

图书选题策划的市场调研和需求预测分析

文/舒文慧

摘要：图书的选题是吸引读者的一个重要因素，它可以影响到整个书籍市场的格局以及图书的质量水平。

本文围绕“图书选题策划的市场调研和需求预测分析”进行阐述。

关键词：图书；选题策划；市场调研；需求预测

一、图书选题策划的相关理论

近年来，随着科学技术的发展和社会的进步以及生活水平的提高，人们对精神文化的需求日益增加，图书消费已成为一种时尚。同时图书市场的竞争也越来越激烈。在市场经济的大环境下，为更好地满足消费者的需要与个性化的需求、市场的变化趋势，图书企业必须不断创新，开发出适合用户的新产品，进行宣传推广，从而吸引更多的读者购买。目前，我国出版业的快速增长，为广大读者提供了大量的优秀作品，同时也带来了一系列的问题和挑战。

目前，国内外学者对图书选题策划的研究主要集中在两个方面：一是对国外文献的阅读与翻译；二是对国内现有书籍的购买和销售。在进行图书的分类时，要根据不同的消费人群，例如儿童、老年人等，将其分为普通书和微型书，对于一般书的读者来说，他们更注重的是读图的美观性，而小型书的读者则更倾向于读图的直观性，因为小巧的纸张可以使人们快速找到自己喜欢的东西。另外，还有一些人会更加关注那些具有一定趣味的文章或刊物，这样能更好地吸引消费者的注意力。在进行顾客的细分后，要了解目标客户的心理特征如年龄、性别等，并以此为基础，针对这些特点，制定出相应的营销策略。

二、图书选题策划的市场调研

（一）市场调查背景

市场调查是指通过一定的研究方法，有目的、系统地搜集、整理相关的资料和数据，了解产品的特性和功能，掌握市场的动态发展趋势，为下一步的营销活动提供科学的理论依据的一种行为。在本次的问卷调查中，笔者主要采用了网络问卷的形式来收集信息。由于此次的调查是针对大学生，所以问卷设计了两个问题，第一个是关于学生的基本情况；第二是从书的购买力以及对书的需求量分析。目前市场上有很多的优秀书评，都是以推荐的形式来进行的选题，而不是从读者的角度出发，去研究用户的心理和偏好，这样就会出现一些问题，比如，没有一个明确的目标群体，缺乏一定的吸引力，这就导致图书市场的混乱不堪。从市场调查分析来看，目前市场上的图书种类繁多，但大部分是针对中低档的书籍和一些低端的书刊，这就导致了很多的消费者在购买时，会出现选择

困难的情况。

（二）图书选题策划的步骤

进行图书选题策划的第一步是确定目标，明确读者的需求后，接下来就要制定出一系列的方案进行实施。首先是阅读计划，在这个过程中，我们需要考虑的因素有很多，比如，用户对书籍的要求，作者的年龄、爱好等。然后是选题策划，在这一步中重要的一点便是选择合适的方式来对图书的内容和形式做出合理的安排与规划，从而达到预期的效果。其次，根据不同的需求可以设计出多种类型的选题，有的书文字比较丰富，就会给人一种新颖的感觉；还有的书图片也会给人强烈的视觉冲击力，就会让人产生不一样的感受等。

（三）图书选题策划的策略

随着社会经济的不断发展，人们对精神文化的要求也在逐渐提高，而在这个过程中，图书消费的方式也发生了很大的变化：以前的购买主要是看书，后来才是看电影，而如今的消费者不仅仅关注书籍的质量和数量，更注重的是阅读的乐趣和品味。

例如，出版社应该改变传统的销售观念，将图书的营销重点放在网络上，增加网上的宣传力度，让更多的人能够及时获取到相关信息，为读者提供更好的服务体验。一是阅读指导。读者通过网络搜索自己感兴趣的书籍信息，并对其进行初步的筛选和选择。二是购买决策。根据用户的需求和偏好对图书的内容做出适当的调整和修改，以满足消费者的需要或欲望。三是推荐方案的确定与评价。四是收藏导向系统设计与开发。随着互联网技术的发展以及人们的生活水平的不断提升，很多人都开始使用手机，而这些移动设备的出现正好符合了现代人的审美习惯，因此也应运而生，而现在的APP软件中的电子书包就很好的解决了这一问题。五是在图书的选购中，要根据不同的读者群体，设计出有针对性的方案来吸引更多的顾客购买，同时也要考虑到竞争者的竞争压力，避免因盲目性造成的资源浪费。

三、图书选题预测分析

（一）合理选择预测方法

预测方法的选择是一个复杂的多技术系统工程，在科学研究中，人们通常把预测工作分为定量预测和定性预测两种。

1. 量化分析。是指根据事物的特征、数量等来进行分类, 并对这些数据加以处理, 从而得到研究对象的规律性的认识过程。

2. 统计推断。指依据已经掌握的历史资料, 运用一定的数学理论, 通过数理统计学的原理和工具, 对统计数据的性质、分布情况以及变化趋势作出判断的一种科学的分析方式。在市场调查中可以发现, 人们会根据不同的心理特征选择相应的消费行为, 而这些都与消费者的收入有关。所以市场是一个非常复杂的系统工程, 它不仅要考虑到企业的经济效益, 还要兼顾社会利益和个人的长远发展。目前图书市场的竞争越来越激烈, 图书的购买量也在逐年增加, 这就要求商家合理选择预测方法, 不断开发新的产品来满足消费者的需求量。

(二) 建立图书选题预测模型

为了使预测结果更具有科学性, 需要建立起一个预测模型, 并对预测的可能性做出合理的估计和判断。在现实中, 由于各种因素的影响导致的误差往往比较大, 因此我们要对这些问题产生的原因以及如何解决的方法作出详细的分析和研究。

1. 统计推断法。这种方法是一种基于统计的方式来推测事物的发展趋势的技术; 它的原理是通过人们的经验来总结规律, 并以此为基础提出了一些新的观点和看法, 从而得到了新的结论; 它的优点在于可以用概率论的理论来指导实践, 并且能够很好地解释客观的现象, 缺点则是因为它的主观性, 没有办法去控制, 所以不能准确的反映事物的本质特点。

2. 数学规划法。主要利用数理统计学的知识、数理逻辑学的基本思想, 将复杂的系统做简单化, 用最优化的算法去求出最优解。在进行图书预测时, 商家首先要根据所研究的问题和目标, 确定预测的目的和任务, 然后按照不同的分类标准, 选取合适的预测指标, 并对这些数据的趋势性特征, 异动性等方面的规律进行进一步的总结分析, 从而得出正确的结果。在对图书的需求量、读者的心理活动、影响因素等的预测中, 需要准确地获取所需的信息量, 并且要保证其具有一定的可接受范围, 这样才能使其有足够的价值; 而对于一些非定量的变量则不能直接使用, 必须经过大量的实验来获得, 这就要求我们的模型建立的科学

合理。

(三) 阅读系统界面展示

利用系统的界面设计, 可以让读者在阅读过程中, 对所要了解的内容进行搜索, 从而实现对问题的快速解答。在这个界面, 用户能够看到各种不同的信息和条件, 例如文章的作者、论文的发表时间、出版的月份等, 同时还能显示出一些重要的参数和属性, 如作者的基本情况, 读者想要购买的书籍类型, 以及需要的价格等, 这样就能让读者有更多的选择空间, 也有利于提高读者的体验度。

系统的界面展示, 主要是为了给人提供一个参考, 而不是直接说明或给出结论, 因此要注意以下几点:

1. 页面的布局要合理, 给人一种清晰的视觉感受。

2. 各个功能模块之间的联系必须明确, 使整个界面的交互性更强, 使之更加流畅。

3. 栏目设置的分类展示: 点击栏中会有对应的栏目的详细介绍, 同时会根据不同的功能模块来选择相对应的板块来展现。

4. 导航目录的添加: 当用户进入到阅读区时, 会将其放在区域的上方并放置一些符合要求的小块, 然后依次往下, 最终完成整个的阅读过程。

5. 书籍的搜索: 当读者打开图书页时, 需要对所要的书籍有一定的了解才能顺利找到自己想要的书刊, 所以必须要提供足够的检索条件, 否则读者不能准确地寻找合适的书源。

四、结语

综上所述, 在对影响图书市场的因素进行研究的过程中发现了很多问题, 这些问题的存在是客观的。本文在对影响图书市场的因素进行了深入的研究后, 提出了相应的解决策略, 并对如何有效地控制图书的价格、提高读者的阅读兴趣以及降低成本等方面做出了详细的论述与分析。

作者简介: 舒文慧(1983—), 女, 本科, 编辑, 研究方向: 大众生活、美食健康。

(作者单位: 中国纺织出版社有限公司)

