

点热评

线下逛书市,走出算法的“框”

邢妍妍

这几天的地坛,可谓一半是银杏,一半是书海。“我与地坛”北京书市自9月17日开幕以来,已累计接待读者超30万人次。其中首个周六单日入园读者就突破9万人次,创下本届单日最高接待纪录。拉着小推车的老人、拎着鼓鼓袋子的学生、带着孩子的家长,还有拉着行李箱前来“扫货”的年轻人,穿行在密密匝匝的书摊之间,火爆场面被网友笑称为“买书像抢鸡蛋”。

不仅地坛书市,8月的上海书展,双主场接待读者超42.2万人次,图书、文创产品、餐饮销售额均创历史新高。几天前的南国书香节,线上线下累计参与人次突破5600万,深圳、佛山、东莞等地分会场单日客流均突破万人次。

在手指轻划就能把书买回家、点开屏幕就能读完一本书的今天,人们为何依然愿意走进线下书市,在一个个书摊前驻足、翻看,甚至被挤来挤去?

首先因为那份能“淘”到好书的满足感。有年轻读者说,网购大多是带着目标主动找书,而在这里偶遇一本意料之外的好书,正是线下书市独有的乐趣。这种不期而遇的惊喜,让逛书市跳出单纯的买书消费,变成了一种充满未知与期待的阅读探索。平日里,人们在算法推荐下买了不少“猜你喜欢”的书,读了不少“猜你喜欢”的内容,看似选择很多,实则始终在自己的认知半径里打转。但书市的价值在于它用物理空间的随机性走出了算法的“框”,那些在推荐流里很难刷到的小众出版社,在电商搜索中排名靠后的冷门作者和作品,都有可能在一个不起眼的书摊前与你迎面相遇。这种遇见更广阔世界的可能,正是书市无可替代的魅力所在。

其次是书市带给读者一种难得的可分享的公共体验。一个人在家翻开一本书,是私人的、安静的,甚至是孤独的。但在书市里,阅读变成了一件可以被看见、被讨论、被共享的事。出版社编辑精心手写的书籍推荐语、旧书摊上那些泛黄的纸张、偶尔可见的笔记,让读书人得以经由一本书触摸另一个人的阅读喜好。而人群里关于某位作者的讨论、关于某本书的争论,则让阅读这件事从纸页间走了出来,有了声音、有了温度、有了可被感知的氛围。人们在这里遇见的,不只是书,还有一群和自己一样愿意为书停留的人。

第二十三次全国国民阅读调查显示,数字化阅读接触率已达80.8%,但45.9%的成年国民仍偏好纸质书,居各类阅读方式首位。我们不禁想问:在获取知识如此便捷的指尖时代,纸质阅读为何依然如此鲜活?

手机上的阅读,天然被社交、通知、碎片信息所包围,注意力始终处于一种可随时被打断的悬浮状态,很难支撑一种需要反复咀嚼的深度沉浸。纸质书反而构成了一道屏障,将读者从信息洪流中暂时拉出来,迫使你慢下来、沉进去,去感悟那些深度的内容。

更重要的是,纸质阅读承载了一种数字阅读很难拥有的收藏价值。外文原版书籍、精品纪念版、旧书善本等,都是人们走进书市的重要理由。古人需要与潮湿、火灾、虫害作战才能保有一册藏书,“藏”本身就是一种珍视。今天的读者不再需要对抗这些,但需要对抗另一种精神上的侵蚀,即注意力的涣散与心理的怠惰。而纸质书的存在,恰恰提供了一种对抗的凭依。

载体是纸质还是数字,其实在内容面前并不重要,因为书之于人的意义从未改变。如何让更多人从“划过”走向“读完”,从知道走向更深层的理解,才是全民阅读走向深入的关键命题。

最是书香能致远。愿你我都能在阅读中,遇见更好的自己。

“百元一日聚”戳中了什么

张元钊

包车包餐、KTV棋牌、打卡拍照……不少媒体报道,人均百元的老年人“一日聚”从长三角地区火了起来,大有向更多地方蔓延的趋势。

与传统聚会流程不同,“一日聚”主打平价消费、松弛体验、熟人社交。免费开放的KTV、丰富的棋牌桌游,让老同学、老同事、老街坊们可以毫无压力地从早聊到晚,不需要到处赶场子,也不需要商讨活动的内容和形式,更不需要担心花销太大,热闹一整天,才花费100元。

从需求侧看,超高性价比是百元“一日聚”走红的重要原因。它省掉了几笔容易被忽略的成本:选地点的纠结、定项目的反复、轮流买单的推让。人均100元左右,吃两顿饭,娱乐活动包含在内,可以选择唱歌、打牌或者拍照留念,也可以什么都不做,只喝茶杯聊聊聊天。一天时间都安排满了,在一个地方就完成全部社交需求,精准戳中了部分活力老人在生活刚需之外社交场景的缺失和对情感的渴望。

从供给侧看,100元左右的价格正好处于一个比较合适的范围,既不会让消费者担心吃亏,也让商家能提供有一定质量的服务。大部分“一日聚”只接套餐预订,精准控制食材损耗,降低运营成本。而且,对于传统餐饮和KTV企业而言,工作日的白天通常翻台率低、空置率高,老人们的聚会恰好与之形成互补。门店将原本闲置的空间与时间打包“批发”给老年群体,在实现边际成本最小化的同时,也给老年人提供了社交场景与情绪价值。

传统银发消费市场,往往把目光聚焦在医疗、养老等赛道,很少有人针对银发群体社会交往的空白专门开发相应的消费产品。从经济学视角来看,匹配老年人消费需求的“百元一日聚”模式还具有长尾效应:服务本身就具有很高的复购价值,企业还可以借助银发社群口碑传播降低获客成本,让用户黏性自然而然形成。

但我们也要看到,随着“百元一日聚”走俏市场,商家服务模式同质化、利润空间微薄等现实隐忧也逐渐浮出水面,甚至还出现了一些影响体验的负面新闻。如何在低价的同时确保用户体验,让银发“百元一日聚”模式走得更远呢?

一方面,企业要用透明定价和一站式贴心服务打破信任壁垒,深挖老年人的生活、情感需求,创造更多老年人“社交+文娱+餐饮+康养医疗”的消费场景,在帮助老年群体建立新社交圈层的同时,进一步延伸“一日聚”业务链条。另一方面,经营主体也应弱化推销思维,注重人文关怀,通过加强与休闲场馆、社区服务机构以及老年大学的合作,利用现有场地和时段创新“一日聚”服务模式,在实现商业价值的同时让老年人有更多收获。

“百元一日聚”走红,是适老社交、适老文娱消费提速的一个缩影,也是银发市场潜力的体现。这也说明老年人要的不只是被照料,还有被需要和足够的陪伴。把闲置的时段盘活,把情感的需求接住,相信不起眼的百元生意也能有大空间。

读懂“拼假游”升温背后的期待

唐传艳

今年中秋、国庆假期相邻,不少上班族通过调休、请年假等方式实现“请3休13”,来一场长途旅行。“9月24日使用调休,9月28日至30日使用3天年假,其余为法定假日和周末”,北京的丰先生拼出14天假期,计划去塞尔维亚等三个欧洲国家旅行。在线旅行平台发布的报告显示,部分游客通过拼假把假期利用率拉满。某平台发布的最新预订数据表明,国庆团期出游用户中,超35%选择假期前出发,还有不少人“抢跑错峰”,以避开中秋首波出行高峰。(见9月27日《工人日报》)

“拼假游”走红,既源于今年假期的特殊性,也折射出民众高涨的出行意愿。今年中秋与国庆之间只隔3个工作日,请3天年假就能连成十几天长假,“搭桥式”拼假门槛降低。同时,随着带薪休假制度逐步落实和文旅消费持续升温,居民出游热情进一步释放。与过去“赶场式”观光不同,越来越多游客更舍得为长线和深度旅游花时间,出境多国联游、跨省自驾、边玩边学等成为新选择,错峰出行、多波次出行特征更加明显。

社会节奏加快,人们渴望一段完整、不被打断、能自己支配的时间,慢下来好好体验路上的风景,享受旅途中的生活。不少人也盼着休假能够少些顾虑,尤其不用担心影响职业评价和积压手头工作;还期待错峰能真正换来实惠,机票住宿更平价、景区不再人挤人。拼出一次超长假期当然值得庆幸,但很多人更期待高质量休假能从今年独有变成年年可享,从零散走向稳定可期、覆盖面更广。

让职工敢休假、休得好,用人单位的理解和包容很关键。单位不妨把账算长远,允许职工用年假、调休等组合方式安排假期。假期来临前,可以通过提前排班、岗位备份、合理交接,把工作安排妥当,让职工玩得安心。对确需参与的事务,与其要求职工随时待命,不如构建更加高效的远程协作办公模式,明确工作边界,避免休假变成隐形加班。近年来,一些企业主动增设带薪年假、推行弹性办公,这些充满善意的做法值得鼓励。在保障休假方面,用人单位多一份制度安排,职工就少一分后顾之忧。

“拼假游”要游得尽兴,还需要文旅供给和公共服务同步升级。旅游市场可开发多元化产品和线路,把观光和人文、自然探索结合起来,推进跨区域联动和“票根经济”“一票多景”。面对拉长的客流周期,景区和各地要提前预判、弹性调配,做好交通疏导、价格监管、安全应急和消费者权益保障。

“拼假游”升温是好事,但从容休假不能只靠个人精打细算。将休假制度真正落到实处,让用人单位有安排、员工有底气,假期的价值才能充分释放,“在路上”才能更从容、更丰富。