

## ·专稿·

编者按：本期专稿领衔穆广菊，女，龙源数字传媒集团总编辑兼副总裁，全国第一家期刊网络传播研究中心——龙源网络传播研究中心副主任，北京青年政治学院专家顾问，北京印刷学院新闻传播系硕士生兼职导师。四川外语学院日本文学研究生毕业，曾在北京师范大学外语系执教 8 年、在日本早稻田大学任外国人研究员 2 年、在加拿大约克大学执教 1 年。1988 年在日本出版中国当代诗译著《亿万辉煌的太阳》，后来在国内发表和出版过比较文学研究论文和小说译著。1998 年作为龙源数字传媒集团龙源期刊网创始人之一，活跃在数字出版领域，研究领域涉及数字阅读、版权保护、网络编辑、期刊数字化转型等方面，积极推动传统期刊媒体与互联网融合发展，被中国品牌高峰论坛评为传媒十大品牌女性之一。

龙源数字传媒集团是我国数字出版领域的领军企业，被国家新闻出版总署授予“数字出版示范企业”和“数字出版知名品牌”，其旨在推动数字期刊阅读发展而一年一度发布的“数字期刊网络阅读 TOP100 排行”品牌活动在行业和社会上很有知名度。穆广菊从 2005 年至 2011 年连续 7 年主持了这一排行发布及研究课题，并为每年的排行发布撰写解读，为改进期刊内容与图书馆服务，推进数字阅读提供了很好的参考依据，成为上游资源期刊行业和下游图书馆使用方藉此改进工作、增进服务的客观依据。

在全民阅读活动中，数字期刊是一方重镇，特别是随着各种移动终端设备的流行和发展，数字阅读变得更加方便快捷的背景下。但方兴未艾的数字期刊阅读具有什么样的特征？国内外图书馆用户数字期刊阅读的取向有什么不同？什么样的数字期刊内容是读者最喜欢？数字期刊阅读的量化指标又该怎样制定？基于对上述问题的探讨和研究，本专稿主要以龙源 2011 年度的阅读排行统计数据为例证，聚焦数字期刊阅读。希望透过他们的观点，能向您传达我国综合性人文大众类数字期刊的阅读现状和趋势、数字期刊移动阅读的发展态势、不同受众的阅读差异和诉求及数字期刊阅读统计标准等多个方面内容，以期对图书馆等数字期刊阅读服务提供机构的发展和深化服务提供参考。

谨以此专稿献给 2012 年“世界阅读日”。

## 数字期刊阅读现状及趋势

——以龙源 2011 期刊数字阅读 TOP100 数据为实证

穆广菊

(龙源数字传媒集团 北京 100098)

摘 要：文章以龙源期刊网基于 3000 家授权合作期刊的阅读数据所进行的阅读排行 TOP100 为数据基础，分析了数字期刊不同读者群体的阅读差异性现状，归纳了数字期刊阅读的发展趋势。

关键词：数字期刊 数字阅读 阅读排行 龙源期刊 TOP100

中图分类号：G255.2

文献标识码：A

文章编号：1003-6938(2012)02-0001-06

### Current Status and Trends in Digital Journal Reading: Empirical Research on the Data of Longyuan Journal Database Network

**Abstract** This paper's analysis is derived from the annual ranking and electronic reading records for over 3000 periodicals hosted by longyuan digital media. The analysis shows a great variance between the reading patterns of different groups. Some conclusions are drawn about digital reading patterns and the general direction of content generation in the electronic reading age.

**Keywords** digital magazine ; digital reading ; reading rankings ; Longyuan Journal ; TOP100

收稿日期 2012-03-10 责任编辑 魏志鹏

随着网络化生存环境的形成与国家在文化资源建设方面的持续投入和各种不同阅读终端设备的增加及智能手机的普及,数字阅读已成为人们重要的生活学习方式。在种类繁多的数字阅读内容中,数字期刊可以说是一方重镇。其中以龙源期刊网为代表的消费类期刊,作为优质数字期刊资源受到了广大机构用户和个人读者的拥趸和喜爱。

龙源期刊网是一个资源聚合平台,经过十余年的积累,现与 3000 余家综合性人文大众类期刊实现了正版授权合作,通过有线、无线、移动互联网以及各种移动阅读终端推广期刊的数字化阅读,目前逐渐形成了面向个人、机构、运营商以及北美、亚洲、澳洲主流社会的立体营销市场,出于先行者的责任和义务,龙源期刊网基于自身服务器数据,从 2005 年起联合中国新闻出版研究院每年都向社会发布期刊网络传播 TOP100 排行和相关研究成果,对推进数字期刊阅读不断进行阶段性的省思、研讨,有力地促进了数字期刊的阅读推广。

2011 年度发布的 TOP100 期刊阅读排行,龙源立足于数字内容市场投放的不同角度,首次重点梳理出了数字期刊在不同用户领域的阅读状况,如国内外公共图书馆阅读 TOP100、国内中小学阅读 TOP100、高校阅读 TOP100、党政企事业单位阅读 TOP100 期刊排行等,同时推出了手机阅读 TOP10、IPAD 阅读 TOP10。这些排行不仅让我们看到了不同读者、不同领域用户的阅读倾向,同时也为在线合作的每一家刊社提供其个性化的数据分析报告,形成了信息时代期刊市场调研的新方式,对现今数字期刊内容主要投放市场广大图书馆用户去总结发现购买资源的使用效果,去改进和推动读者服务,有了新的观察视角。本文将就此对数字期刊的阅读现状及发展趋势做一分析。

## 1 数字期刊的阅读现状

### 1.1 党政企事业单位领域的数字期刊阅读现状

2011 年度党政企事业单位阅读 TOP100 期刊,显示出这类阅读群体相对宽泛的种类选择,但在宽泛中有相对聚焦。其中综合文化类期刊占 28%、企管财经占 12%、文学类 25%、时政人物类 15%(位居前 10 的期刊分布见表 1)。

这 10 个刊物所代表的类别倾向非常突出地反

映出这个领域阅读群体的特色。《三联生活周刊》、《领导文萃》、《南方人物周刊》、《新民周刊》为时政生活类,其中,《青年文摘》(彩版)、《意林》、《视野》、《青年文摘》(红绿版)、《人生与伴侣》等心灵鸡汤励志类刊物高踞前位并占较重比例这一点,让一般认为党政企事业单位读者是否更加青睐政经类的想法显得落伍,励志类的高踞榜首也显示了这个阅读群体的心志素养和向上追求。

表 1 党政企事业单位阅读 TOP100 期刊之 TOP10

排行	刊号	刊名	刊期
1	1673-4955	青年文摘(彩版)	半月刊
2	1007-3841	意林	半月刊
3	1005-3603	三联生活周刊	周刊
4	1005-720X	领导文萃	半月刊
5	1006-6039	视野	半月刊
6	1003-0565	青年文摘	月刊
7	1003-5001	人生与伴侣	旬刊
8	1007-5186	今日文摘	半月刊
9	1672-8335	南方人物周刊	周刊
10	1008-5017	新民周刊	周刊

### 1.2 国内外公共图书馆的数字期刊阅读现状

在国内外公共图书馆阅读 TOP100 期刊中,国内外存在较大的差异。分析国内外公共图书馆 TOP100 期刊类别分布,发现国外公图领域阅读 TOP100 期刊中,文学类的期刊占 19%、生活家庭类期刊占到 27%、时政人物类占 14%;而国内公图阅读 TOP100 期刊中,文学类刊物有 14%,生活家庭类期刊只有 4%、时政人物类 15%、其他取向分散在企管财经、电脑网络、教育和学习等方面(位居前 10 的期刊分布见表 2)。

从历年的 TOP 排行研究来看,文学一直是海外华语读者的首选,但是近两年来,生活类和时政类也开始攀升,《炎黄春秋》阅读量高踞榜首,成为海外公图阅读第一名,即看出海外读者阅读点和面的延伸;而国内公图方面,阅读诉求范围比较宽,文学类升格,励志类和时政类位于 TOP100 前端,而生活家庭类的内容并不占重要位置,与国外榜形成强烈反差。上海社会调查中心上海师范大学分中心朱易安教授主持的课题《上海白领文化需求调研报告》<sup>[1]</sup>显示,网络和数字化文化产品为越来越多的白领所青睐。

表 2 国内外公图阅读 TOP100 期刊之 TOP10 对比

2011 国内公图阅读 TOP10 期刊				2011 国外公图阅读 TOP10 期刊			
排行	刊号	刊名	类别	排行	刊号	刊名	类别
1	1007-3841	意林	励志文摘	1	1003-1170	炎黄春秋	党政史实
2	1673-4955	青年文摘(彩版)	励志文摘	2	0257-0262B	北京文学·中篇小说月报	文学
3	1004-0641	南风窗	时事新闻	3	1000-4912	兵器知识	军事科普
4	1005-3603	三联生活周刊	时政生活	4	0000-0947	南都周刊	时事新闻
5	1006-6039	视野	励志文摘	5	1671-0045	37°女人	女性家庭
6	1003-0565	青年文摘	励志文摘	6	0257-0165	当代	文学
7	1005-0043	电脑爱好者	数码网络	7	0583-1288	收获	文学
8	1003-4935	伴侣	女性家庭	8	1006-2831D	疯狂英语·口语版	外语教学
9	1005-720X	领导文萃	党政史实	9	1003-4935	伴侣	女性家庭
10	1009-9832	理财周刊	企管财经	10	1003-0565	青年文摘	励志文摘

以电影为例,上网看电影在白领群体中已很普遍,平均每月上网看 5 部及以上电影的人占 26%。在新媒体消费领域,手机报、电子图书在白领中逐渐普及,看手机报的白领人数占 44%。社会白领阶层工作节奏比较快,工作和生活的压力、个人较高的兴趣爱好和时尚追求,会促使他们采取不一样的阅读方式,比如利用网络、智能手机、平板电脑。如何让阅读更好地融入现代人生活?如何把公共图书馆打造成“文化咖啡馆”?东莞图书馆馆长李东来就提出,要让图书馆从资源型向服务型转型,这是一个革命性的观念。社会阅读与阅读推广是现代图书馆学的重要领域,现代图书馆学的阅读研究与图书馆核心价值相联系,研究中必须体现人文关怀,支持利用信息技术,支持新阅读<sup>[2]</sup>。国内外公图 TOP100 期刊排行正可以对图书馆研究读者阅读诉求,从而有针对性地改善服务提供了一定的参考依据。

### 1.3 中小学领域的数字期刊阅读现状

在中小学领域阅读 TOP100 期刊排行中,令人感到意外的是医药卫生养生保健类期刊高达 27 种,教育教学类占 27 种,二者加在一起超过半数的份量,不由让人感叹“身体是革命的本钱”这句老生常谈在中小学的阅读排行榜中得到了淋漓尽致的诠释。

据了解,中小学的数字资源,现阶段主要的使用者还是教师。教师,人称是“人类灵魂的工程师”,在家长普遍重视孩子教育的今天,长年过重的工作压力,过高的社会、家庭期望值,以及应试教育使他们

身心疲惫不堪。带病工作似乎已经成为教师职业的特征,教师的身心健康成了关注的死角。龙源中小学领域阅读 TOP100 期刊医药保健类所占比重之大,让我们第一次了解到这个群体的内在需要。他们借助学校购买的数字期刊,恶补生活保健类的知识,保持自己的身心健康,从而更好地做好教育教学工作。中小学购买数字期刊资源的初衷是要辅助教学、增进阅读,其中对教师健康的促进,让校方获得了意外的附加值。

或许,一些保健养生类刊物从来不怎么认为中小学领域是他们一个非常重要的需求群体,通过排行榜,是不是要改变看法呢?同时,上述用户的阅读差异以及不同领域用户之间的阅读差异性,数字期刊和数据库平台都应该考虑到终端读者的最大需要,分析怎样满足这种需要,这也是年度 TOP100 阅读排行想要达到的目的。

## 2 数字期刊阅读的发展趋势

### 2.1 个人付费和机构买单齐驱并进

面对广大的互联网用户,龙源要做的是努力改进数字阅读体验,将 3000 多种期刊聚合在一起,吸引更多的个人读者,这方面我们已经看到了与年俱进的增长。

面对机构用户,无论是图书馆还是中小学、党政企事业单位,他们通过招投标集体买单,覆盖的人群可以免费阅读。如果说 B2C 个人付费阅读需要权衡思

索、只有是他/她最想读的内容才付费的话,那么在机构用户覆盖的读者群体中,阅读是没有付费压力的,他/她的阅读路径和阅读选择可以比较真实地反映出他/她希望读什么,并且读了什么。透过龙源 2011 年度的各项阅读排行,首先从阅读绝对量来看,数字阅读已经更上一层楼:党政企事业单位阅读 TOP100 期刊排行中,排行第一的《青年文摘》(彩版)阅读量为 7.18 万次,国内个人付费阅读 TOP100 刊 No.1《三联生活周刊》6.16 万次,这只是它们在单一领域内的阅读量。龙源还发布的“国内外读者个人付费阅读 TOP100 文章”国内 TOP100 文章第一名是《南风窗》的“‘海关新政’扑朔迷离”,一篇文章就被阅读了 34,008 次、《收获》的小说“天香”一文被阅读了 5182 次。数字阅读以个人付费和机构买单两架马车并驾齐驱的方式,正在实现量的飞跃。

## 2.2 内容的优劣是读者选择的主要标准

透过龙源 2011 年度 TOP100 排行,我们发现不少期刊反复在不同的排行榜中占据前位,应该说这是读者的意志。是读者选择阅读它,从而造就了它们的排行位置。

怎样让读者选择阅读,那就要内容好,内容优则读。2011“国内个人付费阅读 TOP100 文章”排行榜涉及到 27 个刊物,其中《当代》占 12 篇、《三联生活周刊》占 11 篇、《收获》占 9 篇、《中国周刊》占 9 篇、《十月》占 8 篇、《看天下》占 7 篇,六个刊就占掉了 50%之上;国外个人付费阅读 TOP100 文章则涉及 20 个刊物,其中《收获》占 23 篇、《长篇小说选刊》占 22 篇、《当代》占 13 篇、《十月》《北京文学·中篇小说月报》各占 8 篇。五个刊占了 74%,这说明了什么?说明了内容好才是制胜的法宝!还说明了什么?文学!文学是解释人生、说明人生的,它源于生活、高于生活,是真善美的艺术呈现,人们是需要文学的,内容好,即使付费读者也是要读的!

一个可喜的现象,在龙源的诸多排行项目中,文学期刊的阅读量相当抢眼,而且都是品牌刊物的内容,它反映出我们的社会精神层面的东西在走高、升腾,文化的发展繁荣已经从数字阅读层面强烈地映照出来。这应该让文学期刊编辑们振奋,并建立起信心,把内容做好。

但需强调:龙源期刊网的 TOP100 只是一个切点,当然也可以以 TOP200、TOP300 为切点,但无论

切点放在哪里,排行榜都有一个根本性的特征,就是决定“期刊排行位置”的是内容。因此,期刊排行体现的不是“龙源的评判”、亦非“刊物的优劣”(排行并不说明期刊质量的绝对优劣),而是展现了“读者的选择”——读者的阅读选择,决定期刊或文章的排行。龙源以篇为单位而非以刊为单位的独特阅读方式,使得用户对每篇文章、每种期刊以及以主题为核心不同期刊的内容进行捆绑阅读具有了独立性,用户的浏览和阅读记录完全能客观地反映出用户的需求,它体现了以读者需求为导向,在网络传播、网络阅读中乐意为优质内容付费的新趋势。

## 2.3 品牌营造运动蓬勃发展

通过历年的排行,可以确定地说期刊的网络品牌阵容已蔚然成观,一些知名期刊已经成功地完成了网络品牌的延伸,一些知名度原本不太高的期刊通过网络传播和网民读者的认知,多次出现在 TOP100 排行中,形成了龙源自发布 TOP100 排行以来国内外七连冠期刊群体。这个群体还将会不断地扩大,可以说,网络世界的期刊品牌队伍正在从这里生发形成。

表 3 中文期刊网络传播国内个人付费阅读 TOP100 期刊 7 连冠期刊

刊名	11 年 国内 排名	10 年 国内 排名	09 年 国内 排名	08 年 国内 排名	07 年 国内 排名	06 年 国内 排名	05 年 国内 排名
伴侣	68	12	13	20	21	37	27
东西南北	60	76	85	87	71	70	42
读书	30	45	52	43	30	51	38
今日文摘	3	64	58	29	18	42	41
领导文萃	19	23	18	6	15	60	36
南风窗	71	10	8	27	12	18	8
青年文摘	10	4	1	1	1	4	9
轻兵器	96	24	36	58	10	8	2
人生与伴侣	81	14	9	10	9	52	39
商界	90	36	21	32	19	63	59
商业时代	73	31	25	8	32	73	25
视野	29	62	48	34	22	53	55
炎黄春秋	17	34	20	35	20	27	24
意林	2	5	5	2	2	6	67
中国新闻周刊	7	6	6	5	6	24	12

一个刊,在 TOP100 排行上榜一次也许没什么,但是如果它能够在 3000 多种期刊中,连续 7 年榜上



有名,那就说明了它已经完成了网络品牌的延伸或网络品牌的锻造。数字说话,毫无争议。

即便不是7连冠(有些刊物与龙源合作没有那么早),在2011龙源各项排行中,还存在大批网络传播效果优异的期刊群体。如《意林》杂志,它获得了国内公共图书馆领域阅读TOP100期刊第1名、国内中小学领域阅读TOP100期刊第1名、国内党政企事业单位阅读TOP100期刊第2名、国内外个人付费阅读TOP100期刊第2、第5名的好成绩;再如《三联生活周刊》杂志获得了国内外个人付费阅读TOP100期刊第1、第2名、国内党政企事业单位阅读TOP100期刊第3名、国内公共图书馆领域阅读TOP100期刊第4名的位置。

表4 中文期刊网络传播国外个人付费阅读TOP100排行7连冠期刊

刊名	11年 海外 排名	10年 海外 排名	09年 海外 排名	08年 海外 排名	07年 海外 排名	06年 海外 排名	05年 海外 排名
当代	4	29	11	2	1	2	8
读书	20	18	94	29	39	35	57
青年文摘	6	9	15	3	2	16	33
轻兵器	91	53	81	6	4	7	4
人生与伴侣	80	14	17	44	74	81	61
十月	10	31	40	7	8	4	13
收获	1	67	8	11	11	5	16
炎黄春秋	26	13	18	35	24	31	19
啄木鸟	12	43	31	33	31	8	29

我们还看到一个突出的现象,文学类的期刊在外国阅读排行中一贯优异,而国内位次就不及国外。如《北京文学·中篇小说月报》2011年是国外公共图书馆领域阅读TOP100期刊第2名,国外个人付费阅读排行TOP100期刊第7名,而国内个人付费阅读却是第43名;《当代》杂志国内外个人付费阅读排行分别是第18和第4名,国内外公共图书馆领域阅读TOP100期刊第72名和第6名,国内国外存在非常明显的差距。

还有不少刊物在某一榜单中排位并不太高,而在另一类排行榜单中相当靠前,比如《兵器知识》。它在2011年度国内个人付费阅读TOP100期刊中占位第92,而在国外个人付费阅读中高居第16名,同时在国内公共图书馆领域阅读TOP100期刊它是第

99名、而在外国公图阅读TOP100中直达第3名;相反,《电脑爱好者》杂志是国内中小学领域阅读TOP100期刊第6名,但是在外国个人付费阅读TOP100期刊中却是第69名,再如《家庭》在外国公共图书馆阅读TOP100中是第24名,而在国内外个人付费阅读和中小学领域的阅读排位基本上处于TOP100的中段,《做人与处世》在党政企事业单位阅读TOP100中居第14名,远高于他项榜单中的位置。这些现象,都说明了什么问题呢?一是说明了这些刊物在它排位较前的领域品牌知名度较高,二是说明了它的内容比较适合这些领域读者的诉求。

由此可见,期刊网络传播的广域性可以为期刊形成“墙内开花,墙外红”,可以“东方不亮西方亮”,也可以“堤内损失堤外补”。另一方面,通过这样的传播检验,不同的数字期刊用户,由此可以看出不同读者群体的阅读诉求,而这种诉求与国情、环境以及个人生活的素质都有着密切的关系,期刊编辑和我们的营销推广部门,在了解了自己编辑的内容和营销的效果存在这样那样的差异后,可以对某一些欠缺的方面加以改进。

今天,期刊数字化转型已经从观念和实质上产生了很大的跃进,期刊数字化传播中的网络品牌群体已经形成并正在壮大。期刊在网络环境中重塑品牌的运动,正悄然改变着期刊产业的生态格局。以龙源期刊网的期刊网络传播数据为参照,见微知著探讨期刊在数字化传播环境中的品牌塑造或延伸,不论在理论上还是实践上都具有深刻的现实意义。

#### 2.4 阅读载体多种多样

随着移动阅读的蓬勃兴起,龙源与三大移动运营商紧密合作,充分发挥杂志汇聚平台的作用,积极推动杂志的移动阅读。同时为了让更多杂志进入苹果商店,龙源开发了适应杂志共用的接入端口,省却了每个期刊社的开发投入。有意愿的合作期刊便陆陆续续进入了苹果商店。2011龙源推出的手机阅读TOP10和IPAD阅读TOP10,分别是基于三大运营商提供和龙源APP客户端上的数据(截止到2011年10月份)做出的。它基于龙源对这一充满未来的阅读方式的探寻和引导。

众所周知,手机阅读杂志收费是从2011年10月才开始的,这之前,三大运营商也一直处于尝试

推广阶段，颇有些雷声大雨点小的感觉，实际阅读数据亦不可观，包括通过龙源共用客户端接入 APP 的杂志群体也只有 300 多种。但是，移动阅读的发展方向是绝对的，前景将无比灿烂。在面向广大图书馆用户，龙源已经推出了手机客户端下载以及三网合一的触摸屏阅读服务。目前且通过这两个排行，对这两种介质的阅读状况做一个阶段性盘点，去发现总结对阅读推广和行业发展有用的东西，对受众读者增加更多的关注。

表 5 2011 三大运营商合作手机阅读 TOP10 期刊

排行	刊名	点击数
1	民间故事选刊	2490057
2	知音	1975150
3	微型小说选刊	1561986
4	读者	1324346
5	家庭百事通	1279446
6	男生女生(金版)	1113339
7	恋爱婚姻家庭	649969
8	中外故事	589638
9	做人与处世	474089
10	故事林	351669

表 6 使用龙源客户端入驻 APP 商店  
IPAD 阅读 TOP10 期刊

排行	刊名	上线时间	数据提取	下载量
1	大众摄影	02/21/2011	10/09/2011	65366
2	电影世界	02/21/2011	10/09/2011	30015
3	疯狂英语	02/21/2011	10/09/2011	20409
4	西藏人文地理	02/21/2011	10/09/2011	17833
5	汽车杂志	02/21/2011	10/09/2011	12320
6	三联生活周刊	02/21/2011	10/09/2011	11280
7	看天下	02/21/2011	10/09/2011	11034
8	中欧商业评论	02/21/2011	10/09/2011	10515
9	中外管理	02/21/2011	10/09/2011	10482
10	IT 时代周刊	02/21/2011	10/09/2011	10179

可以发现，手机阅读的刊物大多是故事文学、婚姻家庭和励志类刊物，全国发行量最大、知名度较高的《读者》《知音》杂志也在其中。我们不难判断，手机读者偏年轻、成长中，他们选择的这些内容比较

通俗易懂、大多故事性和可读性较高、并且是以文字为主、适宜手机展现的期刊种类；而 IPAD 阅读前 10，显示出受众明显的中高端性。《三联生活周刊》、《看天下》是时政类、《中欧商业评论》、《中外管理》属于商业管理类、《大众摄影》、《电影世界》、《西藏人文地理》、《汽车杂志》都是非常适宜 IPAD 表现的刊物、《疯狂英语》和《IT 时代周刊》白领读者居多。IPAD 的高价格和全新的触觉体验吸引了相对高收入、高品质生活的一代，而手机用户则彰显大众化趋势。

从传统阅读到数字阅读是阅读的革命。利用手机、MP4、IPAD 等移动终端设备进行阅读更是让数字阅读走上了新的台阶。随着智能手机的普及，PAD 价位的适中下调，也随着各级图书馆对移动阅读的重视和推广，凭借互动体验、便捷、快速，数字化阅读将更有市场和生命力。

### 3 结语

龙源期刊网 2011 年度发布的 TOP100 期刊阅读排行，不仅让我们看到了不同读者、不同领域用户的阅读倾向，分析他们的数字阅读需求，还可以发现数字期刊的阅读呈现出了个人付费和机构买单齐驱并进、内容是读者选择的主要标准、品牌营造运动蓬勃发展、阅读载体多种多样等多种趋势。掌握了数字期刊的阅读现状与趋势，不管是对期刊社、数据库商，还是对图书馆等社会阅读基地，就等于掌握了读者与民众的数字期刊阅读需求，因而对读者阅读工作的计划、开展具有一定的现实意义。

### 参考文献：

- [1]《上海白领文化需求调研报告》出炉 调查报告显示：五成白领从不去图书馆博物馆 [EB/OL].[2012-02-23].<http://www.cbi.gov.cn/wisework/content/99443.html>.
- [2]范并思.图书馆学与阅读研究[J].图书与情报,2010,(2):7-10.

作者简介：穆广菊(1953-)，女，龙源数字传媒集团副总裁、总编，研究方向：期刊数字化、数字化阅读。