

# 有声读物APP设计研究

## ——以微信听书为例

唐倩倩

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年2月19日; 录用日期: 2024年3月11日; 发布日期: 2024年4月15日

### 摘要

伴随社会的高速运转, 科学技术的不断更新换代, 有声读物成为人们阅读书籍的重要方式之一, 逐渐融入到人们日常生活中, 在社会受到一定的关注。近年来, 有声读物平台发展迅速, 拥有较为广阔的市场前景, 众多有声读物APP涌现。然而, 目前较多有声读物APP在设计层面仍面临一定的困境, 如界面设计不够完善, 使用场景设计较为单一等问题。在此背景下, 文章通过引入有声读物的概念, 结合微信听书APP, 梳理微信听书APP的设计特色, 着重探究微信听书APP设计层面存在的困境, 进而提出对应纾解对策, 以期有声读物APP的设计完善提供参考思路。

### 关键词

有声读物APP, 设计, 微信听书

# Research on Audio Book APP Design

## —Taking Wechat Listening APP as an Example

Qianqian Tang

College of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 19<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 11<sup>th</sup>, 2024; published: Apr. 15<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

With the high-speed operation of society and the continuous upgrading of science and technology, audio books have become one of the important ways for people to read books, and have gradually integrated into people's daily life, and received certain attention in the society. In recent years, the audio book platform has developed rapidly and has a broad market prospect, and many audio book apps have emerged. However, at present, many audio book apps still face certain difficulties

文章引用: 唐倩倩. 有声读物 APP 设计研究[J]. 设计, 2024, 9(2): 311-315.

DOI: 10.12677/design.2024.92216

in the design level, such as the interface design is not perfect, the use of the scene design is relatively simple and other problems. In this context, by introducing the concept of audio books and combining with Wechat Listening APP, this paper sorts out the design characteristics of Wechat Listening APP, focuses on exploring the difficulties existing in the design of Wechat Listening APP, and then proposes corresponding countermeasures, in order to provide reference ideas for the design improvement of audio books APP.

## Keywords

Audio Book, Design, Wechat Listening

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

得益于新媒体技术的快速发展,大众阅读的载体由传统书籍拓展到智能手机等可移动终端,人们的阅读方式更加多元化,数字阅读逐渐成为人们日常生活的重要组成部分。近年来,有声出版逐渐受到人们欢迎,各种有声出版平台如雨后春笋般层出不穷。

第二十次全国国民阅读调查结果显示,我国成年国民各媒介综合阅读率持续稳定增长,成年国民数字化阅读倾向进一步增强,数字化阅读方式的接触率为 80.1%。成年国民通常会选择多元化的载体进行数字阅读,其结果显示 77.8%的成年国民进行过手机阅读;71.5%的成年国民进行过网络在线阅读;26.8%的成年国民在电子阅读器上阅读;21.3%的成年国民使用平板电脑进行数字化阅读[1]。

在此背景之下,文章采用案例分析法,通过引入“有声读物”的概念,对微信听书 APP 进行剖析,厘清微信听书 APP 设计特点,探究其在设计层面所面临的困境,并提出相应的突破路径。

## 2. 概念界定

### 2.1. 有声读物

有声读物是指“有声音的出版物”,英文译作“audio book”。《辞海》中有声读物的定义是:录制在磁带里的出版物,即能发出声音的“电子书”[2]。第一部有声读物诞生于美国,起初通过唱片形式刻录语言教学内容,美国有声读物协会对有声读物的定义也因此被公认为最权威的,该机构认为有声读物是指“其中包含不低于 51%的文字内容,复制和包装成盒式磁带、高密度光盘或者单纯数字文件等形式进行销售的任何录音产品”[3]。

我国有声读物发展之初主要以磁带和光盘为载体,伴随科学技术的日新月异,有声读物逐渐呈现便捷化、移动化趋势。现如今,有声读物可以通过各种移动终端的应用程序为人们提供声音盛宴。因此,美国有声读物协会有关于有声读物的概念,在当下是具有一定的局限性,需要进一步扩充。

由于当前有声读物呈现多样化的发展趋势,我国学者对此概念暂无统一论。学者孟丹丹在学习总结前人文献的基础之上,将移动互联时期的有声读物界定为:以移动智能终端、光盘、磁带或其他音频方式为载体,以“耳朵听”代替“眼睛看”为阅读方式,以纸质图书为文本或原创独立策划内容,可通过在线收听、下载收听或播放器收听的录音制品[4]。学者施琪蓉将有声读物定义为完全遵循书籍原文,逐字朗读的有声书产品,以及在书籍原文的基础上由朗读者加入口语化表达或改编后录制的有声读物,

即 AI 语音和真人颂播的有声书、讲书、广播剧等[5]。

## 2.2. 有声读物 APP

APP 为英文 Application 的简称,指的是安装在智能设备上的应用程序。有声读物 APP 是指针对有声读物的生产、集合、营销提供运营服务和技术支持应用程序,目前国内头部有声读物 APP 主要有喜马拉雅 FM、得到、樊登读书、微信听书等。有声读物 APP 有效运用数字技术的优势,整合文字、音频等资源,建立较为完备的有声读物产业链,借助智能终端、收听软件等设施,实现录音、听书、分享等功能,受到人们的广泛欢迎。

## 3. 微信听书 APP 设计特色

### 3.1. 内容设计策略:整合优质内容资源

近年来,随着有声读物平台、智能手机、电子阅读产品的不断更新换代,人们愿意为知识付费的意识不断增强,有声读物用户群体随之不断壮大。有声读物平台与传统的纸质出版物相比,能够为广大读者提供了更为便捷、丰富的书籍内容。

微信听书是微信官方听书应用,该产品与 2020 年 12 月上架,可以收听有声小说、书籍和各类音频节目[6],该平台依托微信 APP,拥有庞大的用户基础,成为目前国内重要的有声读物 APP。

一般来说,有声读物 APP 中图书资源主要分为实体出版物中的有声类产品和以在线的音频内容。在微信听书 APP 中,可供阅读的资源丰富多元,在平台储存大量来自不同国家和地区的资源,以满足不同年龄段和职业人士的阅读需求,其内容涉及文学、政治军事、历史、心理学、哲学,商业经济等方面。

近年来,各种有声读物平台不断涌现,如何在激烈的市场竞争中占据一席之地,成为各大平台设计所要思考的问题。优质的内容资源是保障平台稳定发展的“定心石”,微信听书 APP 凭借优质的内容资源,使其在大量同质化的平台中脱颖而出,得到不少使用者的信赖。

### 3.2. 盈利设计策略:打造会员精选栏目

伴随着媒介技术的高速发展,声音景观与听觉文化互相交织,促进了耳朵的苏醒、延伸与消费,催生了“耳朵经济”的崛起。在耳朵经济市场中,有声读物的消费是其重要的组成部分,并成为推动其经济增长的主力军。

目前,有声读物 APP 最常用的业务模式为会员付费,这一模式也被微信听书 APP 所采用。在用户第一次下载注册微信听书时,可以参与“每周一抽”的活动,即有机会获得会员体验卡,会员体验卡时长为 30 天,在此期间用户可在平台中体验会员享有的各种福利。这种设计模式不仅可以使用户更好地了解该应用程序,而且可以不断提高用户体验,在一定程度上增强用户黏度。试用结束后,用户如果想继续使用该服务,微信听书 APP 会采用收费模式,提供用户三大特权,其一为会员可获得全场无限畅听权限,其二为会员可享受专享专辑,其三为会员可以享受订阅无上限的福利。

微信听书 APP 的会员有三种开通形式,月卡费用为 25 元,季卡费用为 50 元,年卡则是 168 元,在价格设计层面与同类型产品基本持平。近年来,我国居民人均可支配收入呈增长趋势,消费结构不断转型,人们为知识付费的意识不断提高,在此背景下,微信听书的盈利设计策略,比较容易被广大用户接受。

## 4. 微信听书 APP 的设计困境

### 4.1. 界面设计弱化

与同类产品相比,微信听书 APP 存在着界面设计弱化的不足。首先,微信听书 APP 首页内容过于简

洁，只分为“推荐”和“分类”两个页面，缺乏一定的引导功能。其次，微信听书 APP 分类标题较多，但缺乏权威的分级标准，导致可能存在分类资源不均衡的情况。最后，微信听书 APP 整体设计风格较为单一，与荔枝 APP、小宇宙 APP 等同类平台相比，不具备突出的元素和记忆点。

根据艾媒咨询统计数据显示，有 52.5% 的音频用户购买音频产品时，会考虑“界面设计”这一因素，“界面设计”是在线音频使用者衡量音频产品的一项重要指标[7]。因此合理的界面设计就显得尤为重要，这不仅能够体现出有声读物产品的品质，还能提高用户的使用体验感，增强用户黏性。微信听书 APP 要想得到长远发展，需要加强对界面设计的重视程度，对软件版面进行定时优化，以新颖的版面设计和贴心实用的功能导航来吸引用户，不断提高用户对微信听书 APP 的体验感。

## 4.2. 使用场景设计单一

在数字阅读的大背景之下，用户使用有声读物的便捷性不断提高，但仍存在使用场景设计单一的弊端。用户使用有声读物平台受到个人兴趣、时间、场景需求等因素的影响，单一要素如果得不到满足，用户就会减少对平台的使用频率。

在微信听书 APP 中，目前尚未形成有声读物内容与时间、用户地理位置等数据相匹配的智能化调节功能，存在使用场景设计单一的短板。例如在上班、吃饭或休息等时段，其背景音乐的风格、音频语速等氛围并没有随着场景的变化而有所差异。一般而言，上下班通勤场景、居家场景、夜间场景、学习场景、运动场景和亲子场景为有声读物消费的主要场景，因此需要结合不同场景特点进行内容推荐的优化和内容模式的智能调适[8]。微信听书 APP 目前仍未针对几大通用的场景，开发出相应的场景功能面板。

## 5. 微信听书 APP 设计的突围路径

### 5.1. 界面设计：形式服务于内容

对于有声读物 APP，界面设计是一项尤为重要工作，是其长期发展的重要保障。特别是当下数字化阅读不断进步发展，有声读物的用户呈现出进一步扩大的趋势，APP 要不断优化界面设计，其页面审美和使用功能都需要不断地进行更新迭代，满足用户使用需求，才能在竞争激烈的数字阅读市场中站稳脚跟。

微信听书 APP 要做好界面设计，使其形式服务于内容，可以从以下三点出发。第一，在用户调研方面，深入挖掘用户的潜在需求，把用户对平台的功能、设计、外观等合理需求整合到界面设计中，在对用户的使用环境和浏览习惯进行调查的基础上，实现以用户为中心的界面设计。第二，在交互设计方面，尽量降低不必要的信息流对用户注意力的干扰，为用户构造一个专注的听觉空间，让用户能够快速检索并精准找到自己所需的音频内容，提高用户的使用体验，持续提升用户的黏度。第三，在界面设计方面，应本着简便、实用的原则，频道和版面内的图文应删繁就简，尽量减少色彩艳丽、图像杂乱等不符合规范的专辑封面。对于分类不够清晰、导航不够明确的部分页面来说，微信听书 APP 应对其形式布局和内容分布进行合理安排，设计兼具美观与实用性的页面，为用户提供愿听、爱听、耐听的音频内容。

### 5.2. 场景设计：打造专属信息空间

在现如今的新媒体时代，用户对个性化需求重视程度越来越高，由此催生了算法为核心的信息服务技术，为用户打造专属的信息空间，可以提高用户的使用体验感。因此，微信听书 APP 应对用户的使用场景进行优化，以满足其个性化的信息服务需求，具体设计思路可以从以下三点出发。

第一，微信听书 APP 需搭上技术的“便车”，将大数据计算、人机交互与混合现实等为支撑的媒介场景，进一步嵌入用户的生活场景，不断提高用户体验，增加用户黏性。搭建人机共“声”的多元场景，

以衔接学习、工作、休息等不同的使用场景，满足用户多样化的个性需求。

第二，微信听书 APP 应精准定位，构建用户画像，精准匹配用户需求。平台定期开展市场调研，深入了解行业环境，应用大数据技术，对用户的使用特征和使用喜好进行调查；在此基础上，根据不同的用户特征，探索基于用户中心的智能化推荐系统，通过设定更加完善的阅读标签，达到个性化定制。与此同时，要对关键字进行精炼，以增强声音的甄别能力，使之尽可能地为使用者提供便利。

第三，微信听书 APP 可以打造智能适配场景，更好为用户服务。在注意力成为稀缺资源的时代，如何匹配用户个性化需求，打造智能化适配场景成为有声读物平台的突围路径之一。平台可以适当划分阅读场景，可依据不同用户群体的阅读喜好，不断丰富读物素材，并根据不同的使用场景，智能化调节播放进度、节数、语言表达方式及收听时间，以更好的为用户服务[9]。此外，微信听书 APP 可以根据观众的个性化需求，开发出更多的衍生产品，这不但可以为用户创造专属的信息空间，进一步提高用户的使用黏性，还可以推动衍生产品的工业化生产，促进平台长远发展。

## 6. 结语

在数字阅读的背景之下，有声读物平台迎来了新的发展机遇，但是同时也面临着一定的困境。文章通过分析微信听书 APP 的设计策略，厘清其目前设计层面的发展困境，提出微信听书 APP 可以从界面、场景这两个层面同时发力，不断提升有声读物的质量，让平台的整体设计变得更加高效、简洁，为用户提供高水平的服务，以期让平台设计所产生的高附加值，能够有效转化为经济效益，促进有声读物平台健康有序发展[10]。

## 参考文献

- [1] 中国经济网. 第二十次全国国民阅读调查成果发布[EB/OL]. [http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202304/23/t20230423\\_38514176.shtml](http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202304/23/t20230423_38514176.shtml), 2023-04-23.
- [2] 史秋雨. 中国有声读物研究综述[J]. 图书馆论坛, 2012, 32(4): 32-35+20.
- [3] 赵俊卿. 有声读物的发展现状及其问题[J]. 今传媒, 2016, 24(6): 40-42.
- [4] 孟丹丹. 移动互联时代有声读物的发展现状、问题与对策[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2016.
- [5] 施琪蓉. 有声读物平台的知识生产与传播研究[D]: [硕士学位论文]. 漳州: 闽南师范大学, 2022.
- [6] 搜狐网. 微信听书上架: 每天可免费听 90 分钟[EB/OL]. [https://www.sohu.com/a/437823073\\_239259](https://www.sohu.com/a/437823073_239259), 2020-12-12.
- [7] 赖春欣. 喜马拉雅平台的网络音频出版模式与形态研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2022.
- [8] 沈悦, 金圣钧. 智媒时代有声出版的作用机理及优化路径[J]. 中国编辑, 2022, 20(11): 86-91.
- [9] 王雪玉洁, 杨宇鹤. 有声读物的发展成因、传播样态及品牌塑造[J]. 传媒, 2022, 24(20): 77-79.
- [10] 张天爽, 夏宗明. 基于 OBE 理论的文化教育类 APP 界面交互设计研究[J]. 设计, 2023, 36(19): 36-39.