

2019.02

中国青年阅读指数报告

CHINA YOUTH

READING INDEX REPORT



回 归 内 容 本 源

Returning to content source. Mastering reading trends.

把 握 阅 读 趋 势

1 指数报告

- * 2019年2月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁 庄庸

2 解读报告

- * 构建文化共同体：知本精英时代的跨界阅读潮流 12
文 _ 陈静 庄庸

1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2019年2月中国青年阅读指数报告

*

文 —— 陈沁 庄庸

从中国青年阅读需求指数和中国青年阅读供给指数的变化中，我们能观察到如下内容：

一 | 青年阅读的偏好变化

从阅读需求的角度，2019年1月，需求指数排名前三的阅读域是哲学及社会科学阅读域（需求指数 35.02）、文学阅读域（需求指数 23.53）和历史阅读域（需求指数 13.07）。哲学及社会科学阅读域需求指数由2018年12月的 36.35 下降至2019年1月的 35.02，环比下降 1.33。文学阅读域需求指数由2018年12月的 25.35 下降至2019年1月的 23.53，环比下降 1.82，是需求指数下降幅度最大的阅读域。历史阅读域需求指数由2018年12月的 10.05 上升至2019年1月的 13.07，环比上升 3.02，是需求指数上升幅度最大的阅读域。此外，2019年1月需求指数上升的阅读域还有教育阅读域（环比上升 1.54）和语言学阅读域（环比上升 0.20）。2019年1月需求指数下降的阅读域还有法学阅读域（环比下降 0.37）、生活相关阅读域（环比下降 0.36）、工学阅读域（环比下降 0.31）、医学阅读域（环比下降 0.15）、自然科学阅读域（环比下降 0.13）、艺术阅读域（环比下降 0.10）和经济金融管理阅读域（环比下降 0.09）。中国青年阅读需求指数详见下图。

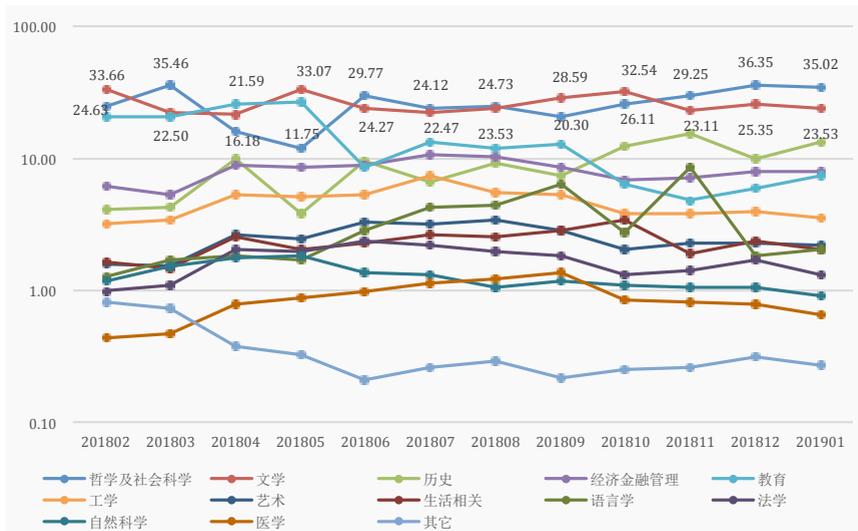


图1 中国青年阅读需求指数

接下来针对哲学及社会科学阅读域和文学阅读域这两个主要的阅读域展开详细分析。

将哲学及社会科学阅读域细分为7个二级阅读域，通过观察近半年来这些细分领域的指数走势发现，心理阅读域需求最大。对比分析近两个月的数据，心理阅读域需求指数由2018年12月的32.56上升至2019年1月的33.69，环比上升1.13。社会学阅读域需求指数由2018年12月的12.30上升至2019年1月的15.51，环比上升3.21，是2019年1月需求指数上升最多的阅读域。此外，2019年1月需求指数上升的还有国学阅读域（环比上升0.09）和哲学阅读域（环比上升0.08）。2019年1月需求指数下降最多的是政治阅读域，需求指数由2018年12月的11.39下降至2019年1月的7.53，环比下降3.86。此外，2019年1月需求指数下降的阅读域还有宗教阅读域（环比下降0.57）和文化阅读域（环比下降0.06）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

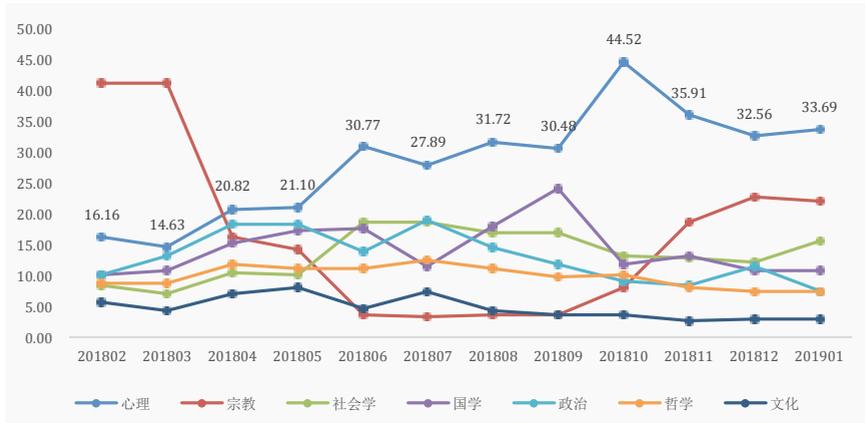


图 2 哲学及社会科学阅读域需求指数

将文学阅读域细分为 8 个二级阅读域，通过近两月数据分析，小说阅读域需求最大，需求指数由 2018 年 12 月的 57.04 上升至 2019 年 1 月的 58.35，环比上升 1.31。2019 年 1 月需求指数上升最多的是文学理论阅读域，需求指数由 2018 年 12 月的 1.65 上升至 2019 年 1 月的 4.69，环比上升 3.04。2019 年 1 月需求指数下降最多的是经典阅读域，需求指数由 2018 年 12 月的 9.43 下降至 2019 年 1 月的 6.63，环比下降 2.80。此外，需求指数下降的还有散文随笔阅读域（环比下降 0.69）、纪实文学阅读域（环比下降 0.49）和诗歌阅读域（环比下降 0.35）。漫画绘本阅读域和戏剧电影阅读域需求相对稳定，指数变化不大。文学阅读域需求指数详见下图。

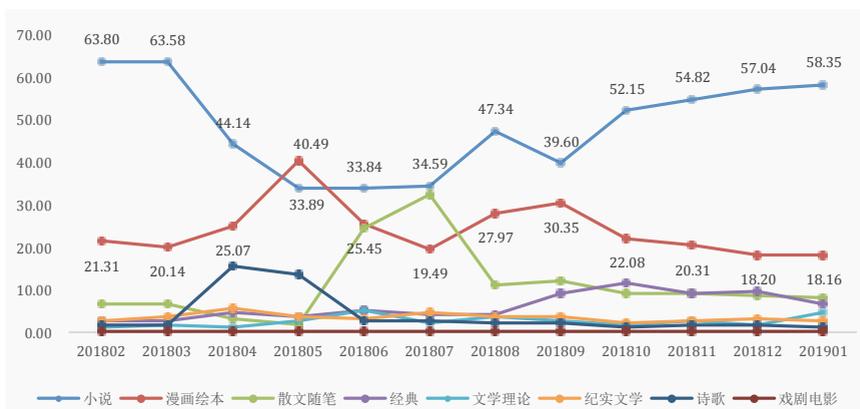


图3 文学阅读域需求指数

二 | 文化机构供给的阅读内容变化

从供给的角度，文学阅读域的供给量仍是最多的，远远超过了其他阅读域的供给量。通过观察阅读域供给指数走势发现，各阅读域供给指数相对需求指数更稳定，波动较小。通过对比分析中国青年阅读供给指数近两月的数据发现，文学阅读域供给指数从2018年12月的53.25下降至2019年1月的50.09，环比下降3.16，是2019年1月供给指数下降最多的阅读域。此外，2019年1月供给指数下降较多的还有历史阅读域（环比下降0.45）和生活相关阅读域（环比下降0.15）。2019年1月供给指数上升最多的是哲学及社会科学阅读域，供给指数由2018年12月的22.96上升至2019年1月的24.13，环比上升1.17。此外，经济金融管理阅读域供给指数也有较大的上升，环比上升0.91，教育阅读域供给指数环比上升0.84，自然科学阅读域供给指数环比上升0.64。中国青年阅读供给指数详见下图。

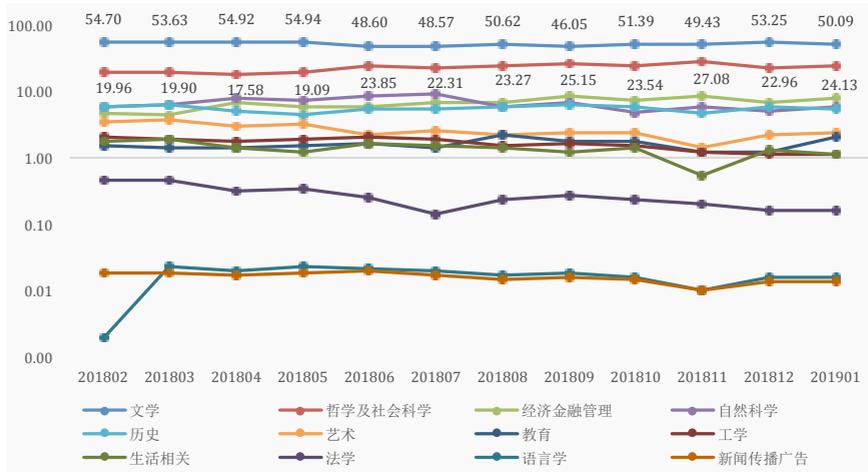


图 4 中国青年阅读供给指数

接下来对供给量最多的文学和哲学及社会科学阅读域进行供给侧详细分析。

与需求对应，小说和散文随笔是文学阅读域中供给量较大的阅读域。通过对文学阅读域供给分析，小说阅读域供给指数从 2018 年 12 月的 79.54 下降至 2019 年 1 月的 73.40，环比下降 6.14，是 2019 年 1 月文学阅读域供给指数下降幅度最大的阅读域。散文随笔阅读域供给指数从 2018 年 12 月的 17.25 上升至 2019 年 1 月的 19.55，环比上升 2.30。漫画绘本阅读域供给指数由 2018 年 12 月的 0.68 上升至 2019 年 1 月的 3.87，环比上升 3.19，是 2019 年 1 月供给指数上升最多的阅读域。此外，纪实文学阅读域供给指数由 2018 年 12 月的 2.49 上升至 2019 年 1 月的 3.14，环比上升 0.65。文学理论阅读域供给较为稳定，指数变化不大。文学阅读域供给指数详见下图。



图 5 文学阅读域供给指数

与需求对应，心理和哲学是哲学及社会科学阅读域中供给量较大的阅读域。对比最近两月数据，国学阅读域供给指数从 2018 年 12 月的 3.89 上升至 2019 年 1 月的 6.67，环比上升 2.78，是 2019 年 1 月供给指数上升最多的阅读域。此外，2019 年 1 月供给指数上升的还有心理阅读域（环比上升 0.68）和社会学阅读域（环比上升 0.61）。2019 年 1 月政治阅读域供给指数下降幅度最大，由 2018 年 12 月的 14.12 下降至 2019 年 1 月的 11.36，环比下降 2.76。此外，2019 年 1 月供给指数下降的还有宗教阅读域（环比下降 1.07）和哲学阅读域（环比下降 0.15）。文化阅读域供给指数变化不大。哲学及社会科学阅读域供给指数详见下图。

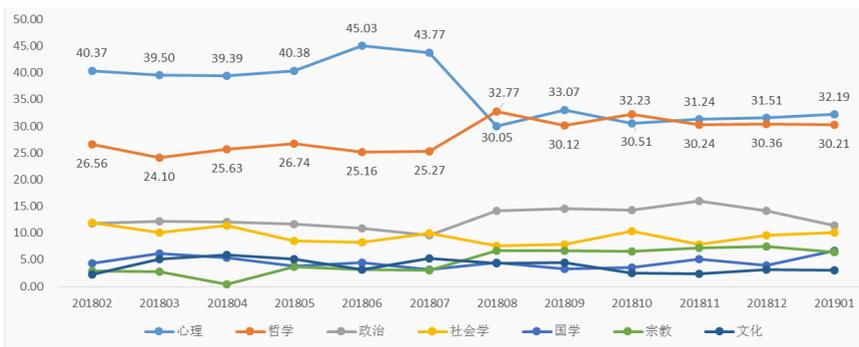


图 6 哲学及社会科学阅读域供给指数

三 | 需求变化与供给变化的关系

通过比较中国青年阅读需求指数和中国青年阅读供给指数最近两月的数据，可以将阅读域的供需变化态势划分到四类区间。第一类区间为需求量和供给量同向增加，属于该区间的阅读域有利于市场热度升温，主要包括教育阅读域。第二类区间为需求量和供给量同向减少，属于该区间的阅读域意味市场热度可能在下降，主要包括文学阅读域、生活相关阅读域和法学阅读域。第三类区间为需求量在减少而供给量却在增加的阅读域，主要包括哲学及社会科学阅读域、经济金融管理阅读域、自然科学阅读域、艺术阅读域、工学阅读域和医学阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括历史阅读域和语言学阅读域。新闻传播广告阅读域需求及供给变化不大，相对稳定。详见下图。



图7 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

四 | 阅读域市场映射指数

通过对中国青年阅读域销售状况分析发现，文学阅读域是最畅销的，市场映射指数由2018年12月的73.27下降至2019年1月的69.54，环比下降3.73，是2019年1月市场映射指数下降最多的阅读域。2019年1月市场映射指数上升最多的是哲学及社会科学阅读域，市场映射指数由2018年12月的7.38

上升至2019年1月的9.06，环比上升1.68。此外，市场映射指数上升的阅读域还有历史阅读域（环比上升1.58）、经济金融管理（环比上升0.28）、自然科学阅读域（环比上升0.09）和教育阅读域（环比上升0.08）。艺术阅读域、法学阅读域、生活相关阅读域和工学阅读域市场映射指数相对稳定。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

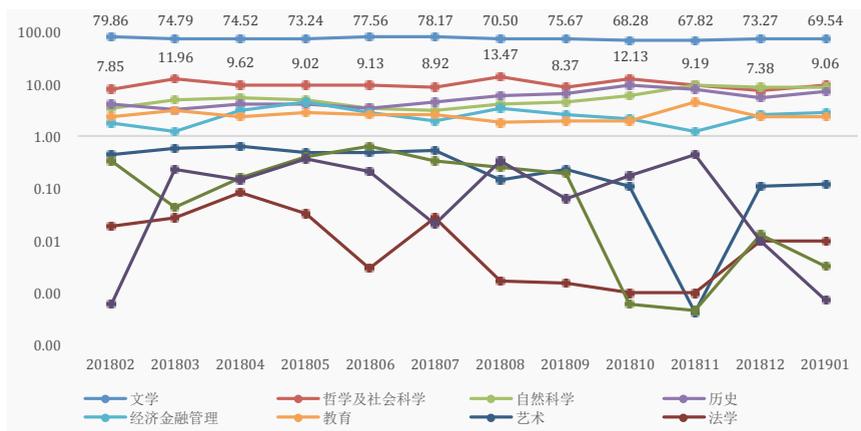


图8 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，2019年1月散文随笔阅读域和纪实文学阅读域市场映射指数上升。散文随笔阅读域市场映射指数由2018年12月的16.38上升至2019年1月的18.79，环比上升2.41。纪实文学阅读域市场映射指数由2018年12月的4.30上升至2019年1月的4.71，环比上升0.41。2019年1月小说的热度仍是最高。2019年1月小说阅读域市场映射指数下降最多，由2018年12月的77.17下降至2019年1月的75.47，环比下降1.70。此外，市场映射指数下降的还有漫画绘本阅读域（环比下降0.61）和经典阅读域（环比下降0.52）。文学阅读域市场映射指数详见下图。



图 9 文学阅读域市场映射指数

从哲学及社会科学阅读域市场映射情况来看，心理阅读域热度最高，市场映射指数由2018年12月的36.52下降至2019年1月的35.51，环比下降1.01。此外，2019年1月市场映射指数下降的还有哲学阅读域（环比下降3.16）和文化阅读域（环比下降1.01）。2019年1月市场映射指数上升最多的是社会学阅读域，市场映射指数由2018年12月的0.52上升至2019年1月的2.71，环比上升2.19。此外，国学阅读域市场映射指数环比上升1.68，政治阅读域市场映射指数环比上升1.30。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。



图 10 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

五 | 中国青年阅读出版机构排行榜

在抓取图书的阅读量的基础上，通过统计每个出版机构出版图书的阅读量，能够反映出该出版机构出版的图书是否受到青年读者的青睐。出版图书阅读量较高的出版机构前三名是新经典文化有限公司、上海读客图书有限公司和作家出版社。详细榜单见下表。

出版图书阅读量较高的出版机构排行榜			
排名	出版机构名称	阅读量	好评率
1	新经典文化有限公司	3,546,247	77.85%
2	上海读客图书有限公司	2,135,720	75.80%
3	作家出版社	1,906,800	70.67%
4	广西师范大学出版社	1,746,713	80.99%
5	江苏凤凰文艺出版社	1,308,428	74.00%
6	上海人民出版社	1,284,503	74.71%
7	中国大百科全书出版社	1,085,773	78.44%
8	北京磨铁图书有限公司	1,021,979	56.95%
9	童趣出版有限公司	965,677	80.00%
10	北京世纪文景文化传播公司	684,810	74.97%
11	北京中作华文数字传媒股份有限公司	643,313	71.79%
12	北京联合出版有限责任公司	611,364	64.08%
13	二十一世纪出版社	451,158	80.97%
14	生活·读书·新知三联书店	443,640	67.26%
15	人民邮电出版社	433,617	69.09%
16	印刷工业出版社	401,487	63.00%
17	上海译文出版社	329,679	70.60%
18	四川文艺出版社	305,725	73.78%
19	人民文学出版社	293,651	64.12%
20	重庆出版集团	288,708	58.29%

* 数据统计时间为 2018 年 11 月 25 日到 2019 年 1 月 25 日

2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

构建文化共同体： 知本精英时代的跨界阅读潮流

*

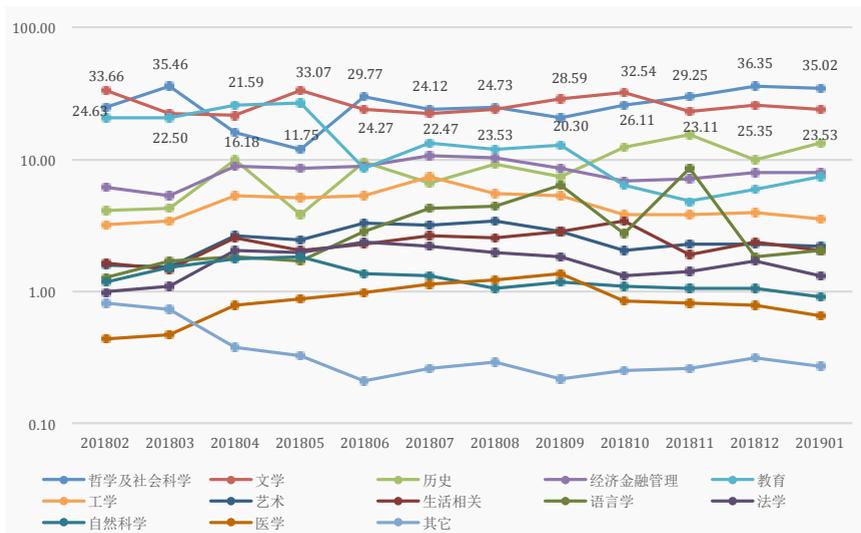
文 —— 陈静 庄庸

文脉与国运密不可分。改革开放四十年来，中国上升为世界第二大经济体，并开始从文化大国向文化强国迈进，文化自信已经深入人心，潜移默化成每一个中国人，尤其是青年人的思维方式和行为指引。在经济大发展的知本精英时代，随着跨界融合不断发展，中国青年的阅读方式和思维方式发生了翻天覆地的变化，在这种外部环境和内生环境都急剧变化的趋势下，内容行业急需跨界出圈，寻求创新发展。

中国青年阅读指数，以四亿中国青年为研究样本，通过大数据追踪中国青年的阅读风向。从本期中国青年阅读指数数据中，我们可以观察到知本精英时代的跨界思维对中国青年阅读潮流和思想动向的潜在影响。

一 | 指数逻辑下的阅读分层与融合

观察中国青年阅读需求指数一年来的数据，我们发现：需求指数总体大致呈现三区分层的状态。



注：中国青年阅读需求指数

第一层包括：哲学及社会科学、文学阅读域；第二层包括：经济金融管理、工学、历史阅读域；第三层包括：艺术、生活相关、法学、自然科学、医学等阅读域。分析这三区各自的折线变化形态发现，第一层中，哲学及社会科学、文学两条折线变化相对比较平稳，一直处于高需求状态；第二层中的经济金融管理和工学阅读域两条折线起伏变化非常相似，具有同频波动性；第三层中的各个阅读域一直处于相对稳定的低需求状态。三区分层的稳定性，一定程度上印证了中国青年阅读需求指数客观地呈现出中国青年阅读的内在规律。从时间上来看，折线图在2018年7月前的分层现象更加明显，之后则分布相对均衡，这种变化折射出中国青年阅读需求近半年来趋向均衡，说明中国青年阅读呈现多元化趋势。

在整体稳定的同时，历史阅读域、教育阅读域、语言学阅读域，呈现比较大的波动状态，甚至出现了跨越分层区间的现象。教育阅读域总体上呈现逐渐下降的趋势，而历史阅读域和语言学阅读域则间断性出现极值的现象，并且整体呈上升趋势。分析这三个阅读域发现，除历史阅读外，教育和语言学阅读域均为工具性阅读域。分析这类工具性阅读域的高频波动，我们认为这些阅读域被功利性阅读的同时，也吸引了一部分非应试阅读需求的青年读者。他们因为短期的学习需要或者兴趣爱好产生了知识性的阅读需求，因此

造成了数据的波动。

观察同一层内的数据折线图发现，同一分层内的曲线，往往具有同频波动的趋势。如第二层中的经济学和工学，第三层中的艺术、法学和自然科学。由此我们分析认为，这些阅读需求中，人群可能存在重叠，他们有相似的阅读习性，也就是说，这些阅读者可能同时涉猎了不同的阅读域，存在跨界阅读现象。

通过对中国青年阅读需求指数的分析，我们可以得出两个结论：非功利性阅读者有在功利性阅读域中的跨界阅读现象；不同阅读域的曲线趋同，中国青年的阅读产生了越来越明显的多元化需求趋势。

二 | 知本时代的知识精进

多元化阅读需求的产生，与当前社会的发展存在呼应关系。中国社会经济已经步入变道超车的快车道，快速发展的工业经济，对人才的需求已不同于以往专业化、标准式的需求，中国青年阅读也越来越多地与社会发展的模式产生联系。专于某一行业、职业的青年，越来越难以满足迅速发展的社会生产力的需要。中国青年力求在准确把握时代和社会脉搏基础上，谋求最有利于自身发展的位置，并开始意识到专业壁垒对于自身和整个经济社会发展的限制。

社会生产力的迅速发展必然引起生产关系的调整，在生产力和生产关系的矛盾转化过程中，出现了诸如“斜杠”等新的知识范式。这些概念渐为人们熟知，甚至开始成为青年人习以为常的思维方式和生活模式。这预示着中国青年正在全方位提升自身能力，寻求多元化发展路径，以应对各方的挑战。其背后的思想逻辑是，中国青年对于知本精英专业化时代向趣缘社群为特征的“玩家时代”转化的清醒认识。

知本精英时代一个重要的特点就是让专业的人去做专业的事，让那些拥有专业技能的顶尖人才在专业领域发挥所长。而跨界思维则将吸引更加多元化的群体投身到不同专业的交叉领域，形成新的生产力。

互联网+时代，随着信息通讯的发展，人们的传播、交流方式发生了重要变化，不同经济水平、文化程度、年龄性别的族群，相互之间的壁垒正在被打通。通过在专业、行业、职业中构建跨界族群共同体，然后构建起一个基于文化认同、价值认同的文化共同体。这种共同体，有着重新梳理中国社

会文化关系的作用，它抽离出无数小族群圈层的大众意识和集体共识。因此，跨界正在日渐打通族群之间的次元壁垒，它所达成的共同文化认同机制，成为不同阅读族群之间交流的接口，起到链接作用。

三 | 强国时代青年的文化重构

经过四十年改革开放的洗礼，中国的各行各业都经历了翻天覆地的变化，高铁、智能机器人、太阳能发电、航天技术、IGCC（煤电热联产技术）、磁悬浮技术、量子通信技术、核电技术、云计算、物联网、传感网技术等都位居世界前列。中国特色的社会主义进入了新时代。中国经济、科技的发展，为中国专业化发展提供了坚强的后盾。同时，中国经济社会越发展，建构于经济基础之上的生产关系和上层建筑也就越发达。在此大环境中成长起来的中国青年，必然更加自信，更有创造力。中国社会发展引导中国青年开始转变思维方式，而思维方式的转变又引导更多青年投身到改造自身、改变世界、重塑未来的事业中去。

处在时代发展拐点的强国时代青年，不断重构自己的价值体系和思维范式，立足当下，展望未来，在世界舞台上以更加自信的姿态发出中国声音，在阅读软战争中抢夺话语权，重塑人们的思想文化生态。

2019年1月25日，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时的讲话中指出：“全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。我们要因势而谋、应势而动、顺势而为，加快推动媒体融合发展，使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力，形成网上网下同心圆，使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，让正能量更强劲、主旋律更高昂。”随着跨界融合趋势的流行，强国时代青年文化的构建，也需要跨界出圈，寻求创新发展。

在强国时代青年的文化重构中，需要弥合不同族群间撕裂的缝隙，创造出纽带和接口。不同文化价值、话语体系、经济水平的族群部落，通过跨界搭建起桥梁，融合进更大的公共话语空间，最后共同构建起中国乃至世界的文化共同体。

总策划：皮钧 曾途

总执行人：刘晖 陈东 郑卫明 尹康 张珧江

首席阅读专家：庄庸

首席指数专家：陈沁

首席设计专家：马惠敏

指数解读：田光成 丁肇锋 彭慧芝 宋泽宇 陈静

技术支持：张瀛 李莉

活动策划：田剑

美术编辑：王上

版权声明

中国青年阅读指数（CYRI），由中国青年出版社和成都数联铭品科技公司（BBD）联合研发，用大数据分析、解释、追踪中国青年阅读数行为，预测阅读趋势，双月15日中国青年出版社官网（www.cyp.com.cn）发布。数据引用务必注明来自中国青年阅读指数，更多咨询请联络：

刘晖

电话：+86-10-5735-0506

电邮：13911608375@139.com



中国青年出版总社与成都数联铭品科技有限公司（BBD）联合研发出品
CHINA YOUTH PUBLISHING GROUP AND CHENGDU BUSINESSBIGDATA JOINTLY DEVELOP AND PRODUCE

数据支持：

