

市场星报

安徽人的生活指南

2022.2.19
星期六 壬寅年正月十九
今日4版 第7852期

全国数字出版
转型示范单位

APG 安徽出版集团 主管主办
国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50

阅 WEEKLY 周刊 读



近日,2022年1月中国青年阅读指数发布。从阅读需求的角度,2021年12月,需求指数排名前三的阅读域是文学阅读域(需求指数29.35)、哲学及社会科学阅读域(需求指数26.66)和历史阅读域(需求指数9.91)。

2022年1月,中国青年阅读指数发布 图书紧跟青年 阅读潮流



文学阅读域的供给量仍是最多

文学阅读域需求指数由2021年11月的28.29上升至2021年12月的29.35,环比上升1.06,是2021年12月需求指数上升最多的阅读域。哲学及社会科学阅读域需求指数由2021年11月的27.23下降至2021年12月的26.66,环比下降0.57。历史阅读域需求指数由2021年11月的10.04下降至2021年12月的9.91,环比下降0.13。

此外,2021年12月需求指数上升的阅读域有经济金融管理阅读域(环比上升0.08)、生活相关阅读域(环比上升0.08)和新闻传播广告阅读域(环比上升0.06)。2021年12月需求指数下降的阅读域还有艺术阅读域(环比下降0.25)、工学阅读域(环比下降0.15)、法学阅读域(环比下降0.09)和教育阅读域(环比下降0.08)。

从供给的角度,文学阅读域的供给量仍是最大的,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,文学阅读域供给指数从2021年11月的51.88下降至2021年12月的51.86,环比下降0.02。哲学及社会科学阅读域供给指数从2021年11月的22.66上升至2021年12月的23.56,环比上升0.90,是2021年12月上升最多的阅读域。

此外,2021年12月供给指数上升的阅读域还有生活相关阅读域(环比上升0.01)。自然科学阅读域是2021年12月供给指数下降最多的阅读域,其供给指数从2021年11月的3.63下降至2021年12月的3.33,环比下降0.30。此外,2021年12月供给指数下降的阅读域还有法学阅读域(环比下降0.23)、历史阅读域(环比下降0.10)、艺术阅读域(环比下降0.08)、教育阅读域(环比下降0.07)。

阅读域的供需变化态势划分

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,主要包括经济金融管理阅读域和生活相关阅读域。

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,主要有艺术阅读域、法学阅读域、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,主要包括哲学及社会科学阅读域、工学阅读域。

第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少,主要有文学阅读域。

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2021年11月的61.48下降至2021年12月的58.20,环比下降3.28,是2021年12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2021年11月的13.03下降至2021年12月的13.00,环比下降0.03。

此外,市场映射指数下降的还有自然科学阅读域(环比下降0.21)。2021年12月市场映射指数上升的阅读域有历史阅读域(环比上升0.88)、教育阅读域(环比上升0.77)和经济金融管理阅读域(环比上升0.68)。

通过阅读深度沉浸传统文化精神氛围

本期中国青年阅读指数,文学阅读域需求指数依然占据2021年12月需求指数排名的第一位,环比上升1.06,也是当月需求指数上升最多的阅读域。从2021年12月文学阅读域阅读热度词云中,我们可以看到,经典、小说、文学史等阅读域的阅读指数表现比较突出。

值得注意的是,在市场映射指数方面,经典阅读域的市场映射指数环比上升1.90。青年们通过阅读文学经典、了解文学历史的方式,深度沉浸在中华优秀传统文化所创造出的精神氛围之中。而哲学及社会科学阅读域阅读热度词云图则体现出青年在阅读上对心理学、人性和国学的关注,不论是向内剖析自我,还是向外追寻“国潮”,青年们在阅读中不断丰富自己的精神世界、塑造自身独立人格。

通过数据溯源,近期同传统文化相关的一些图书登上畅销榜,例如《少年读史记》《乡土中国》《古代人的日常生活2》等。这些畅销书的热卖一方面回应着青年们渴望了解中华优秀传统文化的阅读需求,另一方面也印证了图书市场与时俱进,紧跟时代潮流,以年轻人喜闻乐见的方式去传播中华优秀传统文化。

■ 据《中国出版传媒商报》