

数字阅读渐成新风尚

本报记者 韩秉志

今年,全民阅读已第九次写入《政府工作报告》,从“倡导全民阅读”发展到“深入推进全民阅读”,全民阅读的深度和广度不断延伸。其中一个体现便是,数字阅读正成为全民阅读新风尚。

近日举行的首届全民阅读大会上,由中国音像与数字出版协会发布的《2021年度中国数字阅读报告》显示,2021年,我国数字阅读用户规模突破5亿,数字阅读行业保持良好发展势头,市场规模继续扩大、精品佳作不断涌现、用户黏性持续攀升。

为全民阅读带来增量

数字阅读产业整体营收规模达415.7亿元,数字阅读用户规模达5.06亿人,人均电子阅读量11.58本……《2021年度中国数字阅读报告》(以下简称《报告》)发布的一系列数据指向一个趋势:近年来我国信息通信行业的跨越式发展,数字技术的不断革新应用,正改变和影响着全民阅读形态,不断推动阅读服务向数字化、系统化、个性化发展。

中国新闻出版研究院发布的第十九次全国国民阅读调查结果也显示,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,较2020年的76.7%增长0.7个百分点;71.6%的成年国民进行过网络在线阅读,较2020年的71.5%增长了0.1个百分点;27.3%的成年国民在电子阅读器上阅读。

“阅读时间长、覆盖人群广,反映出数字阅读正在成为重要的阅读方式。”中国新闻出版研究院院长魏玉山在接受经济日报记者采访时表示,2021年我国成年国民人均每天手机接触时长为101.12分钟,人均每天互联网接触时长为68.42分钟,两项加起来接近3个小时,远超人均纸质书阅读时长的21.05分钟。

随着用户对内容品质要求不断提升,其对知识付费的主动性也在提高。从调查看,数字阅读用户已养成成熟的付费习惯,2021年92.17%的用户曾为数字阅读付费,且付费最多的阅读形式为电子阅读,占

比60.07%。相较于有声阅读,用户对于网络文学和电子阅读付费意愿更为明显。

“数字阅读正在为全民阅读带来新增量。你可能想不到,《论语》是阅文平台2021年最受欢迎的读物,全年站内阅读人次接近3000万。这些阅读《论语》的读者,超过80%是30岁以下的年轻读者。读者在评论区讨论经典、答疑解惑,让经典文化在数字空间焕新生命力。”阅文集团首席执行官、腾讯集团副总裁程武表示,目前,阅文平台出版物覆盖数十种品类,去年阅读人次上亿。

中文在线数字出版集团股份有限公司董事长兼总裁童之磊也认为,网络是全民阅读的重要阵地。中文在线打造了“书香中国”“互联网数字图书馆”,汇集超10万册图书,为百姓构建“终身书房”。当前中文在线为12个省市建设数字农家书屋28000余个,助力乡村文化振兴。

创新沉浸式阅读体验

随着数字技术加速发展,虚拟与现实世界联结的持续加深,阅读场景也在发生深刻变革。科技创新为数字阅读的内容生产、阅读形态、体验和场景的打造,带来了更多想象空间。

“我国科技创新面向世界前沿,体制机制进一步完善,创新创造活力不断被释放,数字技术持续赋能融合发展,为数字阅读行业提供了优良发展环境。”中国音像与数字出版协会第一副理事长张毅君说。

《迷宮·如意琳琅图籍》新华字典APP、中国诗词小课、国韵传承APP、“史学双璧”多媒体出版工程、《皮影中国》AR绘本、咪咕5G党建、5G云游博物馆、番茄小说AI朗读……首届全民阅读大会设立的数字阅读体验馆,为观众提供了专业化、场景化的沉浸式阅读体验。其中,中国移动咪咕基于虚拟数字人、3D虚拟场景、虚实融合互动的多模态讲

解方案——“5G+数智讲解”首次亮相。跟随数智达人“古逸飞”的脚步,用户可打卡元宇宙未来书店,“穿越”到企业云书店、智慧党建室、乡村小学,身临其境感受多元阅读服务。

“全景沉浸互动能够创新‘纸读+屏读’的阅读体验。对于5G云书店的用户来说,可以选择到自己喜爱的书店点一杯云南保山小粒咖啡,选一本喜爱的好书,或借阅,或购买,或作为会员权益领取。而书店打烊后,5G+人工智能无人书店会24小时继续服务用户选书、购书、领书。”中国移动咪咕公司总经理刘昕说,截至目前,已有超过1800万用户获得5G云书店的全新体验。展望未来,在元宇宙的世界里,阅读的生产消费、形态体验、场景空间都将实现更高维度蜕变,让每一位用户随时随地享受阅读。

“超10亿网民规模和超过5亿的网络文学用户规模,可见数字阅读产业的蓬勃态势和广阔空间。”掌阅科技股份有限公司创始人张凌云在接受记者采访时表示,在阅读体验方面,智能化已经有了实际应用:连接海量优质内容,智能语音搜索,即刻播放,语音交互可以根据个人偏好进行个性化定制。以掌阅平台为例,其采用智能推荐体系,不断优化内容匹配,实现了“千人千面”的内容定制功能,极大优化用户接收信息的效率及体验。

番茄小说是抖音在2019年推出的免费阅读产品。在现场,记者点击番茄小说概念音色抢鲜听电子屏幕,一段用天津话演说刘心武《钟鼓楼》的高度拟人声音,让人切身体验到天津相声的韵味。据现场工作人员介绍,番茄小说AI朗读在合成音质、韵律重音、语气语调等多个方向进行模型探索和优化,为用户提供了高度拟人的沉浸式听书体验。风格多元的音色矩阵,能适配小说人物的不同人设,表达开心、悲伤等多种情感,让AI音色恰当表现故事中的喜怒哀乐。

优质内容是核心竞争力

数字阅读发展迅猛,形成了多元内容题材格局。尤其是免费阅读模式和新媒体文的兴起,使数字阅读市场进一步下沉。不过,如何在保持网络特性的同时更好地反映现实生活,进而提高作品质量,仍有较大提升空间。对此业界表示,优质内容的沉淀积累和基于内容提供的核心服务,是数字阅读行业的核心竞争力。

观澜

吃农家饭、赏花摘果、田园风光、休闲垂钓……备受游客青睐的农家乐,是提升农村集体收入、增加农民个人收入的好办法,也是振兴乡村经济的好举措。然而,如何让火了多年的农家乐“乐”万家,敲开乡村振兴致富门?这还需要探索正确的发展路径。

农家乐,是一种以个体农户为单元,以农家院、农家饭、农产品、乡村游等为主题,提供乡村生活体验服务的经营形态。新疆的西域桃花源、陕西的吴家小院、甘肃红河谷生态园、宁夏的隆德老巷子等都已成为网红打卡地。

但农家乐这一乡村旅游业态也面临着诸多问题。如用地瓶颈突出,制约农家乐发展;经营管理人才短缺,产品缺乏品牌特色;基础设施不够完善,缺乏保障影响旅游;缺少科学规划,项目建设盲目;管理体制不健全,旅游生态环境退化等。

如何让农家乐突破种种瓶颈敲开乡村振兴之门?笔者认为需要全方位重塑农家乐发展环境。

首先要以“农”为核心。农家乐符合当前回归自然的旅游文化潮流。目前,旅游业已从最初的观光游览向生态旅游过渡。随着城镇化发展增速和旅游者出游经验丰富,游客在景点选择上表现出越来越强烈的自主性。因此,在乡风文明视野下,农家乐能对当地传统文化资源进行深度整合,传播乡土文化、传承传统技艺,以满足游客的精神文明需求,让游客在自然田园风光中找到“乡情”。

其次要以“产”兴农。农家乐旅游的兴起有利于我国农村产业结构的调整,它打破了产业的界限,直接推动农业、文化产业、休闲观光等多产业融合发展,助力构建多元化旅游服务新业态。

第三要以“人”为本。应该看到农家乐旅游为农村提供了越来越多的就业机会。我国目前农村劳动力丰富,投入不多、开业成本低的农村旅游新业态,无疑能为富余农村劳动力提供就业增长点。各地要针对老龄农民、妇女、回乡大学生等不同类型群体,既要出台相应的扶持政策,还要不断提升农家乐从业者的文化素养和管理水平;一方面要重视其经营淡季组织专业培训,另一方面可尝试在经营旺季组织技术人员直接入户“传帮带”。此外,还应吸引更多外出打工的村民回乡,培养更多经营管理人才。

总之,在新一轮乡村振兴的浪潮中,农家乐要秉承生态健康理念,坚持多产业融合发展,规划发展品牌培育、产品深加工等领域,形成上下游产业集群,深度挖掘乡村特色的民俗文化,才能让农家乐最大限度地乡村振兴中发挥作用,促进农民增收,推动乡风文明发展。

敲

许凌

图为深圳欢乐港湾的钟书阁书店。(资料图片)

辽宁省长海县全力打造渔家乐——

去海岛做一回渔民

本报记者 苏大鹏

院落中斑驳的旧船壳记录着渔家人铺水盖浪的闯海生涯;走廊里陈设的老物件诉说着老房东勤俭质朴的过往岁月;厅旁锦簇的蔷薇花诠释着都市人回归乡野的美好向往……当走进辽宁省长海县广鹿岛“慢岛人家”民宿,游客的第一感觉便是:我要做一回渔民。

今年54岁的王旭东曾经是一名多年从事酒店服务行业的职业经理。2016年,他相中了辽宁省长海县广鹿岛一处闲置的民房,经改造,开办了岛上第一家主题民宿——慢岛人家,寓意远离都市快节奏,开启海岛慢生活。

长海民宿旅游在上世纪90年代开始初见规模,发展之初称之为“渔家乐”。2014年,当地开始打造“长海渔家”民宿旅游产品,推出一批度假村和渔家旅店,但受到投资规模等因素影响,这些旅店的接待标准和服务品质都不高,海岛特色和渔家风格不明显。

当年,作为旅客的王旭东曾上岛体验过“渔家乐”,他笑着说:“游客上岛后,急忙办理入住,而后匆匆奔向海滩,晚上大吃一顿,回房呼呼大睡,第二天又继续赶路。”

如何让游客留住,深入体验北方海岛风情?对此长海县提出了打造高品质海岛旅游产品的规划,长海县文化和旅游局局长傅春强告诉记者,随着长海县旅游提升战略的推进,长海县政府相继出台了一系列提升海岛旅游品质的措施。从长海渔家品质提升支持措施到鼓励居民利用宅基地实施长海渔家旅游品质提升建设项目审批流程,再到对长海县旅游发展专项资金管理办法进行调整;从土地供给、建设标准、宣传促销、基础设施配套、低息贷款等方面鼓励全县500余户“长海渔家”向产品精细化、服务标准化、运营品牌化和产业规模化发展,塑造海岛旅游新形象。

政策鼓励高品质海岛渔家旅游,对于“长海渔家”经营者来说,就必须有新的经营理念来支撑新的旅游产品。说起自己的民宿,王旭东认为,概括起来就是三个字:“慢”“渔”“家”。“慢”,就是放慢节奏,自由自在,针对的是都市人节奏快、压力大的心理特点。“渔”,是拓展渔事体验、渔业观光、渔耕文化等项目,迎合游客向往自然、亲近自然的诉求。

“家”,是客房家庭化,公共区客厅化,有人情味的服务,满足客人的情感需求。这一经营理念迅速得到游客认可,自成立第一家民宿起,如今这一主题民宿已经开了3家分店,客房从6间发展到25间。

20多年来,长海县的海岛旅游一直在摸索中徘徊,高品质的旅游产品难寻踪迹。如今以“慢岛人家”为代表的经营理念不断影响着海岛“渔家乐”的经营者。为了留住游客,海岛的渔家民宿也争相开始改造住宿环境,升级软硬件设施,突出主题设计,提升服务品质。现在,越来越多的民宿酒店应运而生。

“如果将仅满足吃住需求的渔家乐比作‘长海渔家’的1.0版,那么追求更高品质的主题民宿便是海岛旅游的2.0升级版。”傅春强说。如今,以红色文化、渔事体验、航海部落和亲子家庭为主题的40多家特色民宿如雨春笋般在长海县的各个海岛遍地开花。

图为游客在辽宁长海县一家精品“渔家乐”民宿泳池戏水。
本报记者 苏大鹏摄

本版编辑 陈莹莹 武亚东 美编 高妍