

4月23日是第26个“世界读书日”。全国各地展开了各式各样的读书活动——静坐阅读、泡在书店、打开手机……除了“传统”方式的读书，不少读者开启了新型阅读方式，线上读书打卡、沉浸式表演等，都在引导读者换个自己喜欢的方式“阅读”，而这样的场景正常化，成为大众的日常行为。让阅读滋养心灵，形成良好的社会新风尚从未停止。

线上图书市场增长 线下书店焕发活力

实体书店迎来春天？



□ 本报实习记者 解磊 文/摄

去年以来，受疫情影响，消费者对阅读的需求变多。数据显示，相对2019年，2020年消费者购书数量进一步增长，疫情期间阅读的增长对消费者的购书行为起到了积极的推动作用。

网店+外卖 实体书消费习惯线上化

今年1月发布的《中国图书零售市场报告》显示，2020年中国图书零售市场渠道保持正向增长，同比增长7.27%，码洋规模为767.2亿元。

在许多消费者心目中，逛书店买书可能是童年不变的回忆。但如今，互联网和电商平台的兴起改变了这个模式，拿起手机动动手指，一本好书迅速就能到家，甚至在价格上，比去书店

购买还便宜，有的时候享受网店满减优惠就更为划算。

家住北京市丰台区的消费者张海兴告诉消费日报记者：“在网上买书便宜不说，还省省力，不着急的时候我选择电商平台上的网店，最晚三四天就能到手。着急的时候就选择外卖平台，现在许多实体书店都采用了‘一小小时达’的销售手段，特别方便。”正如张海兴所说，记者打开手机外卖APP发现，许多书店都走了“外卖之路”，月销量最高的一家书店已经突破500单。

中央民族大学副教授封伟在接受消费日报记者采访时说，外卖平台售书或将成为“互联网+”消费生态体系中一个值得发展的方向，最重要的是与图书电商的差异化竞争。实体书店背后的“门店数字化+即时配送”体

系，可能恰好是对细分领域和多样场景的一种探索。

对于整个实体书销售市场，封伟表示，消费习惯线上化已经成为一个大趋势，疫情加快了这一趋势进程，2020年图书线上规模占比近80%，线上规模进一步增大，线上渠道越来越深入到消费者的生活场景。

线下实体书店跨界经营焕发新活力

近日发布的《2020—2021中国实体书店产业报告》显示，2020年全国大约有4061家实体书店新开面世。其中，北京去年新开书店639家，成为全国排名第一的城市。同时，北京也成为了“年度书店之都”。

4月18日，记者来到北京市一家去年新开的书店实地探访，除了近700平方米的图书区域外，该书店还拥有咖啡吧、精品店和手工艺品商店等。正在咖啡吧阅读图书的消费者田女士告诉记者：“周末闲暇之余都会来到这家书店，边喝咖啡边读书，特别喜欢这里的环境和品味，可以享有一天下午的静谧阅读时光。”

该书店负责人戴瑜栋向消费日报记者介绍，该店打破传统意义上“单一书店”经营模式，打造“复合书店”这一概念，从阅读、品味、购物等多方面来满足消费者高品质的生活需求。“我们把书店打造成一个综合性空间，在这里，大家可以看书、可以社交、可以参

加活动和参观展览。我们还定期举办艺术展览、讲座和书籍发布会，内容涉及艺术、文化和社会生活方式，使其成为书友的中心。这种具有文化高度融合的跨界联合模式，受到许多消费者的喜爱。”

记者走访发现，不止是咖啡和购物，还有一大批实体书店积极尝试跨界经营，将图书经营和多种场景结合在一起，加快转型融合与跨界，诸如试水短视频直播、微购和社区营销等。吸引了大批消费者，为实体书店带来新活力。

封伟还提出，新开书店数量的增长，离不开政府对实体书店的资金扶持力度，自2016年11部门印发《关于支持实体书店发展的指导意见》以来，大部分省份都出台了支持实体书店发展的政策措施，从信贷支持、财政补贴、税收优惠等方面鼓励书店升级发展。比如北京市各区就制定了区域性实体书店专项扶持政策。疫情期间，更是出台了全国第一个针对实体书店的专项救市政策，统筹扶持资金2.4亿元。此外受到疫情影响，实体书店房租等成本也有一定程度的下降。“新开书店数量增加，传递出了积极信号，但并不代表实体书店的经营困境从此立刻好转，但只要与时俱进，打造独特书店文化品牌，探索出一整套可持续的商业模式，未来仍会有发展机遇。”封伟说。



□ 本报实习记者 闫利

4月18日，上海图书馆首设演读剧场，邀请读者“从书本走向舞台”，一起沉浸式阅读经典名著。而将平面文字转化为立体演绎的不仅仅是戏剧表演，近年来，剧本杀游戏也以别样的角色扮演成为年轻消费者钟爱的休闲娱乐活动。以游戏形式展开的各种沉浸式体验也为文学市场带来新的机遇。

游戏中获得共情

文学阅读中，最重要的一点是读懂作者的所思所想。读者通过字句篇章中流露出的信息与作者产生共情，而这一点的实现也并不容易。某小学语文老师曾向记者吐槽过她在准备教案时的繁琐，“想让学生理解文章所讲的道理，得让他们自己去亲身体会才行。”为此，她的课堂上多了很多表演科目，“能让学生理解一个人物，就需要先把自己当做对方。”

从中很容易看出老师的用意是让学生在表演中产生共情，可以更容易地理解文章传递的思想。而对于文学作品来说，它的表现方式是多样的，在最基础的戏剧表演之外，以多人游戏互动为主的剧本杀也在将阅读和思考变得更简单，并为“阅读”增添了休闲娱乐性。

日前，艾媒咨询发布了《2021年中国剧本杀行业发展现状及市场调研分析报告》，数据显示，超过4成的玩家玩剧本杀主要是为了休闲娱乐，26.5%的受访玩家是出于解压的目的才玩剧本杀。此外，社交、猎奇体验等也是玩剧本杀的重要原因。艾媒咨询分析师认为，剧本杀让玩家代入某一个角色去思考剧情、推理案件，最后发现真凶。在这个过程中，玩家不仅能得到揭开谜底的获得感，还有在推理中获得的共情、逻辑思维、表达能力的提升。

游戏玩家嘀咕向记者介绍，对于消费者来说，现阶段剧本的选择主要倾向于情感体验本、硬核推凶本、故事还原本、悬疑解密本这四大类。选择一方面是个人兴趣，另一方面来自就是商家的推荐。

资深剧本杀门店运营林夕在接受媒体采访时也提到，她在给学生选本的时候，会给他们推荐一些具有教育意义的剧本，有家长带着孩子来玩的，就推荐一些科普类、亲情类的剧本。“剧本有一种共情的能力，在潜移默化中能给人一种心理暗示，因此在内容上需要严格把控。”

阅读体验的升华

有专家曾提出，阅读是一个内化的东西，很多人虽然阅读能力很强，但却缺乏表达能力，无法将内化的理解表达出来，但在现代社会，外在表达成为越来越重要的能力。

同样是纸质书籍，不同人拿着不同剧情，最终形成一个完整的故事。在这个演绎过程中，传递信息、接受信息一刻不停。这样的故事演绎让消费者阅读体验进一步提升，而这些故事的来源也离不开优秀文学作品的创作。

上述分析报告中提出，优质原创的剧本是吸引玩家的核心，因而一些剧本杀将游戏和影视、小说IP一起联动开发。网易云阅读与剧本杀APP合作，推出与咬狗的《梦境缉凶》同名的剧本。IP与剧本杀联动开发的模式将会对游戏、网络文学等市场带来新的发展思路。

游戏玩家嘀咕说，“剧本杀的改编现阶段主要是来自电影的改编，如《唐人街探案3》《成化十四年》等IP授权了剧本杀，反之剧本杀的经典之作《年轮》也将要影视化。未来推理小说等只要符合剧本杀形式，就会有机会被改编。”此外，他还提到，剧本杀的改编要注意内容版权保护，避免改编的内容同质化。对于文学市场来说，有助于纵向加深文化产业链，提升内容价值。同时对于IP的开发和保护有革命性的意义。传统的IP开发，其内容与消费者总是存在着距离感，但是IP的剧本杀化，有助于消费者近距离理解IP内涵，更进一步的感受IP发展的内在意义。

去年数字阅读产业规模351.6亿元，增长21.8%

数字阅读习惯渐养成

本报讯（记者 王薛淄）一年一度的“世界读书日”到来，让阅读成为大众关注的焦点。作为阅读的两大主流方式——纸质书和电子书的争论也一直没有停歇。

4月16日，在第七届中国数字阅读大会上，中国音像与数字出版协会发布了《2020年度中国数字阅读报告》，报告显示，2020年中国数字阅读产业规模达351.6亿元，增长率达21.8%。事实上，随着“互联网+”的发展，加上生活习惯的改变，碎片化阅读成为了主流的阅读方式，消费者数字阅读习惯渐养成。

“越来越喜欢看电子书了，大家在文中划线留下的自我理解总是那么恰到好处。”“今天突然发现自己正在看的电子书竟然到600多页了，吓了一跳。平时看电子书只看内容不看页数，完全没感觉到一本书究竟在实体书状态下

会有多厚。”4月20日，记者在社交平台上搜索“电子书”时，发现不少网友就“喜欢阅读电子书还是纸质书”发表了自己看法，随着数字阅读的发展和完善，电子书社交属性和便携属性让不少网友直呼“真香”。即便是“纸质书”爱好者，他们也表示在阅读古籍和论文的时候，还是会采取电子读物的方式。

这阅读习惯的变化，也得到数据的证实。4月12日，发布的《2020年中国移动阅读行业专题研究报告》显示：2020年中国移动阅读市场规模达到了372.1亿元。而中国音像与数字出版协会发布的《2020年度中国数字阅读报告》也显示：2020年中国数字阅读产业规模达351.6亿元，增长率达21.8%。数字阅读用户规模达4.94亿，增长率达5.56%。其中，人均电子书阅读量9.1本，人均有声书阅读量6.3本，而同期的

读大户，教育类读物也开始成为电子阅读市场新的增长点。据儿童数字内容平台KaDa故事平台数据显示，在KaDa故事平台上中国孩子平均每天阅读5.4本儿童绘本。《2020年度中国数字阅读报告》也显示，65.7%的儿童更喜欢数字阅读形式，而家长对相关产品付费意愿，增长高达56.5%。

除了用户规模的不断扩大，企业发展也不甘示弱。天眼查数据显示，我国目前有超2700家企业名称或经营范围含“电子图书、电子书”。而近十年来，我国电子书相关企业注册数量持续增长，增速维持在10%以上。其中，2019年新增电子书相关企业超过670家，增速达到29%；2020年新增相关企业超450家，增速为15%。

中国新闻出版研究院副研究员原亚伟表示，电子书阅读市场增长趋势明显，本质上是技术革命引导大众阅读方式产生了革命性、不可逆的变革，而2020年的疫情加速了这一变革的进程。如同前文所提的“纸质书”爱好者们在阅读古籍和论文时，仍会选择电子书，近年来，除了网络文学这一电子阅

上给孩子买绘本以外，还会让孩子用手机或者平板电脑在APP、公众号上进行阅读。”

报告显示，在2020年，课外阅读已成为常态，儿童图书销量的增长超过了50%。在某电商平台，记者搜索“儿童绘本”发现，有近20种儿童绘本本月销量过万本，最高则达到4.4万本。一家图书专营店的客服表示，2020年，儿童绘本的销量一直在增长，许多消费者会反复购买不同的儿童绘本，且一些带有线上有声阅读功能的绘本十分畅销。

随着信息化技术的不断发展，中国儿童数字化阅读比例不断攀升，数字阅读逐渐成为儿童阅读的主流。报告显示，中国儿童数字阅读用户从2016年起连年增长，市场持续扩容。用户低龄化特性显著，其中0—6岁用户增幅远远超过100%。内容是影响儿童阅读选择的重要因素。相比音频故事、动画视频等，有声绘本最受儿童欢迎。大量IP类优质儿童内容对孩子更具有吸引力。

业内人士认为，低龄化趋势下，是家长对儿童阅读教育的重视。阅读作为启蒙孩子成长的重要路径，在数字化技术的推动下，阅读普惠更广人群，让不同地区不同喜好不同成长阶段的儿

童都能感受到阅读的魅力。”

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局构建立体全覆盖年报宣传工作

为切实做好市场主体年报工作，丰台区市场监管局东高地街道所采用“四个一”即“报一屏、报一微、报一厅”四项措施构建立体全覆盖宣传网络，推进企业年报工作。“一报”全域覆盖。执法人员在市场、超市、商务楼宇明显人口处张贴年报宣传海报，并与商场负责人开展座谈。“二屏”播放提醒。在沿街商铺、商业楼宇电梯间、便民服务中心等场所的电子显示屏滚动播放年报提醒、宣传年报知识，提醒广大经营者及时进行网上年报。“一微”定期推送。执法人员专人负责，每周按时在各商户群内推送年报信息，并提供网站链接等内容服务。“一厅”专岗服务。针对不少企业年报人员流动快，以及对网上年报法规、程序不了解等问题，东高地所将企业年报相关法律法规及操作流程专门制作成册公示在服务大厅，并利用服务大厅的电脑进行现场操作，指导前来办理业务的市场主体进行年报。

（钟苑）

山东青州青龙回民小学学生诵读国学经典



4月21日，山东省青州市青龙回民小学的小朋友在文化馆国学讲堂内诵读《论语》。当日，该开展了“诵读国学经典迎世界读书日”主题活动，组织部分小学生来到当地文化馆国学讲堂，在专业老师的指导下诵读《论语》《弟子规》《道德经》等，感受中华优秀传统文化，迎接4月23日“世界读书日”到来。

儿童数字阅读量攀升 2岁以下成儿童阅读起跑线

本报讯（实习记者 暴梦川）4月16日，中国新闻出版研究院与KaDa儿童阅读研究院联合发布《2020年中国儿童数字阅读报告》，报告显示：童书销量增长超50%，阅读低龄化特征逐步显现。

每晚的睡前阅读，已经成为吴丽娇和儿子的习惯。来自沈阳的她告诉记者：“从孩子开始认字起，我就开始重视阅读教育，加上之前幼儿园要求孩子每天晚上要读儿童绘本，现在他已经养成睡前阅读的习惯了。现在每天我都会抽出时间陪他读一会儿书。”

报告显示，74.8%的孩子在2岁前开始接触阅读，孩子阅读启蒙时间不断提前。该数据一方面体现了家长对孩子阅读教育越来越重视，另一方面也从侧面印证了孩子对阅读的喜爱程度。

而2020年的特殊背景下，疫情成催化剂，儿童阅读类APP活跃度快速跃升。儿童数字阅读从在线教育中脱颖而出，成为教育常态手段。吴丽娇告诉记者：“去年由于疫情的原因，除了从网

上给孩子买绘本以外，还会让孩子用手机或者平板电脑在APP、公众号上进行阅读。”

报告显示，在2020年，课外阅读已成为常态，儿童图书销量的增长超过了50%。在某电商平台，记者搜索“儿童绘本”发现，有近20种儿童绘本本月销量过万本，最高则达到4.4万本。一家图书专营店的客服表示，2020年，儿童绘本的销量一直在增长，许多消费者会反复购买不同的儿童绘本，且一些带有线上有声阅读功能的绘本十分畅销。

随着信息化技术的不断发展，中国儿童数字化阅读比例不断攀升，数字阅读逐渐成为儿童阅读的主流。报告显示，中国儿童数字阅读用户从2016年起连年增长，市场持续扩容。用户低龄化特性显著，其中0—6岁用户增幅远远超过100%。内容是影响儿童阅读选择的重要因素。相比音频故事、动画视频等，有声绘本最受儿童欢迎。大量IP类优质儿童内容对孩子更具有吸引力。

业内人士认为，低龄化趋势下，是家长对儿童阅读教育的重视。阅读作为启蒙孩子成长的重要路径，在数字化技术的推动下，阅读普惠更广人群，让不同地区不同喜好不同成长阶段的儿

童都能感受到阅读的魅力。”

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局构建立体全覆盖年报宣传工作

为切实做好市场主体年报工作，丰台区市场监管局东高地街道所采用“四个一”即“报一屏、报一微、报一厅”四项措施构建立体全覆盖宣传网络，推进企业年报工作。“一报”全域覆盖。执法人员在市场、超市、商务楼宇明显人口处张贴年报宣传海报，并与商场负责人开展座谈。“二屏”播放提醒。在沿街商铺、商业楼宇电梯间、便民服务中心等场所的电子显示屏滚动播放年报提醒、宣传年报知识，提醒广大经营者及时进行网上年报。“一微”定期推送。执法人员专人负责，每周按时在各商户群内推送年报信息，并提供网站链接等内容服务。“一厅”专岗服务。针对不少企业年报人员流动快，以及对网上年报法规、程序不了解等问题，东高地所将企业年报相关法律法规及操作流程专门制作成册公示在服务大厅，并利用服务大厅的电脑进行现场操作，指导前来办理业务的市场主体进行年报。

（钟苑）

法院公告栏

重庆市开州区中和镇白水村8组90号袁定海：本院受理原告黄淑渊诉你民间借贷纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

重庆市开州区人民法院

王彩云：本院受理的原告唐勇诉你离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

四川省安岳县人民法院

李季虹：本院受理原告刘志华与被告李季虹离婚纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

四川省安岳县人民法院

葛波波：本院受理原告刘志华与被告葛波波买卖合同纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

四川省安岳县人民法院

山东鸿硕网络科技有限公司、高峰：本院受理原告葛波波与被告山东鸿硕网络科技有限公司、高峰买卖合同纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

山东省淄博市临淄区人民法院

孙洪亮、孙洪霞：本院受理原告孙洪亮与被告孙洪霞民间借贷纠纷一案，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

山东省淄博市临淄区人民法院

何世均：本院受理的原告孙世均与被告孙世均民间借贷纠纷一案，因你下落不明，现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、答辩通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提起诉讼的期限为公告送达之日起15日内。逾期不答辩的，视为放弃答辩权。特此公告。

山东省淄博市临淄区人民法院</b