

2019.04

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4月中国青年阅读指数报告 ..... 01  
文 \_ 陈沁 庄庸

# 2 解读报告

- \* 新时代中国青年成长的基础层逻辑：  
经典阅读助力青年培根铸魂 ..... 12  
文 \_ 庄庸 田光成

# 1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指  
数  
报  
告

# 2019年4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3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 33.28）、文学阅读域（需求指数 25.33）和历史阅读域（需求指数 10.00）。哲学及社会科学阅读域需求指数由2019年2月的 33.94 下降至2019年3月的 33.28，环比下降 0.66。文学阅读域需求指数由2019年2月的 24.79 上升至2019年3月的 25.33，环比上升 0.54。历史阅读域需求指数由2019年2月的 11.27 下降至2019年3月的 10.00，环比下降 1.27，是需求指数下降幅度最大的阅读域。此外，2019年3月需求指数上升的阅读域还有工学阅读域（环比上升 0.65）、语言学阅读域（环比上升 0.52）、法学阅读域（环比上升 0.31）、生活相关阅读域（环比上升 0.23）、艺术阅读域（环比上升 0.15）、医学阅读域（环比上升 0.08）和自然科学阅读域（环比上升 0.04）。2019年3月需求指数下降的阅读域还有经济金融管理阅读域（环比下降 0.32）和教育阅读域（环比下降 0.23）。中国青年阅读需求指数详见下图。

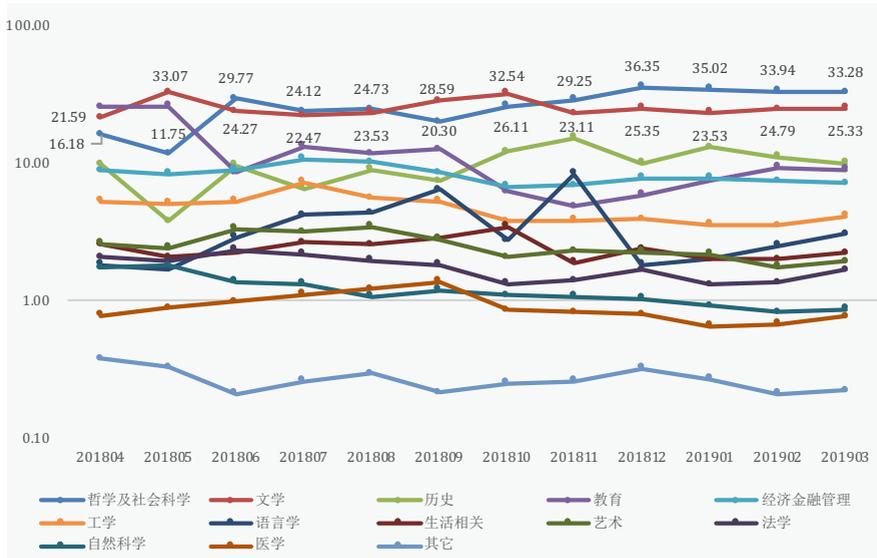


图 1 ..... 中国青年阅读需求指数

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稳定，均为 32.97。2019 年 3 月国学阅读域和政治阅读域需求指数有所上升，其余阅读域需求指数有所下降。国学阅读域需求指数由 2019 年 2 月的 8.38 上升至 2019 年 3 月的 11.32，环比上升 2.94，是 2019 年 3 月需求指数上升最多的阅读域。此外，政治阅读域需求指数由 2019 年 2 月的 6.84 上升至 2019 年 3 月的 9.26，环比上升 2.42。2019 年 3 月需求指数下降最多的是社会学阅读域，需求指数由 2019 年 2 月的 15.47 下降至 2019 年 3 月的 12.84，环比下降 2.63。此外，2019 年 3 月需求指数下降的阅读域还有宗教阅读域（环比下降 2.01）、哲学阅读域（环比下降 0.61）和文化阅读域（环比下降 0.12）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

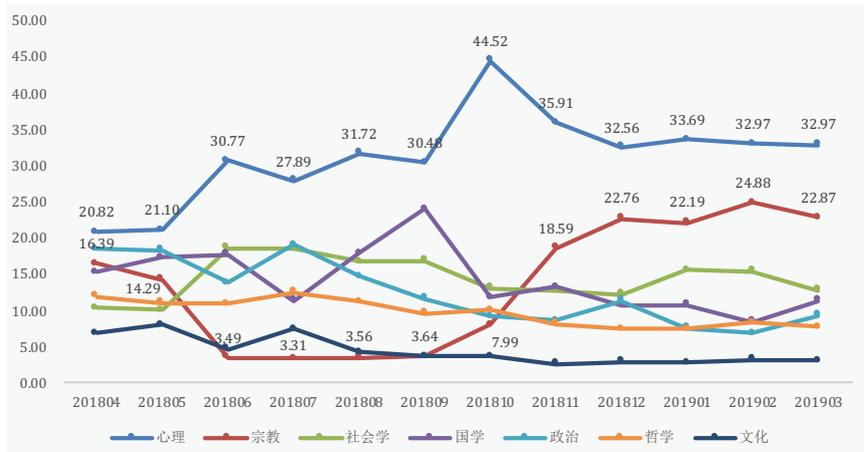


图 2 ..... 哲学及社会科学阅读域需求指数

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 2019 年 2 月的 61.92 下降至 2019 年 3 月的 60.28，环比下降 1.64。2019 年 3 月需求指数下降最多的是经典阅读域，需求指数由 2019 年 2 月的 11.54 下降至 2019 年 3 月的 8.93，环比下降 2.61。此外，文学理论阅读域环比下降 0.87。2019 年 3 月需求指数上升最多的是散文随笔阅读域，需求指数由 2019 年 2 月的 6.40 上升至 2019 年 3 月的 8.68，环比上升 2.28。此外，需求指数上升的还有漫画绘本阅读域（环比上升 1.73）、纪实文学阅读域（环比上升 0.58）和诗歌阅读域（环比上升 0.40）。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2019年2月的52.70上升至2019年3月的53.14，环比上升0.44。此外，2019年3月供给指数上升较多的还有历史阅读域（环比上升1.86）和艺术阅读域（环比上升0.29）。2019年3月哲学及社会科学阅读域供给仅次于文学阅读域，其供给指数由2019年2月的22.09下降至2019年3月的21.65，环比下降0.44。此外，2019年3月供给指数下降较多的还有教育阅读域（环比下降1.00）、工学阅读域（环比下降0.75）、生活相关阅读域（0.41）和自然科学阅读域（环比下降0.18）。中国青年阅读供给指数详见下图。

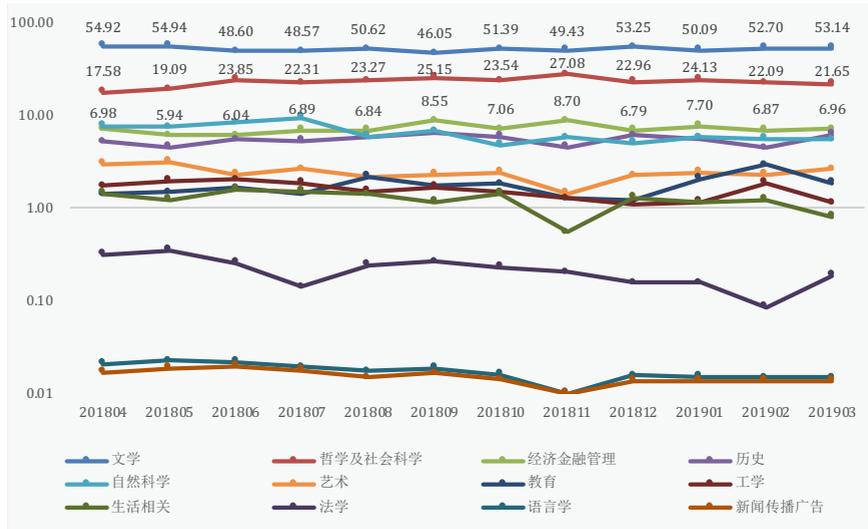


图 4 ..... 中国青年阅读供给指数

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 2019 年 2 月的 77.33 下降至 2019 年 3 月的 76.69，环比下降 0.64，是 2019 年 3 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 2019 年 2 月的 18.85 下降至 2019 年 3 月的 18.70，环比下降 0.15。2019 年 3 月供给指数上升最多的是经典阅读域，供给指数由 2019 年 2 月的 0.02 上升至 2019 年 3 月的 0.85，环比上升 0.83，是 2019 年 3 月唯一上升的阅读域。2019 年 3 月，纪实文学阅读域、漫画绘本阅读域和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。

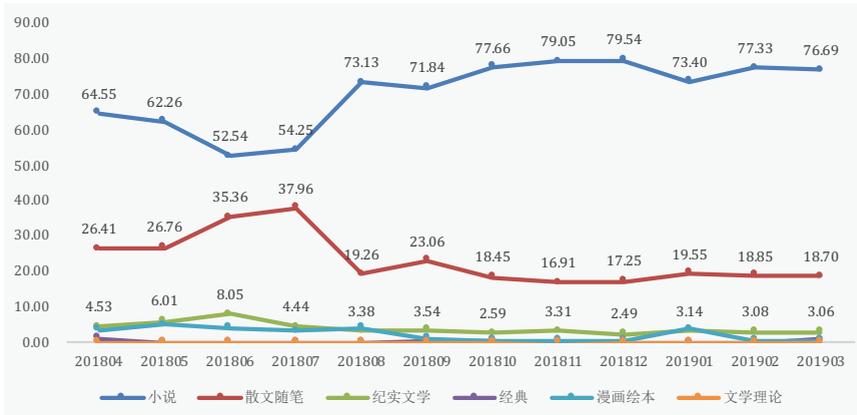


图 5 ..... 文学阅读域供给指数

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，除了国学阅读域供给指数有所下降之外，其余阅读域供给指数有所上升。国学阅读域供给指数从 2019 年 2 月的 6.76 下降至 2019 年 3 月的 4.86，环比下降 1.90。2019 年 3 月供给指数上升最多的阅读域是心理阅读域，供给指数由 2019 年 2 月的 34.21 上升至 34.91，环比上升 0.70。哲学阅读域供给指数由 2019 年 2 月的 22.91 上升至 2019 年 3 月的 23.38，环比上升 0.47。此外，供给指数上升的阅读域还有政治阅读域（环比上升 0.31）、社会学阅读域（环比上升 0.23）和宗教阅读域（环比上升 0.14）。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，主要包括文学阅读域、艺术阅读域和法学阅读域。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，主要包括哲学及社会科学阅读域和教育阅读域。第三类区间为需求量在减少而供给量却在增加的阅读域，主要包括历史阅读域、经济金融管理阅读域和新闻传播广告阅读域。第四类区间为需求量增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括工学阅读域、生活相关阅读域和自然科学阅读域。详见下图。

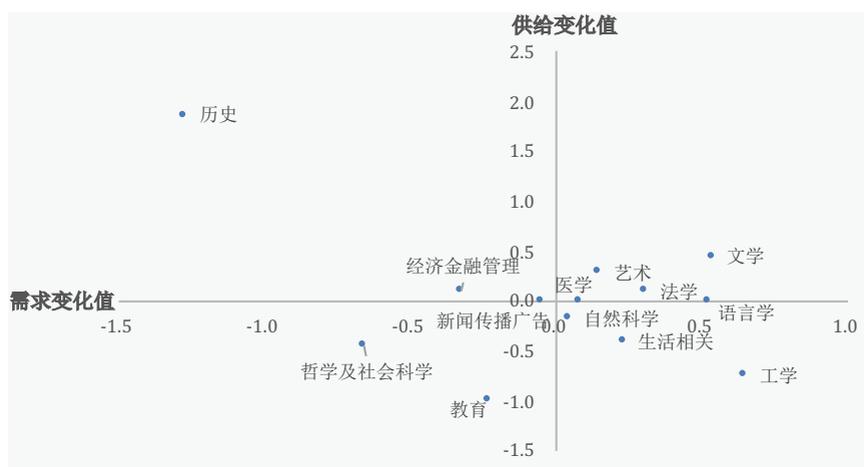


图 7 ..... 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

### 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2019年2月的75.99下降至2019年3月的71.15，环比下降4.84，是2019年3月市场映射指数下降最多的阅读域。此外，哲学及社会科学阅读域市场映射指数也有所下降，由2019年2月的10.45下降至2019年3月

的 9.50，环比下降 0.95。教育阅读域市场映射指数由 2019 年 3 月的 2.15 下降至 2019 年 3 月的 1.74，环比下降 0.41。2019 年 3 月，市场映射指数上升最多的是历史阅读域，市场映射指数由 2019 年 2 月的 4.22 上升至 2019 年 3 月的 8.76，环比上升 4.54。此外，市场映射指数上升的阅读域还有自然科学阅读域（环比上升 1.33）、经济金融管理（环比上升 0.21）和工学阅读域（环比上升 0.14）。艺术阅读域、法学阅读域和生活相关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。

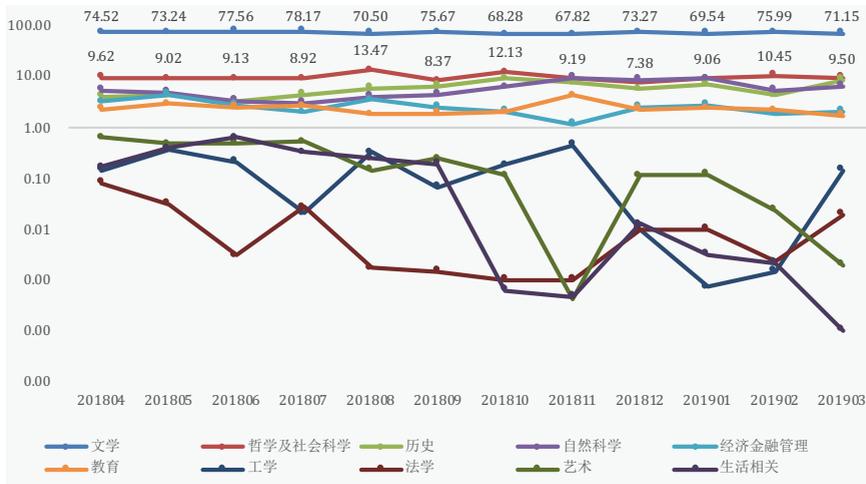


图 8 ..... 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，2019 年 3 月散文随笔阅读域、纪实文学阅读域和经典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 2019 年 2 月的 15.64 上升至 2019 年 3 月的 16.13，环比上升 0.49；纪实文学阅读域市场映射指数由 2019 年 2 月的 4.72 上升至 2019 年 3 月的 4.88，环比上升 0.16；经典阅读域市场映射指数由环比上升 0.92。2019 年 3 月小说的热度仍是最高。2019 年 3 月小说阅读域市场映射指数下降最多，由 2019 年 2 月的 77.74 下降至 2019 年 3 月的 76.52，环比下降 1.22。此外，市场映射指数下降的还有漫画绘本阅读域，环比下降 0.35。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，哲学阅读域和心理阅读域热度较高。哲学阅读域市场映射指数由 2019 年 2 月的 30.86 上升至 2019 年 3 月的 39.92，环比上升 9.06，是本月市场映射指数上升最多的阅读域。此外，2019 年 3 月市场映射指数上升的还有政治阅读域（环比上升 3.60）和国学阅读域（环比上升 0.17）。2019 年 3 月市场映射指数下降最多的是文化阅读域，市场映射指数由 2019 年 2 月的 19.10 下降至 2019 年 3 月的 12.83，环比下降 6.27。此外，社会学阅读域市场映射指数环比下降 5.90，心理阅读域市场映射指数环比下降 0.66。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

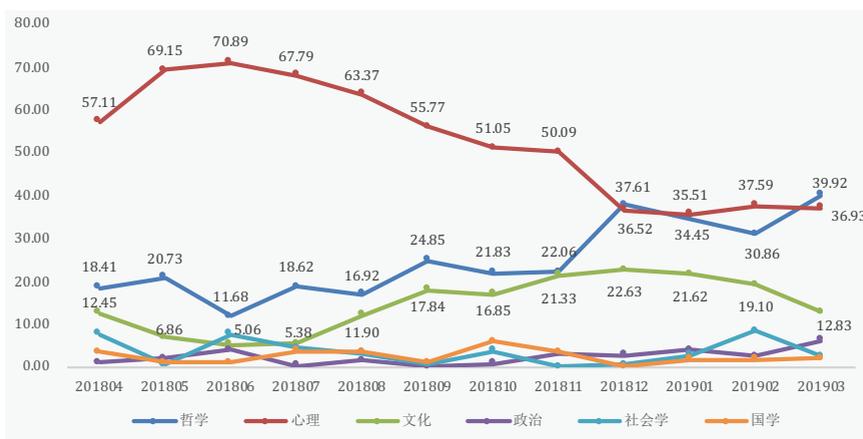


图 10 ..... 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

## 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和，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。本期指数，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广西师范大学出版社。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	3,698,881	77.81%
2	上海读客图书有限公司	1,838,505	76.44%
3	广西师范大学出版社	1,684,768	80.06%
4	上海人民出版社	1,293,183	74.96%
5	江苏凤凰文艺出版社	1,116,998	74.00%
6	北京磨铁图书有限公司	986,427	67.23%
7	作家出版社	819,566	73.65%
8	北京世纪文景文化传播公司	751,611	74.97%
9	童趣出版有限公司	618,206	79.60%
10	北京中作华文数字传媒股份有限公司	611,799	71.42%
11	生活·读书·新知三联书店	445,914	70.97%
12	印刷工业出版社	409,066	63.00%
13	人民文学出版社	371,325	63.18%
14	上海译文出版社	364,176	70.90%
15	二十一世纪出版社	336,151	81.33%
16	四川文艺出版社	312,171	74.05%
17	中国华侨出版社	299,538	74.49%
18	重庆出版社	294,797	76.18%
19	北京读书人文化艺术有限公司	293,218	73.17%
20	科幻世界杂志社	291,831	76.22%

\* 数据统计时间为 2019 年 1 月 25 日到 2019 年 3 月 25 日

# 2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解  
读  
报  
告

# 新时代中国青年成长的基础层逻辑： 经典阅读助力青年培根铸魂

\*

文 —— 庄庸 田光成

习近平总书记说：人生的黄金时期在青年。青年时期学识基础厚实不厚实，影响甚至决定自己的一生。阅读是青年提升的主要途径：阅读结构，决定青年的认知层次；阅读深度，决定青年的思维范式。

中国青年阅读指数，把脉阅读潮流，预测阅读风向。本期指数，我们深度透视数据背后的逻辑，解构青年人普遍面对的碎片化阅读、速朽式狂欢、富信息大脑等社会外在表征下，中国青年成长的基础层逻辑正在悄然发生的变化。我们将这个发展中的变化，称之为“硬核塑造”。“硬核青年”成为强国时代青年的重要特征。

## 一 | 流浪阅读星球，回归经典内容

时间片段化、内容碎片化、载体多样化、偏好算法化，是当下青年移动场景阅读的主要形态。青年徜徉在纷繁复杂的信息化时代中，如同在阅读星球上流浪。流浪的归宿，是每一代际青年的群体选择。

碎片化阅读的表象下，当下青年如何选择阅读的终极之路？我们分析指数数据，排除专业阅读，从基于均值之上的阅读趋势来判断青年人群的共性偏好。本期指数我们可以看到，青年阅读共性偏好集中在人性（23.47）、心理学（21.26）、小说（18.58）、历史（13.37）、经典（3.17）、社会心理学（2.15）、哲学（2.08）、家庭（1.63）、外国小说（1.47）、社会学（0.92）、中国历

史（0.82）、文学（0.81）、现代文学（0.79）。数据显示，青年群体阅读偏好专业阅读之外向理性、经典、现代回归。这在人性、心理学、小说、经典四个阅读域尤为明显，四个阅读域数据均在2018年9月—11月以来高位稳定增长，态势延续至今。尤其是经典著作，近年来在数字阅读领域表现也很突出。作为人类精神文明的丰碑，经典著作较早进行了数字化传播，在数字阅读领域赢得了青年朋友的喜爱。此外，中国青年阅读指数通过分析青年数字阅读内容发现，传统经典著作的思想范式、叙事模式等，对数字文化产品的影响无处不在，它们共同丰富和提高着青年文化生活的内涵和品质。

结合各大平台阅读热度榜单，我们由此判断，当代青年的碎片化阅读狂欢后，逐渐回归经典阅读。

在过度消费无用信息后，当代青年意识到，作为人类精神的丰碑，经典作品总是在潜移默化中，影响人的思维模式、价值观念、情感认知。阅读一部经典，就是与作者和书中人物一道辨别是非、体验疾苦、感受悲欢。经典作品的文化浓度远非碎片化内容可以比肩，经典阅读推动青年在人类文明成果的沃土中继承、创造和转化。这是青年自我塑造的“硬核”之一。

## 二 | 速朽式狂欢，青年亚文化资本下的自嘲与奋进

速朽式狂欢，指的是阅读热点的迅速集聚与消散。这种现象在中国青年阅读指数的数据监测下清晰可见：观测1000个标准阅读域和各大文化机构推荐的内容变化，我们发现存在多个阅读域急剧上升而后迅速下降现象，诸如个人管理、营销、励志、商业、互联网等阅读域，数据指标的波动幅度非常大。分析这些阅读域的共性，均与当前的经济建设大潮、个人职业技能提升等热门领域相关，它们经常产生新的概念，新概念造就新热点。

新热点拉动相关阅读域数据急剧上升，为经典作品的诞生创造了有利条件。而阅读指数急剧上升后又迅速下降，这种非持续得数据表现，反映的是青年群体主体理性功利化阅读效果达成后的主动选择。

青年群体的主体理性是青年亚文化资本下各方青年力量角逐的结果，我们认为青年群体内部存在三种力量：正向力、中性力、负向力，这在青年群体的社会行为上有非常明显的表现。

青年阅读的从众效应映射到社会行为上，也就产生一系列诸如“空巢青

年”“佛系青年”“丧文化”“隐形贫困人口”“积极废人”“夸夸群”等亚文化概念的兴起与追捧。而热度的趋于平淡，则代表群体内部的正向力抵消负向力，这是青年群体主体理性的必然选择。

围绕亚文化风格的意义，经典伯明翰学派和后亚文化研究形成了“仪式抵抗”和“身份认同”两种主要视角。而在新媒体环境下的青年亚文化相比较以前有了不同的时代内涵。由于互联网的普及，当代青年亚文化在精神层面上有了质的转变，它从“抵抗”到“融合”，具有了更丰富的延展性。现代网络时代的青年亚文化已经脱去了“正面冲突”和“公然抵抗”的色彩，变得“自我宣泄”和“自我满足”，亚文化跨界出圈，变成了主流文化的一部分。

但青年是否把网络虚拟空间的狂欢当成现实呢？我们观察数据认为，答案是否定的。主流青年群体不过是出于娱乐狂欢、宣泄情绪、排解压力的群体自嘲，潮水退却，青年群体内部的个体正向力，必然拉动青年群体主体理性回归。正向力背后的快速适应与理性思辨能力，是青年自我塑造的又一“硬核”。

每个青年都要认识到，社会主要矛盾的变化，美好生活需要是人们的主流诉求，也是青年成长的必然选择，沉迷在“丧系”“佛系”，将此当为自己的人生航向，必然会被主流青年甩开身位，被时代巨轮无情碾压。

### 三 | 富信息大脑的知识领域强化与边界拓展

每期指数报告，我们抓取的月度阅读数据数以 TB 计算。富媒体阅读，多终端触达，青年大脑的信息流量输入空前提高。信息时代的青年不得不学会多线程处理信息的能力。富信息大脑成为当代青年的新特征，这也是互联网时代高速发展的生理进化红利。

我们在 2018 年 12 月的指数中已经观测到青年阅读的协同性与跨界性。青年在专业阅读域内呈现跨界趋势，在专业阅读域之外注重补齐人文短板。青年在不断强化自己的知识领域。

同时富信息大脑结构，倒逼青年人建立自己的知识分拣系统，他们从微信、微博、头条等新媒体渠道随时获取信息，但富信息时代的他们不再局限于知道信息，对于感兴趣的信息，他们会追溯其知识图谱，由轻阅读转向深

阅读、经典阅读，进而拓宽其知识边界，形成系统化的学习和思考。富信息处理与知识边界延伸能力同样也是青年自我塑造的“硬核”。

从经典中汲取营养、修正价值观与提升思维模式，同时增强自己的快速适应与理性思辨能力，强化富信息处理与知识边界延伸能力是新时代青年“硬核塑造”的必要过程。

新时代的中国青年应充分认识伟大时代赋予的责任与伟大时代给予的际遇。借用鲁迅先生所言，“愿中国青年都能摆脱冷气，只是向上走，不必听自暴自弃者流的话。能做事的做事，能发声的发声。有一分热，发一分光。”

中国的未来属于善阅读、爱思考、肯上进的硬核青年。

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](http://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：

