网上中国

有声作品内容丰富、温暖人心

长音频来了，你会听吗？

本报记者 **彭训文**

早晨，智能音箱向你播报当天的天气情况和重点新闻；智能汽车自动续播昨天尚未听完的音乐；深夜，点开一本新的音频有声书，慢慢进入梦乡……随着移动互联网发展和智能终端普及，与声音相关的内容正进入许多人的日常生活。

前不久，腾讯音乐娱乐集团发布长音频战略，并推出长音频新产品“酷我畅听”。喜马拉雅、荔枝FM、蜻蜓FM等音频平台也在积极加码长音频。在视频产品大火的当下，长音频如何异军突起？能否实现可持续发展？

一位女士正在体验“有声图书馆”。 新华社记者 **唐 奕**摄

“好东西值得付费”

每天睡前，在北京一家企业工作的黄女士都会打开一款音频APP，听一期解读庄子的节目，这逐渐成了习惯。黄女士说：“作家对庄子的解读很深刻，有助于在防疫期间安抚心灵焦虑，找寻属于自己的那份惬意。”她还花费80多元购买33期精华节目。在她看来，“好东西值得付费”。

培养出更多像黄女士这样的付费听众用户，是众多在线音频平台纷纷布局长音频的目的之一。

在今年世界读书日举行的一场线上发布会上，腾讯音乐娱乐集团发布长音频战略，同时推出长音频新产品——“酷我畅听”，推介内容包括满足用户情感需求的治愈系节目《程一电台》《蕊希电台》，大热网剧有声书《庆余年》等，自有节目《榜样阅读》《国宝的奇妙之旅》等。

“我们将通过在线音乐和社交娱乐服务的协同，助力长音频业务发展，并加速推动音乐与音频的融合发展，为用户提供更丰富和优质的视听内容与产品体验。”腾讯音乐娱乐集团首席执行官彭迦信说。

除了腾讯，在长音频市场布局的公司众多。喜马拉雅、荔枝FM、蜻蜓FM、考拉FM、网易云音乐等，通过语音直播、视频直播、有声书等形式，不断探索可持续发展路径。例如，喜马拉雅投入大量资金，开发科幻作品《三体》广播剧，请明星代言并制作有声互动悬疑剧；荔枝FM和蜻蜓FM分别推出明星电台和明星直播间；抖音则试图通过语音直播交友搅局语音领域。

分析人士认为，随着腾讯等行业巨头进入长音频领域，在线音频内容渗透率将大幅提升，市场蛋糕将变大，用户教育和引导也会进一步加快。

用户规模有望超5亿

长音频广受关注，与在线音频市场近年来快速发展有关。荔枝FM首席执行官赖奕龙认为，每一种媒体介质都有自己的特点，声音充满感情，与视频应用的场景不一样，人需要声音陪伴，需要声音温暖内心。

在赖奕龙看来，声音有两个突出特点：一是互动性强，例如可通过“连麦”进行社交活动；二是有陪伴属性，使其在碎片化的移动场景里更有优势。因此，在线音频平台能够与用户建立牢固的情感联系和黏性。

那么，为什么长音频突然被看好？业内人士分析认为，有声作品在知识产权全产业链布局中作用独特，变现周期短，效率高。

艾媒咨询一项研究显示，预计2020年在线音频行业用户规模将达到5.42亿。其中，有声作品将成为内容付费的重要方向，有超过七成受访用户愿意为其付费。

除了有声作品内容付费，在线音频平台还推进直播业务的增值服务、广告等变现形式。艾媒咨询分析师李松霖认为，音频的付费模式潜力较大，适合精品课等知识付费的传播，许多平台正在加强布局内容付费相关业务。

大力扶持内容创业者

近日，包括2家音频平台在内的11家音视频平台，先后向浙江省消保委递交整改回复函，就此前约谈中提到的会员消费体验问题进行整改落实。这些问题包括广告特权描述不清、开通容易取消难、信息收集授权形同虚设等。

随着长音频会员业务兴起，相关问题逐渐显现。曾有媒体调查发现，一些音频平台有声节目中，存在大量疑似“打色情擦边球”的低俗内容。针对这些乱象，国家网信部门会同有关部门启动专项整治工作，分别对出现问题的多个音频平台采取了约谈、关停平台服务等处罚。

今年3月1日起，《网络信息内容生态治理规定》正式施行。《规定》明确要求，网络信息内容生产者和服务平台要切实履行责任和遵守法律法规，禁止传播和宣扬低俗、庸俗、媚俗等视听内容。这意味着，在内容管控方面，相关部门需督促音频平台进一步承担主体责任。

另一个问题在于，随着长音频越发受青睐，在后续盈利和商业模式尚未完善的情况下，在线音频平台如何规避风险、实现可持续发展？

有专家建议，用户培育完成后，音频平台应不断深耕内容资源，扩展更多消费场景，并从资金、流量和创业孵化等方面出发，全面扶持音频内容创业者，创造出更多高质量作品；同时建立全音频生态系统，强化平台品牌价值。

云中漫笔

游戏限时不能光说不做

王丕屹

防疫期间，家中孩子利用网络学习的机会，迷上网络游戏，从偷偷玩到公开玩再到不让玩就哭天抢地。“升级”“上分”“充值”替代了孩子每日的语文、数学、英语。说好的“未成年人游戏限时”哪去了？

国家相关部门出台了关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知，通知要严格控制未成年人使用网络游戏时段时长：每日22时至次日8时不得为未成年人提供游戏服务，法定节假日每日不得超过3小时，其它时间每日不得超过1.5小时。孩子最近痴迷的一款游戏名为“和平精英”，他的操作简单明了——“用老爸的身份注册登陆”，随即进入除吃饭、睡觉都在玩游戏的升级上分境界。从此，家中因“游戏时长”的咆哮此起彼伏。可见，游戏公司在执行“未成年人游戏限时”规定时，给未成年人留下了大大的空子可钻。

中国互联网络信息中心（CNNIC）4月28日发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，中国网民规模为9.04亿。网民群体中学生最多，占比26.9%；网络游戏用户规模达5.32亿。中国青少年网民和游戏用户数量巨大，网络游戏对青少年群体造成了诸多影响，沉迷游戏影响孩子的正确价值观养成，也影响学业。南京市民时先生向媒体反映，其支付宝账号、银行卡在短短14分钟内，被刷掉70多笔总计4万多元。原来都是10岁的女儿玩“和平精英”的充值。可见，青少年沉迷游戏的情况在防疫期间更趋严重，成为亟待解决的社会问题。

青少年沉迷游戏、玩物丧志，损害了健康，荒废了学业，更在失去未来。据调查，目前防止青少年沉迷网络游戏举措是以实名注册登录为基础的，存在太多破解漏洞。随着互联网技术不断升级，生物识别技术更加成熟，技术门槛和成本在逐渐降低，人脸识别被应用于网络游戏防沉迷系统中技术上是可行的，如果12岁儿子用47岁老爸的身份证号码登陆，人脸识别技术就会强行阻止，这才能实现真正限时。

青少年游戏限时不能光说不做，要有切实可行的禁止措施。仅仅用证件号码识别的“限时”就是个自欺欺人的“幌子”。已经有全国人大代表建议，强制将人脸识别技术纳入游戏注册登录环节，实现人证合一、人机对应，真正做到对青少年每天游戏总时长进行限定。

从“人证识别”到“人脸识别”，负责任的网络游戏公司应该考虑担负起更重的企业社会责任，保护好心智还未成熟的青少年。

互联网大咖秀

鲁宾·里特：

打造可持续时尚理念

海外网 **王珊宁**

扎兰多（Zalando）是一家总部位于德国柏林的大型网络电子商城，目前是欧洲最大的在线时装零售商，公司拥有面向欧洲15个国家的在线定制店，销售范围遍及全球。鲁宾·里特（Rubin Ritter）是扎兰多的现任联合首席执行官。

里特1982年出生于德国，2007年毕业于德国奥拓贝森商学院研究生院，获工商管理学位。2007年到2009年，他曾在麦肯锡管理咨询公司工作。2010年起，里特加入扎兰多管理委员会，开始担任联合首席执行官的职务，如今重点负责公司的战略方向。

里特入职后，扎兰多的业务突飞猛进。2010年，扎兰多的零售服务从德国、奥地利拓展到荷兰和法国。2011年，扎兰多在英国、意大利和瑞士开通本土化网站。2012年，扎兰多在瑞典、丹麦、芬兰等多个国家推出本土化网站和零售业务。仅2013年，扎兰多的销售收入就已超过10亿欧元。目前，扎兰多汇集众多世界品牌服装，业务涵盖儿童服装、包、鞋帽、手表、饰品等，销售范围遍及全球。

这其中，里特功不可没，他带领扎兰多创造了很多突出成绩。2012年，扎兰多在德国、奥地利、瑞士的利润大幅上涨。2014年，扎兰多在德国法兰克福证券交易所上市。2015年，扎兰多在爱尔兰都柏林成立研发分部，在欧洲扩张，为数据分析师和开发人员带来更多工作机会。有人评价，扎兰多进驻有“欧洲硅谷”之称的Silicon Docks（硅港区）开发区，加快爱尔兰成为“欧洲因特网之都”的步伐。

作为时尚电商巨头，扎兰多十分注重环保理念。2019年，扎兰多发布减少二氧化碳排放量的计划，并表示将在2023年前，将其包装袋全部改为可再生产品。

里特在一份声明中指出，业界正面临可持续发展方面的挑战，扎兰多关于环保的愿望将成为解决方案的一部分。他希望在扎兰多的业务中，所有的交货和退货（包括自营物流、快递运输、包装等）都实现“碳中和”（通过计算二氧化碳的排放总量，然后通过植树等方式把这些排放量吸收，以达到环保目的）。“我们看到可持续发展和持续的商业成功之间有着明显联系。我们相信，这才是未来的竞争优势。”里特说。

图片来源于网络

视频竞技 远程答题 线上阅卷

全国多地开启考试“云时代”

本报记者 **金 晨**

家里的书桌成为考试“课桌”，智能手机变身电子“试卷”，老师通过视频“监考”……科技助力下，中国多地学校及教育培训机构总结“云教学”经验，为各类考试搭建“云考场”，让考生走上“云端”同场竞技。

科技助力，考生线上迎考

湖北省潜江市江汉油田教育集团800多名高三学生日前在“云端”开考。为了让学生保持考试时的专注状态，家长们提前布置好考场，为孩子营造安静的考场氛围。考生们则充满仪式感，统一身着校服按照正常考试安排认真答题。

“收发试卷都是在线上进行，老师们则在学校远程监考。”江汉油田教育集团教科院副院长刘谦说，通过“一起中学”搭建的考试平台，学生可以在终端APP内作答选择、判断等客观题，主观题则需要在纸上作答，考试结束后通过拍照扫描录入系统后台。

“云作答”完成，如何保证客观、高效地阅卷和考后分析成为新难题。江汉油田广华中学高三教师孟凡军表示，在此前的在线月考中，阅卷老师需对近6000张试卷照片编号以实现“盲阅”，还要手动把各道题的成绩输入系统做分析，数据量极大且容易出错。

在“一起中学”的帮助下，考生成绩和信息实现自动挂钩，客观题也由系统批改。老师们只需对主观题进行阅卷，并可在错题旁写评语，让学生清楚认识错题原因。阅卷结束后学校可以将数据上传平台统计、分析并做出考情报告，实现教学、考试和评测数据的互联互通。

“这次‘云考试’背后的科技力量不仅让老师们减负增效，数据分析也把每个学生的真实水平和薄弱点都展示了出来。”刘谦对此次“云考试”的效果感到非常满意，在她看来，单纯依赖一己之力的教学模式已无法适应当前的教育环境，未来的教育方向一定是“人+技术”的良好交互。

视频艺考，录制成关键

中国上百所艺术类院校通过线上录制视频的方式，对报考部分专业的考生进行初试“云筛选”，正为校招紧锣密鼓备战的艺考生迎来新挑战。

一名高三学生正在录制视频参加艺考。 **曹 桢**摄（**新华社**发）

“现场能力和表演张力很难通过‘云筛选’体现出来，而且视频也会削弱作品的惊艳感。”来自成都的艺考生小杜准备报考武汉音乐学院，相比现场发挥，他认为线上录制视频的方式对考生的表达能力、声音穿透力和姿态等都提出更高要求，因为“视频可以回放，镜头会放大缺陷”。

对艺考生而言，设备和场地选择也同样“大有门道”。以往艺考生的校考都是现场表演，面对的场地、设备都是一致的，而今年却要自己拍摄视频，还要准备伴奏、音箱、收音等设备。在“云筛选”的背景下，艺考要求的不仅仅是学生的专业能力，同样还考验视频拍摄技术和镜头感，因此视频拍摄角度、景别变化、光线明暗、服装搭配等都至关重要。

在福州一家录音棚内，远道而来的考生小廖正在镜头前练习初试作品。“我家里杂七杂八，找不到合适的背景墙，家长还不会视频操作。”面对“视频录制”这道重要门槛，小廖选择到录音棚录制考试作品，避免因技术原因而影响考试成绩。

“我们按照学校的要求，为考生调试合适的灯光等，尽量让表演视频原汁原味。”录音棚经营者林先生表示。

多措并举，力保考试公平

随着“云考试”不断普及，如何确保考试公平性成为各方关注焦点。某高校招生办负责人坦言，线上考试加大了学校在违规处理方面的难度，如何通过线上递交材料甄别出个别考生作弊造假情况，是各艺术院校面临的共性难题。

面对新形式带来的挑战，各大高校纷纷出招确保艺考“云筛选”能够公平客观进行。据了解，今年多个艺术院校让艺考生下载“小艺帮”APP，考生在首次报名环节需认证信息，在线上视频考试前要进行人脸识别，且只有一次拍摄上传机会。视频拍摄过程中，考生不可移动手机位置，也不允许离开画面范围；录制全程不得美化、修饰人像、画面和声音，且须保持声像同步。

中国传媒大学对视频录制场地和设备作出进一步限制。考生只能使用普通智能手机录制视频，禁止使用专业设备拍摄，视频作品不允许进行任何后期制作。上海戏剧学院更是提出“视频须一镜到底”等高标准来约束考生，并要求考生不得戴美瞳，不得穿演出服，不可有刘海遮挡额头，确保作品完整真实。

此外，部分高校还将在新生入学后对其进行材料复核和专业复测，严防作弊行为。“如果在后续评审过程中发现材料和本人不符，考试成绩作废；如果两次成绩差异显著，且在复查录像时发现考生作假，将以作弊甚至量刑的方式来处理。”山东师范大学招办主任杜德鹏表示，目前“云筛选”已达到和线下考试基本一致的严格把控水平。