

养老实务类图书的市场调研

刘文蕾

机械工业出版社，北京 100037

DOI:10.61369/SE.2026070016

摘 要： 针对养老实务类图书开展全流程市场调研，梳理出家庭照护、机构养老、社区康养三类读物的产品特质，划分受众画像、竞品内容、终端渠道、落地场景四大调研板块，同时归纳出四类可落地的实操调研方式。工作人员把调研收集的读者诉求、产品短板和渠道特征，运用在选题申报、内容编写、装帧制作、分渠道运营等各个出版环节。依托调研结论，行业现存的各类问题可以得到有效化解，标准化的调研流程能够强化图书的实操价值，也帮助出版机构持续优化选题开发的整体思路。

关 键 词： 养老实务图书；市场调研；出版策划

Market Research on Practical Books on Elderly Care

Liu Wenlei

Machinery Industry Press, Beijing 100037

Abstract： This study conducted comprehensive market research covering the entire lifecycle of practical books on elderly care, delineating the distinct product characteristics of three categories: home-based care, institutional elderly care, and community-based wellness programs. The research framework comprises four key components: target audience profiling, analysis of competing products, distribution channels, and application scenarios, while also proposing four actionable research methodologies. Researchers applied collected insights into reader needs, product shortcomings, and channel characteristics across all publishing stages—including topic selection, content development, book design, and multi-channel distribution. By leveraging these findings to address prevalent challenges and implementing standardized research protocols, this study enhances the practical value of elderly care literature and refines publishing houses' approach to title development.

Keywords： elderly care practice books; market research; publishing planning

引言

依托养老服务的真实需求和读者选购图书的实际想法推进各项调研，划分出受众画像分析、在售竞品整理、终端渠道摸排、一线养老场景实地走访四大板块。几类调研内容相互补充，能够完整覆盖养老实务图书从内容创作到线下售卖的全流程信息。

一、养老实务类图书市场调研的四大核心观测层面

调研工作会以养老服务的实际需求、读者选购书籍的思路为基础，在售竞品全方位梳理、终端销售渠道统计、一线养老场景实地走访，这几项调研内容可以互为补充，完整覆盖养老实务图书从内容制作到线下售卖的全部信息。

（一）目标受众分层画像调研

工作人员不再对全体人群开展笼统的数据采集，参照读者的使用诉求、身份情况以及知识储备划分三大核心受众群体，逐一整理不同人群的阅读困扰与内容倾向。养老机构在岗护理人员选购图书，主要用来完成岗前培训、提升专业技能，这类读者重点

关注失能长者照护、突发急症处置、并发症预防等实操内容，也会经常翻阅书中的操作规范和行业现行服务标准。中老年陪护子女更青睐居家照护、慢病照料、心理疏导这类实用内容，并不喜欢大段专业理论，偏向步骤清晰、配图直观的通俗读物。生活可自理的低龄老人，主要依靠书籍完成健康管理与居家安全防护，关注防跌倒、饮食搭配、慢病自测等基础内容，对图书开本、字号、页面留白等适老化设计也有明确要求。调研同时记录不同人群的购书预算、常用购书渠道与碎片化阅读时长，持续完善受众画像的量化信息。

（二）在售同类竞品图书全维度拆解调研

工作人员挑选各大图书榜单里销量表现较好、细分领域市场

作者简介：刘文蕾（1983.10—），汉族，河北省邢台市人，大学本科学历，副编审，主要研究方向为大众图书的策划与出版。

占比较高的同类书籍，从选题方向、内容框架、图文搭配、装帧样式、定价标准五个角度，逐一梳理产品存在的短板和自身优势。在选题方面，工作人员会重点统计同类书籍的扎堆方向，居家基础养老、老年养生类内容一直都是市场主流，讲解认知障碍老人照护、农村居家适老化改造、养老机构成本管控的细分书籍数量较少，这些市场空白都会纳入新选题的备选清单。梳理内容框架时，工作人员会统计每本书理论内容和实操内容的占比，市面上多数图书的理论内容占比都超过六成，操作步骤讲解简略、缺少细节标注是普遍存在的问题，还有部分书籍直接照搬行业通用理论条文，没有结合国内居家养老的实际情况优化内容。针对图文搭配部分，工作人员会统计竞品的配图形式，纯文字排版、图片和操作步骤不对应是十分常见的问题，而口碑较好的书籍基本都会做到一个步骤搭配一张图片。在装帧与定价方面，工作人员会对照同类书籍的开本、用纸以及售价，采用大字体、软皮平装的适老化书籍，定价一般会高于普通平装书，价格的浮动范围也会对应不同渠道读者的消费能力。工作人员会整理竞品问题记录手册，手册里登记的各类不足，都会直接当作新书内容优化的参考要点。

（三）图书终端销售渠道专项调研

读者选购养老实务类图书，主要分为线下实体门店和线上图书平台两大场景，不同渠道的陈列规则、选购人群、热门书籍都有着明显区别，工作人员会按照渠道分类收集细分数据。线下渠道包含综合实体书店、社区便民书屋、养老机构配套图书室、医药连锁门店四类，综合书店会把养老类书籍统一摆放在生活科普区域，前来选购的人群分布较为零散；社区书屋和养老机构图书室的主要读者是陪护家属与护理人员，采购重点集中在机构照护、居家照料类工具书；医药门店上架的书籍，内容大多围绕老年慢性病居家养护，也会和门店在售的康养产品形成内容呼应。线上渠道涵盖电商图书专区、知识付费平台、社群团购渠道，电商平台的读者更愿意选购套装形式的实务图书，知识付费平台的用户，倾向购买搭配电子资料的薄本精简读物，社群团购大多以社区集体采购为主，采购方会优先挑选性价比更高的口袋手册。调研过程里，工作人员还会记录各个渠道单本图书的平均销量、陈列位置对销量造成的影响，结合渠道特点确定新书分版本制作的具体方向。

（四）一线养老落地场景实地调研

图书内容能否发挥实用价值，需要依托一线养老场景完成验证，工作人员会走进城市社区养老服务中心、民办养老机构、城乡普通家庭三类实地场景，跟着在岗护理人员完整记录日常照护的操作细节。在养老机构场景中，工作人员重点收集重度失能、半失能老人翻身、褥疮预防、鼻饲护理等标准化操作流程，整理护理人员日常工作里经常遇到的难题，把这些高频问题单独设置为书中的专属章节。社区康养场景的调研，主要围绕日间照料、老年文体陪伴、上门送餐助浴等便民服务展开，梳理社区养老工作人员在实操中遇到的问题，补充简单易懂的实操教学内容。城乡居家场景可以分为城市住宅居家、农村自建房居家两种环境，农村住宅的居住条件存在限制，当地适用的适老化改造方法、简

易居家照护方式，和城市有着不小区别。目前市面上多数书籍都直接沿用城市居家养护方案，缺少适配农村居住环境的实操内容，这部分内容缺口也会纳入新书的补充清单。实地走访收集到的第一手实操资料，都会作为书稿编写的原创核心素材。

二、调研数据在养老实务图书出版全流程的落地运用

工作人员完成全部数据收集与整理分析工作后，会把调研结果运用到选题申报、书稿打磨、装帧设计、分版本制作四大环节，打通调研信息和图书成品之间的衔接关系。

（一）依托调研结论优化选题立项标准

出版单位会把调研整理得到的读者需求、竞品空白领域、场景内容缺口，当作选题申报的核心评审依据，淘汰市面上已经趋于饱和的泛养生类养老选题，把开发重心放在调研发现的细分空白领域。面向养老护理从业者，团队策划《失智老人分阶段照护实操手册》《养老机构突发意外应急处置规范》等专业选题；面向家庭陪护人群，打造《居家卧床老人日常简易照料指南》《中老年慢病居家饮食调养实操》等偏向日常使用的书籍；结合农村居家养老的内容缺口，专门推出适配乡村居住环境的《农村家庭适老化简易改造实操》这类细分读物。选题评审阶段，工作人员还会结合调研得到的读者预算确定产品定位，定价偏高的精装工具书，主要面向机构集体采购市场，价格亲民的口袋手册，则主打社区与个人零散选购市场，从源头减少选题同质化、内容脱离市场需求的问题。

（二）结合调研痛点打磨书稿内容架构

书稿编写阶段，团队依据调研梳理的读者阅读痛点调整内容结构，压缩理论篇幅、增加实操内容。面向护理从业者的读物，实操内容占比不低于七成；面向家庭陪护群体的读物，实操内容占比把控在六成以上。编排形式也会适配不同读者的学习特点，专业图书由浅入深逐步讲解，居家科普类图书则拆分为独立技能模块，方便读者碎片化阅读。针对农村养老内容短缺的问题，居家养老类图书增设乡村专属板块，补充低成本适老化改造、乡村康养等实用知识。进入三校流程后，工作人员会比对书中内容与一线调研素材，若操作步骤和实地记录存在偏差，便退回修改，确保内容贴合实际养老场景。

（三）参照受众生理特征优化装帧与排版设计

工作人员会把调研得到的老年读者用眼习惯、书本随身使用需求，全部落实到书籍装帧和排版的各项工作里。面向低龄老年群体、家庭陪护人员的读物，正文页面统一使用三号字体，行间距设置为1.5倍，书本选用哑光护眼纸张，书页边角也都会做成圆角样式，能防止尖锐边角划伤翻阅的读者。大家可以随身带的口袋实操手册，制作团队会把控书本整体开本，把整本书的页数控制在150页以内，陪护人员外出工作时也能随时拿出来查看，专供养老机构开展培训使用的精装工具书，制作方会选用大开本搭配锁线装订工艺，书本经过反复翻阅也不容易出现书页散落的情况。设计配图的过程中，工作人员会结合调研整理出的读者喜好来规划内容，讲解实操步骤的页面都做到一步搭配一张图片，

所有图片均采用生活化实景拍摄素材，不再使用抽象的线条示意图，图片上标注的文字解说力求简洁凝练，只写明核心操作要点，以此降低老年读者的理解难度。

（四）依据渠道销售数据做分版本产品定制

同一本书籍选题，制作团队会结合不同销售渠道的选购特点，打造出多个不同版本的内容。综合电商平台上架完整版本的图书，书中收录全部实操内容以及配套附录资料，社区书屋、养老机构采购选用的版本，制作人员会删减附录相关内容，只保留核心操作步骤，同时调低图书定价，契合集体采购的成本标准。医药连锁门店专属版本，会额外增添慢性病居家用药注意事项简表，工作人员也会清晰划分科普内容和门店康养产品的界限，全书当中不会出现任何产品推广类文字。知识付费平台还会同步推出精简纸质读本以及电子版实操视频，纸质读物删减拓展类内容，大量演示素材全部放置在线上数字板块，匹配线上产品附带增值服务的运营特点。制作不同版本图书的各项工作，全部依托渠道调研所得的数据推进，尽可能满足不同使用场景里读者的选购诉求。

三、养老实务图书市场调研全流程质量管控要求

调研收集而来的数据是否准确，会直接影响最终成型图书的整体品质，出版机构会制定一套完整的调研管理规则，从调研人员安排、样本选取标准、多方数据核对、资料归档复用四个板块，规范市场调研全流程的各项工作。

（一）调研人员分层配置规范

调研团队采用不同岗位人员联合组队的形式，成员包含图书策划编辑、资深养老行业顾问以及一线护理工作人员。策划编辑负责把控调研整体框架，明确调研内容和选题的对接方向，养老行业顾问会检查调研提纲的专业度，在岗护理人员凭借自身一线工作经验，配合团队完成实地走访、场景信息收集等工作。正式启动调研工作前，单位会统一组织岗前培训，明确不同人群的访谈提纲、竞品梳理要求、实地走访记录规范，减少人为记录失误引发的数据偏差。

（二）调研样本筛选量化要求

开展受众问卷调研时，工作人员会结合地域、年龄、身份划分样本比例，城市受访样本和乡村受访样本按照 7:3 的比例分

配，陪护家属、护理从业者、自理老人三类人群的样本数量保持均衡，单类人群回收的有效问卷数量不低于 300 份，填写无效的问卷会统一剔除，不会纳入数据统计范围。挑选竞品图书时，只选择近三年正式出版、持续产生销量的在售书籍，剔除已经停售、市场销量为零的老旧读物，保障竞品分析数据可以反映当下的市场情况。实地场景走访阶段，每一个细分板块都会选取不少于五家机构、十个社区点位、二十户城乡家庭作为调研样本，扩大样本总量，降低个别特殊样本带来的统计偏差。

（三）多维度数据交叉核对办法

本次调研采用多渠道信息交叉核验的方式把控数据质量。读者偏好会结合问卷结果、门店反馈与实地访谈三方比对，数据出现明显偏差时，就开展二次抽样完成修正。竞品定价、销量数据对照线上月度榜单和线下进销存记录双向核查，剔除统计失误造成的无效信息。一线采集的实操内容，需由两名及以上在岗护理人员共同审核，存在争议的内容将重返现场重新收集，确保素材真实可信。

（四）调研成果存档与复用管理

所有原始问卷、竞品梳理手册、实地走访记录、数据总结报告，都会统一分类存放到出版社内部素材库，文件标注调研开展时间以及对应的细分选题，形成标准化的调研档案。后续同领域新选题启动申报工作时，相关工作人员可以调取过往档案使用有效数据，只针对行业新规、养老服务模式变化的部分补充全新调研内容，减少重复调研带来的人力与时间消耗。单位也会定期结合行业政策调整、养老服务模式更新档案内容，让素材库信息始终贴合行业实际发展现状。

四、结语

市场调研贯穿养老实务图书从选题到成品的全出版流程，实地收集的一手资料既能弥补现有图书内容短板、挖掘市场空白选题，也能改善行业内容脱离实操、选题同质化的问题。受众、竞品、渠道及一线场景四类调研相辅相成，让读物兼顾通俗科普与专业实操。配套的全流程标准化管控，能够保障调研数据真实可用，把调研成果转化为产品竞争力，助力出版机构持续推出贴合行业实际需求的优质读物。

参考文献

- [1] 刘敏. 民生类养老图书选题的市场调研方法探析 [J]. 出版广角, 2023 (06).
- [2] 周静. 适老化出版物市场调研与产品落地研究 [J]. 科技与出版, 2022 (09).
- [3] 吴帆. 养老实务读物内容质控与前端调研管控路径 [J]. 出版发行研究, 2023 (03).