**陕 西 省 图 书 馆 学 会**

**工 作 通 讯**

**GONG ZUO TONG XUN**

**2018年第6期（总第68期）**

**（有声阅读）**

内部交流 2018年12月

**“有声图书馆”落地西安，网红城市变“书香之都”**

2017一场轰轰烈烈的“西安年·最中国”，让1200多万人来到西安过了个年，紧接着，摔碗酒又着实在抖音火了一把，西安已成为名副其实的“网红”城市。2018十一黄金周，西安又火了，网红城市摇身一变，成了“书香之都”。

2018年10月1日，黄金周第一天，西安地铁·喜马拉雅“有声图书馆”惊艳亮相西安。西安地铁2号线的车厢被打造成了一座移动的“有声图书馆”：原木色的书架上陈列着各类书籍，营造出真实的图书馆氛围。书架旁边还刻画了西安一些著名的景点和建筑，蕴含了浓浓的西安特色。车厢内的乘客只需要扫描车厢内任何区域书籍旁边二维码，即可听书，方便快捷。

**耳朵里的图书馆：边走边听万卷书**

喜马拉雅作为国内知名的音频平台，拥有海量优质音频内容，首次联合西安地铁精选了喜马拉雅人气最高的有声读物呈现在市民面前。在西安2号线“有声图书馆”地铁专列，乘客可以通过扫描车厢内书籍旁边的二维码，即可听书。拿出手机扫码后，无需任何操作就可直接收听。

“听到苗阜的声音感觉特别亲切。这种听书的方式，眼睛不累，美得很。”一位乘客在扫码试听过《西安青曲社合辑》后表示。

“有声图书馆”内的书籍主要分为大咖课程和分类专辑，大咖课程包括《听见吴晓波》、《晓说》、《收藏马未都》、《秦朔朋友圈》、《遇见张小娴》等，分类专辑覆盖了各类人群，包括历史、国学、诗歌美文、音乐故事、商业财经、IT科技、职场提升、相声段子、有声小说、儿童故事、健康养生等，同时还囊括了了西安本地特色的分类专辑：如西安本地资讯、西安美食、西安旅行，让西安本地市民即使了解西安身边事，让外地游客能够更加了解西安，还有“征集西安故事”的版块，用户扫码进入，一键录音就可讲述自己眼里心里的西安故事，让乘客们不仅能听故事，也能当主播讲故事。

每个分类专辑下，包含多本精选书，想听哪一本，直接点击即可。相声专辑内的《德云社相声全集》，职场专辑内的《叶武滨时间管理100讲》等播放量过千万的精品内容均可收听。

“有声图书馆”的另一大亮点是“VIP扫码送书”，用户每次扫码即可获得一本精品有声书，全年365本精品好书。喜马拉雅项目负责人介绍，西安地铁的“有声图书馆”里每个扫码进入到的分类专辑内的书籍都会经常更新，保证广大乘客“每天扫一扫，每次都不同”的收听体验。

用耳朵取代眼睛，徜徉在书的海洋，即使身处拥挤的地铁空间，也能随着书声去探索未知的世界。西安地铁2号线刚好贯穿西安城的南北， 有乘客形容为：“南来北往，书声相伴”，十分契合“有声图书馆”“边走边听万卷书”的主题。

**打造“书香之都”，满足更多人的“听书”需求**

随着都市生活节奏的日益加快，静下来读一本书成了越来越奢侈的一件事;随着时代发展、科技进步，人们的阅读内容愈加丰富、方式也日益多元化，从读纸质书到读电子书，再到有声阅读，当碎片化的时间成为互联网争夺的重点后，用耳朵代替眼睛，正在让阅读有了更多可能。

西安作为十三朝古都，文化底蕴深厚， 西安也一直在推动“书香之都”的建设。“有声图书馆”方便快捷的阅读方式，可以让普通市民随时随地、想听就听，提升全民阅读力，打造新时代的”书香之都”。西安地铁2号线“有声图书馆”专列，将“有声图书馆”线下实体呈现，让市民和游客在出行时方便快捷的享受到“阅读”的乐趣。

截止2018年7月，喜马拉雅共积累了328类上亿条内容，这些区别于传统书籍的有声书不拘泥于形态、没有界限，受到越来越多都市人群的欢迎。

“我从两年前就开始就一直保持上下班乘车时间‘听书’的习惯，在地铁里听英语给自己充电，听段子放松，‘有声图书馆’出现在地铁让人眼前一亮。平时我们上班族看了一天电脑眼睛疼，听书对眼睛没有伤害，有些书的配乐、朗诵都很好听，在地铁里‘听书’是享受。”家住西安北郊的王女士表示。

很多学生、年轻白领，在地铁“有声图书馆”专列玩自拍，发朋友圈，“我要告诉我的外地同学，西安不仅是抖音上的网红城市，还是名副其实的书香之都，我们的地铁都是一座图书馆。”来自西安南郊大学城的学生朋友表示。

除去地铁以外，大唐芙蓉园、高新创业咖啡街区都能看见“有声图书馆”的身影，喜马拉雅正在将“有声图书馆”以更多样的形式深入到西安的每个角落，让“书香之都”成为西安人新的骄傲，满足更多人对有声阅读的期待。

**花山区图书馆有声阅读资源推广活动火热进行**

 为推动全民阅读深入人心，吸引广大读者参与阅读活动，7月27日上午，花山区图书馆联合东苑社区举办了暑期系列活动之有声阅读资源推广活动。

活动中，有声阅读资源的老师详细讲解了花山区图书馆微信公众号的各项使用功能，并带大家实际操作学习了有声资源的使用方法，参与活动的读者纷纷登陆区图书馆微信公众号寻找自己喜爱的有声读物进行试听。老师还对积极参加活动的读者给予奖励，活动现场气氛热情高涨。

家长和小朋友们纷纷表示，图书馆现在除了纸质图书、电子图书又增添了有声读物，让耳朵参与“阅读”，聆听娓娓书声，极大地丰富了读者的阅读方式，满足了读者的多样阅读需求。

**青海省首家有声图书馆开馆了**

为积极促进“两新”组织党建工作提质增效，近日西宁市城北区社会组织党群服务中心探索打造了我省首家有声图书馆，有效解决了党员群众学习形式单一、学习兴趣不高的问题，从而通过“互联网+党建服务”的宣教平台，为城北区“两新”组织及党员群众提供了能随时随地学习的交流新平台。

据了解，这一全省首家有声图书馆将各类党建学习资源以二维码的形式展示上墙，囊括了《十九大报告》、《一起学习新党章》等大量通俗易懂、引人入胜的内容，党员群众仅需通过扫描二维码即可在手机上在线收听现场党课。同时，有声图书馆以“一本实体书+一个二维码”的差异化方式，将国内外经典书籍进行分类呈现，解决传统书籍陈列的千篇一律，提升了阅读者的读书兴趣，吸引了周边众多党员群众前来体验。

在馆内便民服务区，有关城北区的社会组织信息将会统一上传至互联网平台，群众通过平台就能获取各类社会组织的基本信息，并可直接上传分享到微信、微博等社交新媒体，进一步提高了社会组织的认知度和服务范围。并且通过采取“图文+声音”的宣传方式，切实方便了视力障碍朋友，丰富了群众的信息获取方式。

城北区社会组织党群服务中心通过对“互联网+党建服务”平台的探索，初步实现“两新”组织党建工作智能化、社会组织党员管理现代化，进一步拓宽了党员群众的学习渠道，调动了党员群众的学习积极性。

**从看到听：有声阅读提供更多优质文化体验**

随着时代发展、科技进步，人们的阅读内容愈加丰富、方式也日益多元化。近年来，有声阅读确实被越来越多的人欢迎，成为阅读新的增长点。有声阅读，让更多的人分享新鲜的资讯和便捷的文化服务。在进一步深入建设公共文化服务体系和实现全民阅读的过程中，有声阅读不仅满足了都市年轻人的阅读需要，对于老人、儿童和残障人士更是提供了阅读便利。

**何谓有声阅读？**

中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国说，是指通过有声方式，包括通过录音带、CD、有声读书机、广播、网络语音播报如移动APP、微信语音等，收听图书相关内容，“包括图书朗读、故事、外语学习、书评与图书介绍等”。

按照这个定义，“听书”的好处显而易见，其一就是保护视力。90后黄菲菲(化名)从两年前就开始尝试有声阅读，至今仍然保持上下班乘车时间“听书”的习惯，“这种阅读模式挺创新，环境不受限制，对眼睛没伤害，有些书的配乐、朗诵都很好听，‘听书’是享受”。

对于年轻人来说，有很多渠道获取信息，而老年人、孩子、盲人就很难使用这些工具，还有许多农民群众很少接触互联网，也缺乏良好的文字阅读能力与习惯，对于这部分特殊人群，“听书”是门槛最低也最切合实际的文化阅读方式。

**一场阅读新革命**

据第十五次全国国民阅读调查数据显示，两成以上国民有听书(有声阅读)习惯，中国成年国民的听书率为22.8%，较2016年的平均水平(17.0%)，提高了5.8个百分点。在未成年人群体中，听书频率也相当高，其中14—17周岁青少年的听书率高达28.4%。

近年来国内有声书市场也表现惊人。据喜马拉雅FM相关负责人介绍，2017年中国听书市场规模为32.4亿元，同比增长36.7%，粗略估算，2018年有声阅读的市场规模约45亿，“有声阅读正在全世界范围掀起一场阅读新革命”。

“仅举一例，有声书已成为喜马拉雅FM平台上最热门的收听品类之一，目前用户数占平台用户数的17%左右，整个流量占平台总流量的50%。”该负责人介绍，“在我们平台上目前的有声书活跃用户每天听书时长达3个小时，高频用户一年听书15本以上，‘听书’这一形式已经被越来越多人接受”。

**有声阅读习惯有待于培养**

不过，仍有一些读者不习惯这种阅读方式。蒋斌(化名)说，自己一直以看纸质书为主， “我习惯在看书的时候前后情节对照着来看，经常要往前翻，纸质书是看着最舒服的，有利于集中精力。而且‘有声读物’内容不全，有些书没有”。

第十五次全国国民阅读调查数据亦显示，当被问及“不听书”的原因时，“没有听书习惯”是首要原因，超过半数的国民选择这一选项，“不喜欢听书的形式”“没有感兴趣的内容”“不了解有什么听书渠道”也是制约国民听书的因素。

**阅读新的增长点**

“从‘听书’产生的经济效益上来看，未来有声出版的经济产业链为传统出版提供了更多可能。” 喜马拉雅FM相关负责人并未否认这些制约因素，但他仍然认为，音频这个媒介是移动互联网环境下唯一的伴随性媒体，“有声书未来将拥有广阔的市场空间，它和音频课程的普及也许会带来新的阅读革命”。

移动互联网的发展提供了新的技术手段，降低了阅读成本，便利了用户参与内容制作，成为重要阅读方式之一，所以可以算是阅读新的增长点，“当然，作为一种新兴阅读方式，内容确实还需要不断丰富”。

对于未来，有声阅读将会如何发展？您希望得到怎样的有声阅读体验？对于特殊人群，有声阅读应该有怎样针对性的文化服务？欢迎在文章下方与我们留言交流。

**用心声传递爱——金陵图书馆盲文有声读物分馆阅读推广**

作为南京市由残疾医务人员开办的专业医疗保健实体,南京手佳盲人按摩保健中心是金陵图书馆倡导助残扶残的老朋友。自2011年以来,双方一直保持着密切的联系。金陵图书馆不仅在南京手佳盲人按摩保健中心内开设盲文有声读物分馆,定期配送盲文资料,还举办了“朗读者”等一系列丰富多彩的活动,积极为盲人群体发声出力。

借由本次阅读推广活动,金陵图书馆杨峥副馆长与南京手佳盲人按摩保健中心李总监展开了深入的交流。李总监对金图多年来的合作表示感谢:“我们有70%的员工都是盲人,金图送来的这些设备和书籍给他们的生活带去了很大的改变,这些年金图实在是帮了我们太多太多。”杨峥副馆长细心询问了盲人读者的阅读喜好和需求,并表示将不断完善针对盲人群体的阅读服务,为他们提供更加舒适的阅读体验。



**有声读物时代：唤醒受限的感官 降低阅读的门槛**

“当文字、印刷品被发明出来以后，人接受信息和知识的途径其实被限制了，听书则可以让人回到最初的口耳相传的状态中，等于拓宽了信息传播的途径”，近年来，有声读物高速发展，有数据显示，2018年有声读物市场或可达到45亿，依旧稳步增长。另一方面，有声读物的消费群体也越来越大。著名学者、中国社科院研究员张晓明认为，有声读物的出现和发展，无疑是信息和知识传播领域巨大的进步。

　　**更多选择，增加个人阅读量**

“以前睡前习惯读一会儿书，如今改成听书了，可以定时，还有轻柔的音乐相伴，感觉比读书更好”，在一家律所做律师的李鑫说。

走路、开车、坐地铁、等人……时间长短任意选择，阅读内容五花八门，越来越多碎片化的时间，被听书所占据，第十五次全国国民阅读调查数据显示，我国两成以上国民有听书习惯。

尽管很多平台仍旧在主打免费听书，但有声阅读的市场规模仍旧在不断扩大。

有分析认为，2018年，有声阅读的市场将可能达到45亿。

这并不是一个很高的数字，但它的未来不可限量。张晓明说，“有声阅读发展的速度非常快，这是技术带来的变化，也是阅读市场的一个趋势，早在几年前，数字出版就已经超过了纸质出版，有声阅读可以说是数字出版的衍生物，在未来可能是数字出版的主要力量之一”。

当低头族日渐受到关注时，技术的发展已经带来了新的阅读模式，戴着耳机听书，或许将取代低头阅读的方式，张晓明说，“确实很方便，我自己每天也听，觉得好的再去精读。而从总体上看，有声阅读可以更加有效地利用碎片化的时间，增加人的阅读量，是一件好事”。

　**版权大战，市场会形成平衡**

有声阅读的市场如火如荼，也带来了新一轮的版权竞争，有业内人士表示，“有声版权从免费到4位数，再到6位数，仅仅几年时间而已”，还有人表示，“5年中，版权价格涨了10倍”。

但另一方面，付费阅读的推广仍旧不够理想，在某平台上，北京晨报记者发现，内容分为免费、付费等不同的板块，在付费板块中，有的可以整部买，从10元到几十元不等，有的则需按集买，尤其是热门的网络小说，动辄数百集甚至数千集，每集从几分到几毛不等，不少网友抱怨“太贵”，宁愿听免费的内容。

付费听书的模式尚未形成规模，版权大战却已经如火如荼，有声阅读的发展之路如何？张晓明觉得，“其实不必担忧，市场有选择机制，最终会自然达到均衡，这是市场的规律，当前，前提是充分竞争，这也是所有文化产业基本的规则。在这个基础之上，再考虑良性竞争、持续性发展、乃至提供公共服务等问题”。

**有声时代，降低阅读的门槛**

“如果遇上一个有感染力的声音、有吸引力的内容，真的会心驰神往，整个心神完全随着他的声音进入到故事里了”，已经有两年多听书经历的乐林说。

对听书者来说，声音很重要，一个好的朗读者，可以让耳朵之外所有的感官都暂时消失，沉浸于声音营造的世界。张晓明说“这其实是回到人最初的口耳相传的状态了。但同时，它又是一个新的接触内容的方式和途径，不用低头去读，听就可以，不妨碍做一些简单的事情，比如走路、做家务等”。

在张晓明看来，听书带来的变化，不仅是阅读机会多了，更重要的是，阅读的人更多了，“文字、印刷品的出现，其实限制了人的感官，限制了信息和知识获取的途径，想要知识，就必须有阅读的能力和习惯。听书有两个好处，第一，它让更多人开始阅读。人们压制其他欲望、专注阅读的能力不同，有人可以坚持阅读，甚至以阅读为乐，也有很多人并没有阅读的习惯。第二，它降低了阅读的门槛。很多文化消费都是有门槛的，比如听音乐会、看歌剧，需要专业的训练，阅读也一样，是需要一定基础的，至少要认字吧，还要能独处，此外，有些内容包括小说在内，需要一定的训练才能读下去，听书则方便得多。随便在哪儿，戴上耳机就能听，如果再有一个好的朗读者，很容易就能听进去”。

**有声阅读成阅读新生力量**

日前，有调查发现，2017年，我国有两成以上的国民有听书习惯。其中，成年国民的听书率为22.8%，较2016年的平均水平（17.0%）提高了5.8个百分点。未成年人的听书率为22.7%，与成年国民基本持平。同时，听书的方式也很多元，我国成年国民中，有10.4%的人选择移动有声APP平台听书；7.4%的人选择通过广播听书；5.3%的人选择通过微信语音推送听书。

有声阅读正在逐渐进入人们的生活，成为国民阅读新的增长点。

**强势来袭**

何为有声阅读？中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国说，有声阅读是指通过有声方式，包括通过录音带、CD、有声读书机、广播、网络语音播报如移动APP、微信语音等，收听图书相关内容，“包括图书朗读、故事、外语学习、书评与图书介绍等”。

文化产业评论副主编汪雪倩接受《新产经》采访时表示，有声阅读的创新点有两个，第一个是文化内容的表达形式创新，第二个是感知成本的降低和感知体验的不同。

数字化阅读，尤其是有声听书的快速增长，得益于技术进步。移动互联和阅读终端的发展，极大拓展了阅读的覆盖面，阅读变得触手可及。

以喜马拉雅据FM为例，相关负责人介绍，2018年有声阅读的市场规模约45亿，“有声阅读正在全世界范围掀起一场阅读新革命”。有声书已成为该平台上最热门的收听品类之一，目前用户数占平台用户数的17%左右，整个流量占平台总流量的50%。“在我们平台上目前的有声书活跃用户每天听书时长达3个小时，高频用户一年听书15本以上，‘听书’这一形式已经被越来越多人接受。”

汪雪倩表示，有声阅读的出现是同一文化内容以多种表达形式再生产的典范。但是官能感知对于信息的接受是不同的，体验和成本都不一样，阅读的体验与聆听的体验不同，接受的信息强度和角度也不同，耳听相对阅读而言感知成本降低，很契合当下的碎片化时代。

从读纸质书到读电子书，再到如今的有声阅读，当碎片化的时间成为互联网争夺的重点后，用耳朵代替眼睛，正在让阅读有了更多可能。

据喜马拉雅FM统计，截至今年2月，平台用户总规模突破4.5亿，活跃用户日均收听时长超过128分钟。在线内容既包括根据纸书改编的有声读物，也有各种原创课程。

汪雪倩还表示，很久之前提出来的多媒体时代可以说在有声阅读的出现后体现得更为淋漓尽致，文化产业的核心是文化，价值实现则是通过产业体现的，要实现产业价值就要有多种形式，这些形式逃不开人的官能感知，从阅读——眼看这种形式转换为听读——耳听的形式，是文化产品同一内容的不同表达，体现了文化产业生产的灵活性，也再一次体现了文化产业的产业价值核心是知识产权。

业内人士分析，随着移动互联网和音频技术的高速发展，通过移动端收听有声读物的人群将越来越广，听书这种新型的阅读方式，在移动端获取的收入占比将逐年加大，会成为未来的主战场，听书业务未来也将走向平台化，覆盖有声小说、明星主播、广播电台等有声内容，更好地聚合用户，增长空间巨大。

**知识付费新战场**

有声阅读市场空间巨大，对于音频市场内容授权、内容供给、市场产品、市场消费者来说均带来不小的变化。

汪雪倩向《新产经》表示，对于内容授权方来讲，这是对于IP衍生产品的新试水，而且相对于动漫、漫画、电影、游戏等改编形式来讲，有声阅读的改编难度更小，机遇更大；对于音频市场的内容供给方来讲，这是一次充实产品库，吸引消费者的机会；对于产品本身而言，尤其是类似于喜马拉雅、网易云音乐等音频客户端来讲，这不仅仅是丰富内容的机会，也是提升产品文化价值的机会，传统优秀文艺作品可以以有声阅读的形式再现，这对于产品的文化赋值是一个机遇；从市场消费者的角度上，消费体验得以更新，用户自发内容的创作阅读成本低，一个优质的有声阅读创作者本身也可以成为一个优质IP。

此外，业内分析者也认为，声音是唯一具伴随性的媒介，其独特的优势已产生巨大的用户粘性，随着政策的利好引导和法律法规的逐渐完善、技术的发展，以及资本的关注和大批涌入，有声阅读的红利时代正在到来。

实际上，最近一段时间出现的类似朗读者、见字如面等基于文本阅读的电视节目、诸如动漫游戏声优、影视配音演员频频亮相，体现了声音经济的崛起，消费者不再单单只关注那些赏心悦目的容颜，这些悦耳的声音也将迎来市场的热捧。

业内预计，在知识付费的风潮与国家国民阅读的政策激励下，有声阅读发展势头强劲，即将成为继知识付费后的新一轮内容之战，无论聚合内容还是原创内容，是每一个音频平台都需要解决的问题。

数据显示，大学生对于高质量内容的付费意愿比较积极，有 62.4%的大学生表示愿意为高质量的阅读资源付费。专业性知识（37.3%），小说、文艺作品（30.8%），知识服务类信息（19.3%）三大类阅读资源是大家付费意愿最高的类型。可见，“内容为王”仍未过时，“高质量知识”是付费阅读产业的发展重心。

以清华大学千人计划教授陈志武开设的《陈志武的金融课》为例，截至4月20日，订阅数已达15.98万，课程播放量达1305.1万次，总销售额超过千万元。

对此，汪雪倩表示，首先，有声行业与知识付费领域紧密相关，优质知识的引入丰富了有声内容，也开拓了知识付费领域新的传播渠道。其次，有声行业与短视频行业同为内容产业衍生物，优质IP的打造势必会带动粉丝自愿付费，抢手的IP也会成为内容生产方的盈利驱动器。在此基础上，品牌营销与有声行业有机结合，成为宣传新高地。不仅如此，有声行业与硬件设备息息相关，软内容与硬件器材结合，更容易形成一条良性的产业链条。

尽管目前在整个行业内，优质的有声阅读内容制作仍旧需要较长时间的培育，优质内容资源缺乏成为移动有声阅读业务发展的瓶颈。但未来，有声阅读仍有巨大的市场发展空间。

专家表示，邀请学者入驻平台，一方面有利于知识付费内容品质的提升，减少了滥竽充数者投机的空间，另一方面也能让更多普通人享受到优质的知识资源。这是个知识破壁的过程，打破了原先难以逾越的时间、空间和金钱壁垒。

技术迭代进步，正加速这个过程。汪雪倩认为，有声行业、短视频行业等可以携手推广综合化视听产品，有声行业也可以进一步拓宽产业链，打造线下实体产品，参考唱吧开设线下KTV，更多的线下课程可以开创出来。并且针对有声行业的大好前景，相信会有更多资本涌入有声行业，打造可抗衡抖音、快手的爆款APP。