

耳朵里的新经济

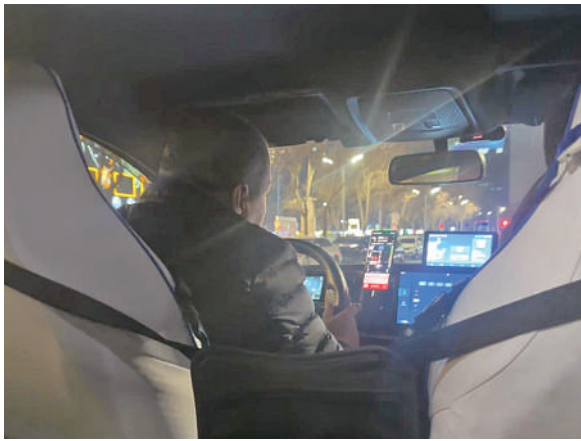
当耳畔的声音不再局限于日常寒暄与自然回响,播客、有声书、广播剧等音频形态正悄然重构生活场景与消费逻辑,“耳朵经济”以润物无声的姿态,成为激发经济活力的新兴力量。

在宁夏,这股声能正突破单一传播维度,催生出跨界融合的多元可能:从通勤路上的精神慰藉到文旅场景的深度沉浸,从本土文化的声动传播到特色产业的创新赋能,声音既是连接人与生活的情感纽带,也是激活消费潜力、释放文化价值的新载体,为全区经济发展注入新动能。



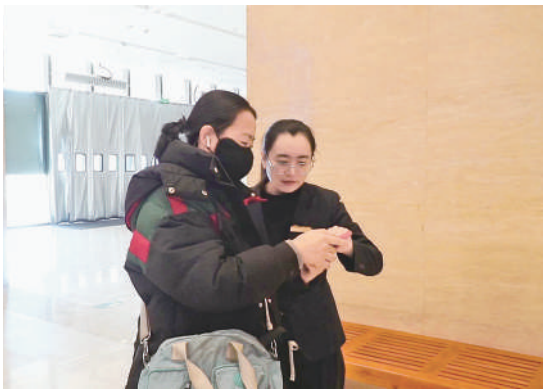
蒋智在录音。

本报记者 徐琳 摄



司机马塞虎听着广播。

本报记者 哈玲 摄



李臻(右)为游客讲解AI导览使用方法。

本报记者 李昊斌 摄



西夏陵博物馆内重点文物都配有导览定位,可以让游客“到点即听”。

本报记者 李昊斌 摄

「声」临其境 伴你找到温暖的归途

本报记者 哈玲

1月8日5时30分,出租车司机马塞虎已发动车辆,听着宁夏交通广播FM98.4,开始了新的一天……

早高峰拉了一对赶往银川火车站的小夫妻,抱怨老城堵车,正巧赶上节目里聊“银川早高峰避堵攻略”。马塞虎接话:“你听这节目说的,咱从上海路绕一下,保准不误送你赶火车。”小夫妻笑着回应,“师傅,这节目太懂本地情况了!”小夫妻一路听着节目里的诙谐段子,车厢里的沉闷全消。

“每天听着广播拉活儿已经成为一种习惯了。”马塞虎边开车边对记者说。到了中午,方言情景广播剧《的哥哈喜喜》声音准时传出,这是马塞虎最喜欢的一档节目。“这些节目,是我跑活儿多年的‘老伙计’。”节目里主播用地道的宁夏方言调侃着当前的物价,马塞虎跟着哈哈大笑。《的哥哈喜喜》将出租车司机这一群体的悲喜展现在听众面前,贴近生活的同时,也成为哥的姐营运途中的精神食粮。

对马塞虎而言,广播剧不只是消遣,更是车厢里的调味剂,是拉近与乘客距离的纽带,让穿梭在银川街巷的每一段路程,都变得满是烟火气与温暖。

数据显示,2024年,我国在线音频用户规模达7.47亿人,产业市场规模突破5688.2亿元,“耳朵经济”已然成为信息消费的新增长点。在宁夏,这股浪潮不仅催生了漫葡·看见贺兰山等沉浸式文旅音频导览、智能音频设备消费等多元业态,更深深嵌入日常通勤、居家休憩的生活场景,成为无数人缓解疲惫、安放情绪的精神港湾。

“每天最放松的时刻,就是戴上耳机听音乐通勤路。”张琳在银川从事新媒体运营的工作,每天要坐一个多小时公交车往返于西夏区和兴庆区之间,这段路程,网易云音乐与喜马拉雅FM成了她固定的“旅伴”。

“早高峰的公交车挤得转不开身,要么听音乐放松神经,要么听一些宁夏本地的广播节目,因为有时候里面会有很多点子激发创意。”张琳笑着回忆,不久前在策划宁夏本地文旅推广方案时陷入瓶颈,正好听到宁夏旅游广播的《文旅之声》中嘉宾分享的贺兰山岩画音频导览经验,让她瞬间打通了思路。对她而言,耳畔的声音从不是简单的陪伴,更是化解工作难题的“隐形智囊”。

“如果说通勤路上的声音好似‘能量补给站’,那深夜里的音频,更像是我的‘情绪疗愈所’。”张琳顺手打开音乐软件播放了一首音乐,“我最喜欢的歌手是张杰,总觉得他的声音有种治愈人心的力量,每当失眠或者焦虑时,我就听听他的歌或者轻音乐,打开定时关闭的功能,然后就会慢慢入睡。”那些温柔的声音就像“电子医生”,默默承接住打工人的焦虑,让她们在独处的夜晚不再孤单。

在快节奏的生活里,这些流淌在耳畔的声音,不仅改变了消费习惯,更深深融入了当地的烟火日常,成为安放心灵、汲取力量的精神角落,让每一个努力生活的人,都能在声音的世界里,找到属于自己的温暖归途。

借「声」发力 解锁消费新路径

本报记者 李昊斌

“请列出我要重点参观的文物。”1月8日中午,在西夏陵博物馆内,浙江游客周思对着手机轻声提问。3秒钟后,手机里便配合着风声、乐声传来文物背后的历史故事。

“它不只是告诉你看到的是什么,更让你‘听见’那段历史。”周思感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周思的“声音”体验源于一套由AI驱动的智能导览系统。西夏陵博物馆讲解部副部长李臻介绍,这套系统覆盖了全部参观点,其核心在于交互性,游客可以直接提问,系统随即给予回应。更重要的是,它支持自动感应定位与多人同时使用。

“这仅仅是起点,博物馆已逐步将这种现场的声音体验延伸至游客离开之后。馆方将智能导览中的核心解说内容,系统化地打磨为精品音频课程。”李臻打开导览界面说,例如《神秘的西夏》系列,游客产生兴趣后,可在线付费购买,进行深度学习,完成了从“视觉拥有”到“听觉认知”的消费增值。

在宁夏博物馆,同样经历了声音服务的迭代。工作人员杜薇回忆,从2012年需手动输入编号的导览器,到如今支持手机扫码预约的感应式设备,免费语音导览的便捷性大幅提升。“虽然不直接创收,但它激发了游客的热情,让游客更愿意停留、探索,甚至产生二次消费。”杜薇介绍,宁夏博物馆汇聚了宁夏各地文物,免费的语音导览是让游客不仅停留在参观这一层面,而是喜欢上宁夏的历史,进而前往西夏陵、沙坡头等关联景区。

如果说博物馆的“声音经济”侧重于将知识系统化、产品化,那么旅游景区则致力于将声音场景化、体验化,从而直接拉动现场消费。

在中卫市沙坡头景区,奔腾的黄河水与无垠的沙漠不再是静默的背景。景区开发的“黄河涛声”沉浸式音频剧场,让游客站在特定观景台上,耳边便被精心采集、混编的澎湃水声与古老黄河号子萦绕,延长了驻足时间。“南方游客很喜欢这个项目,他们很少有机会听到黄河奔腾的轰鸣与船工号子的粗犷吟唱,声音力量成为一种情感媒介,让地理距离遥远的游客与黄河文化产生共鸣。”景区相关负责人朱文军说。

“在聆听风景的过程中,可以实现与自我、与地方文化的深度共鸣。”朱文军说,声音不仅是记录,更是对宁夏文化气质的一次解读,千篇一律的视觉奇观容易让人产生审美疲劳,能触动人心的声音体验或许正是破解文旅同质化困局的一把钥匙。

「声」入人心 以热爱为桨奔赴未来

本报记者 徐琳

“把热爱变成可持续的事业,让声音被更多人听见,这是我们一直坚持的事。”

1月5日,在银川市一间温馨的居家录音棚里,有声主播“开声芝麻”团队负责人蒋智调试着麦克风,身前整齐摆放的录音设备,静静诉说着5年来他和团队在有声经济中的奋斗历程。这支十余人的线上团队,深耕喜马拉雅儿童赛道,腾讯音乐(TME)、番茄小说等平台有声赛道,在“耳朵经济”的浪潮中奏响独特的创业和声。

2021年,借着喜马拉雅有声培训的契机,声音爱好者蒋智叩开了有声行业的大门。彼时,“会说话就行”的说法让行业门槛显得格外亲民,可将蒋真正踏入才发现,试音环节堪比一场严苛的“声音面试”。令人惊喜的是,人行仅一个月,蒋智就凭借扎实的声线功底和细腻的角色塑造力,拿下月薪1800元的项目,一举触碰到业余有声从业者的天花板。

如今,蒋智团队早已搭建起多元收益矩阵。番茄小说150元的稳定时薪、喜马拉雅20%的流量分成、TME按听众体量结算的分成模式,让“声音变现”从偶然的惊喜,变成了细水长流的稳定营收。“外人总觉得设备是入行的关键,刚起步时我也这么认为。”蒋智笑着坦言,直到配齐专业器材他才明白,真正立足行业的核心,从来都是声音的感染力与演绎的真本事。

为了高效产出优质内容,团队摸索出一套成熟的线上协作模式。从单播小说的娓娓道来,到双播小说的精彩对白,再到多播情景剧的生动演绎,蒋智会将不同类型的作品拆解成具体任务,团队成员各自认领录制,最后由核心团队统一剪辑、审核、发布。每天2个小时的固定创作时长,看似短暂,却以高频次的内容输出筑牢声音根基。

精准卡位儿童赛道的“开声芝麻”,如今在喜马拉雅已积累21万粉丝,成为不少家长心中的“宝藏”有声账号。团队还顺势布局短视频平台,在抖音、快手推送趣味童话故事,打通“有声+短视频”的传播链路。

“你猫猫你,咋活了么?”这是蒋智参与宁夏现象级广播剧《的哥哈喜喜》中便利店老板老曹的台词,至今令他记忆犹新。这部充满浓郁宁夏方言特色、播出超1800集的作品,用鲜活的百姓故事勾勒出塞上大地的烟火气,早已成为刻在宁夏人记忆里的声音符号。“能参与这部作品,是我的荣幸,更让我意识到,声音里藏着文化的温度,藏着宁夏本土IP的无限潜力。”蒋智感慨道。

作为自由度极高的行业,有声行业的耳朵经济打破了地域的限制,让这支扎根宁夏的团队得以服务全国市场。但蒋智也深知,这份“时尚”的事业从来不是一帆风顺:“行业自由,但坚持最难,天赋之外,更需要日复一日打磨。”

当下,面对耳朵经济的蓬勃浪潮,他们正计划挖掘更多宁夏本土文化元素,让方言的韵味、非遗的故事、文旅的魅力,都通过音频的形式传播出去。让宁夏的声音,从引领潮流的时尚风口驶向更广阔的未来。

「声」动未来 探索「耳朵经济」新路径

本报记者 徐琳

“哇哦,我还以为水洞沟只是一条水沟呢!没想到这么大呀……”1月5日,银川市民刘玉玲打开喜马拉雅App,播放睡前故事《大中华寻宝记·宁夏寻宝记》,不仅让孩子在生动的讲述里认识了水洞沟遗址的远古文明,更激发了孩子对宁夏历史的兴趣,计划去现场“解锁”故事里的考古遗迹。

当下,声音已不再是单纯的信息载体,更成为具备市场价值的消费产品,催生着新的消费习惯与商业机遇。“宁夏发展‘耳朵经济’有着天然的优势。”宁夏大学新闻传播学院教授谢明辉表示,黄河涛声、沙漠风鸣等天然音景,丝绸之路等IP,花儿、口弦等非遗文化,以及葡萄酒、枸杞等特色产业的发展,共同构成了多层次的声景富矿,这些资源既能转化为优质音频内容,又能与文旅、消费深度融合,形成具有宁夏特色产业竞争力。

如今,宁夏已在有声经济领域开展实质性探索。在内容创作上,2025年11月上线的三集广播连续剧《不负文明》,以西夏陵申遗为背景,用声音艺术生动讲述多民族交往交流交融的故事。在产业融合上,彭阳县于2025年4月签约了总投资11.5亿元的智能语音装备制造项目,切入硬件供应链前端。在2025年的中国国际版权博览会上,宁夏的文学版权资源被系统性“打包”输出,与多家头部平台达成合作,用于有声书、数字阅读等服务,展现出通过版权运营放大声音内容价值的巨大潜力。

然而,发展“耳朵经济”还面临诸多挑战。“讲宁夏的音频内容较为零散,找不到成体系的好作品,有的节目制作太粗糙,听着没味道,还有的听完就没了,想订景区门票,没有方便的入口,没法把听故事的兴趣变成实实在在的消费。”作为资深有声书用户,银川市民李婷婷建议,制作宁夏板块上线各大音频平台,把黄河风光、葡萄酒文化这些内容分门别类整理好,最好每段故事后面都能直接挂景区门票预订、特产购买的链接,以及听音频领优惠券的活动,这样听众听着有意思,消费起来也方便。

“要让宁夏‘耳朵经济’落地见效,需做好顶层设计、打好‘组合拳’。”谢明辉建议,建好“音素材库”,成立文旅、宣传、广电等多部门联合专项小组,梳理贺兰山、黄河等资源家底,建立标准化“宁夏声音IP库”。还可以打造爆款内容,邀请顶尖团队提升制作水准,同时挖掘民间故事,集中力量打造全国性爆款音频剧。强化技术赋能,开发“宁夏声音地图”小程序,线下场景广泛设置二维码“声音触点”,实现听故事、买特产无缝衔接,此外,建议创新商业模式,推出“听剧送福利”活动与“宁夏声音护照”会员体系,推动流量变“留量”。整合高校、资本等多方资源,借节庆打造“声音驿站”,最终构建“可听、可感、可购、可分享”的声音生态,让声音成为宁夏文旅消费“主菜”。