

数字阅读背景下广州市有声读物的现状分析与策略

王凤鸣¹, 梁安琪², 李雄英¹

¹广东财经大学经济学院, 广东 广州

²广东财经大学会计学院, 广东 广州

收稿日期: 2023年4月8日; 录用日期: 2023年5月9日; 发布日期: 2023年5月17日

摘要

党的二十大以来, 为了适应我国发展新的历史方位, 加快数字建设是发展中国式现代化的重要途径。其中, 数字阅读对建设数字中国具有举足轻重的作用。有声读物作为数字阅读的细分领域对促进全民阅读, 满足大众精神文化需要具有重要意义。因此, 本文通过对广州市459名常住居民进行问卷调查, 研究广州市居民有声读物的使用情况, 系统性分析其收听有声读物的原因, 并针对性提出几点完善和推动有声读物发展的建议。

关键词

数字阅读, 全民阅读, 有声读物, 推广策略

Analysis and Strategy of Audiobooks in Guangzhou under the Background of Digital Reading

Fengming Wang¹, Anqi Liang², Xiongying Li¹

¹School of Economics, Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou Guangdong

²School of Accounting, Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou Guangdong

Received: Apr. 8th, 2023; accepted: May 9th, 2023; published: May 17th, 2023

Abstract

Since the 20th National Congress of the Communist Party of China, in order to adapt to the new historical orientation of China's development, accelerating digital construction is an important

文章引用: 王凤鸣, 梁安琪, 李雄英. 数字阅读背景下广州市有声读物的现状分析与策略[J]. 教育进展, 2023, 13(5): 2429-2438. DOI: 10.12677/ae.2023.135384

way to develop Chinese path to modernization. Among them, digital reading plays a pivotal role in the construction of digital China. As a subdivision of digital reading, audiobooks are of great significance to promote reading for all and meet the needs of mass spiritual culture. Therefore, through a questionnaire survey of 459 permanent residents in Guangzhou, this paper studies the use of audiobooks of Guangzhou residents, systematically analyzes the reasons for listening to audiobooks, and puts forward several suggestions to improve and promote the development of audiobooks.

Keywords

Digital Reading, Nationwide Reading, Audiobooks, Promotion Strategies

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

自 2014 年起,“全民阅读”已连续十年写入政府工作报告,其中,第十三届全国人大四次会议《政府工作报告》中更是明确提出要加强互联网内容建设和管理,繁荣广播影视、文学艺术等事业。在 2022 年,党的二十大报告写入了“深化全民阅读活动”,这是“全民阅读”被第二次写入全国党代会报告。并且,与以往的表述相比,2023 年《政府工作报告》将全民阅读前的动词由“倡导”改为“深入推进”。由此可见,“全民阅读”已经成为当前政府工作中的重要任务。此外,深入推进全民阅读,有利于加强社会主义精神文明建设,进一步提高我国的国民素质,增强文化软实力,是实现中国式现代化的重要途径。随着中国进入新时代,在取得经济层面的全面小康的佳绩后,数字阅读展示了其显著的优势,特别是在乡村推广有声阅读,成为实现乡村文化振兴的有效途径,进一步缩小城乡区域的文化差异,有利于推动城乡文化一体发展[1]。当前,数字阅读在我国繁荣发展并取得丰硕成果。根据《数字中国发展报告(2021 年)》(以下简称《报告》)指出[2],自党的十九大以来数字中国取得显著成就。从 2016 年~2021 年,我国数字阅读用户规模已经从 3.42 亿人增长至 5.7 亿人,年复合增长率约 66.67%。有声阅读作为数字阅读市场的重要细分领域,近年来市场份额不断扩大。基于此背景,进行有声读物收听调查符合时代发展趋势与数字阅读发展方向。

2. 调查结果分析

为了进一步了解和掌握广州市的有声读物阅读情况,并基于考虑开展调研的实际情况下,本次有声读物收听情况调研针对广东省广州市居民开展线上线下问卷调查。每份问卷设置 26 道题,主要包括进行有声读物的时长、原因、软件硬件、平台等问题。本次调查共收集问卷 499 份,剔除无效问卷 40 份,有效问卷共收集 459 份,回收有效率达 91.98%。被调查者中女性占比约 47%,男性占比约 53%,大致符合广州市常住人口性别比例。以下为此次调研结果与分析。

2.1. 信度检验

由于得出结论的前提是数据具有有效性,因此,在分析本次调查问卷的数据之前,采取“信度系数法”进行问卷的信度检验,而 Cronbach 信度系数是目前最常用的信度系数。根据多数学者的观点,一般 Cronbach's α 系数(或折半系数)如果在 0.9 以上,则该测验或量表的信度甚佳,0.8~0.9 之间表示信度不错,

0.7~0.8 之间则表示信度可以接受，0.6~0.7 之间表示信度一般，0.5~0.6 之间表示信度不太理想，如果在 0.5 以下就要考虑重新编排问卷。

Table 1. Cronbach’s alpha reliability
表 1. Cronbach 信度分析

Cronbach 信度分析 - 简化格式		
项数	样本量	Cronbach α 系数
5	67	0.805

从表 1 可知：信度系数值为 0.805，大于 0.8，因而说明研究数据信度质量高。综上所述，研究数据信度系数值高于 0.8，综合说明数据信度质量高，可用于进一步分析。

2.2. 用户行为特征分析

2.2.1. 有声读物的选择偏好

本次调查对象收听有声读物的选择偏好如图 1 所示。根据每项选择的情况可得知，最受被调查者喜欢的有声读物类型是网络小说，知识课程与生活百科也是被调查者较喜欢的类型。出版物、情感分析和冥想催眠类的受欢迎程度相对不高，这说明有声读物平台在这方面的投入需要仔细斟酌。

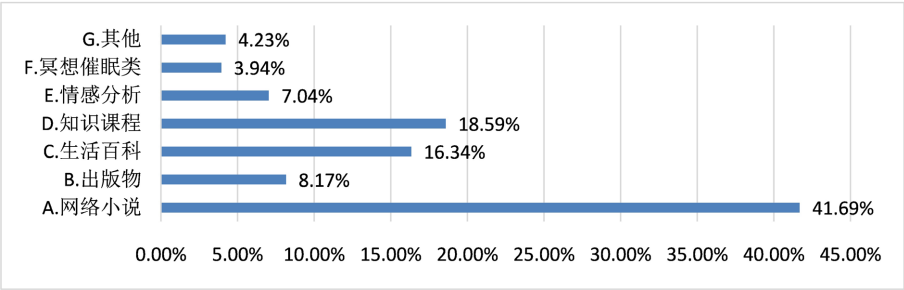


Figure 1. Audiobook selection preferences of Guangzhou residents
图 1. 广州市居民有声读物的选择偏好

2.2.2. 有声读物的使用目的

根据相关调查数据，如图 2 所示，“娱乐消遣”是广州市居民有声阅读的主要原因，占比高达 34%，“提升自我”占比 22%，“了解时政时事”占比 15%，而“促进社交”、“为了获得平台收听奖励”以及“内容创作”所占比例约为 10%，比例不高。由此可以看出，广州市居民有声阅读的主要原因是为娱乐消遣，其次是满足学习需求和了解时政时事。

2.2.3. 有声读物的使用时段

调查结果显示，如图 3 所示，广州市居民收听有声读物的偏好时间段依次为：“休息时”占比 36%，“乘车时”占比 23%，“做家务时”、“休息时”的比例都为 15%，“如厕时”占比 11%。由此可见，被调查者使用有声读物的时间多为闲暇时间与碎片时间段。

2.2.4. 有声读物的使用时长

在本次调查中，以每周 1 小时的收听时长作为分界线。收听时长大于 1 小时，表示此类人群愿意收听有声读物，甚至是较为熟悉有声读物；每周收听时长小于 1 小时，说明此类人群对有声读物的了解较

少，需进一步调查原因。最终通过问卷调查得知，如图 4，每周收听时长小于 1 小时的比例为 45%，每周收听时长大于 1 小时的求和比例为 55%。此数据说明，每周收听超出 1 小时的人数多于收听不足 1 小时的。由此进一步推断，部分人群尚未对有声读物有一定的认知与使用习惯，这显示出移动有声阅读作为一种新兴阅读形式有待普及且有声阅读的潜在用户市场可观。

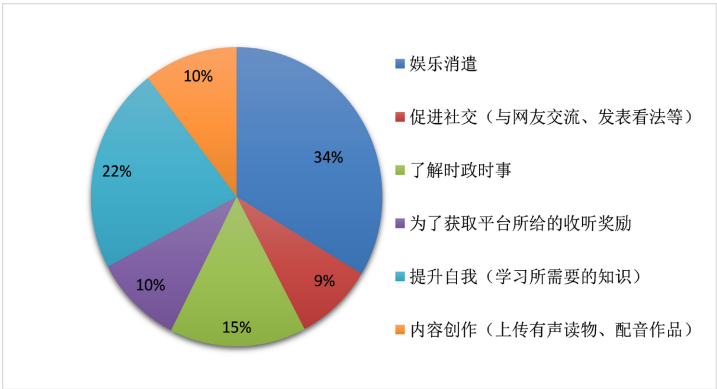


Figure 2. Purpose of audiobooks for Guangzhou residents
图 2. 广州市居民有声读物的使用目的

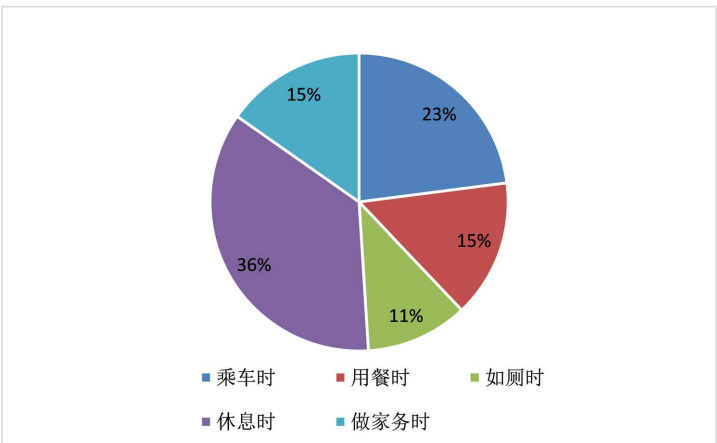


Figure 3. Usage period of audio books in Guangzhou residents
图 3. 广州市居民有声读物的使用时段

2.2.5. 收听少于 1 小时的原因

本次调查结果显示，如图 4 所示，收听时长少于 1 小时的最主要原因是时间用在其他方面，其次是对有声读物不感兴趣，再次是不习惯听书，其占比依次为 32%、28%、23%。在此次调查中发现，没接触过有声读物的人数占总调查人数的 16%，这一结果对于有声阅读是否做到了充分的宣传和有声读物是否能够达到具有满足全民阅读的使用需求提出了质疑。

2.3. 有声读物的改进

关于有声读物的改进研究中，本次调查根据有声读物的发展特点，分别从微观与中观两个层面设计了六个主要改进方向，调查受访者对改进有声读物的看法。由于此题是多选题，每项的选择除以总调查人数得出以下结果。

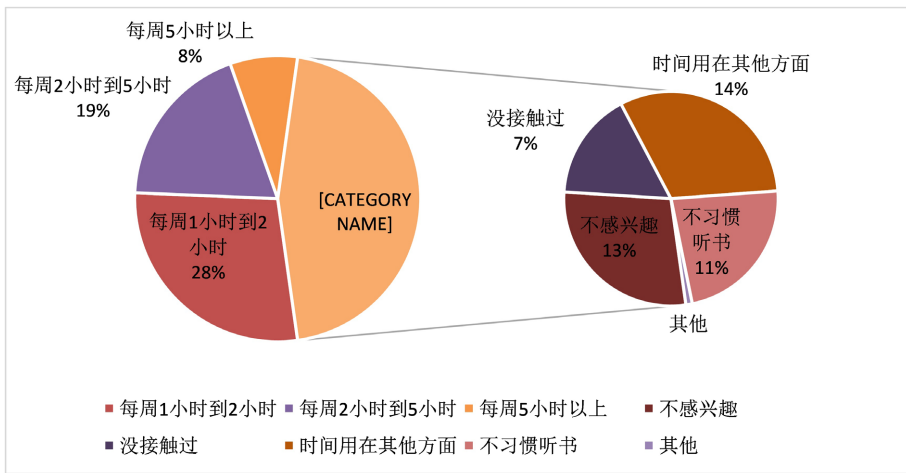


Figure 4. The use duration of audiobook by Guangzhou residents and the reasons for listening less than 1 hour
图 4. 广州市居民有声读物的使用时长与收听少于 1 小时的原因

据调查结果显示,如图 5 所示,内容、收听体验、付费金额是调查者最关注的改进方向,三者共同占比达 61%。这符合用户对有声读物的期望,该结果是站在消费者角度上做出的选择。从中观层面来看,选择吸引优质创作者、优化评论审核机制、跨界合作这类对平台的改进建议的人数较少,所占比例之和是 39%,这从侧面反映出本次受访者对于有声读物的平台服务与内容供给大致上是比较满意的。但这并不认为有声读物供给方不需要继续优化改进,相反更需要保持和推进已有优势,持续发力改进不足之处。

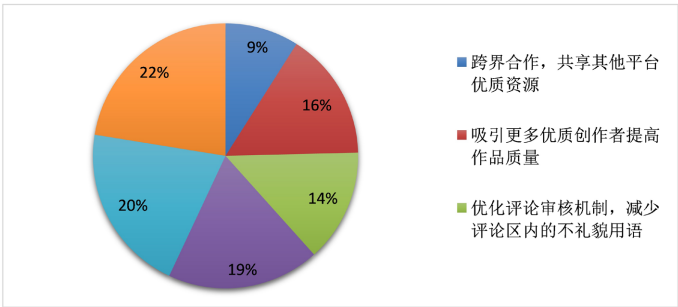


Figure 5. Respondents' views on improving audiobooks
图 5. 受访者对改进有声读物的看法

2.4. 特殊群体 - 广州市大学生有声读物偏好分析

广州作为一座高校云集的城市,大学生群体是其不能忽略的重要组成部分。在新媒体的环境下,大学生作为数字阅读的主力军,分析其对于有声读物的偏好,有利于进一步推动有声读物的宣传和推广,让有声读物在青年群体当中茁壮成长。因此,本次调查中将职业为“大学生”的人群作为特别的研究对象,对其有声读物偏好进行以下分析。

2.4.1. 收听平台的选择偏好

对于广州市大学生有声读物收听平台的偏好分析,从图 6 可知,选择在移动有声 app 上收听的调查对象明显高于其他平台,使用视频软件、微信公众号或小程序收听有声读物的人群数量也值得关注。移动有声 app 作为传统有声读物播放平台积累了广泛的用户,有相当大的一部分大学生会继续使用它去收

听有声读物。但是，作为后起之秀的微信公众号、小程序或者是视频软件成为分割传统有声读物播放平台市场的对手。

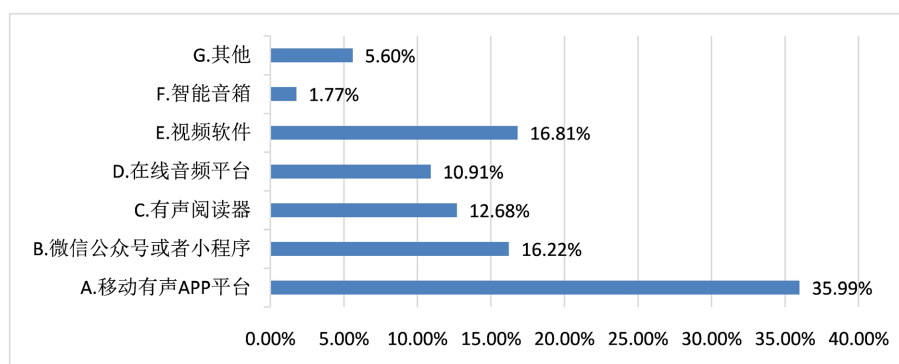


Figure 6. Selection preference of audiobook listening platform for college students in Guangzhou
图 6. 广州市大学生有声读物收听平台的选择偏好

2.4.2. 付费的偏好

广州市大学生收听有声读物时，对于平台会员的购买意愿分布如图 7 所示。根据每项选择的情况可知，有近 32% 的被调查者表示愿意购买有声读物的平台会员、近 19% 的被调查者对购买会员持以“一般”态度和 17% 左右的被调查者表示非常愿意购买有声读物的平台会员，即共有近 50% 的被调查者对于有声读物平台的会员购买持以正向意愿(非常愿意 + 愿意)的态度。但不可忽视的是，仍有近 33% 的被调查者对于购买有声读物平台会员持以“非常不愿意”或“不愿意”的抵触态度，该结果说明有声读物平台还要提供更完善和优质的内容和服务才更能获取大学生的忠诚和信赖。

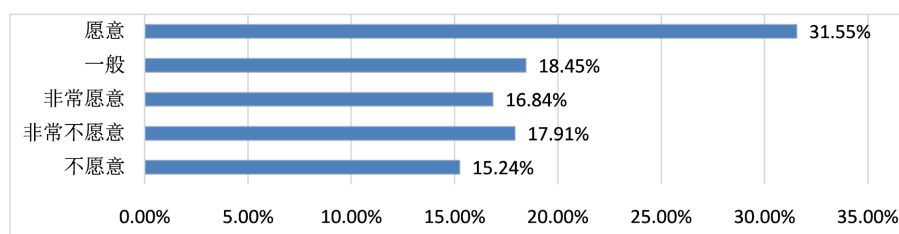


Figure 7. Guangzhou college students' willingness to pay on audiobook platforms
图 7. 广州市大学生有声读物平台付费的意愿

2.4.3. 语言与配音的偏好

本次调查对象收听有声读物的语言选择偏好如图 8 所示。其中有近 89% 的被调查者表示更倾向于选择收听普通话的有声读物，仅有不到 10% 的被调查者选择方言的有声读物，不足 2% 的被调查者会选择其他语言的有声读物。这说明广州市大学生普遍更习惯和偏向于选择以普通话为语言的配音，但部分特色方言作为配音也存在一定需求市场，尤其是身处广州，粤语作为当地一大特色方言，日常生活中被使用 and 接触的情况较多。

就配音方式而言，如图 9 所示，喜欢真人阅读、AI 配音、无所谓配音的比例分别为 64.86%、13.78% 与 21.35%。真人阅读的有声作品被绝大部分的受访者喜爱，并且，当前的文学作品也多选择真人配音，这说明有声读物的发展方向符合大众的目标需求。近几年兴起的 AI 配音方式可能尚不为大众所熟悉。尽管 AI 配音具备适配各种类型的文学作品，配音快速、耗费少、成本低的优点，但 AI 配音特有的机械生

硬感阻碍听众选择。值得注意的是,有 21.35% 的被调查对象认为,无论是真人或是 AI 配音都是无所谓的,配音方式对他们的收听情况影响不大。

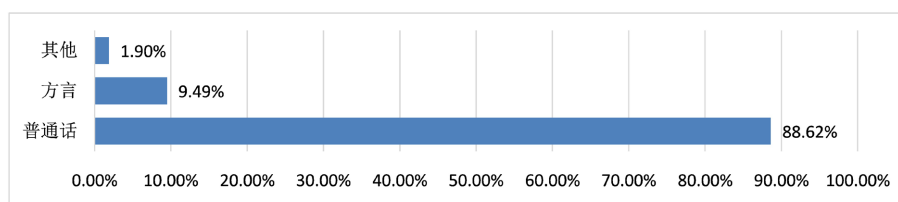


Figure 8. Language preferences of audio books for college students in Guangzhou

图 8. 广州市大学生有声读物的语言选择偏好

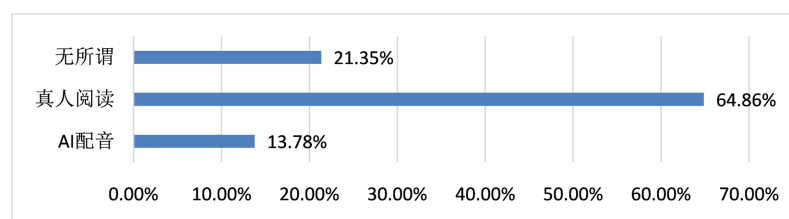


Figure 9. Voice dubbing preference of audiobook of college students in Guangzhou

图 9. 广州市大学生有声读物的配音选择偏好

3. 推广有声读物的建议

3.1. 精准投放, 积极宣传, 提高关注度和扩大使用群体范围

根据调研数据显示,在用户收听有声读物少于一小时的原因当中,不习惯听书和不感兴趣的用户占据了接近一半的比例;在用户接触到有声读物的方式当中,个人主动搜索了解是占比最高的,营销广告和其他方式占比最低。因此,对于有声读物的营销,除了广泛宣传更应该做到精准投放和策略运营[3]。所以,我们对此提出了两个建议:一是精准投放,二是积极宣传。

首先,精准投放,挖掘潜在客户群体。有声读物平台可以对于平台的潜在用户进行更深入的洞察与需求的挖掘,对这些潜在的客户群体,通过大数据分析,向其推送感兴趣的内容,在内容推送上进行性别差异化推送或者年龄差异化推送,满足顾客多元与个性化需求,培养和提高他们对于有声读物的需求。有声读物平台可以将广告投放到目标用户的社交媒体账户上,比如,有声读物平台可以在微信、微博等社交媒体上开设官方账号,并定期发布有声读物相关的内容和活动信息。

其次,积极宣传,多元发展。有声读物作为新媒介发展下的产物,受众群体相对于纸质阅读和电子阅读而言较小,但这说明了有声读物的市场增长空间较大。开展有声读物业务的企业可以通过线上线下,相结合的方式宣传和推广。此外,有声读物平台还可以与知名博主、网络红人等合作,进行品牌推广和用户引流。比如,喜马拉雅 FM 曾经与知名博主“Papi 酱”合作推出了一系列有声节目,并通过社交媒体进行宣传和推广。这些活动不仅提高了用户对有声读物的关注度,还吸引了更多年轻用户使用和收听。

3.2. 打造会员服务, 提高用户忠诚度

在此次调研中,我们分别调查了会员购买与内容付费两种付费意愿。调查结果显示,较大比例受调查者选择愿意为享用更优质的平台服务和有声内容而付费。所以,我们对此提出了一个建议:打造会员

制服务。

提供有声读物的平台应注重不断精进会员服务，打造出专属于会员人群的特殊权益与福利。付费内容更要突出原创性与独有性，由此才能支撑消费者额外支付费用。这些特殊权益和福利可以包括免费试听、独家内容、优先购买等。通过这些特殊权益和福利，有声读物平台可以吸引更多用户成为会员，并提高他们对平台的忠诚度。但突出区分度的同时，也要保证普通用户能享受大部分服务内容以及内容的质量保证。

例如，喜马拉雅 FM 推出了“喜马拉雅 VIP”会员服务，为用户提供更多的专属权益和福利。会员可以享受无限畅听、离线下载、独家活动等多种特权，并且可以获得更多优质内容推荐和个性化服务。此外，喜马拉雅 FM 还推出了“喜点”积分系统，用户可以通过收听有声读物、分享内容等方式获得积分，并兑换各种礼品和优惠券。这些会员制服务提高了用户对有声读物平台的忠诚度，而且还增加了用户粘性和消费意愿。

3.3. 提高内容品质，供给多元内容，满足用户内容需求偏好

优质内容是有声读物长久发展的基石。低质量、言过其实的有声读物会消磨消费者的阅读欲望，而导致用户流失，不利于有声阅读可持续发展。高品质有声内容供给依赖于平台、内容创作者、配音员、技术四方面的相互配合。所以，我们对此提出了两个建议：一是提高内容品质，二是供给多元内容。

首先，针对于提高内容作品方面，平台需要提前把控读物质量和配音水平，做到二者相辅相成。有声读物平台可以与知名出版社、媒体公司等建立合作关系，引入更多优质的有声内容。比如，有声读物平台可以与中国国际广播电台、人民文学出版社等知名机构合作，推出高质量的有声读物内容。通过技术的加持，优化用户收听体验，如为用户提供音质提升、定时关闭、关联其他收听平台等服务。

其次，针对于供给多元内容方面，根据本次调研的结果，我们建议平台根据用户的喜好来制定战略，特别是网络小说、知识课程和生活百科的内容。对于受欢迎的类型，一方面吸纳更多的内容创作者，积累独家内容；另一方面，吸收成熟的作品，充实平台有声读物内容库存。紧跟潮流，保持市场敏锐度。提前布局下一流行领域，抢先一步占领市场。

例如，得到 App 是一家专注于有声读物的平台，该平台通过与多家出版社、媒体公司等合作，引入更多优质的有声内容。得到 App 还推出了“得到精品”系列，为用户提供更加精选和优质的有声读物内容。此外，得到 App 还推出了“定制服务”，用户可以根据自己的兴趣爱好和需求定制专属的有声读物内容，并且可以享受更加个性化和专业化的服务。这些措施不仅提高了用户对有声读物平台的满意度和忠诚度，还吸引了更多用户使用和收听。

3.4. 不局限单一平台，多平台共同发展有声读物

据调查数据可知，被调查者最常使用的收听软件或网站的前三位分别为移动有声软件，视频软件和微信公众号或者小程序，其所占的比例约分别为 36%、17%、16%。由此说明，用户并不一定要在专门的有声阅读平台才可以收听有声读物。相反，随着互联网智能化的发展，无论是专门提供有声读物服务的移动有声软件，还是兼有视频、文章推送的其他平台，有声读物自出版流程，朝着更多元平台分发，多媒介融合的深层次跨领域发展[4]。所以，我们对此提出了一个建议是：多平台发展有声读物。有声读物可以在不同领域的平台同时发展，既能吸引提升大众对有声读物的了解程度，又能挖掘潜在用户，利于繁荣有声阅读市场。

例如，有声读物平台可以与电子书平台、在线阅读平台等合作，将有声读物内容推荐给这些平台的用户。此外，有声读物平台还可以开发移动应用程序和小程序等多种形式的应用程序，以便用户在不同

的设备上使用和收听有声读物。通过这种方式，有声读物可以在不同的数字阅读平台上得到更广泛的传播和推广，并吸引更多用户使用和收听。比如，喜马拉雅 FM、荔枝 FM 等在线音频平台都已经推出了自己的有声读物频道，还与微信、微博等社交媒体进行合作，并在这些平台上进行宣传和推广。

3.5. 严格把关有声内容的审核，提高用户社交互动的规范标准

为实现有声读物可持续发展，要在有声读物的供给方和需求方进行把控。所以，我们对此提出了两个建议：一是要严格把关有声内容的审核，二是提高用户社交互动的规范标准。

首先，从内容供给方看，严格把关有声内容的审核。移动有声平台的内容生产来源有采购版权、专业生产(PGC)、用户生产(UGC)等多种模式。在移动有声阅读发展初期，UGC 模式是内容生产的普遍方式，这种自下而上的内容生产方式培育了大批非专业人群主播，丰富了平台内容，活跃了用户。但随着版权管理的规范和用户对音频内容质量的需求，UGC 的内容生产模式不适应发展需要。同时由于此类生产模式主要由非专业人士参与，制作内容良莠不齐，存在侵犯版权、传播违法违规内容的现象，影响有声阅读的发展。因此，提高内容的审核标准，并且加强有声读物版权保护，与有声读物的内容生产者和音频制作者相比，移动有声平台理应在承担更多的责任和义务，进一步推动有声阅读合乎法律和规定[5]。有声读物平台应该建立专业的审核团队，对所有上传到平台上的有声内容进行审核和筛选。审核团队可以对内容的版权、质量、合法性等方面进行严格把关，确保所有内容都符合相关法律法规和平台规定。

其次，从内容需求方来看，提高用户社交互动的规范标准。有声读物收听用户在享受有声作品的同时要规范自身的行为举止，谦虚谨慎发言，维护良好的网络社交环境。如果出现不礼貌的发言情况，平台要及时介入并审慎把关互动双方的对错，规范用户互动行为[6]。平台应该建立用户社交互动的规范标准，对用户平台上的行为进行监管和管理。比如，平台可以禁止用户发布不良信息、恶意攻击他人等行为，并对违规用户进行处罚。通过这种方式，有声读物平台可以提高内容质量和用户体验，并维护良好的社交环境。

例如，喜马拉雅 FM 是一家专注于有声读物的平台，该平台通过建立完善的版权管理机制和内容审核体系，保障了有声读物内容的合法性和质量。此外，喜马拉雅 FM 还推出了“喜马拉雅社区”功能，为用户提供一个好的社交互动平台，并且建立了一套完整的社区管理规范 and 标准。在这个社区中，用户可以分享自己喜欢的有声读物、参与讨论、发布评论等，并且可以获得相应的积分和奖励。这些措施不仅提高了用户对有声读物平台的信任度和满意度，还促进了用户之间的交流和互动。

4. 结语

有声读物作为数字阅读的重要细分领域，具有与传统纸质阅读与电子阅读相比更为独特的优势，既无需眼睛紧盯文字和亲手翻页，又不用跨越知识的门槛，唯用耳朵倾听。这对于推广全民阅读具有积极作用。有声读物的发展不仅要打造更高品质的有声内容，悦耳贴切的配音，舒适简约的平台服务，也要优化读物推送机制和寻找更高效的宣传方式，以达到稳固忠诚用户的同时，吸引潜在用户使用的目的。除此之外，有声读物平台需自觉承担一定的社会责任，达成用户与平台双赢之际也要严格把关有声内容的上传与审核，用户社交互动的规范程度，力求实现平台、有声读物质量与广大群众精神文化层次三者的可持续健康发展。

基金项目

广东省哲学社会科学青年项目“环境规制对粤港澳大湾区高质量发展的作用机制、效应测度及协同政策研究”(项目编号: GD21YYJ03); 教育部产学研合作协同育人项目“基于 Python 平台的数据分析

课程教学师资培训”(项目编号: 220501369275233); 教育部产学研合作协同育人项目“基于‘雨课堂’的《计量经济学》线上线下混合式教学模式研究”(项目编号: 220502030274139); 教育部产学研合作协同育人项目“基于 R 语言平台的金融数据分析与应用教学师资培训”(项目编号: 220501913272830)。

参考文献

- [1] 郭青青. 乡村振兴战略下乡村有声阅读发展探析[J]. 科技与出版, 2022(2): 51-56.
- [2] 中国新闻出版广电报/网. 《广东省全民阅读指数(2021)》报告发布[EB/OL]. <https://www.gdpg.com.cn/index.php?g=portal&m=article&a=index&id=1964&cid=9>, 2022-05-05.
- [3] 刘立志. 数字阅读背景下精品传统文化有声读物的出版——以《听唐浩明评点〈曾国藩家书〉》为例[J]. 中国编辑, 2022(7): 76-80.
- [4] 周月玲. 有声读物自出版打造数字阅读新模式[J]. 出版广角, 2021(14): 78-80.
- [5] 王涵. 数字有声读物版权保护现状实证研究——以“喜马拉雅 FM”为例[J]. 出版发行研究, 2019(2): 69-72.
- [6] 蔡翔, 王睿. 从国民听书率看我国有声阅读产业发展趋势[J]. 现代出版, 2018(1): 65-70.