

网上中国

成为人们通勤、居家、运动等场景中的“陪伴者”

音频产品，让生活更“悦耳”

徐嘉伟

一期富有文化深度的播客、一部听众喜爱的有声书、一档制作精良的广播剧……形式、内容不断拓展的在线音频产品正逐渐“走入”用户的耳朵，成为用户在通勤、居家、运动等场景中的“陪伴者”。

满足“听”的多元需求

“每天通勤时间比较长，坐地铁来回有2个小时左右，在路上听有声书就成了自我积累的一个好选择。”在北京工作的谭悦茗说，比起纸质书，有声书内容接收更加方便高效。“一年下来能听完十几本书，可以增加不少‘阅读’收获。”

“相比车载电台的直播节目，在线音频平台给了用户更多选择空间。现在每次开车出门前，我都会在‘喜马拉雅’上选择播放一段相声、评书或者脱口秀，整个路程也会更加充实有趣。”爱听语言节目的李先生说。

“在通勤途中听资讯类产品可以获取最新信息，回家后听自己喜欢的主持人在播客中聊天，或者听一些老师们在知识课程中的分享，有一种精神交流的感觉在里面。”网友王诺说，相比文字和视频，音频产品解放双手和双眼，内容吸收效率更高。

“现在借助运动手表和蓝牙耳机，运动时听音频产品更方便了。每次户外运动的时候听听广播剧，有助于消除跑步过程中的孤单和枯燥。”运动爱好者黄悦坦言。



在浙江省湖州市吴兴区爱山街道某书店朗读亭里，市民录制自己喜欢的书。

王洁涵摄（人民图片）

音频内容创作者兴起

与用户数量一同增长的还有音频内容的另一端——创作者。目前，音频创作者已经形成了一个庞大的新职业群体。

“我在大学的专业就是播音主持，录制有声书和广播剧能够让我在业余时间发挥专业所长，同时还能获得一定的收入。”一名新入行的配音演员说，身边大部分配音演员都有录制相关在线音频产品的经历，从职业发展角度来说，这些经历能够帮助他们迅速积累对同人物角色配音状态的把握能力，丰富录制经验。

“目前，广播剧制作已经成为我们公司的核心业务之

一。”北京一家声音工作室创始人介绍，随着广播剧等相关音频产品走红，工作室业务更加稳定，整体营收有所增加。工作室已逐步形成了以声音导演、配音演员、录音师以及后期制作等工种为主的创作团队。

艾瑞咨询调查数据显示，谈及创作音频产品的原因，在赚取收入之外，56.2%的在线音频创作者选择了“抒发个人情感”，而“与他人分享自己的生活以及兴趣爱好”的占比达到了54.9%。

“通过播客节目，我能够把自己的观点表达出来，与更多同好分享对当下社会热点议题以及感兴趣话题的看法，这让我觉得很满足。”播客创作者赵紫羽说，她和搭档合作的第一期播客节目上线后就收到了很多听众的点赞与互动，这激发了他们的创作热情。接下来，他们会力争通过更多精心制作的播客节目与听众进行更加深入的交流与对话，希望借助创作播客的过程，强化内容生产能力，拓展自身的发展前景。

把握“耳朵经济”新机遇

在“耳朵经济”的快速发展过程中，各类平台也在加速入场。例如，中央广播电视总台音频客户端“云听”、字节跳动旗下“番茄畅听”先后上线；腾讯将酷我畅听和懒人听书合并为“懒人畅听”，将长音频正式纳入其音乐娱乐生态之中；上线两年多的播客APP“小宇宙”也在不断“破圈”，吸引了众多年轻听众。

面对当下竞争日趋激烈的产业格局，在线音频平台如何能迎接挑战、真正把握“耳朵经济”带来的新机遇？中国传媒大学传媒艺术与文化中心副主任刘俊认为，各大平台需着重加强内容深度、场景拓展、运营推广以及圈层文化等维度的建设。

在线音频平台纷纷比拼优质内容。网络音频平台“蜻蜓FM”在成立之初，围绕头部IP打造了众多PGC（专业生产内容）精品节目，建立起浓厚的人文定位。“喜马拉雅”则与中国出版集团、中信出版集团、上海世纪出版集团以及阅文集团等国内众多知名线下出版机构结成了深度战略合作伙伴，拿下众多畅销书的有声版权、网络文学的有声改编权。这些有声内容和UGC（用户生产内容）、知识付费内容一起组成了“喜马拉雅”的内容版图，吸引并留住了大量用户。

场景拓展是在线音频平台发力的新方向。据悉，“喜马拉雅”与腾讯、华为、美的等企业达成合作，不少智能音箱都接入了“喜马拉雅”的内容。此外，随着中国车联网市场的稳步增长，包括“云听”、“荔枝FM”等在内的在线音频平台也在加速布局车联网场景的渠道建设。

“在用户增速放缓且注意力被视频内容抢占的背景下，运营推广和圈层文化层面的建设对在线音频平台也至关重要。”刘俊认为，在线音频平台需进行多渠道、矩阵式推广，加强与相关线上线下活动及影视作品联动，以全覆盖的方式将音频产品“推”到用户面前，提升用户收听意愿。此外，大量音频产品本身是偏垂直领域的内容，对相应圈层的用户群体很有吸引力，因此，打造圈层文化也是增强用户黏性的重要路径之一。



VR飞机“开”起来

2022世界VR产业大会近日在江西南昌举行，许多知名企业和机构参展，内容涵盖VR/AR产业链硬件、软件、服务及应用等各方面，吸引人们入场馆体验新产品、感受新技术。图为小朋友在现场体验VR操控飞机。

鲍轶生摄（人民图片）

构建有温度、无障碍的网络环境

为“银发族”破解“数字困境”

海外网 武慧敏

目前，“银发族”正加速融入网络社会，互联网应用适老化改造行动持续推进，老年群体上网、用网的需求活力进一步激发。专家认为，政府引导、企业主导、社会帮扶、家庭反哺等方面齐头并进，将积极破解老年人数字鸿沟难题、促进数字红利惠及全民。

推动老年群体融入互联网

“智能手机什么都好，就是很多功能用不明白”“使用26键输入法时，我手指头粗，经常一按就按俩”“一不小心就会点到广告，还不好关”“手机经常会自动安装一些软件”……面对各类互联网应用，不少老年人直言不便。

近日，中央民族大学相关调研组公布的一份调研报告，反映出互联网时代老年人的“数字困境”。报告显示，在对老年模式的认知、使用状况调查时，只有1.18%的受访者表示“非常了解，始终使用”，13.24%的受访者表示“比较熟悉，经常使用”。67.5%和58.3%的老人认为上网时的字号、字间距不符合他们的生理状况，难以看清文字。47.75%的老年人明确表示不愿意学习新应用软件，很多受访者拒绝接触“非必需”软件。

近年来，国家有关部门陆续出台互联网适老化及无障碍改造方案，推动老年群体融入互联网，推进民生服务便利共享。2020年，国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，聚焦涉及老年人的高频事项和服务场景，明确提出“坚持解决突出问题与形成长效机制相结合”等。

2021年，工信部开展“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”，重点工作包括互联网网站与移动互联网应用适老化及无障碍改造等。工信部发布的《关于进一步抓好互联网应用适老化及无障碍改造专项行动实施工作的通知》，要求积极融合运用新技术，切实促进产品丰富多样和服务方

便可及，提升互联网应用无障碍普及率。

在政策引导下，不少互联网平台推出“关怀模式”的服务和功能。例如，今年4月，微信上线“听文字消息”功能，用户开启后点击文字消息即可听到语音朗读，从而帮助阅读困难的用户更好地享受数字化生活带来的便利。美团、支付宝、抖音等拥有较多老年用户的热门应用软件均推出了“长辈模式”按钮，百度推出了单独的“百度大字版”“百度地图关怀版”等。

用心用情弥合“数字鸿沟”

一系列互联网适老化、去障碍化改造举措初见成效。中国互联网络信息中心发布的《第50次中国互联网络发展状况》显示，2022年上半年，中国互联网基础设施建设不断加速，数字适老化及信息无障碍服务持续推进。截至2022年6月，工信部已组织完成对452家网站和应用软件的适老化、无障碍化改造和评测，不断贴近老年人和残障人士的应用需求。

互联网适老化、去障碍化改造的紧迫性日益凸显，消除“数字鸿沟”的核心从“要不要”变成了“怎么做”，进行更贴合实际、更贴近用户需求的

互联网改造成为数字时代公共服务的重要议题。

有研究机构对首批列入适老化及无障碍改造名单的互联网应用进行梳理后发现，相关应用改造进度参差不齐，大部分旧版应用远未达到合格水平。比如，个别应用软件的关怀模式只出现在首页，一旦跳转到其他页面，就会回到正常模式；许多互联网适老化改造都是站在年轻人的角度来考虑老年人的需求，将适老化改造简单理解成调大音量 and 字体……工信部信息通信管理局相关负责人表示，目前专门针对适老化产品及服务的标准较少，产品服务有待提升。

随着互联网适老化、去障碍化改造的深入推进，消除“数字鸿沟”的举措更应落到实处、杜绝“表面文章”。中国政法大学法治传播研究中心副主任万蓉认为，对老年群体定期的基础性调研不充分，加上互联网适老化改造缺乏数字化标准，导致很多情况下改造流于表面。在改造过程中，还需要更多地通过传统渠道进行公益宣传，以帮助老年人养成参与、使用网络的习惯。

业内人士认为，有关方面应用用心用情推进信息无障碍建设，弥合“数字鸿沟”，在真正升级迭代中努力做减法。通过降低操作门槛，提升提高老年用户体验，让全社会共享数字发展红利。

深圳数据交易所揭牌成立

据新华社深圳电（记者李晓玲、白瑜）11月15日，深圳数据交易所揭牌成立，同时启动首批线上数据交易。至此，北上广深均开启了新的数据交易探索。

深圳数据交易所建设以建设国家级数据交易所为目标，从合规保障、流通支撑、供需衔接、生态发展四方面提升覆盖数据交易全链条的服务能力，旨在构建数据要素跨境、跨境流通的全国性交易平台，探索适应中国数字经济发展的数据要素市场化配置示范路径和交易样板。

深圳数据交易所的设立，是深圳深化数据要素市场化配置改革任务的关键举措，也是深圳不断优化

数字经济产业布局，打造全球数字先锋城市的重要实践。目前，深圳数据交易所累计交易额已突破11亿元。

2021年12月，由深圳交易集团有限公司、深圳智慧城市科技发展集团有限公司及深圳市福田区新一代产业投资服务有限公司三方合资建立的深圳数据交易所，注册落户在福田区河套深港科技创新合作区，深圳数据交易所即在此基础上组建而来。

截至今年10月，深圳已引入全国348家交易主体参与市场，其中数据商74家、数据提供方85家、数据需求方189家。据了解，深圳数据交易所将重点培育市场生态。



在湖南省湘潭市雨湖区窑湾街道综合养老服务服务中心，护理人员刘梦（右）教老人使用智能手机的视频拍摄功能。

新华社记者 陈泽国摄