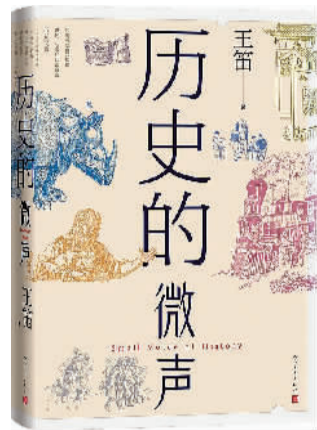


我的听书故事

王笛



我的新书《历史的微声》不久前由人民文学出版社出版了。有读者问我，你写这么多书，要看多少书啊，哪里有这么长时间呢？这个问题算是问到点子上了。我们每天除了吃饭、睡觉、做家务、工作、上下班，所剩时间就非常有限了。大家都有多读书的愿望，但无奈时间不多啊！

我也纠结过这个问题。在教学和科研之外，我很少有时间读与工作没有直接关系的书，但这个状态在我眼睛出了问题以后，发生了根本改变。

2014年3月，我在美国得克萨斯A&M大学当教授，来上海出差时，右眼突发视网膜脱落。虽然前后做了两次手术，视网膜修复了，但右眼几乎丧失了阅读能力。从那时起，我的阅读和写作基本就靠左眼了。在手术恢复期，本应少用眼，但我一方面要给学生上课，另一方面要写作，因此面临着前所未有的挑战。

真是屋漏又遭连夜雨，这时我又收到美国斯坦福大学出版社的审稿邀请。虽然我可以以眼睛为由谢绝，但还是经过一番考虑，决定接受这个任务。毕竟，出版社找到一位合适的审稿人不是件容易事，选择我，一方面是因为我对那部书稿涉及的领域比较了解，另一方面也是出于对我学术和学识的认可。况且，我的两本专著都是这个出版社出的，过去合作非常愉快。这也保护了好保存的左眼，又不愿放弃自己的学术追求，从此“躺平”，摆在我面前的当务之急是如何最有效地使用眼睛。

我决定采用听书稿的办法。谁知道，这个尝试，竟让我的阅读量有了一个质的飞跃，听书成了我主要的阅读形式。而且这个改变，使我的阅读量数倍于过去。视网膜脱落没有影响我的阅读，反而促使我读了更多的书，正应了那句老话：“上帝为你关上一扇门，就会为你开启一扇窗。”

我当时用的是三星手机，下载了一个朗读软件，从头到尾听完了那部英文书稿。我边听边做笔记，书听完，审读报告的草稿也差不多形成了。从这个初次实验中，我尝到了甜头，又接着听其他书。后来我改用苹

果手机，本身自带朗读功能，存在手机“图书”应用中的书都可以听。后来，我在手机中又下载了几种阅读软件，更多格式的电子书都可以阅读了。

就这样，虽然每天科研、教学、写作、行政事务安排得很满，我还是能找到时间读书，或者更准确地说“听书”。最近六七年来，无论多忙，我平均每天的读书时间应该不少于两小时，手机成为我的读书利器。通过手机自带和下载的朗读软件，不同格式的文件都可以朗读。从起床穿衣整理床铺到洗漱早餐，从走路到外出办事购物，从在家打扫卫生、做饭洗碗到饭后散步，我都可以听书。有时失眠睡不着，或是醒得太早又不想起床，我就打开听书功能，时间一点都不浪费。而且现在蓝牙耳机的续航都能达到几十个小时，非常方便，听书时也不会打扰旁人。

读书方法因人而异，每个人也因目的不同、习惯不同，而有不同方法。但我始终认为，无论是学者、学生还是一般读者，阅读范围一定要超出自己的专业，视野一定要开阔。

我主业是研究历史，但我的阅读范围包括人类学、文学、社会学、政治学等，此外还大量阅读各种虚构和非虚构作品。我可以自信地说，只要发现感兴趣的书籍，我几乎都能找到并把它读完。在我的电子设备中，装着各种专业和非专业的电子书，每次出差的旅途中，就是我阅读的好时机。一年算下来，这个阅读量是非常大的。近些年，只要有朋友抱怨忙得没时间读书，我就把这个方法热情推荐给他们。

(作者系澳门大学历史系讲座教授)



天津教育出版社通过跨境电商平台“走出去”

本报电(记者武少民)近日，国家出版基金项目、18卷本《吴玉如全集》上架天津教育出版社跨境电商商。海外读者可以通过相关页面的中英双语介绍，结合丰富多彩的视频、图片，立体化了解图书内容。

2021年以来，天津教育出版社积极探索通过跨境电商平台“走出去”，充分发挥自身高质量图书品类丰富的优势，借助电商平台强大的技术和市场推广能力，向海外图书市场推介最新图书产品，展示中国出版动态，提高国产图书可触达性。

据介绍，天津教育出版社海外投放已覆盖主题出版、中华传统文化、当代中国学术、社科文艺等多领域类目的优秀出版物，其中《见证天津

——市第十一次党代会以来发展成效综述》《新赶考路：党建观察笔记》《让马克思主义成为一种生活方式》《助力：外国人与中国改革开放》等主题出版物已在跨境电商商上架，相关图书海外读者浏览量占店铺总流量60%。

高品质出版物成为天津教育出版社“走出去”的前提条件和有力支撑。近几年，该社坚持走高质量发展之路，以全球市场为背景划分业务领域，积极推动原创精品走向海外。天津教育出版社还计划针对海外文化市场，策划推出定制出版物、融媒体内容产品、数字出版产品等一系列文化产品，深耕教育出版文化高地，以书为媒传播好中国声音。

直播：让更多人爱上阅读

本报记者 黄敬惟

“主播说得太好了，我要为知识付费”“库存不多，大家先到先得”“本次直播有专场赠品，现在点击下方链接拍下有专属明信片赠送”……如今，“回归阅读”成了直播间的“流量密码”，热火朝天的直播售书也成了出版行业一道独特的风景线。在生活节奏加快的当下，借助新媒介，纸质书阅读正以其优质内容焕发出新的光彩。

激发潜在阅读需求

去年，新东方旗下直播间“东方甄选”火了。“好口才+好作品+好故事”带来好销量，单日过万册的图书销售量引发社会广泛关注，不少网友开玩笑说，希望主播董宇辉专职卖书。才华横溢、金句频出的主播不靠嘶吼“叫卖”，不打价格战，却让不少网友纷纷下单，《额尔古纳河右岸》《苏东坡传》《活着》《平凡的世界》《小王子》等作品更是在直播间的销售榜单上名列前茅。

相比日用品，图书的推介有一定门槛，讲解时需要更多专业知识，对于主播的选品能力、阅读积累有着更高要求。“东方甄选”的成功离不开主播细腻的情感表达、活泼的口头语言以及推荐图书的过硬品质，“双语”带货的创新形式更让观众对直播销售有了全新的观感。

“在直播间里我买了很多本书，吸引我购买的主要原因是主播会分享阅读心得，他的真诚十分动人。”网友胡先生这样说，“阅读纸质书带来的体验是不可替代的，捧一本沉甸甸的书籍在手，能够让我感到平静。我想，以后会在直播中买更多书。”

如今，在移动互联网的迭代效应下，通过网络学习知识已成为不少人的习惯。再加之近年来快速发展的直播带货消费模式，网络直播售书的流行水到渠成。更可贵的是，这正让越来越多的人重拾阅读纸质书籍的习惯。

中国艺术研究院副研究员孙佳山指出：“我们对于阅读的需求

一直存在，但以纸质书为代表的深度阅读的需求有时是潜在的。通过网络直播生动有趣的讲解，引发观众的认同感、代入感，从而进行消费，这是直播售书吸引更多人购买纸质书、爱上纸质书的根本原因。”



“中信读书会”邀请清华大学气候问题专家李政做客直播间，解读中国2020—2050年低碳发展行动路线图。

中信出版集团供图



2022年12月31日，人民文学出版社主办的大型公益直播“百位名人迎新领读——2023文学中国跨年盛典”活动现场。

主办方供图

为行业带来新契机

近年来，线上直播成为出版行业应对疫情影响的重要举措。相较于其他线上营销形式，直播的优势是互动性更强，展示产品更加立体和直观，给出版社直接触达读者提供了好机会，而这有助于让更多读者了解出版社的出版理念和特色，培养出版社的忠实粉丝，为图书销售打开新渠道。

以中信出版集团打造的文化活动品牌“中信读书会”为例，通过图书精华解读，结合行业专家观点、时代重大议题、热点价值话题，读书会2022年在微信视频号上举办了超过100场线上直播，12场国际对谈等知识类直播活动，全年全观看量超过1亿。

在抖音平台上，“中信读书会”的两名主播一名有直播经验、懂营销，另一名有做电视剧编剧经验，共通点是他们都对图书比较了解，而且有一定的阅读积累。主播兼具感染力与专业积累，是“中信读书会”得到抖音用户认可的重要原因。这为“中信读书会”吸引来22万抖音粉丝，这些忠实用户也为中信出版集团带来了不俗的销售业绩。数据显示，去年“世界读书日”当天，“中信读书会”在抖音直播3个小时，实销码洋超过12万元，“6·18”期间实销码洋有70多万元。

直播售书火热，但同时也存在一些问题，“50万册10元以下的书”“10万册1元书”……带货主播销售超低价图书曾引发争议。孙佳山指出，在直播带货过程中，存在“一元售书”等恶性竞争情况，还有的平台为打价格战，有意事先抬高价格，导致书价虚高，这些问题应当引起充分警惕和注意。

2022年初，国家新闻出版署发布《关于做好2022年印刷发行重点管理工作的通知》，要求规范图书电商营销行为，规制超低价直播带货、线上打折倾销等发行乱象。作为精神产品的图书不应当单纯考虑利益和流量，而应考虑到图书本身所承载的文化意义，重视优秀作品的社会效益。

拉近与读者距离

在网络时代，应如何发挥阅读的力量？名人的示范效应与引领作用十分重要。刚刚过去的元

旦假期中，人民文学出版社的一场大型公益直播“百位名人迎新领读——2023文学中国跨年盛典”点燃了人们对于阅读与文学的热情。

以作家、翻译家、艺术家、文化学者、出版人、媒体人、海外汉学家、影视体育名人为主体的百位嘉宾组成的强大阵容，点亮了这场5小时的文化盛宴，嘉宾们以百余中外文学名篇为底色，让美好的文字穿过屏幕，直抵观众心灵。

“这个跨年太有意义了！”“领读让文学穿越时空引发共鸣，产生寄托和憧憬！”“文学给我们力量，阅读让我们觉察自我”……观众们在直播间的评论中抒发自己的心声，表达对阅读的热忱与对生活的热爱。

这场直播在微信视频号开播7分钟观看破万，微博不到半小时观看破10万。据不完全统计，当晚全观看量突破1200万，“2023文学跨年”“百位名人迎新领读”等话题阅读量近千万。与上次跨年直播相比，直播数据不降反升，彰显出观众对于有深度、高质量文化类直播活动的强烈需求。

如今，越来越多的作家通过网络直播与读者见面交流，严肃文学更借助互联网频频“破圈”，屡屡引发关注。诺贝尔文学奖获得者莫言多次通过网络直播畅谈文学，他的新版《生死疲劳》、新作《晚熟的人》出版时，都选择以网络直播的形式与观众见面；茅盾文学奖获得者麦家与主播畅谈文学与人生故事，讲述自己的代表作《解密》的创作过程，受到网友热烈欢迎；《人世间》作者梁晓声现身直播间，与网友热情交流创作这部小说时的所思所想，这场直播带动了《人世间》销售2万多单……

“大咖”作家纷纷走进网络直播间，拥抱互联网，某种意义上也是拥抱读者。网络直播再度让作家直面读者、直面市场，重塑了作家、作品与读者、市场的关系，而实打实的销售量同样证明，阅读在今天放射出的耀眼光芒，没有被掩盖。网络直播打破了地域和时间的局限，让原本仅能覆盖少数读者的线下交流活动不再受制于场地、人数的限制，让读者能够更便捷地接触作家和新作，不失为推动全民阅读的一大有益途径。

云南沃森生物技术股份有限公司入选国家技术创新示范企业

云南沃森生物技术股份有限公司成立于2001年，总部位于云南省昆明市高新区，是集生物医药研发、生产、销售于一体的高科技生物制药企业，在以新型疫苗为代表的生物技术药细分领域处于行业领先地位。2010年，公司在深圳证券交易所成功挂牌上市(股票代码:300142)，成为云南省首家在中国创业板挂牌上市的企业。2022年10月，公司被工信部认定为国家技术创新示范企业。

公司致力于通过构建现代生物制药领域产业化平台，形成强大的技术、产品转移转化核心能力，并实施全面国际化战略，致力成为中国生物医药先进制造领军企业。

经过二十余年的发展，公司已形成结构优良、品种丰富的产品管线，目前，投产上市的疫苗品种有8个。公司构建了国内领先的疫苗研发和产业化技术平台，聚集一大批专业技术和管理人才，获得一批国家“863计划”和“重

大新药创制”科技重大专项支持，与国内多个科研院所、高校建立紧密的合作关系。

公司坚持“生命无价，科技无限”的理念，以创新驱动发展为核心战略，掌握四大核心技术平台，实现了从传统产品的升级换代到对标全球的原研创新。目前，产品销售覆盖31个省市区，出口18个国家和地区。

公司以“全面国际化、工业4.0”战略目标为导向，秉承“让人人生而健康”的企业宗旨，奋勇拼搏，锐意进取，将社会责任融入公司发展战略和经营管理中，以严守产品质量安全为己任，紧跟时代步伐，努力创造无愧于社会的优异成绩，为构建人类卫生健康共同体持续贡献力量。

数据来源：云南沃森生物技术股份有限公司

