

刷着短视频跟流量买书 逛着书店乐购阅读周边

“年轻态”阅读正在改变书市

明天是世界读书日,在这个特别的日子里,想象一下年轻人的“悦读生活”:刷直播买一波麦家的新书《人间信》,打开软件听一听有声书;闲暇在书店看书之余,买买动漫周边产品、文创好物,晚间还可以在书店里上一堂“夜校课”……

“网络原住民”一代渐渐长大,当他们成为书市消费主力人群时,阅读的概念也越加宽泛。抖音电商数据显示,2024年第一季度,平台图书销售超1.5亿单,平均每天售出超200万册图书,其中“00后”图书消费潜力最大,买书数量同比提升187%。

青岛大学全民阅读中心主任、教授张文彦认为,“年轻一代把‘阅读’推广到‘泛阅读’,他们利用前所未有的优秀搜索能力和阅读素养去搜索、发现、评论、创作。”与此同时,书店、图书馆也必然面临转变,“从容纳读者的空间,转向服务阅读的空间。”

图书出版回暖“00后”立大功

2023年中国图书零售市场码洋规模为912亿元,同比上升4.72%,短视频电商成为第二大图书销售渠道。这是北京开卷在2024年初发布的数据,显示出出版行业零售市场增长回暖的趋势。这一趋势在2024年第一季度依旧保持,其中短视频电商渠道销售增幅高达31.15%。中国书刊发行业协会理事长艾立民曾在业内会议中总结:“电商平台和出版发行界一起,壮大了图书阅读人群的基本盘,推动出版行业回暖、向新发展。”

抖音电商发布的《2023抖音电商图书消费数据报告》显示,“80后”“90后”读者自2022年起成为平台上的购书主力军,在2023年整体购买图书的数量占比超70%;“00后”年轻读者阅读兴趣高涨,在平台购买图书的数量增幅最大,2023年达到75%,2024年第一季度“00后”买书数量同比提升187%。年轻一代在“阅读大军”中的力量日渐增大。

“‘70后’‘80后’很注重从小培养孩子阅读,从家长层面做出了孩子的阅读规划,‘00后’的孩子们能够更早走出‘经典阅读’。”良友书坊主理人冷艳分析,“00后”阅读启蒙早,大多数都有基础阅读,他们从小从经典小说、散文读起,长大后,有些人不再阅读,有些人则保持了阅读习惯,“我们身边的‘00后’开始进入哲学、人类学、历史的深度阅读,开启了阅读的另一个阶段。”而从全国电商平台销售趋势看,“00后”整体更偏爱心理学、小说、文学类书籍。

网络生活开启“泛阅读”时代

随着数字化技术的普及、电商平台的快速发展,作者的创作方式、出版行业的内容生产方式、读者的阅读方式和习惯都在发生深刻变化。正如青岛大学教授张文彦所言,“网络原住民”的成长伴随着互联网的发展,阅读的改变是必然的。



▲ 书城二楼的动漫专区人气很旺。

◀ 明阅岛里书香与花香相伴。

这种变化首先是年轻人倾向于从网络平台获取阅读的图书,“不管是娱乐休闲类还是考研学习类。”其次,他们的阅读方式更加多元化,比如游戏里的情节阅读、各类视频阅读、有声书阅读等等,张文彦认为传统意义上的读纸质书的阅读,在“90后”“00后”这里已经打破,“载体的不同选择、阅读内容的扩张,已经是‘泛阅读’的概念。”因为拥有更多阅读的选择和优厚的条件,年轻一代阅读有比较好的素养,有探索和冒险的精神。以前的“精英引领阅读”模式已经不再流行,“现在年轻人有自己的文化圈子,会对各种题材和读物有强烈的追求。”在豆瓣、小红书、B站等等,年轻人的阅读非常多彩,“他们打开了丰富的阅读世界。”

“年轻人对阅读载体的选择可能让纸质书的市场有危机。但是从另一个角度讲,年轻人的多彩给出版业带来更多活力。图书不一定用以往熟悉的媒介来表达,可能有更多表达方式。”张文彦说,年轻人带来阅读外在形式的变化,需要强调的是“什么是优秀的阅读的评价不会变。”

实体书店多元化看重IP

2023年10月,人气漫画家白茶在青岛新华书店书城举办新作《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子7》见面会,当天排队等待签名的人群绕了书城外广场好几圈,“90后”“00后”粉丝不仅买书,更是买空了现场周边文创

产品。实体书店中,IP价值体现的例子越来越多,青岛新华书店企划部负责人刘晓群表示,在动漫文化的推动下,IP价值在书店得到了充分体现。

年轻一代带来阅读改变,实体书店也必然随之变得多元化。“青岛新华书店在伴随着‘90后’‘00后’成长的过程中,紧跟动漫文化的潮流,不断丰富和优化动漫类书籍、手办、周边以及IP产品的种类和品质,满足年轻消费者的多元化需求,更推动了书店的持续发展与创新。”刘晓群介绍,青岛书城二楼打造动漫专区,并用丰富的IP形象和场景吸引青年读者,聚拢了书城的人气。此外,书店还推出特色文化市集和主题阅读书展等等,吸引更多读者来到书店。书城里的24小时书店明阅岛,也赶着“夜校”的潮流,在2023年起就开设了多样课程。

作为青岛老城的文化地标,良友书坊很重视青岛特色文创,今年春天的“鸥鸣阵阵”城市文化IP溯源系列,让青岛人和外地游客带回“青岛海鸥”文创产品,留住城市的一种记忆。在冷艳看来,逛书店的年轻人,习惯相互分享旅行生活,“我要带一些文创分享给亲友”这个念头,让城市文创产品找到了很好的出口。

从单纯的图书售卖场所,到为阅读服务的空间,实体书店也在进行“年轻态”更新,一起与“90后”“00后”,全面进入网络时期的“泛阅读”。



“鸥遇青岛”文创在良友书坊很受欢迎。