

打造阅读新空间 激活消费新动能

今年4月23日是第30个“世界读书日”。记者走访多地看到,AI赋能、数字驱动引领电子书、有声书等市场蓬勃发展,“新书店”通过打造复合多元业态吸引更多人群,书市以个性化书籍、精准化营销、丰富活动等带动更大规模消费……全民阅读以线上线下多种形式不断深化发展,通过打造阅读新空间,不断激活消费新动能。

AI赋能, 打开数字阅读市场空间

山西夏县新建路小学三年级学生贾有逸喜欢午睡前打开国学机,听两则国学经典故事“花100多元,就能让孩子拥有一个国学故事库,很值!”贾有逸的妈妈说。

“不只学生,数字阅读已从小众选择变成大众日常。”中国音像与数字出版协会理事长孙寿山说,覆盖全年龄段、全场景阅读的数字阅读生态已经形成。

AI赋能下,数字阅读体验不断优化。AI眼动翻页、AI聊书、AI问书……在4月23日于山西太原举办的第四届全民阅读大会上,数字阅读从业者展示着数字阅读的新可能。对于创作者来说,效率也不断提高。中国移动咪咕数媒总编辑张学伟说,应用AI以来,咪咕AI+剧本改编生产效率提高了60%,周期缩短了70%。

数字阅读平台掌阅科技于世界读书日前夕推出“423读书日”主题活动。打开掌阅App,18本覆盖历史、科技、文学等多领域的新华在“独家首发”专区上线。

掌阅精选“AI阅读助手”今年3月正式上线,帮助读者精准选书、深度研读、梳理总结,自去年11月开启内测以来,已服务近1.3万用户。“公司将继续推进人工智能与数字阅读场景的融合,不断提升用户体验。”掌阅App运营总经理尹璐说。

全民阅读大会发布的《2024年度中国数字阅读报告》显示,2024年,我国数字阅读市场总体营收规模为661.41亿元,同比增长16.65%,其中,大众阅读市场规模为488.85亿元,有声阅读为123.70亿元,专业阅读为48.86亿元,同比分别增长20.07%、6.32%和12.27%。

多元打造, “书店+”推动行业蝶变

江苏南京朝天宫街区的锦创书城,一层设有阅读区、咖啡吧及优选超市;二层开辟了小型主题展区及撸猫馆、儿童游乐区;顶层天台设计为“南京最美天际线”打卡处。

锦创集团办公室主任卜凡说,锦创书城引入主题展览、儿童游乐项目、宠物体验项目以及科技场景等,为书店创收的同时,延展书店文化体验链条。2022年1月22日开业至今,锦创书城先后在南京主城区开了3家不同主题的书店,累计吸引访客数百万人次。

阅读自习、咖啡文创、主题展览……当前,文化消费

业态不断增加,与书店有机结合,形成“书店+”多元复合模式,打造出更加多元的消费场景。

在北京东二环内的前炒面胡同里,独立书店可能有书是不少读者感受书香生活方式的“世外桃源”。推开玻璃门,红色方砖、木质桌椅、温暖的灯光、琳琅满目的书籍……温馨感扑面而来。

主理人赵晨介绍,书店经营范围包括展览、图书、文创、咖啡店及包子铺、自习室等,多元业态丰富了消费体验,也增加了书店收入,如文创产品助力书店增收约10%。

“书店+”模式在下沉县城也展现出不小活力。每到周末,山西阳城县得之城市书房会举办公益少儿绘本阅读活动。主理人王育兵说,每次活动能吸引150多名小朋友同他们的家长一起参与,带动了书店的咖啡、甜点、绘本等消费。这一模式助力书店实现年营收超过10万元。未来,还考虑开设非遗课程、青年夜宵等,将书店打造为县城青年群体的会客厅。

精准定位, 特色书市带动更大规模文化消费

全国近200家知名出版社参加、50余万种新书好书参展、展期延长至14天,横跨“五一”假期、主分展场联动……4月22日,由北京市委宣传部主办、北京发行集团承办的2025北京书市在朝阳公园开市。“开市后的两小

时内就销售了近70本书,切实感受到了广大读者的阅读热情。”“旧书新知”专区布衣书局主理人胡彬说。

传统文化带火了相关的阅读消费。书市上,“哪吒”“悟空”等主题图书、衍生文创产品备受读者喜爱。“我是‘哪吒迷’,这一绘本是电影的‘番外册’,看到就要买下。”市民李蔚捧着刚买到的《哪吒·三界往事》说。

书市是书籍流通的平台,书商交流的空间,也是带动文化消费的新引擎。多地开办特色市集,吸引书商和读者。

4月23日9点半,开业第一天的南京金陵旧书市集门庭若市。市集设“特价书”“二手书”“以旧换新”三个板块,穿插“手工织摊”“以书交友”“旧书漂流”等活动。南京出版社与广陵书社的联合摊位上,城市老地图、经典古书吸引书迷驻足,开市1小时销售额超过500元;专注于“二手书”的东奔西跑电子商务摊位,开市2小时销售额超过2000元。

在一些城市,传统书市持续焕发生机。太原小井峪周末旧书地摊市场自2019年开市以来,一直很热闹。稳定的市集、丰富的摊位和书籍以及规范的管理,让全城读者定期定点“约会”。据有关统计,每年7月旺季时,市场日人流量超6万人次。

“业界不断深挖,通过数字阅读、新书店、书市等营造了更加舒适的阅读空间和体验,使得阅读市场展现出广阔的发展前景和巨大潜力,全民阅读未来可期。”山西省作家协会主席李骏虎说。

新华社记者 李紫薇 余佩璇 潘晔
(新华社北京4月23日电)



4月23日,在山东省青岛市市北区第二实验幼儿园举行的读书节活动中,小朋友在春光中享受阅读的乐趣。

最美人间四月天,正是读书好时节。当日是第30个“世界读书日”。今年联合国教科文组织将世界读书日主题定为“阅读:通往未来的桥梁”。

新华社发

“刷屏”时代如何引导孩子们“深读”

青少年阶段是人生的“拔节孕穗期”。这一时期的阅读,会奠定一个人的精神底色。

当前,人们获取信息的方式日趋多样,青少年还需要阅读吗?他们的阅读习惯有什么变化?该如何引导?“新华视点”记者采访了相关从业者和专家。

学、参加航天夏令营、体验讲解员等实践活动获取新知。

不少青少年很关注阅读中的社交性。社交媒体上,以青少年为主体的书评短视频、播客讲书等新形式层出不穷,很多人积极分享作为“少年讲书人”的独到见解。

“现在青少年的阅读指向与习惯方式跟过去比有明显变化,电子书占比增长迅速;会借助听书等视听媒介或通过社群等参加带有社交性质的阅读活动。”北京师范大学文学院教授陈晖说。

自主阅读不足 阅读兴趣不够

记者在采访中发现,当今青少年在阅读内容、方式等方面呈现出鲜明的时代特征,但仍面临自主阅读不足、阅读兴趣不够等问题。

——课业压力大,网络信息挤占阅读时间。山西一名小学校长坦言,部分教师依旧有重成绩、轻读书的观念,存在占用学生阅读课现象。一些家长也反映,随着年级升高,孩子面临升学压力,课业负担重,每天自由阅读半小时都很奢侈。

电脑游戏、手机短视频等对阅读的挤占与冲击显而易见。当前青少年普遍存在过早过多接触电子产品的情况。有专家调研发现,初中生更倾向于浏览网络文学和娱乐化内容,经典名著阅读率在下降。

——应试目的强,能力培养弱。成都某小学三年级级学生瑞瑞表示,推荐书目不是“爱不爱读”,而是“必须读”,学校通过每周读后感分享课来监督。还有部分家长将阅读等同于“刷题工具”,导致青少年将《红楼梦》等经典视为“考试资料”

而非文化

徐鲁观察到,一些青少年善于写虚构、幻想的故事,却难以写出一个真实、性格鲜明的人物或符合事理逻辑的故事;究其原因是阅读面狭窄,缺乏非虚构儿童文学作品浸润,导致思辨能力和事理逻辑分析能力有所欠缺。

——家长表率不足,城乡存在差距。记者在图书馆随机采访10位家长,其中7位表示自己没有经常阅读的习惯。“我知道应该陪孩子读

书,为孩子营造读书氛围,但回家后只想休息,刷刷手机。”成都家长吴女士道出尴尬现实。

山西一所县城小学图书馆里,很多书籍是与教学和课本相关的系列丛书,特色图书相对较少。县城书店里的童书种类也很有限,和大城市存在一定差距。

在全社会营造书香气氛

面对变化和挑战,受访业内人士认为,首先要提升成年人阅读素养,努力为青少年提供专业的阅读指导,在全社会营造书香气氛。

“应尊重重新兴阅读形式,合理接纳青少年在阅读题材、风格方面的多样选择。”陈晖建议,鼓励青少年读者分享自己的阅读体验、表达阅读感受,鼓励他们以同人写作、改编等形式回应文本,从读写共创中获得成就感及能力提升。

家长、教师和阅读推广人,应成为青少年精神成长的“高级营养师”。

广东省少儿阅读推广人姚菲菲指出,教师不仅要引领孩子读出故事的趣味,更应该探索“读写结合”的整本书阅读方法,带孩子们体会写作手法的精妙之处,迁移运用到日常作文中。

“成人应增加阅读量、提升阅读品质,以更好引导孩子。”首都师范大学儿童文学教育研究基地主任王蔷认为,成人也可阅读儿童书籍,更好地站在孩子的角度理解他们的阅读需求;还需学习科学阅读理念,更专业地给予阅读指导。

从开蒙识字到诵读四书,我国传统阅读教育讲究“次第”发展。徐鲁等专家建议,建立科学的分级阅读体系,循序渐进。低年级的小读者可以从薄一点、插图多一点的图画书和故事书读起,尽量把每一本书完整读完。先建立起“读完一本书”的信心,然后慢慢培养阅读习惯和阅读能力。

四川省图书馆去年推出“川阅无限·云借阅”平台,支持全省读者线上选书、快递送到家,对促进城乡青少年文化服务均等化发挥积极作用。

多位县城小学校负责人希望农村书屋、职工书屋、县城图书馆等采购更多适合青少年阅读的书籍,鼓励社会力量参与学校图书馆等公共文化设施建设,还可探索“馆校合作”模式,实现公共图书馆与学校图书资源的数字化共享。”国际儿童读物联盟原主席张明舟说。

新华社“新华视点”记者
杨湛菲 史竞男 边思琪
(新华社北京4月23日电)

新华时评

最美人间四月天,正是读书好时节。青少年是全民阅读的生力军,青少年阅读也是一年一度世界读书日的热门话题。让青少年爱读书、多读书,离不开高质量阅读内容的供给。

如今,青少年个性化、多元化的阅读需求不断增长,一些新现象、新问题也随之而来:有家长头疼如何为孩子选书,“大人选的书孩子不爱看,孩子选的书大人不认同”;有老师吐槽学生过早接触一些内容空洞、套路雷同的网络小说,喜欢读“没营养又上头的爽文”;还有家长呼吁,多些适合不同年龄段孩子的优质有声读物……综合提高青少年阅读的量与质,要用更多的内容供给提供物质基础,培养阅读习惯、提升青少年的阅读体验。

优化阅读内容供给,要为青少年构建良好的阅读生态。青少年阅读不该是“喂饭”,而应是“点菜”。强迫阅读只会适得其反,点燃孩子的内在兴趣才是关键。从“我要读”到“我要读”,为孩子种下终身阅读的种子。一方面,要尊重青少年阅读的主体性,立足青少年成长需要,开发契合其认知发展规律与精神成长诉求的阅读产品;另一方面,鼓励非功利化、摒弃娱乐至上的阅读,持续推进涵盖新发现、新成就、新现象等新知识的图书,倡导求真、向善、审美的价值取向。

优化阅读内容供给,要充分利用好数字阅读资源。数字技术的发展为青少年阅读打开了新天地,也创造出广阔的市场空间,这对公共文化资源建设提出更高要求。综合利用好政府和市场的力量,加强阅读资源的投放和管理,促进纸质图书与电子资源的互补。同时,应进一步推进城乡阅读资源共享体系建设,保障广大农村地区青少年的阅读需求,推出健康、多样、优质的数字阅读资源,助力更多孩子跨越数字鸿沟。

好书不该“养在深闺人未识”,优质的内容供给还要依赖创新的推广方式。

充分利用好虚拟社群、网络直播、图书市集等新技术、新平台、新渠道,让高质量的阅读内容走好“最后一公里”。

最是书香能致远。把更多高质量的阅读产品带给青少年,让更多孩子真正体会到阅读的快乐,在书中观照自我、探索未知,逐步走入更广阔的世界。

新华社记者 马晓媛 (新华社太原4月23日电)

用户达6.7亿

读书日看数字阅读之变

轻点手机屏幕,万卷诗书掌间流转;打开智能手表,日推金句映入眼帘;聆听有声读物,人间烟火萦绕耳畔……数字时代,人们的阅读方式有了更多选择。

4月23日是世界读书日,在山西太原举办的第四届全民阅读大会上,最新发布的《2024年度中国数字阅读报告》显示,2024年我国数字阅读市场总体营收规模为661.41亿元,用户规模已达6.7亿。

透过这份报告,一起来看过去一年的“阅读之变”。

队伍更庞大——

2024年,数字阅读用户规模实现“增加一个亿”的目标,增长率为17.52%,增长量和增长率均创下近年来新高。

从“一书在手”到“一屏万卷”,十年来,我国数字阅读用户规模实现了翻倍增长,数字阅读已成为全民阅读的重要引擎。

报告显示,26岁至35岁的用户仍然是主力;26岁及以上的用户占比已接近六成。

“数字阅读正在由以年轻人为主向更加成熟的年龄段渗透。”中国音像与数字出版协会第一副理事长张毅君说。

场景更智能——

报告显示,2024年,电子阅读依然是数字阅读用户的“心头好”。

“90后”陈文婷是读书软件的年付费会员。她认为,电子阅读能实现“随时想读就能读”“想看哪本就看哪本”,阅读过程中还能看到一些书友的精彩评论和反馈,更有乐趣。

“银发群体对数字阅读的需求显著提升。无需长时间注视屏幕的有声阅读,以其便捷性和健康性,正成为中老年用户的首选方式。”掌阅科技股份有限公司总编辑马艳霞说。

IP产业链的协同,打破了传统的阅读边界。如今,读者不再局限于单纯的文字阅读,也能听书、看剧、追番、买“谷子”等,文化内容有了更丰富的展现形式。

与此同时,AI技术正在深度介入阅读场景:北京城市图书馆推出“元宇宙体验馆”项目,掌阅上线“AI辅助阅读”赋能找书、读书、用书全场景,咪咕推出“灵犀知书”智能矩阵实现阅读服务的全链路智能化……

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山说,人工智能技术应用给包括数字阅读在内的中国数字出版业提供了更大发展空间。“文字数码化、书籍图像化、阅读网络化的发展趋势愈发显著,数字阅读正在向多模态、多终端、多场景方向快速演进。”

内容更多元——

报告显示,2024年我国数字阅读作品总量约为6307.26万部,同比增长6.31%。

读者们更愿意“一键收藏”什么样的书籍?

文学作品依然稳居读者首选;教育与文化类内容实现显著增长,较去年同期占比提升近10个百分点;人物传记、烹饪美食、旅游旅行等题材占比也有明显提升。

“这一变化传达出两个重要趋势,同时全民终身学习意识持续强化,知识型阅读需求攀升;另一方面,文化自信的不断增强,持续推升读者对传统文化内容的热爱。”张毅君说。

数字阅读持续探索“出海”路径。

报告显示,2024年,我国数字阅读出海作品总量为80.84万部(种),同比增长6.03%。东南亚、北美、欧洲和港澳台地区市场共同构成中国数字内容出海的四大主力市场。

去年以来,《庆余年(第二季)》《与凤行》《大奉打更人》等网络文学IP改编剧集火到海外,《庆余年(第二季)》成为迪士尼旗下的流媒体平台有史以来播出热度最高的中国大陆剧。

“网络文学是中国文化产品‘出海’最大的IP源头。截至2024年底,阅文向海外推出了6800部中国网文翻译作品,推出海外原创作品70万部,覆盖200多个国家与地区,网络文学为中华文化的国际传播搭建了一座桥梁。”阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠说。

中国数字阅读作品正加速走向全球,通过精彩内容,世界各地读者真切感受到中华文化的独特魅力。

新华社记者 史竞男 万倩仪 邢拓 (新华社北京4月23日电)