

2022.07

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7月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁 庄庸

2 解读报告

- * 元宇宙时代如何提升青年数字阅读品位 11
文 _ 张天宇

1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2022年7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6月，需求指数排名前三的阅读域是文学阅读域（需求指数31.15）、哲学及社会科学阅读域（需求指数27.77）和历史阅读域（需求指数10.06）。文学阅读域需求指数由2022年5月的30.20上升至2022年6月的31.15，环比上升0.95，是2022年6月需求指数上升较多的阅读域。哲学阅读域需求指数由2022年5月的28.12下降至2022年6月的27.77，环比下降0.35。历史阅读域需求指数由2022年5月的10.28下降至2022年6月的10.06，环比下降0.22。此外，2022年6月需求指数上升的阅读域还有教育阅读域（环比上升0.21）。2022年6月需求指数下降的阅读域还有工学阅读域（环比下降0.25）、法学阅读域（环比下降0.12）、艺术阅读域（环比下降0.07）、经济金融管理阅读域（环比下降0.12）和医学阅读域（环比下降0.01）。中国青年阅读需求指数详见下图。

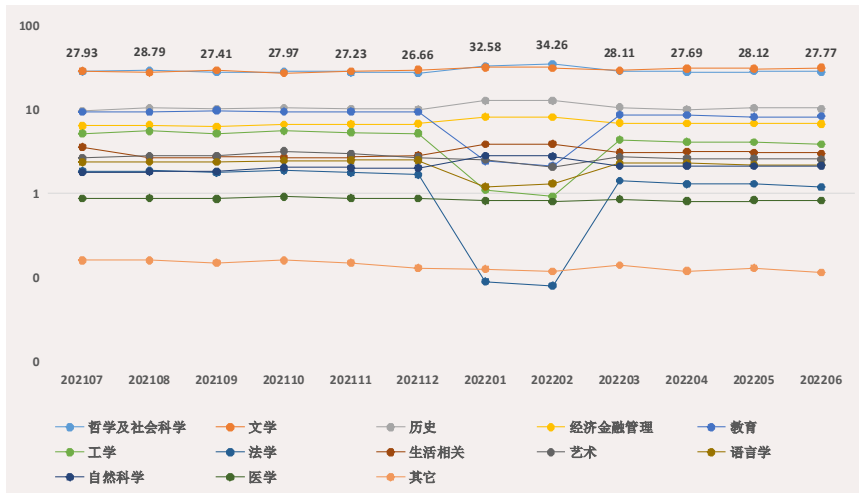


图 1 中国青年阅读需求指数

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 6 月需求指数最大的阅读域，其需求指数由 2022 年 5 月的 35.23 上升至 2022 年 6 月的 36.10，环比上升 0.87。此外，2022 年 6 月需求指数上升的还有散文随笔阅读域(环比上升 1.48)、诗歌阅读域(环比上升 0.05)和戏剧电影阅读域(环比上升 0.03)，散文随笔阅读域也是 2022 年 6 月需求指数上升最多的阅读域。漫画绘本阅读域是 2022 年 6 月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由 2022 年 5 月的 15.53 下降至 2022 年 6 月的 14.15，环比下降 1.38。文学阅读域需求指数详见下图。

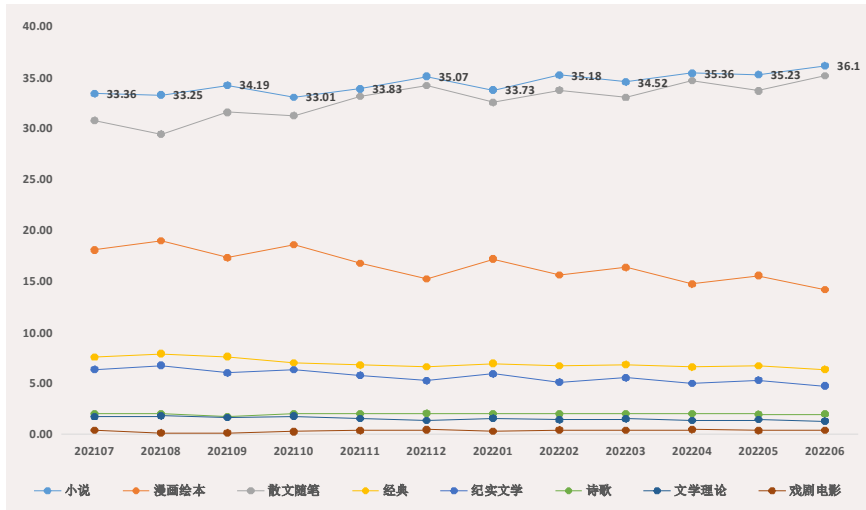


图2 文学阅读域需求指数

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5月的5.39上升至2022年6月的6.29，环比上升0.90，国学阅读域的需求指数从2022年5月的12.77上升至2022年6月的13.58，环比上升0.81。社会学阅读域是2022年6月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由2022年5月的17.14下降至2022年6月的16.51，环比下降0.63。需求指数下降的阅读域还有政治阅读域(环比下降0.42)、哲学阅读域(环比下降0.11)、文化阅读域(环比下降0.59)。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

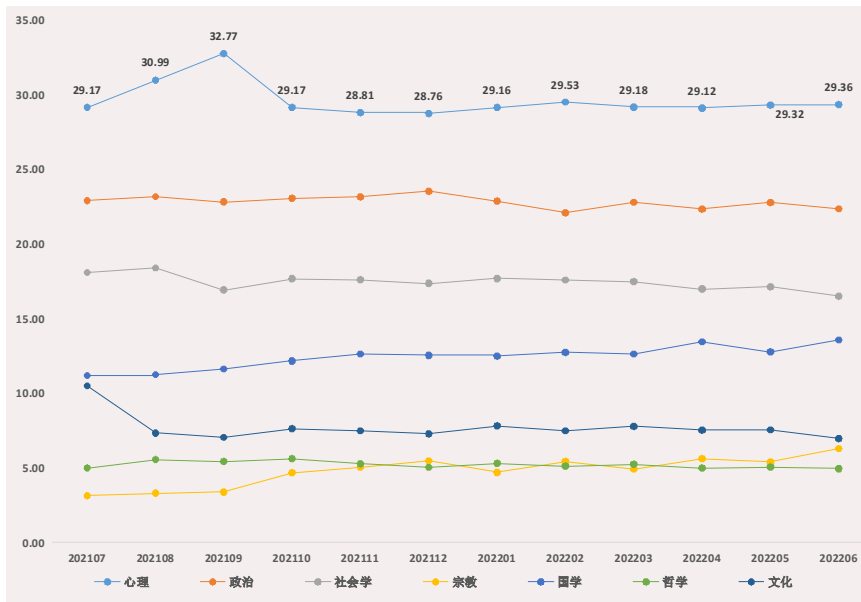


图3 哲学及社会科学阅读域需求指数

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，法学阅读域供给指数从2022年5月的0.63下降至2022年6月的0.48，环比下降0.15，是2022年6月供给指数下降最多的阅读域。艺术阅读域供给指数从2022年5月的1.46下降至2022年6月的1.35，环比下降0.11。此外，2022年6月供给指数下降的阅读域还有文学阅读域（环比下降0.07）、历史阅读域（环比下降0.05）、自然科学阅读域（环比下降0.04）。哲学及社会科学阅读域是2022年6月供给指数上升最多的阅读域，其供给指数从2022年5月的22.30上升至2022年6月的22.52，环比上升0.22。此外，2022年6月供给指数上升的阅读域还有教育阅读域（环比上升0.06）、工学阅读域（环比上升0.01）、经济金融管理阅读域（环比上升0.01）、生活相关阅读域（环比上升0.01）。中国青年阅读供给指数详见下图。

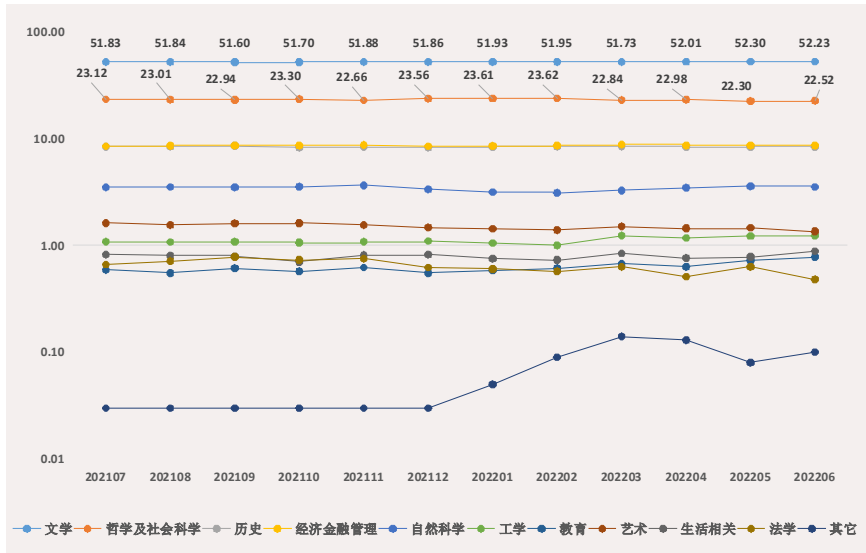


图 4 中国青年阅读供给指数

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，主要包括教育阅读域和语言学阅读域。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，主要有哲学及社会科学阅读域。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、工学阅读域、艺术阅读域、医学阅读域和法学阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括自然科学阅读域、文学阅读域和生活相关阅读域。详见下图。

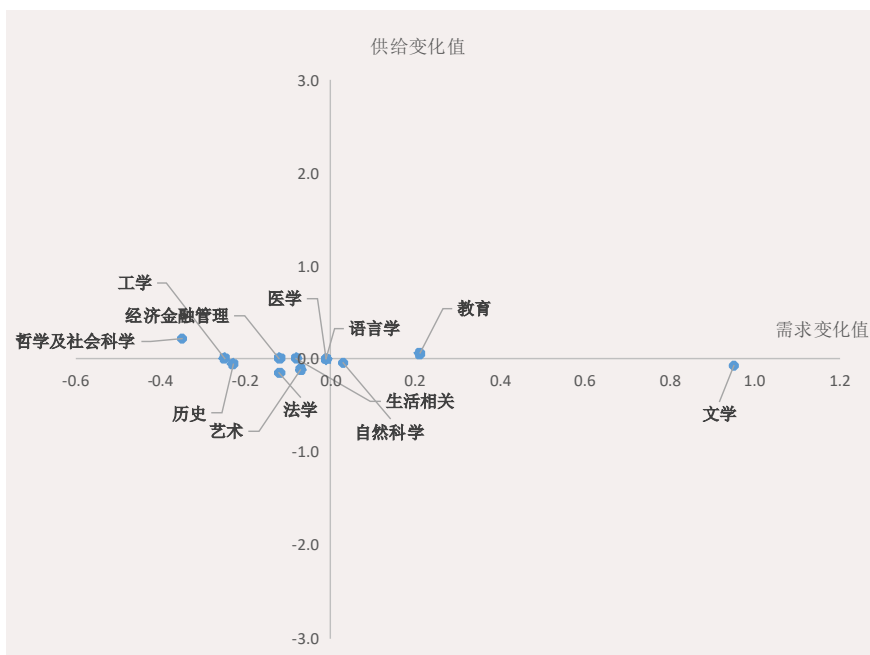


图 5 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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 5 月的 60.99 下降至 2022 年 6 月的 57.75，环比下降 3.24，是 2022 年 6 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 0.15）。2022 年 6 月市场映射指数上升的阅读域有教育阅读域（环比上升 1.10）、哲学及社会科学阅读域（环比上升 0.32）、经济金融管理阅读域（环比上升 0.37）和历史阅读域（环比上升 0.26）。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

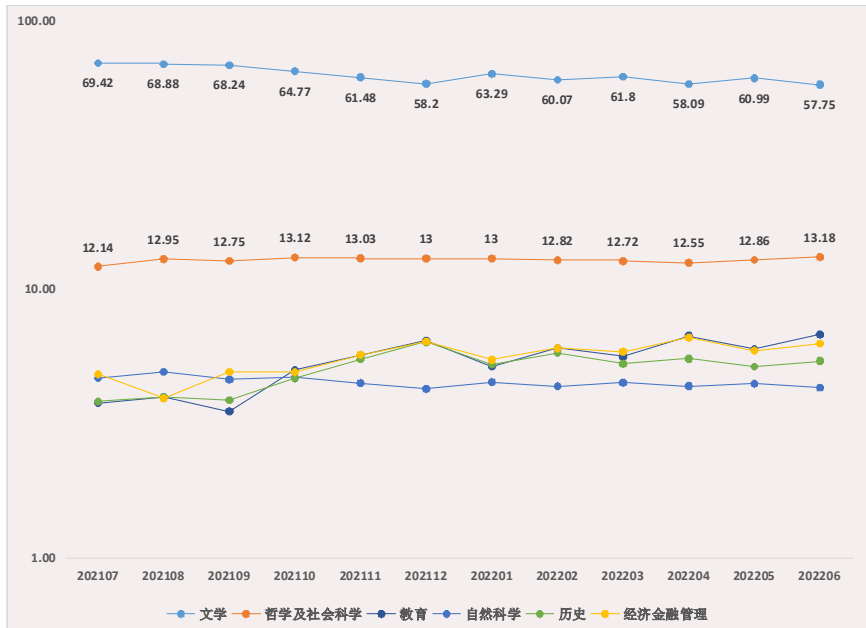


图6 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，小说是最畅销的。2022年6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5月的71.46下降至2022年6月的69.67，环比下降1.79。纪实文学阅读域的市场映射指数由2022年5月的4.2下降至2022年6月的3.8，环比下降0.40。经典阅读域市场映射指数由2022年5月的4.46上升至2022年6月的6.19，环比上升1.73。此外，散文随笔阅读域市场映射指数由2022年5月的14.37上升至2022年6月的14.51，环比上升0.14，漫画绘本随笔阅读域市场映射指数由2022年5月的5.51上升至2022年6月的5.82，环比上升0.31。文学阅读域市场映射指数详见下图。

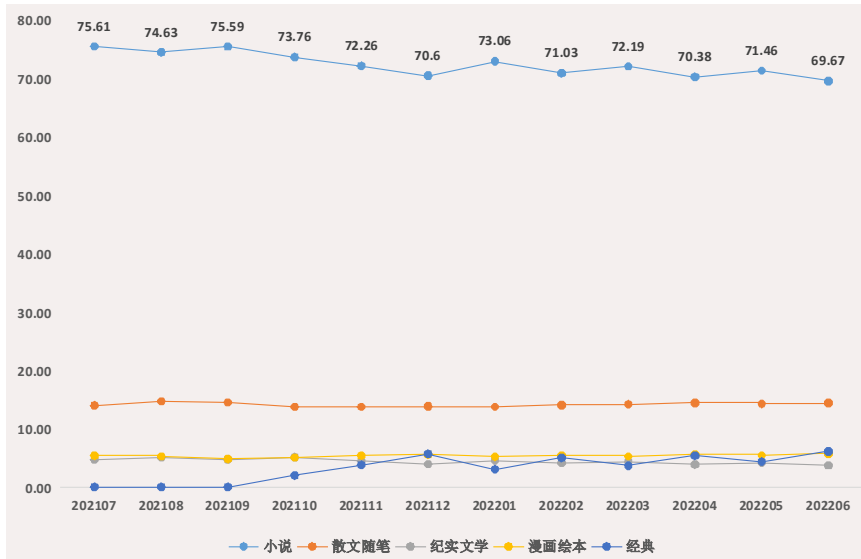


图7 文学阅读域市场映射指数

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5月的49.23下降至2022年6月的46.5，环比下降2.73，是2022年6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5月的20.53下降至2022年6月的20.27，环比下降0.26。国学阅读域市场映射指数由2022年5月的4.96上升至2022年6月的7.74，环比上升2.78，是2022年6月市场映射指数上升最多的阅读域。此外，2022年6月市场映射指数上升的还有社会学阅读域（环比上升0.19）、政治阅读域（环比上升0.10）。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

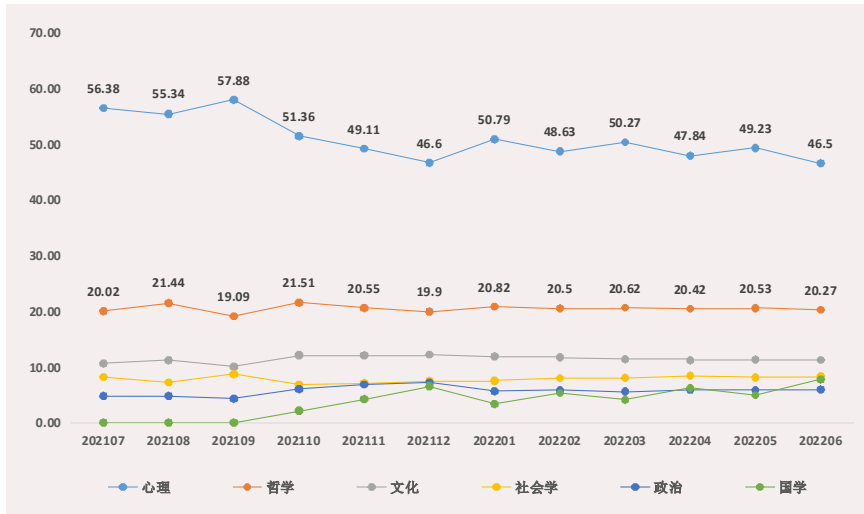


图8 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

元宇宙时代如何提升青年数字阅读品位

*

文 —— 张天宇

在今年首届全民阅读大会举办之际，习近平总书记发来贺信指出：“阅读是人类获取知识、启智增慧、培养道德的重要途径……希望孩子们养成阅读习惯，快乐阅读，健康成长。”习近平总书记对青年们参与阅读，形成爱读书、读好书、善读书的社会氛围提出了殷切的希望。

2021 年被称为“元宇宙元年”，2022 年元宇宙文化出版领域的应用逐渐兴起。毫无疑问，未来阅读不仅可以现场目击、触手可及，还可以交互体验，利用 3D、4D、AR、VR 等技术实现 5G 阅读新形态，将数字阅读的形式和体验提升到新的境界。

身处移动互联网高速发展的时期，青年的品位阅读面临内容、方式、深度等方面的诸多问题，如何更好的利用新型数字技术让阅读适应时代、让时代促进阅读成为摆在青年品位阅读面前的重要课题。

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。从本期的中国青年阅读指数中，我们结合当前数字阅读新形式，对如何提升青年阅读品位进行分析。

一 | 元宇宙时代数字阅读的新航向、新动能、新主体

在“十四五”规划纲要提出“深入推进全民阅读，建设‘书香’中国”的背景下，供给侧改革促进经济高质量发展，文化建设大环境不断优化，消费升级激发数字文化消费活力，“双减”政策催生阅读服务的全新需求以及

数字技术持续赋能行业融合发展，都为元宇宙时代数字阅读的发展创造了良好的社会环境，指明了新航向、提供了新动能，形成了新主力。

从“造氛围”到“提质效”，品质出版引领数字阅读新航向。长期以来，尽管数字阅读带来了阅读率的提升，但同时也面临着阅读质量的质疑，一些专业的或者文学类的电子书优质内容供给较多，但碎片化的内容多有粗制滥造的特点。随着出版行业融合发展的深入推进，内容供给方面有了很大改观，目前，数字阅读的内容品质有了较大提升，用户知识付费的主动性也愈加提高。数据显示，2021年92.17%的用户曾为数字阅读付费。在快节奏的今天，数字阅读的发展应当始终将内容导向和内容质量放在首位，满足青年对知识日益强烈的渴望，通过高品质的数字阅读，使阅读变得触手可及，从而提升青年的阅读兴趣、保持阅读习惯，加快实现全民阅读。

从“一卷在手”到“一屏万卷”，技术进步提升数字阅读新动能。首届全民阅读大会数字阅读分论坛同时发布了《2021年度中国数字阅读报告》（下称“报告”）。《报告》指出，在阅读形式偏好方面，电子阅读形式使用度高达96.81%，同时电子阅读中用户阅读2小时以上占比57.97%，可见，电子阅读已成为主流阅读方式。有了优质的出版内容，高质量的数字阅读还要借力先进的数字技术，让技术适应全媒体时代的信息传播规律，从而探索出多样化的数字阅读路径和方式，为其提供新动能，让数字阅读从技术的“简单相加”迈向“深度相融”。此前，电子书巨头亚马逊中国宣布旗下Kindle中国电子书店将于2023年6月30日停止运营，并关闭电子书下载功能。其中一部分原因正是人们已经养成在手机或其他设备上阅读的习惯，单一功能的阅读器无法满足人们多样化的阅读需求。当前，数字馆藏资源、数字农家书屋、电子阅读屏等尝试拓宽了数字阅读的渠道；云VR书店、沉浸式AI听书体验、名家在线朗读等都是先进技术的基础上对数字阅读发展的新尝试。

从“Z世代”到“Z+世代”和“M世代”（指元宇宙的创世居民），青年成为数字阅读新主体。中国新闻出版研究院发布的第19次全国国民阅读调查结果显示，成年国民数字化阅读倾向明显，尤其是中青年成为数字化阅读的主体。2021年有77.4%的成年国民进行过手机阅读，27.3%的成年国民在电子阅读器上阅读。此外，《报告》也显示，在数字阅读用户年龄方面，44.63%为19—25岁用户，7.25%为18岁以下用户，以“00后”“10后”为代表的“Z+世代”成为数字阅读的新主体。第一批“00后”已经步入社会，

他们既是数字阅读平台的搭建者，也是阅读内容的供给者，更是数字阅读的深度参与者。“青春孕育无限希望，青年创造美好明天。”他们的参与也将为数字阅读的发展带来新的活力。

二 | 青年如何进行品位阅读

当前，我们正处于一个从第二代互联网走向元宇宙的第三代互联网时代。阅读，对我们来说也是一门“技术”，无论时代如何变化，阅读方式如何变化，阅读的本质和力量是不变的。当前，“数字出版+元宇宙”的概念盛行，根据国家互联网信息办公室刚刚发布的《数字中国发展报告（2021年）》，党的十九大以来，数字中国建设取得显著成就，数字文化传播实现立体覆盖，消费市场发展动力强劲。集人工智能、大数据、云计算等技术为一体的元宇宙必然会成为数字出版业在转型升级道路上的新风口。所以，我们在探讨青年阅读时，不能只关注电脑和互联网给他们带来的负面影响，而应该助力青年如何利用数字技术更好地实现品位阅读。

纸电阅读同步，相互促进，长期共存。经济合作与发展组织在近日发布了一项阅读研究报告，即使是在数字化阅读文化盛行的亚洲地区，阅读纸质书的学生在国际学生评估项目中得分更高。数字阅读与传统的纸质阅读不能简单对立起来，而是要看到数字阅读在提高阅读效率、促进青年阅读方面的积极价值和纸质阅读的亲和感、书香气、知识获取便利性方面的优势。虽然新一代智能移动终端在便携性、功能性、趣味性上都展现出强大的生命力，但电子书并未消灭纸质书，传统的纸质阅读也必不可少。从本期文学阅读域市场映射情况不难发现，经典阅读和散文随笔阅读指数上升。只有鼻子闻着经典书籍中的墨香，双手触摸文字的质感，才能更立体、更真实地感受到书中承载的情感和文化的韵味，沉浸式地享受其中。

既要浅阅读，更要深阅读。浅阅读可以帮助青年获取信息、了解知识；而深阅读则是为了加深理解，建立系统的知识体系。智能时代，浅阅读和深阅读相互交融，特别是在文史哲领域，浅阅读和深阅读互补作用较为明显，综合推高了阅读热度，成为本期中国青年阅读需求指数排名前三的阅读域。文学、哲学、社会科学和历史等是提升人文修养、塑造文化性格必不可少的阅读域，青年以此建立完整的知识体系，养成有效的共情能力、思辨能力、

判断力和沟通能力。

新读写能力成为必备技能。国际阅读协会曾发出倡议：“要想全面参与和融入 21 世纪的全球化社会，需要更复杂的读写技巧和能力。”在纸本阅读为主的过去，读写能力主要趋向于对文本的理解，而在元宇宙时代，信息以多种形式呈现，文本、图片、音视频相结合的阅读资料，多方式的言语表达，阅读不再是简单的多认字，而是要通过创造、批判和分析来理解多媒体信息。可以说，不论元宇宙时代如何发展，阅读的支点都离不开人们的读写能力。特别是数字阅读，读者和内容生产者有时候是统一的。新读写能力将成为新时代青年的必备技能。合理使用数字设备、了解和辨别互联网语言、认识阅读的本质、保持写作的习惯……注重培养良好的思维习惯和批判精神，从而更好地掌握不论是纸质还是屏幕所呈现的知识，更好地表达观点、促进交流。

在今天，将近 45 亿个数字屏幕正在点亮青年的阅读，数字化时代的阅读正以开放、兼容、共享来引领未来阅读的方向。读经典、善思考、常写作，这是青年进行品位阅读的必经之路。相信新时代青年能够高效利用元宇宙时代的红利，在高品质的阅读中与自己对话、与他人对话、与世界对话。

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

