同時出版單位要提高自己的出版和發行工作的質量，出版更多優秀並能吸引大學生的圖書，並充分宣傳圖書，激起大學生的購買欲望。

2. 新華書店等較有規模和影響的書店可考慮在高校附近開設分店。這是一個雙贏的方式：一方面書店可為大學生的購買活動帶來極大的便利，不必坐幾個小時的車來回奔波；另一方面，這必然使大學生的圖書消費迅速增長，給書店帶來較大的贏利，同時在高校附近開設書店，競爭相對來說較小，是一個很大的發展機會。

3. 書店的服務質量須要提高。這表現在幾個方面：

(1) 書店圖書的分類和擺放要合理化、清晰化。這不僅可方便學生購買圖書，減少尋找的時間，同時可減輕書店工作人員的工作量。

(2) 提高書店工作人員的素質。在顧客購買圖書時，能夠及時解決顧客的問題是工作人員最主要的工作。他們應當對書店極為了解，從而可有效地引導大學生的購買活動。

(3) 書店環境應盡量避免嘈雜。有些書店將音像製品與圖書擺放得較近，在書店內不停地播放音像出版物，嚴重影響了學生的購買過程。從總體上來說，大學生傾向於比較安靜和舒適的購書環境。

4. 出版社對圖書的宣傳工作有待進一步的深入。隨著網絡對大學生的購書行為造成了很大的影響，加大通過網絡宣傳圖書的力度，是目前出版社須要著手的工作。不僅要在自己的網站上及時發布出版信息，同時在其他網站登出圖書廣告，盡可能通過網絡擴大圖書的影響。

5. 解決圖書價格偏高的問題。這很大程度上依賴於出版社來解決。有些出版社憑藉自己的品牌，包括作者的名氣、圖書的品牌、出版社的品牌等，出版的圖書的價格比市場上同類書要高出幾倍，造成大學生在購買時的恐懼。出版社只有實事求是，切合目前大學生的需求和實際購買能力，才能使大學生圖書市場穩定發展並趨於平衡。同時書店可定期舉辦一定的優惠活動，緩解大學生的需求和圖書價格之間的矛盾，提高大學生的購買欲望，促進其圖書消費的增長。

6. 促進除學習類圖書之外的其他圖書在大學生市場的開拓。學習類圖書作為大學生購買的主體，這是必然的。然而其他類型的圖書消費的增長仍有很大的發展空

間。這不僅要求出版社出版的圖書符合目前大學生的「口味」，還要求出版社能夠吊起大學生的「口味」，運用各種宣傳手段，引起大學生的關注，並完成消費的行為。

從本次調查來看，南京地區大學生的圖書消費情況雖然透露出了一些問題，但總體上還是樂觀的，不論大學生的圖書消費水平，還是圖書需求，都有很大的發展空間去挖掘。這需要出版社、書店、大學生，甚至南京各高校的共同努力。總之，大學生對圖書市場充滿了期待，而圖書市場也將進一步發展去開拓大學生市場。

### (三) 未來大學生圖書消費的趨勢預測

從此次對南京地區大學生圖書消費情況的調查，可看出目前他們圖書消費的一些趨勢：

1. 隨著目前學習類圖書市場的日漸飽和，以及考研、出國等現象的火熱程度逐漸下降，雖然目前仍以學習類圖書為主導，其圖書消費將趨于穩定，大學生日益突出的個性和興趣愛好的廣泛，將使娛樂類、小說散文類圖書的消費情況有一定幅度的上升。

2. 網上購書將成為最受大學生歡迎的購書方式，包括獲取圖書信息及購買圖書的行為。網絡的普及及學校良好的網絡建設，都為大學生網上購書提供了便利。同時網上購書的方式符合現代大學生追求高效率、低成本的生活、工作習慣。

3. 盜版書籍購買量的下降。調查顯示，經常購買盜版書籍的學生僅占3%，而且隨著學生的盜版意識加強，獲取圖書途徑的多樣及方便性等，都在一定程度上抑制了盜版在大學生圖書消費中比例的提升。

4. 將購買圖書作為收藏和贈送之用的學生比例將大幅度增長。知識經濟的到來，使人們意識到知識的重要性，而大學生作為學習知識的主力軍之一，對於精神世界的要求不斷提高，可發現大學生將圖書作為生日或者節假日禮物的人也正在迅速地增加。

5. 裝幀精美、精緻、獨特、新穎的圖書的消費市場有較大潛力。以幾米的漫畫為例，精美的圖片和優雅的文字配合，極受大學生的歡迎。大學生目前比較鮮明的個性導致他們容易被比較獨特、新穎的東西所吸引，而圖書市場就可以抓住這個特性，吸引大學生的眼球。

總體來說，本次調查在很大程度上了解了南京地區大學生的實際圖書消費情況，但也存在一些局限。比如沒有涉及到一些比較重要的話題：1. 目前大學生比較感興趣的圖書題材是哪些，又認為市場上缺少哪些圖書題材；2. 學生對目前圖書市場的態度如何；3. 他們對購書環境的要求的變化；4. 如何看待圖書的廣告；5. 對出版社等的建議等。以上諸點，可作為後續研究事項，以便從更細化的角度了解大學生圖書消費的趨勢。

## 參考書目

- 中國出版科學研究所課題組編。全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查報告。中國出版科學研究所，2004。
- 王益、汪軼千。圖書商品學。北京：人民出版社，1999。
- 張志強。「城市居民與盜版製品的接觸程度分析—以南京市為個案的研究」。中國版權，3（2005）。



# Investigation on Book Consumption of Undergraduates of Chinese Mainland — Illustrating on the City of Nanjing

**Hui Mu**

Master Graduate Student  
Department of Information Management, Nanjing University  
Nanjing, Jiangsu, China  
E-mail: menthy@163.com

**Abstract**

*This article studies on undergraduates of Nanjing, investigating on the influencing factors of book consumption, types of books they consume, by which channel they gain book information, book consumption places, the attitude of pirate and so on. By this investigation, we try to know the actual book consumption of Nanjing's undergraduates, analyze the problems of their consumption and book market, and put forward corresponding resolvents.*

**Keywords:** *Book consumption; University; Student; Nanjing*