



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。

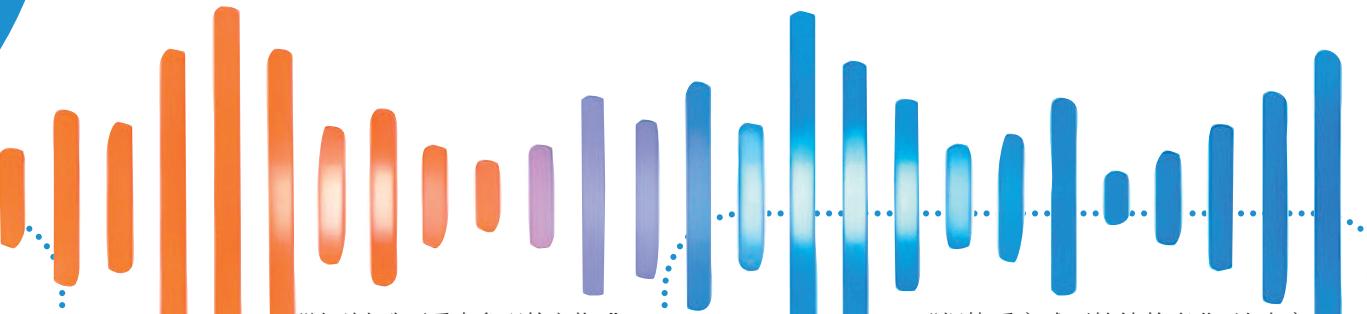
在宁夏,这股声能正突破单一传播维度,催生出跨界融合的多元可能:从通勤路上的精神慰藉到文旅场景的深度沉浸,从本土文化的声动传播到特色产业的创新赋能,声音既是连接人与生活的情感纽带,也是激活消费潜力、释放文化价值的新载体,为全区经济发展注入新动能。



蒋智在录音。



司机马塞虎听着广播。

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

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,保准不耽误你赶火车。”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。“这档节目,是我跑活儿多年的‘老伙计’。”节目中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,也成为的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,更是车厢里的调剂剂,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游、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的通勤路。”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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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。

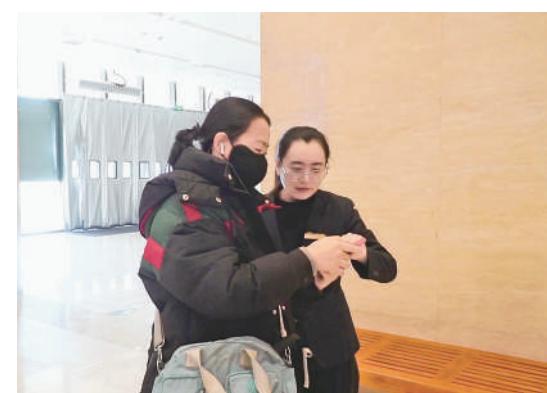
如果说博物馆的“声音经济”侧重于将知识系统化、产品化,那么旅游景区则致力于将声音场景化、体验化,从而直接拉动现场消费。

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,耳边便被精心采录、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。



蒋智在录音。

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

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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,耳边便被精心采录、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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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,耳边便被精心采录、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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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,耳边便被精心采录、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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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,耳边便被精心采录、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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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”的消费升级。

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,耳边便被精心采录、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。

“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,浙江游客周墨对着手机轻声提问。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。”周墨感慨,“不知不觉就在这儿待了一上午,最后还买了一套文创产品。”

周墨的“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