

2023.05

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

- * 2023年5月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁

2 解读报告

- * 社交化阅读影响下的中国青年与中华优秀传统文化 11
文 _ 张佳莹

1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2023 年 5 月中国青年阅读指数报告

*

文 —— 陈沁

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，2023 年 4 月，需求指数排名前三的阅读域是文学阅读域（需求指数 32.48）、哲学及社会科学阅读域（需求指数 26.62）和历史阅读域（需求指数 9.30）。文学阅读域需求指数由 2023 年 3 月的 31.24 上升至 2023 年 4 月的 32.48，环比上升 1.24，是 2023 年 4 月需求指数上升较多的阅读域。哲学及社会科学阅读域需求指数由 2023 年 3 月的 27.34 下降至 2023 年 4 月的 26.62，环比下降 0.72。历史阅读域需求指数由 2023 年 3 月的 9.68 下降至 2023 年 4 月的 9.30，环比下降 0.38。此外，2023 年 4 月需求指数下降的阅读域还有工学阅读域（环比下降 0.14）、艺术阅读域（环比下降 0.12）、经济金融管理阅读域（环比下降 0.08）、法学阅读域（环比下降 0.06）、生活相关阅读域（环比下降 0.04）、语言学阅读域（环比下降 0.02）和医学阅读域（环比下降 0.02）。中国青年阅读需求指数详见下图。

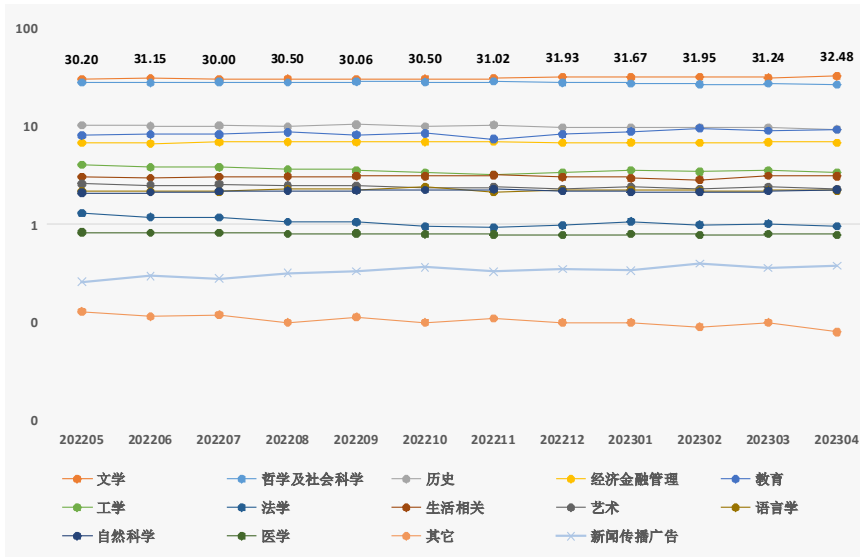


图1 中国青年阅读需求指数

接下来针对文学阅读域和哲学及社会科学阅读域这两个主要的阅读域展开详细分析。

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，散文随笔阅读域成为2023年4月需求指数最大的阅读域，其需求指数由2023年3月的37.34上升至2023年4月的39.05，环比上升1.71，也是2023年4月需求指数上升最多的阅读域。此外，2023年4月需求指数上升的还有小说阅读域（环比上升0.06）、戏剧电影阅读域（环比上升0.02）。漫画绘本阅读域是2023年4月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由2023年3月的12.98下降至2023年4月的12.08，环比下降0.90。文学阅读域需求指数详见下图。

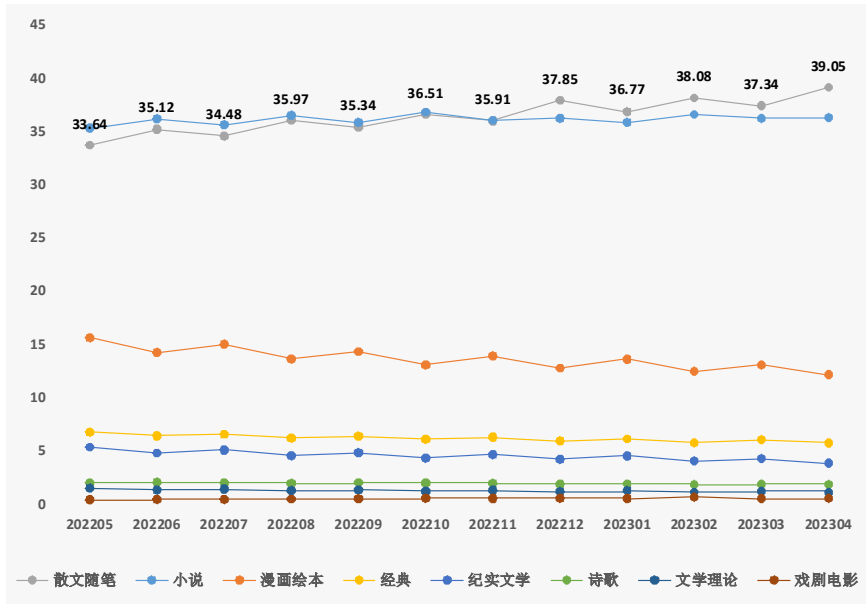


图 2 文学阅读域需求指数

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，政治阅读域需求指数由 2023 年 3 月的 22.53 上升至 2023 年 4 月的 22.93，环比上升 0.40。宗教阅读域需求指数由 2023 年 3 月的 6.58 上升至 2023 年 4 月的 7.17，环比上升 0.59。社会学阅读域是 2023 年 4 月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由 2023 年 3 月的 16.33 下降至 2023 年 4 月的 15.95，环比下降 0.38。需求指数下降的阅读域还有心理阅读域（环比下降 0.12）、国学阅读域（环比下降 0.09）、哲学阅读域（环比下降 0.14）、文化阅读域（环比下降 0.25）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

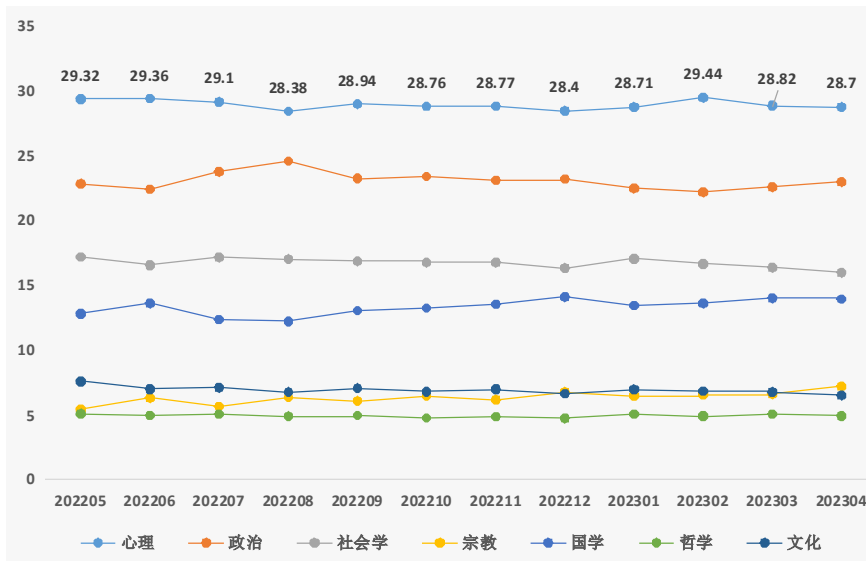


图3 哲学及社会科学阅读域需求指数

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，其次是哲学及社会科学阅读域。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，经济金融管理阅读域供给指数从2023年3月的8.01下降至2023年4月的7.95，环比下降0.06，是2023年5月供给指数下降最多的阅读域。法学阅读域供给指数从2023年3月的0.61下降至2023年4月的0.58，环比下降0.03。此外，2023年3月供给指数下降的阅读域还有历史阅读域（环比下降0.03）、教育阅读域（环比下降0.03）、其他阅读域（环比下降0.01）。自然科学阅读域是2023年5月供给指数上升最多的阅读域，其供给指数从2023年3月的3.53上升至2023年4月的3.58，环比上升0.05。此外，2023年5月供给指数上升的阅读域还有工学阅读域（环比上升0.04）、文学阅读域（环比上升0.03）、哲学及社会科学阅读域（环比上升0.02）。中国青年阅读供给指数详见下图。

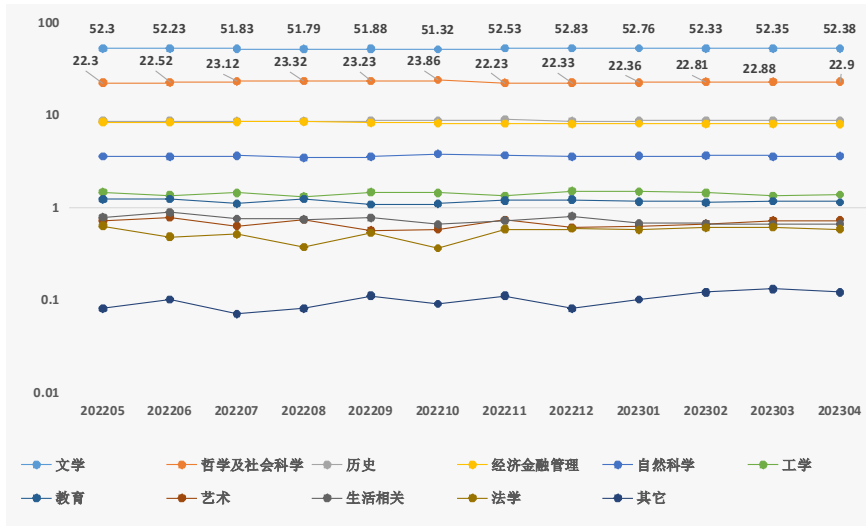


图 4 中国青年阅读供给指数

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，主要包括自然科学阅读域和文学阅读域。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，主要有经济金融管理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、历史阅读域、工学阅读域、生活相关阅读域、艺术阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括教育阅读域。详见下图。

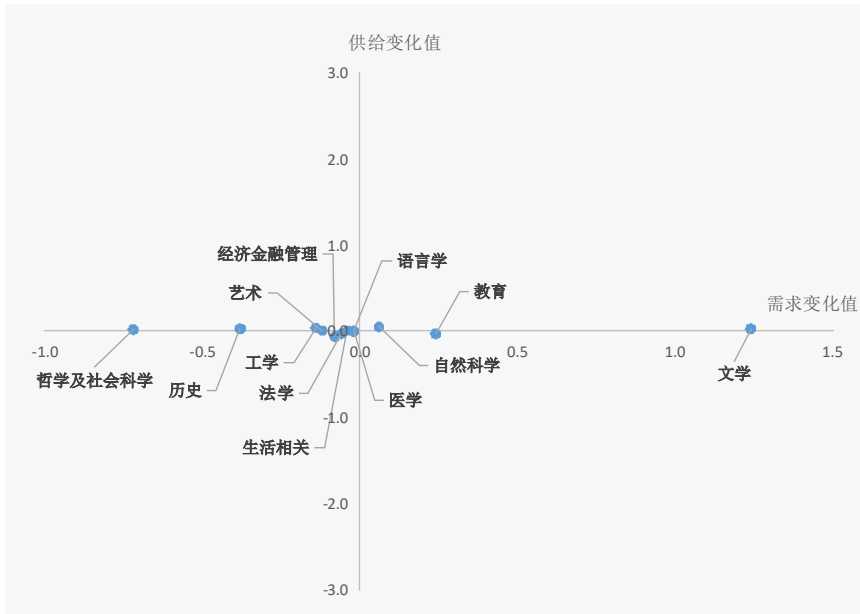


图 5 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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，文学阅读域仍是最畅销的，市场映射指数由 2023 年 3 月的 54.91 下降至 2023 年 4 月的 52.69，环比下降 2.22，是 2023 年 4 月市场映射指数下降最多的阅读域。此外，市场映射指数下降的还有自然科学阅读域（环比下降 0.16）。2023 年 4 月市场映射指数上升的阅读域有教育阅读域（环比上升 0.67）、经济金融管理阅读域（环比上升 0.33）、哲学及社会科学阅读域（环比上升 0.22）、历史阅读域（环比上升 0.02）。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。



图6 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，小说是最畅销的。2023年4月小说阅读域和纪实文学阅读域的市场映射指数有所下降，其余阅读域市场映射指数有所上升。小说阅读域市场映射指数由2023年3月的67.60下降至2023年4月的66.35，环比下降1.25。纪实文学阅读域的市场映射指数由2023年3月的3.35下降至2023年4月的2.99，环比下降0.36。经典阅读域市场映射指数由2023年3月的8.19上升至2023年4月的9.61，环比上升1.42。此外，散文随笔阅读域市场映射指数由2023年3月的14.73上升至2023年4月的14.76，环比上升0.03，此外，漫画绘本随笔阅读域市场映射指数由2023年3月的6.14上升至2023年4月的6.28，环比上升0.14，散文随笔阅读域市场映射指数由2023年3月的14.73上升至2023年4月的14.76，环比上升0.03。文学阅读域市场映射指数详见下图。

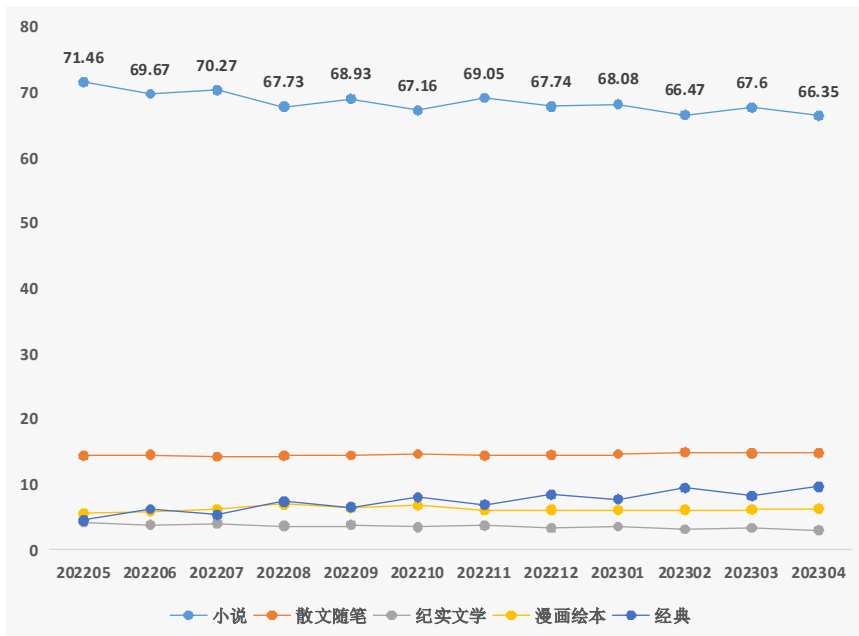


图 7 文学阅读域市场映射指数

从哲学及社会科学阅读域市场映射情况来看，心理阅读域和哲学阅读域热度较高。心理阅读域市场映射指数由 2023 年 3 月的 45.04 下降至 2023 年 4 月的 43.72，环比下降 1.32，是 2023 年 4 月市场映射指数下降最多的阅读域。国学阅读域市场映射指数由 2023 年 3 月的 10.01 上升至 2023 年 4 月的 11.73，环比上升 1.72，是 2023 年 4 月市场映射指数上升最多的阅读域。此外，2023 年 4 月市场映射指数上升的还有社会学阅读域（环比上升 0.64）。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

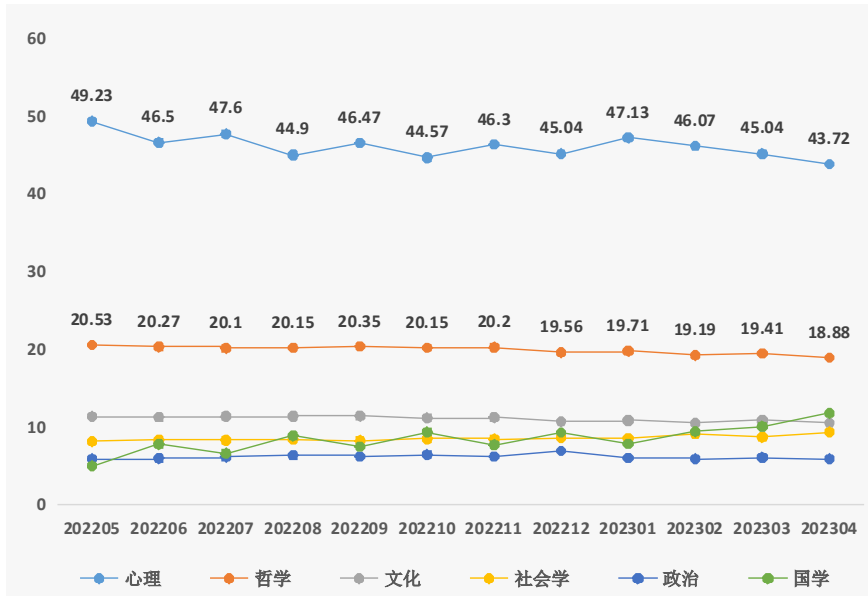


图 8 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

社交化阅读影响下的中国青年 与中华优秀传统文化

*

文 —— 张佳莹

习近平总书记在党的二十大报告中强调，坚持和发展马克思主义，必须同中华优秀传统文化相结合。中华优秀传统文化源远流长、博大精深，体现了中国人民在长期生产生活中积累的宇宙观、天下观、社会观、道德观，是中华文明的智慧结晶，也是每个中国人日用而不觉的宝贵精神财富。做中华优秀传统文化的忠实传承者和积极弘扬者，推动中华优秀传统文化得到创造性转化、创新性发展，是每个新时代青年义不容辞的责任。

中国青年阅读指数，大数据观测青年阅读偏好，追踪青年阅读行为，把握阅读潮流，预测阅读风向，研判青年思想动态。本期中国青年阅读指数聚焦中国青年与中华优秀传统文化，观测分析社交化阅读影响下，中国青年传承和弘扬中华优秀传统文化的新路径。

一 | 群体关注：中华优秀传统文化持续升温

中华优秀传统文化是中华民族的根本与灵魂，是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基。作为新时代发展的生力军，中国青年理应担起传承和弘扬中华优秀传统文化的重任，这无论是对于弘扬民族精神还是提升国家文化软实力都具有重要意义。中国青年应当先行，中国青年正在前行。

中国青年阅读指数显示，国学阅读域市场映射指数从2022年3月开始一直呈上升趋势，从2022年3月的4.10到2023年4月的11.73，多次成为

市场映射指数上升最快的阅读域。这反映出，中国青年群体对中华优秀传统文化的关注度、接受度越来越高。社交化阅读起到了重要的推动作用。

当前，青年获取信息的渠道越来越多，社交化阅读是其中一种传播效率很高的渠道。社交化阅读，是传统纸质阅读受数字化技术影响所产生的新阅读模式，其特点主要有：以读者为核心，以社会关系为纽带，以用户生成内容为依托，以分享互动为特征，以用户参与社交为本质。受群体心理效应影响，大众会倾向于选择阅读周围人都在关注的内容，互动与分享会让优质内容“出圈”。舞蹈诗剧《只此青绿》的爆火便是其中一个典型案例，展现出新时代中国青年已成为中华优秀传统文化的领读者，他们善于发现并积极传播身边的中华优秀传统文化。

《只此青绿》讲述了一位故宫青年研究员回溯北宋，以“展卷人”视角“窥”见18岁天才画家王希孟创作北宋名画《千里江山图》的故事。2022年除夕，《只此青绿》选段登上中央广播电视总台春节联欢晚会，自此得到中国青年的广泛关注，在全国掀起了一股“青绿”风潮。一时间，各社交媒体也刮起“青绿”风，很多起初并没有看过该剧的人，也在社交媒体的影响下关注并赞叹中华优秀传统文化的魅力。很多人因此开始阅读中国青年出版社《千里江山越千年——中国山水画艺术与〈千里江山图〉》图书，他们选择回到书本去感受中国绘画经典的震撼魅力。此外图书《中国文化课》、电影《长安三万里》等的热销热映，也表明中华优秀传统文化题材正在成为全民阅读热点和审美典范。

中国青年对中华民族灿烂的文明发自内心地崇拜、从精神深处认同，传承中华文化基因更加自觉，民族自豪感显著增强，推动全社会形成浓厚的文化自信氛围。

二 | 理性选择：社交化阅读不是唯一的手段

新时代的中国青年担负着重要使命——成为实现中华民族伟大复兴中国梦的先锋力量。为此，青年要学会倾听内心声音，表达思想态度，传播正向思考，释放青春力量。中国青年正在积极成为中华优秀传统文化的传承者，他们不盲目附和、不人云亦云，而是摒弃杂音、理性思考、正心正念，通过自己的表达让世界听到属于他们独特且有力的声音。

随着时代的发展，大众阅读信息的渠道和方式越来越呈现多样化和个性化的特征，似乎每个获取信息的途径都是为每位用户量身定制的。在扑面而来、避无可避的信息浪潮中，个性十足的中国青年如何理性看待某一观点、某一事件显得更为重要。中国青年正在通过自身的理性思考，做自己的信息把关人，让自身逃离机械化定制这种无限循环的魔咒，从中提取到真正有价值和意义的知识。

知识的接受不是被动的消费，而是主动表示赞同或拒绝的思考活动，是用读者的过往经验总结创造思考作品的过程。一千个读者眼中有一千个哈姆雷特，读者真正吸收内化的知识千差万别。知识的功能要在读者阅读中实现，而实现过程即是知识这种作品获得生命力和最后完成的过程。社交化阅读不能让人随之丧失思考，而是要让人在增广见闻之上，理性清晰地表达自身的看法态度。

因此，社交化阅读可以成为中国青年了解中华优秀传统文化的一种手段，却不能成为唯一的手段。社交化阅读自诞生起便带有无可避免的浅阅读特征，而中华优秀传统文化的传承，需要中国青年通过深阅读后的理性思考来完成。传统纸质阅读的对象是静止的文字，内容具有严肃性，是比较系统、深刻，知识的呈现，这种深刻的阅读形式更适合中华优秀传统文化的阅读与传承。

三 | 文化认同：创造性转化、创新性发展的时代命题

文化是一个民族的魂魄，文化认同是最深层次的认同。习近平总书记多次强调文化认同的重要性，指出要营造传承中华文明的浓厚社会氛围，广泛宣传中华文明探源工程等研究成果，教育引导群众特别是青少年更好认识和认同中华文明，增强做中国人的志气、骨气、底气。中国青年弘扬中华优秀传统文化，植根于自身对中华优秀传统文化的深切认同，这种认同已经渗入骨髓、渗入灵魂。

近年来，弘扬中华优秀传统文化的原创图书作品，如中国青年出版总社《清·孙温绘全本红楼梦》图书等，在国际图书博览会上被重点推介，以此为代表的系列图书正在走向世界，向世界讲述中国故事。现行的图书分类法，不便于读者识别中华优秀传统文化类图书，对此多家出版社建议打造中华优秀传统文化专区。一大批以中华优秀传统文化为核心内容的电视节目和纪录

片频频热播，为公众打造了多样化、审美化、艺术化的内容供给，引领了新时代的精神风潮。

这些文化产品用精致生动的笔触展现了中华优秀传统文化的魅力和风韵，而中国青年则以积极行动践行了对中华优秀传统文化的认同。比如河南卫视《中国节日》系列节目，一经播出便登上各大网络平台的热搜榜，辐射全媒体平台。这些节目引发了以青年为主体的话题讨论，《舞千年》等节目在受众群体更为年轻的B站更是轻松突破7000万播放量。不难发现，古老的中华优秀传统文化正在突破特定社会群体和年龄层，打破人们的思维定式，在青年一代中大放异彩。

作为文化出版机构，要潜心感受中华优秀传统文化独特的人文魅力和伟大的历史价值，更好地运用新技术带来的新的生产传播方式，更好地发展互联网时代催生出的新出版生态，积极适应新的生产模式，充分发挥以文字表达的内容产业在所有文化产业中的基础性作用，加快提升内容生产质量，走高质量出版之路，为传统文化焕发新的风采、实现复兴发展提供新动能、新动力、新机制。

总策划：皮钧 曾途

总执行人：刘晖 郑卫明 王圣

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 陈静

技术支持：张瀛

活动策划：田剑

美术编辑：徐嫒方

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，用大数据追踪、分析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



数据支持：

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

