网上中国

中国数字阅读市场规模达254.5亿元

数字阅读驶入高速“车道”

本报记者 **何欣禹**

从微信读书、网易云阅读到咪咕阅读，在各类应用软件的推动下，数字阅读正深入人们的生活，“一屏万卷”成为现实。而随着5G商用牌照的发放，VR（虚拟现实）、人工智能等技术的应用，数字阅读的应用场景和用户体验将得到进一步丰富和提升。未来，数字阅读发展将驶入“快速路”，赢得更多用户。

“一屏万卷”成为现实

2019年年初，根据刘慈欣同名小说改编而成的贺岁电影《流浪地球》上映，引发观影热潮。看完电影后，小徐立马在手机阅读软件上购买了这部小说。“几个小时就看完了，非常方便，还加深了对电影的印象。”

作为全媒体时代新型的阅读方式，数字阅读扩展了书的样态和文字传播的介质，也丰富了人们的阅读体验和精神文化生活。据《2018年度中国数字阅读白皮书》（下文简称《白皮书》）显示，2018年，中国数字阅读整体市场规模达254.5亿元，同比增长19.6%，仍处于较快增长期。其中，大众阅读市场规模占比逾九成，是产业发展主导力量。从投资市场上看，2018年数字阅读产业的融资数量共57笔，融资金额呈现上涨趋势，达70.3亿元，这表明数字阅读产业依然受到资本市场青睐，具有较大发展空间。

用户规模也印证了数字阅读的蓬勃发展态势。2018年，中国数字阅读用户总量达到4.32亿，人均数字阅读量达12.4本，人均单次阅读时长达71.3分钟。

“我在用微信读书，里面能看到你最近读了哪些书、读书时长，每周都有排名。现在我每天在地铁里、办公室里都得看上几分钟。”在一家文化公司上班的小吴说。如今，手机应用商店里的各类数字阅读软件层出不穷，也给予用户更多的读书选择。摆脱了时间空间的限制，随时随地，人们都能通过一方屏幕阅读。

读者在上海图书馆“新阅读体验”区进行数字阅读。

王 翔摄（新华社发）

“听书”成时髦方式

近日，国家图书馆等20家图书馆举办古籍数字资源共享发布活动，在线发布古籍数字资源7200余部（件），免费服务大众阅览和学术研究。从大众阅览到专业领域，数字阅读的影响力正不断扩大，品质不断提升。

据《白皮书》显示，近70%的数字阅读用户认为如今的数字阅读内容质量有所提升。2015年，数字内容创作者仅有480万人，2018年已增加到862万人。专业作者培训班的出现，进一步提升了创作者的写作水平，推动精品内容创作。

近年来，不少精品网络文学被改编成影视剧和电影，影视剧和电影的走红又带动了网络文学落地，纸质书籍陆续出版。优质的数字阅读内容还走入了海外读者的视线中。目前，有超过500部网络文学作品被翻译“出海”。海外中国网络文学网站日活跃用户超50万人，日均访问量超过500万人次。在各方积极推动下，中国的学术类、知识类、文献类数据库进入世界各国政府公立图书馆和知名大学图书馆，国内知识见闻平台推出3门目前世界规模最大的线上课程。

数字阅读产品质量的提升，也刺激了读者的付费意愿。据《白皮书》统计，2016至2018年，我国数字阅读用户的电子书付费意愿持续提升，2018年达到66.4%。其中，有68.7%的电子书用户愿意付费在20元以上。值得注意的是，在众多付费阅读产品中，音频内容尤其受读者欢迎，“听书”成了一种时髦方式。

5G让数字阅读更有趣

戴上虚拟现实眼镜，立刻“置身”于书里的世界，书里的图画也变成了立体图像。从纸质阅读到数字阅读，从PC端阅读到移动阅读，从读书时代到读屏时代，每一次阅读方式的发展进步，都是创新驱动的产物，代表了阅读的发展方向。新技术使阅读变得生动立体，读者不仅是在用眼看，更是浸入到情境里，与内容互动。

人工智能、VR、AR（增强现实）、5G等技术的发展，使数字阅读的空间和场景得到极大拓展。未来，5G万物互联的特性将使“万物皆可为媒体”，车联网、可穿戴设备、智能家居……都可能成为阅读的载体，各种终端阅读设备之间也能实现无缝切换。5G高速度、低延时、大容量的特性将开发更多体验场景，令用户的沉浸感更强。

人工智能技术也有望助力听书市场高速成长。随着语音合成、情景识别等AI技术日趋成熟，听书节目甚至一切语音播报信息都能得到整合，从而实现智能匹配与处理。这意味着，用户在聆听文章朗读时能够选择自己的声音偏好。这样一来，有声内容的成本降低，产品数量会快速增加。更好的用户体验将带动中国新兴阅读市场，特别是听书市场的规模化发展。

『全球华人生活短视频大赛』投票火热进行中

十万件精彩视频，讲述『你好，中国』

海外网 **刘 玄**

是精致的画面让你震撼，还是感人的故事让你心动？快来挑选你心中的作品吧！

日前，由人民日报海外版指导、海外网主办的“全球华人生活短视频大赛”以“你好，中国”为主题，面向海外华人华侨、留学生、中企驻外职工以及热爱中国、关心中国的外国友人开展短视频征集。自8月1日启动到10月15日征集结束，海外网陆续收到来自世界各地网友的积极投稿，总稿件量10万件，总观看量逾6亿。海外网从10万份作品中精心挑选出120篇优秀作品，现已进入网络投票阶段。

这120部精彩的作品从各个方面展现了中国的发展变化，生动地讲述中国故事。既有外国小哥体验国旗护卫队一日训练，通过参观学习感受护卫队队员训练的艰苦和不易；也有中国志愿者帮助非洲抗击疟疾，体现中非友好关系的感人故事；还有伊拉克小姑娘讲述自己为何喜欢中国文化、爱上中国汉服的生动故事；西安小伙为了向更多韩国人推广中国饮食，在首尔的明洞商业街开了家店，创作了陕西传统风味面食的相关歌曲和舞蹈；还有很多参赛者，用航拍记录下各个城市的炫彩光影……

“全球华人生活短视频大赛”网络投票页公布的同时，大赛评奖委员会筹备工作也已经启动，以主办方代表、赛区代表、高校影视专业专家组成的评委会，将于12月初评审选拔出各奖项获奖作品。颁奖盛典将于12月19日在人民日报社举行。届时海外网将邀约参赛的海外华人华侨、外国友人、获奖单位、个人代表以及视频拍摄者等参加颁奖盛典。

“全球华人生活短视频大赛”历经3个月，全球网友踊跃参与，从五大洲、40多个国家和地区，发来精彩的视频作品。海外网诚邀您“百里挑一”，投出宝贵的一票，不错过一部好作品。快来扫一扫二维码，关注“全球华人生活短视频大赛”。

“全球华人生活短视频大赛”投票页

互联网大咖秀

笠原健治：

保持谦卑感和危机感

海外网 **赵 宽**

Mixi是日本大型社交网站。对于很多日本人特别是青少年来说，Mixi早已成为日常生活中的一部分。笠原健治是Mixi的创始人、前任社长。

1975年，笠原健治出生于日本大阪。小时候，笠原健治对政治很感兴趣，曾立志要进入官场干番大事。然而，在东京大学读书期间，他改变了原有的想法。1997年，大学三年级的笠原健治参加了一场有关管理策略的研讨会。讨论过程中，微软、苹果等公司的案例激发了他的兴趣。

笠原健治回忆道，“当看到比尔·盖茨和史蒂夫·乔布斯各自创立的公司在世界上那么有影响力，实在是令人兴奋。”自那时起，他便萌生了创业的念头，并认为这是实现自我潜力的重要方式。

由于当时的人们找工作时靠翻杂志来查企业招聘信息，笠原健治认为这样缺乏效率，于是他打算建立一个综合求职网站，在招聘信息及时更新的同时，让求职者在更大范围内进行比较和选择。公司最终在1999年成立，年收入达1000万日元（约合64万人民币），但笠原健治心中还有更远大的志向。

2004年，笠原健治把目光投向了社交网络服务（SNS），并以四五人的小团队正式创立Mixi公司。笠原健治通过分析社交网络发展的特性，以更懂日本文化的本土企业作为标签，把公司打造成了日本社交网络服务（SNS）的先驱，Mixi的业绩也很快实现了飞速增长。

在发展过程中，笠原健治带领团队不断应对挑战。当“脸书”、“推特”等新的社交平台出现并逐渐在全球受到欢迎时，笠原健治反思，如果Mixi不抓住社交网络的发展趋势，而只着眼于国内、只着眼传统的文字对话、照片分享等社交形式，那很快会被欧美相关企业甩在身后。

因此，笠原健治决定开展多项增加新用户的行动，并把工作重点放在向开放平台转型。诸如跳蚤市场和新闻应用程序等服务应运而生。此外，公司的游戏业务“Monst”在全球很多地区获得成功，这正是因为笠原健治结合公司特点，把游戏中的社交需求充分挖掘出来。

2013年，38岁的笠原健治做出一个令人惊讶的决定，他宣布辞去Mixi的社长职务，希望能以创造者而不是管理者的身份再“从头开始”。在瞬息万变的互联网行业中，笠原健治这样谈及自己的心得，“大多数时候，过程并不顺利，所以我会保持着一份谦卑感和危机感。”笠原健治相信，只有将成功经验与失败教训不断总结，才能在“下一个战场”上取得新的成绩。

图片来源：《日本经济新闻》

通过网络直播卖货助力农产品“出山”

“互联网+扶贫”帮贫困户增收

本报记者 **李 贞**

“如果把辣分为10个等级，湖南灯笼椒那样算10级辣，那这个笋的辣度大概在4到5级……“在淘宝直播间里，湖南省城步苗族自治县副县长刘书军正熟练地向观众们推销城步县的特色零食麻辣竹笋。当天，2.5万份竹笋在几分钟内被抢购一空。

如今，像刘书军这样“县长变主播”已不是新鲜事。随着脱贫攻坚的深入，脱贫思路的创新愈发显得重要。而为了利用好“互联网+”来助力农民脱贫，使帮扶网络化、多样化，越来越多的贫困地区干部、农民以及各方社会力量都在积极探索。

“县长主播”变“网红”

“城步苗族自治县地处大山之中，离邵阳市超过200公里，交通不便是这里脱贫的最大障碍之一。”说起为何会想到通过网络直播卖货的方式来助力县里脱贫，刘书军告诉记者，直播是如今互联网经济的一个风口。“如果能通过互联网将县里的农货变成网红产品，甚至让整个县变成网红县，那脱贫就会容易得多。”

直播卖农货的思路是好的，但是实际操作起来却并不容易。“开始我们鼓励农民自己做主播，在县里修了4个直播间让大家免费使用。但是如果没有特别‘吸粉’的点，前期积累粉丝会是很漫长的过程，开始做的几位农民就都没坚持下来。于是我才自己上阵，通过‘县长主播’来带动销量。”

今年9月，“城步芝麻官”直播间在淘宝开通。2个月时间，已吸引了近1.5万粉丝关注；观看量最高的时候，有近30万人收看，切切实实为村里农产品的销售打开了新大门。

中国农业大学教授李小云认为，直播卖货不仅能减少传统农产品市场销售的中间环节，同时也快速打通了市场供需的信息，推动形成新的市场需求，为促进贫困农民增收提供了一个实际有效的探索路径。

企业开辟扶贫“新天地”

许多互联网企业也都在积极搭建平台，以更好地发挥互联网的力量助力脱贫。

腾讯在贵州省铜仁市开展试点，以“扶贫云”推动精准扶贫。“扶贫云”以全省贫困人口建档立卡数据为基础，关联其他扶贫相关行业部门数据，通过挖掘分析扶贫数据， 对接农村电商、推广旅游资源、打造慈善捐献窗口、创新创业平台等方式，针对贫困对象对症下药，实现跟踪到户、清晰透明。

京东支持贫困地区利用5G、云计算、大数据、人工智能、物联网等技术，迎接产业的质变。在河北省武邑县，京东落地了一个“扶贫跑步鸡”项目。应用区块链溯源及鸡脚环等物联网技术，对于跑步鸡160天的全养殖周期进行监测，通过互联网技术对于养殖过程进行追溯，保证产品的绿色、健康。“跑够100万步”才上市成为了跑步鸡的网红标签。京东集团首席战略官廖建文认为，在未来，随着互联网技术更多在农村地区和农业产业中的应用，产业互联网将带来一条更便捷、更高效的道路，为脱贫致富和乡村振兴贡献更多力量。

扶贫更要“授之以渔”

要彻底脱贫，外力的“扶”和“促”不可或缺，但更重要的是让农民产生内生动力实现脱贫。在扶贫又“扶智”上，“互联网＋扶贫”也有独特优势。

很多贫困地区的农村人口不会说普通话，这成了制约他们外出务工、脱贫增收的重要因素。去年，云南移动与云南省教育厅达成战略合作，协同开展推广普通话的脱贫行动。比如在手机里预装“语言扶贫”APP（移动应用程序），帮助贫困人群自助识字、学普通话。APP基于人工智能和大数据技术，为中小学和民族地区汉语学习者提供个性化语言学习系统，能帮助学习者至少完成500个高频词和1000个常用句的普通话学习，学习内容符合日常生活场景，确保贫困人群“用得好”。

通过手机直播，江西省宜春市温汤镇下巩村中原本无人问津的野生葛根成了抢手货。

新华社记者 **彭昭之**摄

湖南省扶贫办基金会办公室主任付军明指出，“互联网＋扶贫”有助于推动贫困地区特色产业发展，帮贫困户增收。从而提高贫困群众自我“造血”能力，增强贫困地区的内生动力，促进其早日实现脱贫。