

2024.03

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

- * 2024 年 3 月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁

2 解读报告

- * 当代青年的阅读观：为中国式现代化积蓄力量 11
文 _ 田光成

1

中 国 青 年 阅 读 指 数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2024 年 3 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，2024 年 2 月，需求指数排名前三的阅读域是文学阅读域（需求指数 33.36）、哲学及社会科学阅读域（需求指数 24.96）和教育阅读域（需求指数 11.38）。文学阅读域需求指数由 2024 年 1 月的 32.96 上升至 2024 年 2 月的 33.36，环比上升 0.40。哲学及社会科学阅读域需求指数由 2024 年 1 月的 25.69 下降至 2024 年 2 月的 24.96，环比下降 0.73。教育阅读域需求指数由 2024 年 1 月的 10.49 上升至 2024 年 2 月的 11.38，环比上升 0.89，是 2024 年 2 月需求指数上升较多的阅读域。此外，2024 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 0.04）。2024 年 2 月需求指数下降的阅读域还有历史阅读域（环比下降 0.24）、艺术阅读域（环比下降 0.10）、生活相关阅读域（环比下降 0.09）、工学阅读域（环比下降 0.09）、经济金融管理阅读域（环比下降 0.08）、法学阅读域（环比下降 0.04）、自然科学阅读域（环比下降 0.03）。中国青年阅读需求指数详见下图。

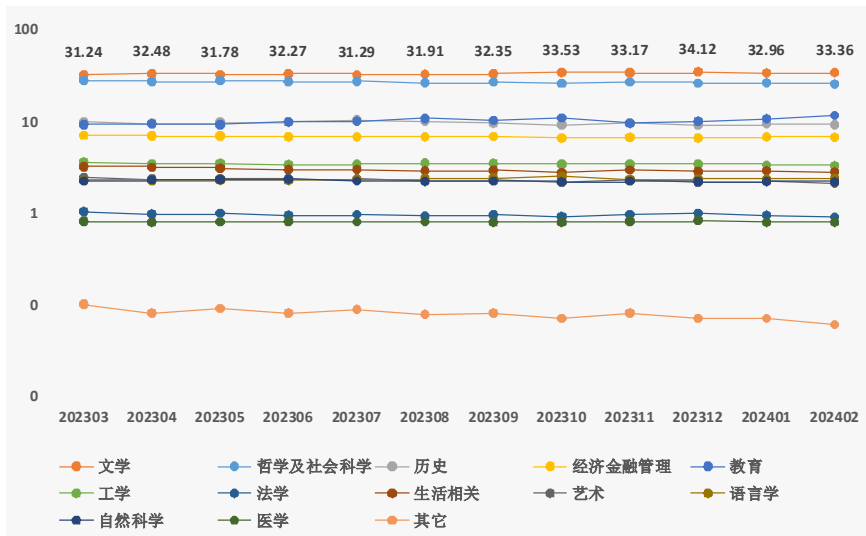


图 1 中国青年阅读需求指数

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 2024 年 2 月需求指数最大的阅读域，其需求指数由 2024 年 1 月的 39.33 上升至 2024 年 2 月的 39.68，环比上升 0.35。此外，2024 年 2 月需求指数上升的还有小说阅读域（环比上升 1.32），小说阅读域也是 2024 年 2 月需求指数上升最多的阅读域。漫画绘本阅读域是 2024 年 2 月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由 2024 年 1 月的 11.11 下降至 2024 年 2 月的 10.30，环比下降 0.81。文学阅读域需求指数详见下图。

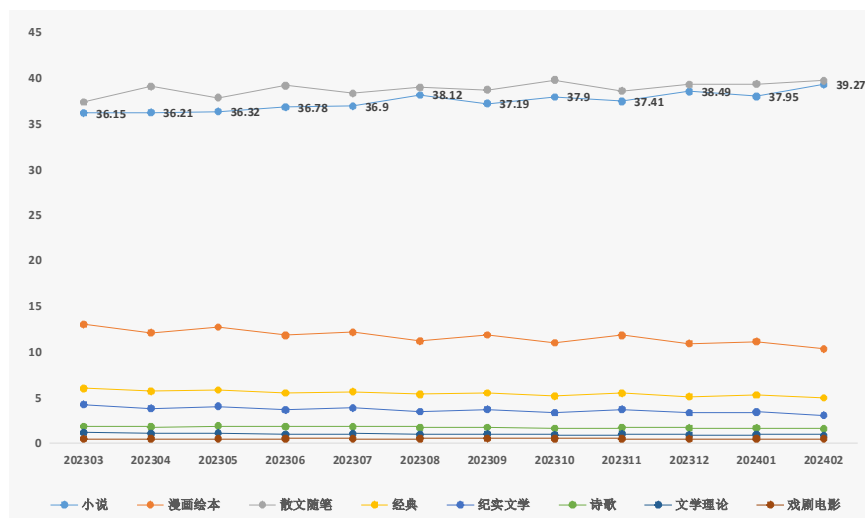


图 2 文学阅读域需求指数

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，心理阅读域需求指数由 2024 年 1 月的 28.85 上升至 2024 年 2 月的 28.97，环比上升 0.12。宗教阅读域需求指数由 2024 年 1 月的 7.66 上升至 2024 年 2 月的 8.08，环比上升 0.42，需求指数上升的阅读域还有国学阅读域（环比上升 0.43）、社会学阅读域（环比上升 0.06）。政治阅读域是 2024 年 2 月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由 2024 年 1 月的 22.69 下降至 2024 年 2 月的 22.13，环比下降 0.56。需求指数下降的阅读域还有哲学阅读域（环比下降 0.24）、文化阅读域（环比下降 0.21）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

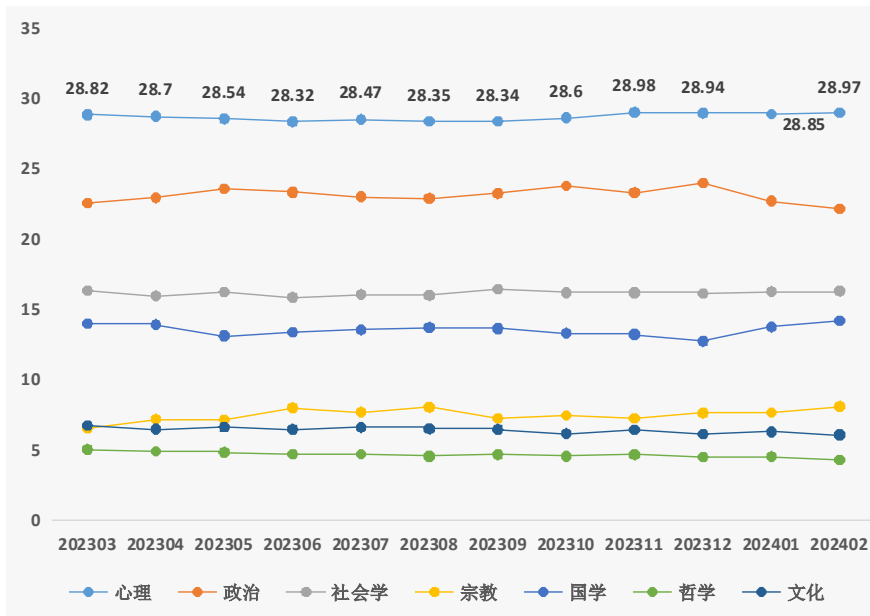


图 3 哲学及社会科学阅读域需求指数

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，哲学及社会科学阅读域供给指数从 2024 年 1 月的 23.12 下降至 2024 年 2 月的 22.78，环比下降 0.34，是 2024 年 3 月供给指数下降最多的阅读域。历史阅读域供给指数从 2024 年 1 月的 8.71 下降至 2024 年 2 月的 8.38，环比下降 0.33。此外，2024 年 3 月供给指数下降的阅读域还有工学阅读域（环比下降 0.09）、教育阅读域（环比下降 0.08）、生活相关阅读域（环比下降 0.03）、其它阅读域（环比下降 0.02）。文学阅读域是 2024 年 3 月供给指数上升最多的阅读域，其供给指数从 2024 年 1 月的 51.63 上升至 2024 年 2 月的 52.33，环比上升 0.7。此外，2024 年 3 月供给指数上升的阅读域还有经济金融管理阅读域（环比上升 0.08）、自然科学阅读域（环比上升 0.07）、艺术阅读域（环比上升 0.03）、法学阅读域（环比上升 0.01）。中国青年阅读供给指数详见下图。

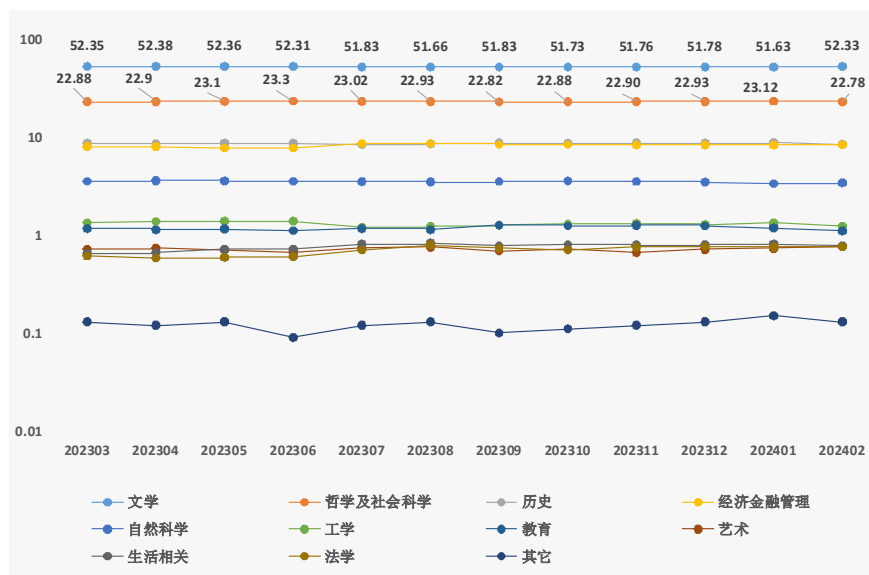


图 4 中国青年阅读供给指数

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，主要有哲学及社会科学阅读域、历史阅读域、生活相关阅读域、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、自然科学阅读域。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。

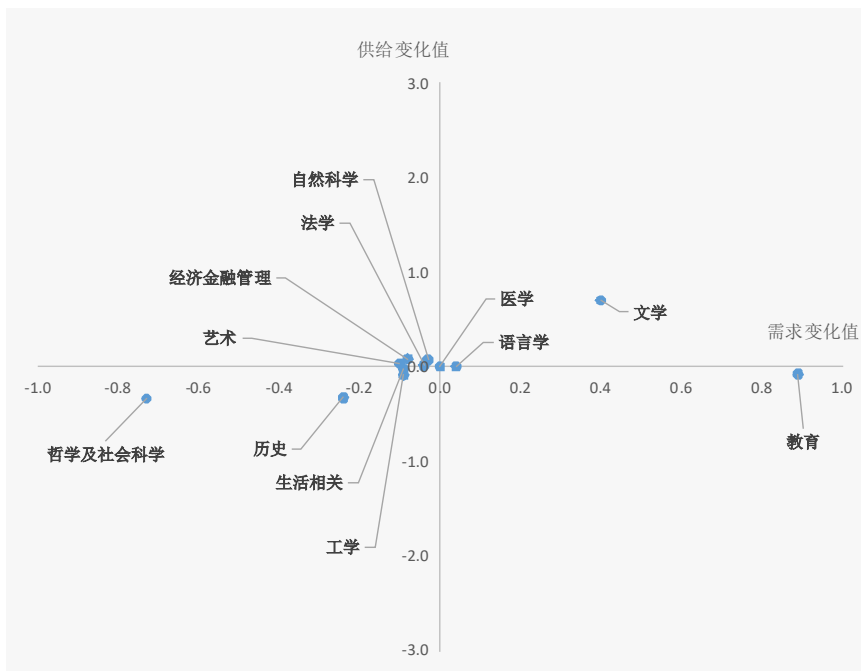


图 5 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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 2024 年 1 月的 50.36 下降至 2024 年 2 月的 48.43，环比下降 1.93，是 2024 年 2 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 0.19）。2024 年 2 月市场映射指数上升的阅读域有经济金融管理阅读域（环比上升 0.40）、教育阅读域（环比上升 0.04）、哲学及社会科学阅读域（环比上升 0.03）、历史阅读域（环比上升 0.03）。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

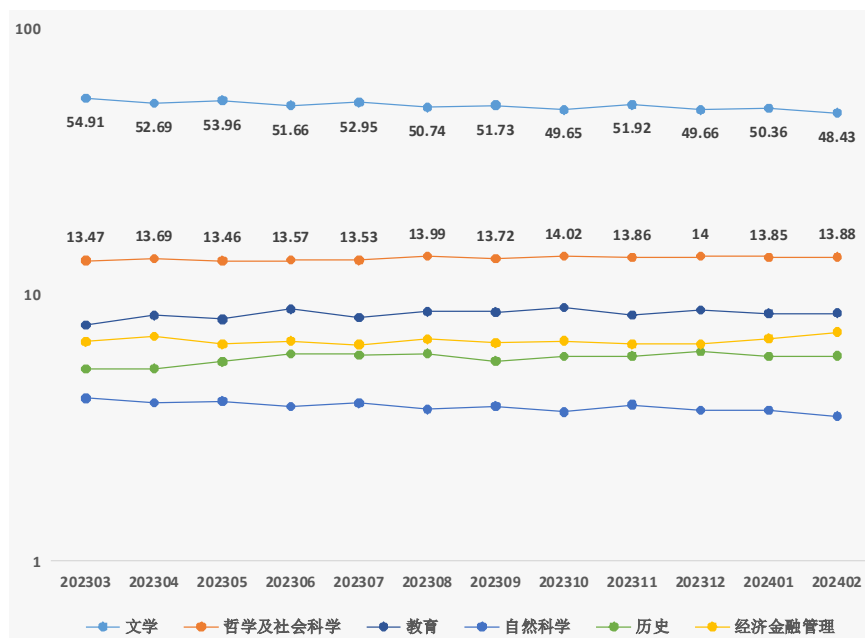


图6 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，小说是最畅销的。2024年2月小说阅读域、纪实文学和散文随笔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2024年1月的64.95下降至2024年2月的63.79，环比下降1.16。纪实文学阅读域的市场映射指数由2024年1月的2.68下降至2024年2月的2.4，环比下降0.28。散文随笔阅读域的市场映射指数由2024年1月的14.6下降至2024年2月的14.45，环比下降0.15。漫画绘本阅读域的市场映射指数由2024年1月的6.27上升至2024年2月的6.38，环比上升0.11，经典阅读域市场映射指数由2024年1月的11.49上升至2024年2月的12.99，环比上升1.50。文学阅读域市场映射指数详见下图。

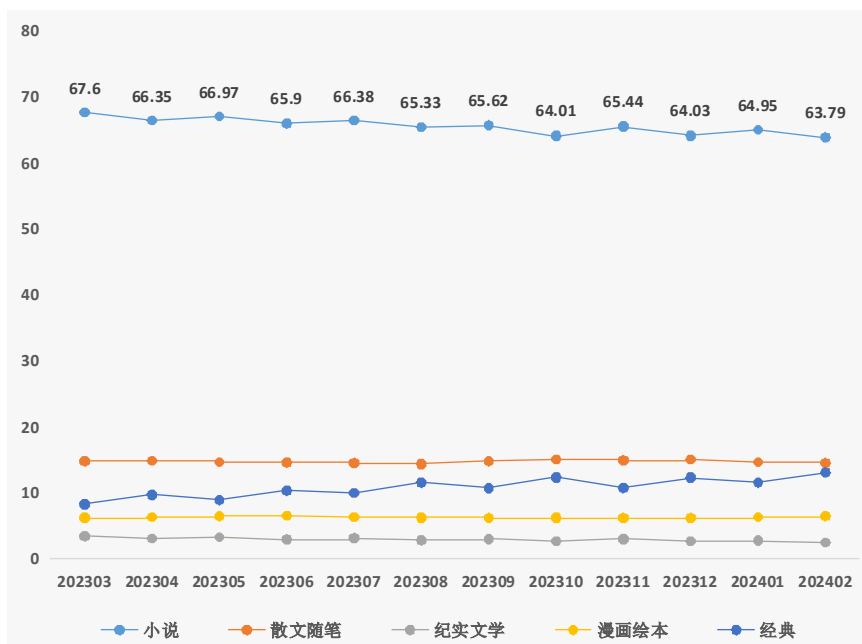


图 7 文学阅读域市场映射指数

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 2024 年 1 月的 41.92 下降至 2024 年 2 月的 40.56，环比下降 1.36，是 2024 年 2 月市场映射指数下降最多的阅读域，2024 年 2 月市场映射指数下降的还有哲学阅读域（环比下降 0.41）、政治阅读域（环比下降 0.13）。国学阅读域市场映射指数由 2024 年 1 月的 12.76 上升至 2024 年 2 月的 13.66，环比上升 0.90，是 2024 年 2 月市场映射指数上升最多的阅读域。此外，2024 年 2 月市场映射指数上升的还有社会学阅读域（环比上升 0.56）、文化阅读域（环比上升 0.44）。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

当代青年的阅读观：为中国式现代化积蓄力量

*

文 —— 田光成

书籍是全人类的营养品。文化繁荣、国家强盛、民族复兴，都离不开读书给国民带来的文化积淀和精神力量。青年是整个社会中最积极、最有生气的力量，国家的希望在青年，民族的未来在青年。阅读不仅关乎青年的成长，更事关民族的未来。

青年对阅读什么内容感兴趣，体现出青年的阅读观，反映了一个时代的青年思想潮流。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通过青年阅读的偏好变化，结合热点阅读的溯源分析，总结归纳了青年的阅读趋势，继而研判当代青年的阅读观，进一步为出版机构的供给侧改革提供方向性建议，为出版业的高质量发展贡献建设性方案。

一 | 魂脉根脉，自信自立

本期中国青年阅读指数观测，在二级阅读域中，国学阅读域需求上升。在三级阅读域中，马列理论著作及政策性读物和传统文化阅读域需求上升。青年正在通过马列原著学习看家本领，青年对中华优秀传统文化开启探源式阅读。

分析结果显示，主题阅读得到广大青年青睐，《资本论》《毛泽东选集》等持续畅销，《习近平谈治国理政》《习近平著作选读》《习近平的七年知

青岁月》《习近平与大学生朋友们》等著作在全社会畅销，并在青年群体中收到追捧和好评。此类阅读有效满足广大青年的理论学习需求，增强青年在日常工作生活中的实践本领。

传统文化类读物持续热销，《道德经》《论语》《菜根谭》《传习录》《风流去》以及诸子先贤等中华国学经典，综合年销数据高达百万册。“振叶以寻根，观澜而溯源”，当代青年深刻认识到读优秀传统文化书籍，是一种能以一当十、含金量高的文化阅读。通过阅读，吸收前人在修身处世、治国理政等方面的智慧和经验，可以养浩然之气、塑高尚人格，不断提高人文素养和精神境界。

出版机构要深入领会习近平文化思想“明体达用、体用贯通”的深刻内涵，巩固“文化主体性”，积极探索创新阐释“两个结合”，以文化赋能、以思政育人，在青年读物出版领域，善于把握青年特点，善于用青年易于接受的语言和方式出版一系列宣传党的理论、弘扬党的主张的思想著作，同时要注重用马克思主义理论和方法解读中华优秀传统文化，引导青年在“第二个结合”中自信自立、成长成才，培养青年成为马克思主义的信仰者和践行者、中华优秀传统文化的继承者和弘扬者。

二 | 见闻见识，启智增慧

本期阅读指数，结合开卷市场数据，对当下热点阅读话题进行溯源分析。分析结果发现，青年对热点阅读较具偏好性，热点事件与深度阅读之间呈现强相关性。诸如《了凡四训》《额尔古纳河右岸》《我与地坛》《我从未如此眷恋人间》《一句顶一万句》《我们生活在巨大的差距里》等，书中的金句和优美片段，在各大新媒体平台，以视频和图文形式火热传播，成为青年文化热点。

大数据和人工智能时代，信息的传播方式和路径，信息的交互模式都发生了巨大的变化，青年人阅读的顺序也发生了变化。碎片化信息传播时代，作为网络原住民的新时代青年已经完全掌握碎片化阅读的节奏，通过一条金句，一段美文，一个短视频引导去购买一本书成为普遍路径。他们通过海量的碎片化信息获取，极大地增加了自身的见闻见识。但青年人并不会只停留在浅层表面，而是有针对性、有选择性地对单点信息进行纵深阅读，进而构

建新的知识体系，达到获取知识、增进经验的目的。

出版机构要高度重视碎片化时代青年人的阅读顺序所发生的变化，酒香也怕巷子深，要充分利用新媒体时代的传播逻辑和规律，借助话题营销、内容营销，加大新媒体推广力度，同时加强市场数据收集和选题开发能力，出好书，卖好书，服务引领青年读好书、好读书。

三 | 内在本我，外系家国

在“站起来”“富起来”到“强起来”的接续奋斗中，与新时代共同前进的当代青年，无疑是饱含爱国之情的，无疑是深具报国之志的，无疑是极富强国本领的。

本期阅读需求指数数据显示，心理阅读域需求指数上升至 28.97，社会学阅读域环比上升 0.06。在市场映射指数中，哲学及社会科学阅读域环比上升 0.03，而社会学阅读域环比上升 0.56，文化阅读域环比上升 0.44。

青年对心理、社会学、文化、哲学及社会科学等阅读域的偏好，既展现出青年的内在工程建设，又体现了青年的社会在场。新时代中国青年处在中华民族发展的最好时期，既面临着难得的建功立业的人生际遇，也面临着“天将降大任于斯人”的时代使命。当代青年是有时代动力的，也是有时代压力的，中华民族伟大复兴，绝不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的。奋斗的接力棒传到当代青年手上，越是接近顶峰则越是路险难行，就越是需要不松劲、不退却，驰而不息、久久为功的登攀精神。内心强大者，才能勇挑重担；信仰坚定者，才能一往无前；胸怀家国者，才能无私无畏。

阅读数据反映出的青年对社会事件、国家社会治理题材的高度关注，青年的社会在场也侧面说明当代青年高度认同中华优秀传统文化自古讲究的格物致知、诚意正心、修身齐家、治国平天下处世理念。而这些植根在中国人内心的文化基因，也将世代传承，潜移默化影响着广大青年的思维模式和行为方式。

“平视世界”的一代，有学习借鉴一切文明成果的开阔视野需求，也有继承和发扬中华优秀传统文化的内在自动力。出版机构要从青年人这些独特的精神世界需求出发，策划一系列符合青年人阅读习惯和阅读偏好的选题，同时，主动利用“青言青语”策划思想、心理、社会学通俗读物，引领青年

在推进中国式现代化进程中健康成长，担当有为。

青年者，人生之王，人生之春，人生之华也。青年是标志时代的最灵敏的晴雨表，时代的责任赋予青年，时代的光荣属于青年。习近平总书记指出，广大青年要坚持面向现代化、面向世界、面向未来，增强知识更新的紧迫感，如饥似渴学习，既扎实打牢基础知识又及时更新知识，既刻苦钻研理论又积极掌握技能，不断提高与时代发展和事业要求相适应的素质和能力。这正是青年人该有的阅读观，这也是青年人迫切的阅读需求。出版机构应担负新的文化使命，推动文化出版高质量发展，助力新时代青年努力在科技创新、乡村振兴、绿色发展、社会服务、卫国戍边等各领域各方面为中国式现代化挺膺担当。

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



中国青年出版总社
CHINA YOUTH PUBLISHING GROUP



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：

