

# 阅读消费跃上云端

本报记者 姜天骄



位于北京市朝阳区的掌阅科技股份有限公司内，一名主播在进行直播读书。

新华社记者 陈钟昊摄

随着互联网与数字化技术的不断发展，人们获取知识和资讯的方式更加多元。过去一年，数字阅读受到读者普遍喜爱。在“云阅读”“云听书”流行的趋势下，消费者人均纸质书阅读量受到“挤压”，很多出版机构因此盯上了“云鉴书”这一全新的促销模式，通过直播等形式推荐好书，激发和扩大了图书消费，带动了图书市场的繁荣。

新冠肺炎疫情让人们的生活节奏慢了下来，在居家的日子里，阅读成为最好的休闲方式之一。据中国新闻出版研究院最新发布的调查结果显示，随着手机和互联网成为媒介主体，“云阅读”成为更多读者的选择。

调查结果还显示，过去一年，读者花在数字阅读上的时间更长了，与此同时，有声阅读也受到了全年龄层读者的一致喜爱。在“云阅读”“云听书”流行的趋势下，人均纸质书阅读量受到“挤压”，很多出版机构盯上了“云鉴书”这一全新的促销模式，通过直播的形式推荐好书，激发和扩大了图书消费，带动了图书市场的繁荣。

## 大数据帮读者找到好书

据京东大数据显示，去年疫情期间，少儿图书所占码洋份额高达近30%，创历史新高。“通过大数据分析可以实现对消费需求的深度挖掘，从而更好地满足消费者需求。”京东图书负责人表示。

网上买书的读者有时可能会遇到这样的情况，自己想买的图书网站显示无货。为了帮助图书行业解决这些“长尾图书”的断货难题，2020年京东图书供应链推出创新项目“万物先销”，借助京东与供应商之间的高效协同，降低了断货率。“商品临近断货时，系统将自动开启预订，可先销售，页面显示商品到货时长，用户可参考前台履约时间下单购买，只要是合作伙伴可以加印的图书，理论上不会出现断货。”京东图书负责人告诉记者。

一个好的购书平台，不仅要卖书，更要积极推广阅读，带领读者一起多读书、读好书。2020年年初，京东图书上线新栏目“书单馆”，通过数百种书单满足不同年龄层、不同喜好的用户需求。除了主题书单，还推出了人设书单，通过文艺青年、硬核玩家、熬夜患者、打工仔、冲浪选手等不同用户圈层的区分，引发消费者参与。

在数字阅读大潮下，面对用户对数字阅读的需求，京东读书在提高纸质书、电子书同步销售的同时，还致力于打造纸、电、声、课一站式全阅读生态平台，满足用户多场景、多样化的需求。2020年先推出京东读书2.0版本规划——面向年轻人的，以内容为载体的融媒体娱乐社区，打通“纸电声+软硬件”，承载更多的互动玩法，融合AI技术，结合教育短视频、知识服务等。

## 直播让好书更好卖

最近，直播界又刮起一阵卖书狂潮。去年，各出版机构和流量“大V”纷纷开启图书直播带货合作模式。其中，“樊登读书”创办人樊登在快手直播间的直播首秀，当晚就有累计200余万人在线观看。开播2个小时，通过樊登对每一本书籍的独特点评，书籍销售数量突破13万册，累计销售码洋近1000万元。

“直播销书这一模式的成功，更多的是对阅读价值倡导和行业运营效率提升的有益尝试。”三联书店有关负责人告诉记者，即便是三联书店这样的知名出版品牌，也在思考如何将传统的、有价值的营销宣传方式嫁接到时下最流行的短视频平台上。去年世界读书日，三联书店在抖音、快手、B站等多个平台推出“三联·新知大会”线上版，“中华文明五千年的考古证据：考古队长带你‘云游’良渚博物院”等一系列直播活动，获得了理想效果。此后，三联书店又邀请樊登在北京三联韬奋书店举办了专场直播活动，当晚，为此次活动预备的340万码洋图书全部售罄。

直播销书解决的是好书不敢多印的问题。樊登认为，直播销书不仅仅是让读者拿起书，更在改变着图书界的价值链。樊登读书最初是要帮助那些“没时间读书”“不知道选什么书”和“读书效率偏低”的人解决阅读中的痛点，用更加通俗的方式帮助用户吸收书籍的精华，感受阅读的魅力，养成阅读习惯。在创办樊登读书的过程中，樊登发现，很多爱读书的人普遍都有这样的烦恼：在实体书市场，中国每年大约出版50万种图书。在浩如烟海的书籍中，如何挑选高质量、经得起时间检验的书

去阅读成为最大困扰。如何帮助用户从书海中找到有价值的、值得留存的“智慧”，是樊登做直播销书的初衷。

基于樊登自身海量的阅读量和知识储备，以及樊登读书所具备的专业选书团队，樊登认为荐书是一件有价值的事，同时也是推广全民阅读的好方法。樊登读书在时下流行的新媒体平台上联合各大出版社做直播荐书，让好书被更多人看到，不仅帮助作者和出版社提高了销量，同时还可以推动出版社出更好的书，让出版生态更好。例如《正面管教》在樊登讲解前，累计销量4.9万册，经由樊登讲解后累计销量384万册；《父母的语言》在樊登讲解前，累计销量9358册，经由樊登讲解后累计销量76万册。

业内专家认为，在新阅读场景下，通过线上线下的联动，提升了整个产业的运营效率，开启了图书界的破圈之旅。另外，新兴的文化IP与老牌的出版行业相互借力、相互赋能，从而也实现了良性循环。

## 声音让阅读更有趣

随着互联网与数字化技术的不断发展，人们获取知识和资讯的方式也更加多元。近年来，有声书市场蓬勃发展，以声音为载体，为国民带来全新的阅读体验。特别是去年疫情暴发以来，有声书行业用户规模得到进一步增长。

有声阅读之所以受到了全年龄层读者的一致喜爱，主要原因为不受场景限制。无论是在路上、在晨跑，还是休息中，各年龄段“云听书”的比例均有显著增长，随时随地无障碍听书正在成为全民阅读的新增长点。数据显示，2019年我国31.2%的国民有听书习惯；成年国民的听书率为30.3%，较2018年的平均水平

26.0%提高了4.3个百分点。

据《中国移动互联网2020半年大报告》显示，疫情促进了“耳朵经济”的兴起，去年疫情发生之后，越来越多的人选择在喜马拉雅平台上分享知识、兴趣爱好以及寻找情感陪伴。据统计，喜马拉雅用户散落在中国乃至世界的各个角落，他们年龄段各异、职业各异，但有一点相同，就是会时时处处打开喜马拉雅，寻找属于自己的精神世界。

在北京读小学二年级的欣欣每天都要在喜马拉雅收听儿童广播剧。“我特别喜欢韩雪阿姨的声音，听着她的声音，我很容易想到故事中的画面。”欣欣说。去年，喜马拉雅与出版社共同探索的“好好读书”明星领读系列得到用户一致好评。其中，在歌手韩雪的儿童广播剧《韩雪：给孩子讲的世界经典名著（译林双语版）》中，韩雪化身小王子、爱丽丝、彼得·潘……一人演绎100多个童话角色。她时而是灵活活泼的儿童，时而是阳光开朗的少女，还能够在沧桑的老人和怪异奇趣的精灵等不同类型的角色间任意切换，受到孩子们的热烈欢迎。“明星领读拉近了作品与用户之间的距离，让更多听众感受作品的魅力，同时引导听众收听全本有声书，进而推动有声阅读的普及。”喜马拉雅“好好读书”项目负责人表示。

近年来，喜马拉雅大力开发有声小说、广播剧、知识付费课程等内容产品，为用户提供了新的娱乐、学习方式。“在琐碎的生活和繁忙的工作中，耳朵是他们打开另一个世界的钥匙。喜马拉雅用好声音陪伴用户，见证了每一个用户成长的过程。下一步，喜马拉雅将通过打造大量优质内容回应用户对美好生活的追求，助力每一个人登上自己人生的喜马拉雅。”喜马拉雅创始人兼联席CEO余建军表示。

（上接第七版）

## 八、紧紧围绕新时代党和国家工作大局，依法维护国家主权、安全、发展利益

建设法治中国，必须高度重视依法保障“一国两制”实践、巩固和深化两岸关系和平发展，运用法治思维和法治方式处理好国际经济、政治、社会事务，深入推进依法治军从严治军，更好维护和实现我国和平发展的战略目标。

**（二十四）依法保障“一国两制”实践和推进祖国统一。**坚持宪法的最高法律地位和最高法律效力，坚定不移并全面准确贯彻“一国两制”、“港人治港”、“澳人治澳”、高度自治的方针，坚持依法治港治澳，维护宪法和基本法确定的特别行政区宪制秩序，把维护中央对特别行政区全面管治权和保障特别行政区高度自治权有机统一起来，完善特别行政区同宪法和基本法实施相关的制度和机制。支持特别行政区行政长官和政府依法施政、积极作为，履行维护国家主权、安全、发展利益的宪制责任。健全落实特别行政区维护国家安全的法律制度和执行机制，确保“一国两制”行稳致远。防范和反对外部势力干预香港、澳门事务，保持香港、澳门长期繁荣稳定。

探索“一国两制”台湾方案，推进祖国和平统一进程。推动两岸就和平发展达成制度性安排，完善促进两岸交流合作、深化两岸融合发展、保障台湾同胞福祉的制度安排和政策措施。支持两岸法学法律界交流交往。运用法治方式捍卫一个中国原则、坚决反对“台独”，坚定维护国家主权、安全、发展利益。

依法保护港澳同胞、台湾同胞权益。全面推进内地同香港、澳门互利合作，完善便利香港、澳门居民在内地发展的政策措施。加强内地同香港和澳门、大陆同台湾的执法合作和司法协助，共同打击跨境违法犯罪活动。

**（二十五）加强涉外法治工作。**适应高水平对外开放工作需要，完善涉外法律和规则体系，补齐短板，提高涉外工作法治化水平。

积极参与国际规则制定，推动形成公正合理的国际规则体系。加快推进我国法域外适用的法律体系建设。围绕促进共建“一带一路”国际合作，推进国际商事法庭建设与完善。推动我国仲裁机构与共建“一带一路”国家仲裁机构合作建立联合仲裁机制。强化涉外法律服务，维护我国公民、法人在海外及外国公民、法人在我国的正当权益。建立涉外工作法务制度。引导对外经贸合作企业加强合规管理，提高法律风险防范意识。建立健全域外法律查明机制。推进对外法治宣传，讲好中国法治故事。加强国际法研究和运用。

**（二十六）深入推进依法治军从严治军。**深入贯彻习近平强军思想，坚持党对人民军队绝对领导，全面加强军委主席负责制，围绕实现党在新时代的强军目标，加快构建完善的中国特色军事法治体系，推动治军方式根本性转变。

加快推进改革急需、备战急用、官兵急盼重点立法项目。有力有序推进军事政策制度改革。完善军事立法计划管理制度。健全军事规范性文件审查和备案制度。完善军事法规制度定期清理机制。推动军事法制信息化建设，推进法规制度建设集成化、军事法规法典化。2020年年底，完成国防和军队建设各系统各领域主干法规制度改革，构建起中国特色社会主义军事法规制度体系。

明确军事法规执行责任和程序，落实执法责任制。强化官兵法治信仰和法治思维，深化法治军营创建活动。持续实施军事法治理论工程，组织编写全军统一的军事法治理论教材。加强军事法治国际交流，积极参与国际军事规则创制。综合运用党内监督、层级监督、专门监督等方式，构建常

态化规范化军事法治监督体系。

构建依法治军组织领导体系，成立军委依法治军组织领导机构及其办事机构。健全军事法制工作体制，建立和调整完善专门的军事法制工作机构。建立军事法律顾问制度。健全党领导军队政法工作机制，强化军委政法委功能作用。完善军事司法制度。

## 九、加强党对法治中国建设的集中统一领导，充分发挥党总揽全局、协调各方的领导核心作用

建设法治中国，必须始终把党的领导作为社会主义法治最根本的保证，把加强党的领导贯彻落实到全面依法治国全过程和各方面。

**（二十七）深入学习宣传贯彻习近平法治思想。**习近平法治思想是全面依法治国的根本遵循和行动指南。要加强部署安排，持续推动广大干部群众深入学习贯彻习近平法治思想，深刻领悟蕴含其中的马克思主义立场观点方法，全面准确把握精神实质、丰富内涵和核心要义，增强学习贯彻的自觉性和坚定性。各级党委（党组）理论学习中心组要将习近平法治思想作为重点内容，党校（行政学院）和干部学院要作为重点课程。各地区各部门要组织党员、干部进行系统学习和培训。法治工作部门要开展全战线、全覆盖的培训轮训。要把习近平法治思想融入学校教育，纳入高校法治理论教学体系，做好进教材、进课堂、进头脑工作。要开展深入研究和宣传，拓展学习宣传的广度深度。运用新媒体新技术，加强网上宣讲。

**（二十八）推进依法执政。**健全党的全面领导制度。推进党的领导入法入规，着力实现党的领导制度化、法治化。完善党领导人大、政府、政协、监察机关、审判机关、检察机关、武装力量、人民团体、企事业单位、基层群众自治组织、社会组织等制度。将坚持党的全面领导的要求载入国家机构组织法，载入政协、民主党派、工商联、人民团体、国有企业、高等学校、有关社会组织等的章程。完善党委依法决策机制，健全议事规

春节临近，到了该买年货的时候。

在北京工作的赵女士打算在网上给住在成都的父母订购一台五六千元的静音破壁机。“看了不少购物攻略，都说破壁机是厨房里使用率非常高的电器，我希望父母也能用上这些新式电器，减轻点家务劳动的强度。”

近年来，在形形色色的消费清单上，各种新生代小家电成为不少消费者的心头好。女士们在几百元到上万元不等的各色美容仪之间不断“种草”“拔草”，便携式干衣机、迷你热水壶、多功能电火锅等各种生活小家电解决了生活中的痛点，错题打印机、触屏小音箱则满足了工作学习娱乐所需。

小家电已成为2020年家电市场中新品类不断涌现、技术创新不断迭代的爆款。除了智能马桶盖、摩飞多功能锅、戴森吹风机等热门产品外，在2020年天猫“双11”的第一个小时内，云鲸、易开得、添可、由利、必胜等1142个黑马品牌小家电均实现成交同比增长1000%以上。在2020年“双12”大促期间，小家电品牌小熊、北鼎、九阳淘宝官方旗舰店销量分别同比增长731.98%、118.96%、150.72%，纷纷“爆单”。

小家电大热与2020年新冠肺炎疫情之下的“宅经济”密不可分。疫情期间，人们不能出门就餐，干脆在家动手制作美食，包包子、做凉皮……于是，空气炸锅、多功能料理机、电烤箱等厨房小家电顺势走进了更多家庭。在淘宝平台，某品牌空气炸锅月收货人数达5.1万，某品牌多功能电火锅收货人数1.7万，某品牌家用破壁机收货人数2.7万。打算买破壁机的赵女士表示：“这些厨房小家电越来越智能，操作很简单，饭馆里常点的菜品在家做起来也毫不费力。”

小家电能够逆势有作为，与当下消费升级的大背景密切相关。小家电在提升消费品质、解决消费者的痛点、满足个性化需求方面可圈可点，而且小家电的生产厂商已经不限于家电企业，每个行业都有根据自己行业开发的面向消费者的独特产品。例如，在线教育企业作业帮就推出了“错题打印机”。这是一款针对学生在学习过程中经常出错的考题专门开发的智能小家电，可以帮助学生对相关知识进行巩固并加深印象。这款很萌的错题打印机“喵喵机”目前在京东商城上已经售出了43万台，瞄准的就是学习场景中的电子智能化教学。可以说，小家电在智能生活上能够快人一步，正如行业专家所言，小家电不是因疫情产生的新风口，而是消费升级的结果，与消费升级相关的产品都表现了增长迅猛的态势。

满足不同需求的小家电得到消费者的广泛青睐，离不开社交电商的销售方式。企业通过运用社交平台积攒口碑，经由各种网络平台的知名“大V”、网红直播推荐，塑造良好的品牌形象，找到了在移动端热衷于尝新求变的目标客户，从而形成了一个爆款产品。与前几年消费者海淘日本美容仪不同的是，现在搜索此类产品，网上会出现带有不同绰号的美容仪，小尖刀、小气泡、小海豚、小熨斗……功能不一、高中低档的美容仪都迎合了社交网络的销售特点。据了解，截至2020年10月，我国美容仪相关企业已经超过8万家，主要分布在广东、山东、江苏等地，互联网时代成长起来的年轻人对个人护理项目的需求更加催生美容仪市场的增长潜力，有行业协会估计，2020年美容仪市场规模可能已超过60亿元。

则和决策程序。

建立领导干部应知应会法律法规清单制度，推动领导干部做尊法学法守法用法的模范。把法治素养和依法履职情况纳入考核评价干部的重要内容。各级领导干部要全面提高运用法治思维和法治方式深化改革、推动发展、化解矛盾、维护稳定、应对风险能力，绝不允许以言代法、以权压法、逐利违法、徇私枉法。

**（二十九）加强中国特色社会主义法治理论研究，加快中国特色社会主义法治体系建设。**立足我国国情和实际，加强对社会主义法治建设的理论研究，尽快构建体现我国社会主义性质、具有鲜明中国特色、实践特色、时代特色的法治理论体系和话语体系。坚持和发展我国法律制度建设的显著优势，深入研究和总结我国法律制度体系建设成功经验，推进中国特色社会主义法治体系创新发展。挖掘和传承中华优秀传统文化法律文化，研究、总结和提炼党领导人民推进法治建设实践和理论成果。组织和推动高等学校、科研院所以及法学专家学者加强中国特色社会主义法治理论研究，为建设法治中国提供学理支撑。

**（三十）加强党对全面依法治国的统一领导、统一部署、统筹协调。**健全党领导立法、保证执法、支持司法、带头守法的制度机制。党政主要负责人要切实履行推进法治建设第一责任人职责，将履行法治建设第一责任人职责情况列入年终述职内容。各级党委要把法治建设与经济社会发展同部署、同推进、同督促、同考核、同奖惩。研究制定法治建设指标体系和考核标准。加强对重大法治问题的法治督察。

中央全面依法治国委员会做好法治中国建设的顶层设计、总体布局、统筹协调、整体推进、督促落实，实现集中领导、高效决策、统一部署。地方各级党委法治建设议事协调机构要加强对本地区法治建设的牵头抓总、运筹谋划、督促落实等工作。

各地区各部门要全面准确贯彻落实本规划精神和要求，结合实际制定实施方案，明确分工、压实责任，狠抓落实、务求实效，力戒形式主义、官僚主义。中央依法治国办要强化统筹协调，加强督办、推进落实，确保规划各项任务措施落到实处。

# 智能小家电让生活更简单

本报记者 姜天骄