

2022.03

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

- * 2022 年 3 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，我们需要什么样的新经典？ 11
文 _ 张天宇

1

中 国 青 年 阅 读 指 数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2022 年 3 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，2022 年 2 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 34.26）、文学阅读域（需求指数 30.74）和历史阅读域（需求指数 12.55）。哲学阅读域需求指数由 2022 年 1 月的 32.58 上升至 2022 年 2 月的 34.26，环比上升 1.68，是 2022 年 2 月需求指数上升较多的阅读域。文学阅读域需求指数由 2022 年 1 月的 31.21 下降至 2022 年 2 月的 31.74，环比下降 0.57。历史阅读域需求指数由 2022 年 1 月的 10.04 下降至 2022 年 2 月的 9.91，环比下降 0.47。此外，2022 年 2 月需求指数上升的阅读域还有语言学阅读域（环比上升 0.11）。2022 年 2 月需求指数下降的阅读域还有艺术阅读域（环比下降 0.45）、教育阅读域（环比下降 0.28）、工学阅读域（环比下降 0.18）、经济金融管理阅读域（0.10）、历史阅读域（0.07）和自然科学阅读域（0.06）。中国青年阅读需求指数详见下图。

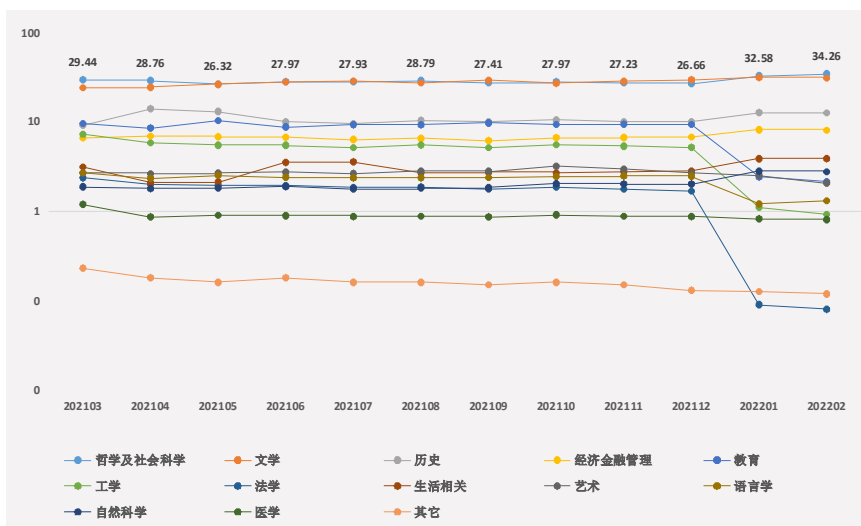


图 1 中国青年阅读需求指数

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，小说阅读域成为 2022 年 2 月需求指数最大的阅读域，其需求指数由 2022 年 1 月的 33.73 上升至 2022 年 2 月的 35.18，环比上升 1.45，也是 2022 年 2 月需求指数上升最多的阅读域。此外，2022 年 2 月需求指数上升的还有散文随笔阅读域（环比上升 1.21）和戏剧电影阅读域（环比上升 0.11）。漫画绘本阅读域是 2022 年 2 月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由 2022 年 1 月的 17.16 下降至 2022 年 2 月的 15.19，环比下降 1.57。文学阅读域需求指数详见下图。

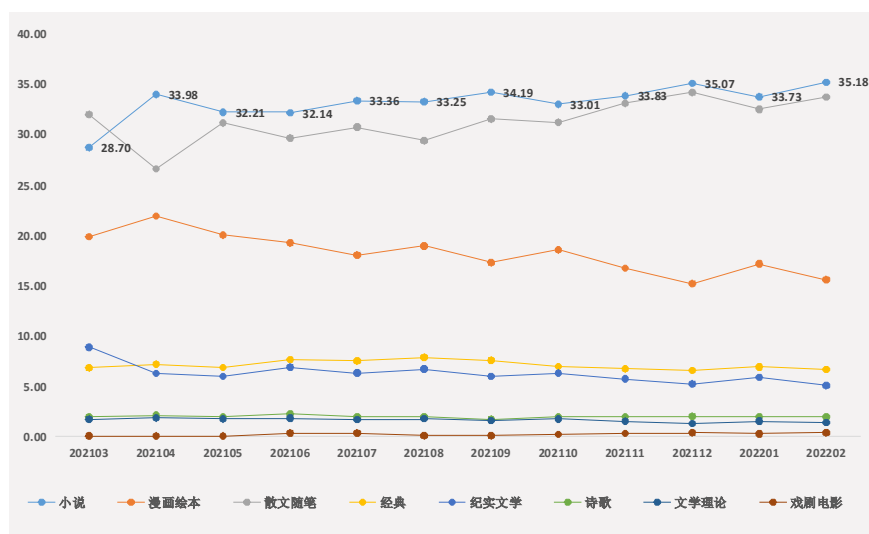


图 2 文学阅读域需求指数

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，宗教阅读域需求指数由 2022 年 1 月的 4.69 上升至 2022 年 2 月的 5.43，环比上升 0.74，心理阅读域的需求指数从 2022 年 1 月的 29.16 上升至 2022 年 2 月的 29.53，环比上升 0.37。政治阅读域是 2022 年 2 月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由 2022 年 1 月的 22.88 下降至 2022 年 2 月的 22.10，环比下降 0.24。需求指数下降的阅读域还有文化阅读域（环比下降 0.32）、哲学阅读域（环比下降 0.19）、社会学阅读域（环比下降 0.10）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

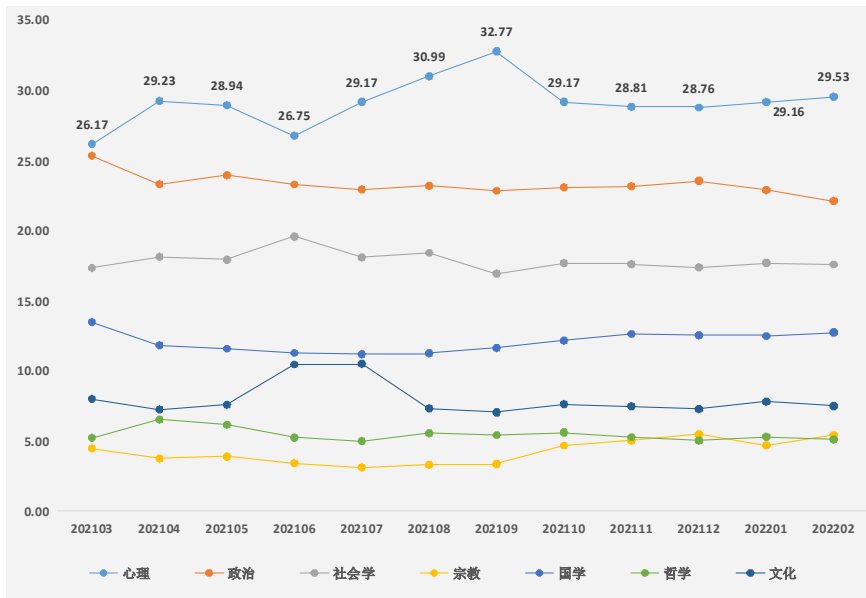


图3 哲学及社会科学阅读域需求指数

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，自然科学阅读域供给指数从2022年1月的3.15下降至2022年2月的3.09，环比下降0.06，是2022年2月供给指数下降最多的阅读域。工学阅读域供给指数从2022年1月的1.05下降至2022年2月的1.00，环比下降0.05。此外，2022年2月供给指数下降的阅读域还有艺术阅读域（环比下降0.04）、法学阅读域（环比下降0.03）、生活相关阅读域（环比下降0.02）。经济金融管理阅读域是2022年2月供给指数上升最多的阅读域，其供给指数从2022年1月的8.5上升至2022年2月的8.57，环比上升0.07。此外，2022年2月供给指数上升的阅读域还有教育阅读域（环比上升0.03）、历史阅读域（环比上升0.03）、文学阅读域（环比上升0.02）、哲学及社会科学阅读域（环比上升0.01）。中国青年阅读供给指数详见下图。

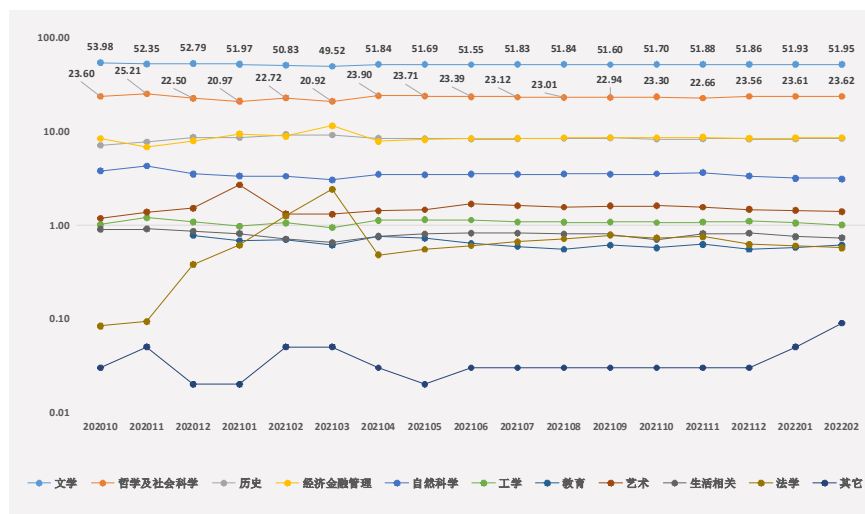


图 4 中国青年阅读供给指数

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，主要包括哲学及社会科学阅读域。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，主要有法学阅读域、艺术阅读域、自然科学阅读域、工学阅读域。第三类区间为需求量在减少而供给量却在增加的阅读域，主要包括经济金融管理阅读域、历史阅读域、教育阅读域和文学阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括生活相关阅读域。详见下图。

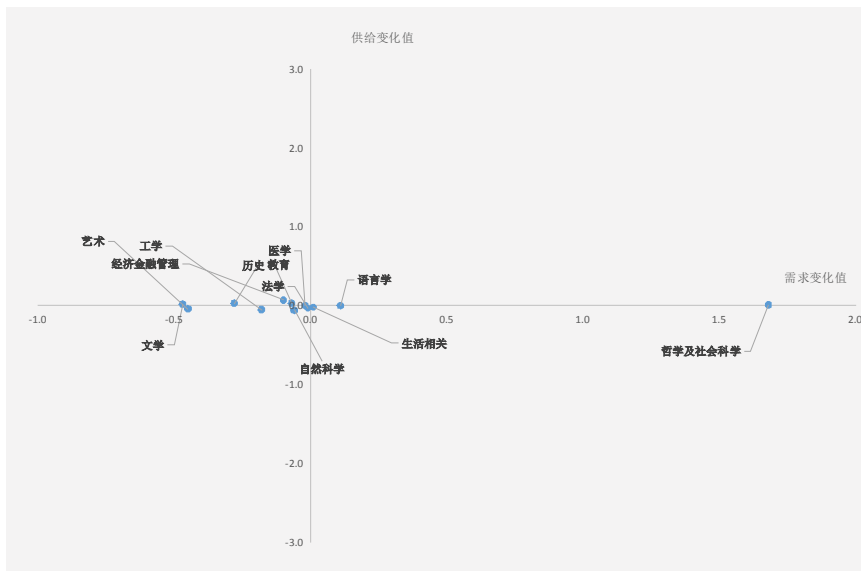


图 5 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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 2022 年 1 月的 63.29 下降至 2022 年 2 月的 60.07，环比下降 3.22，是 2022 年 2 月市场映射指数下降最多的阅读域。哲学及社会科学阅读域市场映射指数由 2022 年 1 月的 13.00 下降至 2022 年 2 月的 12.82，环比下降 0.18。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）。2022 年 2 月市场映射指数上升的阅读域有教育阅读域（环比上升 0.88）、经济金融管理阅读域（环比上升 0.57）和历史阅读域（环比上升 0.56）。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。2022 年 2 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 2022 年 1 月的 73.06 下降至 2022 年 2 月的 71.03，环比下降 2.03。纪实文学阅读域的市场映射指数由 2022 年 1 月的 4.65 下降至 2022 年 2 月的 4.22，环比下降 0.43。经典阅读域市场映射指数由 2022 年 1 月的 3.14 上升至 2022 年 2 月的 5.11，环比上升 1.97。此外，散文随笔阅读域市场映射指数由 2022 年 1 月的 13.84 上升至 2022 年 2 月的 14.14，环比上升 0.30。文学阅读域市场映射指数详见下图。

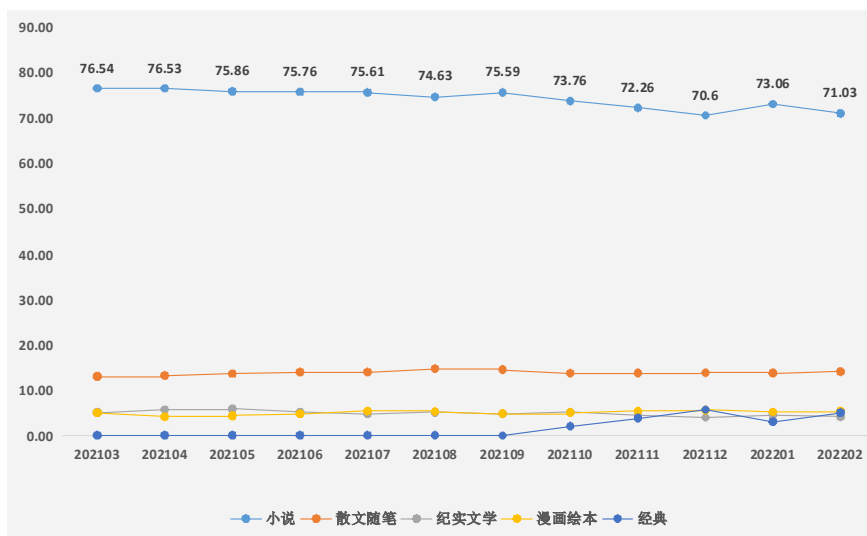


图7 文学阅读域市场映射指数

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2022年1月的50.79下降至2022年2月的48.63，环比下降2.16，是2022年2月市场映射指数下降最多的阅读域。哲学阅读域市场映射指数由2022年1月的20.82下降至2022年2月的20.50，环比下降0.32。国学阅读域市场映射指数由2022年1月的3.34上升至2022年2月的5.30，环比上升1.96，是2022年2月市场映射指数上升最多的阅读域。此外，2022年2月市场映射指数上升的还有社会学阅读域（环比上升0.46）、政治阅读域（环比上升0.22）。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

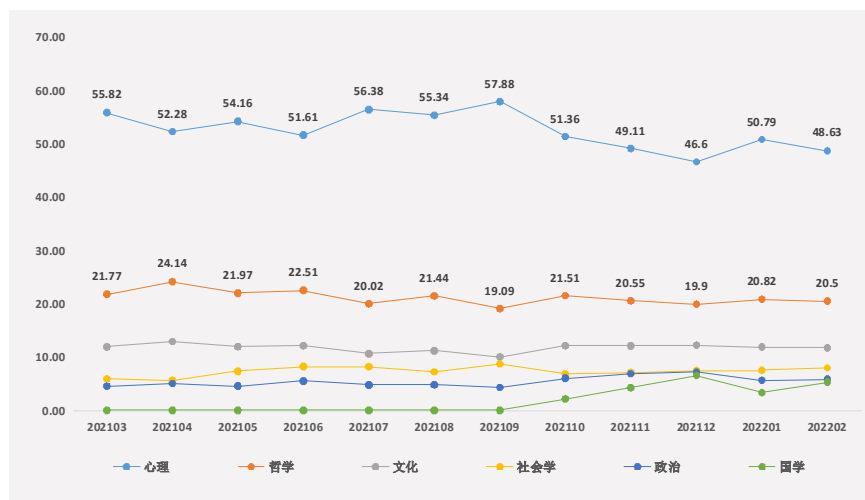


图 8 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

2

中 国 青 年 阅 读 指 数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

新时代，我们需要什么样的新经典？

*

文 —— 张天宇

习近平总书记在 2021 年 12 月召开的中国文联十一大、中国作协十大开幕式上指出，文化兴则国家兴、文化强则民族强。当代中国，江山壮丽，人民豪迈，前程远大。时代为我国文艺繁荣发展提供了前所未有的广阔舞台。2022 年 5 月 10 日，习近平在庆祝中国共青团成立 100 周年大会上的讲话指出：新时代中国青年“展现出自信自强、刚健有为的精神风貌”。而十三届全国人大五次会议通过的《政府工作报告》也将丰富人民群众精神文化生活当作 2022 年政府工作的重要任务之一。报告指出，要深入推进全民阅读，扩大优质文化产品和服务供给，支持文化产业发展。

在迈向第二个百年奋斗目标的新时代，人民群众特别是青年群体对精神生活的需求正在提升，品味逐步提高，突出表现是对经典作品的需求正在增强。

在自信自强，守正创新的新时代，当代创作者们在自觉创造与不懈创新中，锻造出一系列属于新时代的经典作品。

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，把脉阅读潮流，预测阅读风向，研判青年思想动态。从本期的中国青年阅读指数中，我们可以观察到青年对于新经典作品的强烈需求。

一 | 新经典：“为时代画像、为时代立传、为时代明德”

经典的造就不仅仅看作品本身，还要看作品如何被嵌入历史，以及如何

贯穿不同时代的审美。新时代，经典作品呈现了如下品质。

记录新时代、新气象。新时代新征程是当代中国文学艺术的历史方位。正如中国出版协会理事长邬书林所说：“我们有 5000 年文明史，新中国成立 70 多年、改革开放 40 多年，我国经济发展，社会进步，科技创新加速，文化繁荣。在技术层面，信息技术革命性的进步、融合出版快速发展，为高质量出版提供了强大的技术支撑和条件。现在是打造精品的良好机遇期。”新经典需要把握民族复兴的时代主题，热忱描绘新时代新征程的恢弘气象。“把文艺创造写在民族复兴的历史上、写在人民奋斗的征程中。”《扶贫志》《袁隆平传》《首钢三部曲》等书在时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题、萃取题材，全方位全景式展现新时代的精神气象。

源于生活、高于生活。人民是历史的创造者，也是时代的创造者。新经典要在人民的壮阔奋斗中记录下属于人民的史诗。创作者们以高水平的艺术创造力塑造了许多吸引人、感染人、打动人的艺术形象，为时代留下令人难忘的艺术经典。开年热播的电视剧《人世间》就是其中的代表，它改编自作家梁晓声的同名长篇小说，作品以北方某省会城市一位周姓平民子弟的生活轨迹为线索，从 20 世纪 70 年代写到改革开放后的今天，全方位、多视角、多层次地描写了中国社会的巨大变迁和百姓生活的跌宕起伏，艺术而立体地展现了 50 年中国百姓生活史。人们盛赞它是一部“平民的史诗”。

立足当代、坚持创新。以《人世间》为代表的这些优秀作品可以说是广大文艺工作者坚持守正创新的结果，他们用跟上时代的精品开拓了文艺的新境界。它们有一个共同的本质特征——当代性，即能够感受到作品中的时代特征和跨越时空的审美元素。青年通过阅读这些新经典，不仅能了解中国发展的历史，还能从中获得烟火人间的智慧，在感动中体悟人生境遇，在平凡中感受生活百味，以文艺的方式了解国情、社情和人情。

讲述新故事、展现新形象。以文化人，能够凝结心灵；以艺通心，更易沟通世界。马克思说：“凡是民族作为民族所做的事情，都是他们为人类社会而做的事情。”新经典不仅需要我们自己来认定，还需要反映全人类的共同价值追求。经典作品是作者襟怀和学识的贯通、道德和才情的交融、人品和艺品的统一。《中华文化读本》（第 2 版）、“认识中国·了解中国”书系、《中国为什么选择法治》《新中国 70 年》等用情用力讲好中国故事，向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象，在世界文学艺术领域中鲜明确立中国气派、

中国风范。

本期中国青年阅读指数，哲学及社会科学阅读域需求指数占据 2022 年 2 月需求指数排名的第一位，环比上升 1.68，也是当月需求指数上升最多的阅读域。而文学阅读域需求指数虽环比下降 0.47，但依然处于高位，体现出青年对于文学阅读的高需求。其他类别的阅读域需求指数略有下降，整体变化趋于平稳。

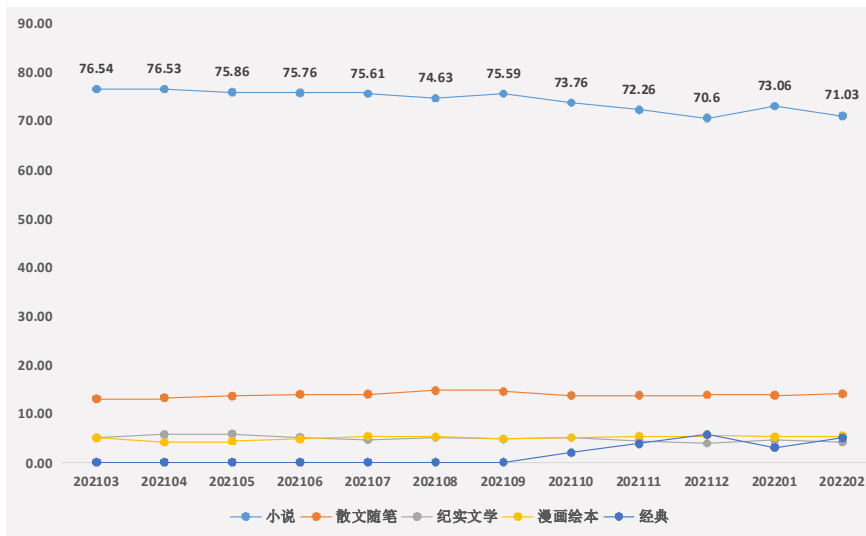
从 2022 年 2 月文学阅读域阅读热度词云图中，我们可以看到，经典、小说、现代文学等阅读域的阅读指数表现比较突出。青年们通过阅读经典作品的方式接触现实主义作品，了解前人的奋斗历程。通过数据溯源，近期一些小说类书籍登上热销榜，例如作家梁晓声的《人世间》、叶兆言的《刻骨铭心》、徐怀中的《牵风记》等。这些畅销书的热卖反映了市场对于小说类文学新经典的强烈需求。



注：2022 年 2 月文学阅读域阅读热度词云图

二 | 新征程：新文化、新青年、新经典

从下图可以看出，2021 年 9 月以来，经典阅读域市场映射指数总体呈上升趋势。



注：2022年2月文学阅读域市场映射指数图

“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。在《出版业“十四五”时期发展规划》中，我们可以看到顶层设计对经典的呼唤：加强党的创新理论、重大主题作品、推进弘扬中华民族精神作品出版传播，实现人民学习阅读需求新提升成为出版强国建设的重要目标。具体来看：

一是红色主题类经典作品。习近平新时代中国特色社会主义思想重要读物、马克思主义经典著作、“四史”题材作品等成为“十四五”时期主题出版的重要组成部分，如《总书记来过我们家》《马克思主义经典作家文库》《改革开放简史》等主题图书。通过打造文献精编、权威读本、理论专著、通俗读物等多层次作品体系，推动党的创新理论在青年内心落地生根。坚持围绕中心、服务大局，打造更多培根铸魂、启智增慧的出版精品，更好为全面建设社会主义现代化国家统一思想、凝聚力量。

二是传统文化类经典作品。中华优秀传统文化是中华文明成果根本的创造力，是民族历史上道德传承、各种文化思想、精神观念形态的总体。重要文化典籍、人文社科领域重要著作等的出版承担着提高全民族思想道德素质、促进人的全面发展和社会全面进步的重要任务。《中国大百科全书》《复兴

文库》《永乐大典》《清史稿》《中国历代绘画大系》《我爱传统文化》等均在“十四五”时期打造新时代出版精品之列。

三是现实题材类经典作品。和平与发展是当今时代的主题。在这一时代主题之下，创作者们更多地聚焦现实，关心人民群众的生活和发展，围绕记录小康工程、精神文明建设、民生福祉保障等主题，创作出更多基于现实生活的经典作品。以代表中国主流文学的最高荣誉“茅盾文学奖”为例，从已获奖的48部长篇小说的题材分布来看，表现新中国时期的题材有24部，占总数的一半。从艺术表现形式来看，几乎无一例外的都是现实主义占据了主导地位，始终以时代为大幕、以人民为中心，聚焦现实、关注人民生活，如《人世间》《推拿》等。

时代在变化，我们面临的挑战也前所未有的。从站起来、富起来到强起来，青年们通过阅读新经典，不断提升科学文化修养与思想道德修养，健全人格、提高综合素质。新时代对广大青年提出了新的要求，习近平在庆祝中国共青团成立100周年大会上提出，广大共青团员要做理想远大、信念坚定，刻苦学习、锐意创新，敢于斗争、善于斗争，艰苦奋斗、无私奉献，崇德向善、严守纪律的模范。

面对新时代对新青年提出的新要求，需要有新的精神产品的助力。中国青年出版总社党委书记、董事长皮钧指出：出版是意识形态安全、文化安全的重要稳定器。编辑出版环节是打造精品、铸造经典的关键环节。这要求广大出版工作者增加文化出版的自觉和自信，着力加强具有人文温度、思想深度和精神高度的精品力作的发掘、加工、传播与推广。

在新时代的广阔天地里，我们期待更多经典作品横空出世，扑面而来。

总策划：皮 钧 曾 途

总执行人：刘 晖 郑卫明 王 圣

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 陈 静 张天宇

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

