



每天从清晨开始，数百万的用户通过喜马拉雅 APP、网站收听各种各样的音频节目。上下班路上、散步健身或是临睡前，都是音频得以最佳伴随的碎片时间和应用场景。

在苹果 App Store 里，喜马拉雅的用户评论说：“早晨，喜马拉雅叫我起床真爽！”“洗漱的时候，习惯把手机放在边上听新闻”“上下班路上，听好玩的段子不无聊了”“夜深了，有主播甜美的声音伴我入眠”。

喜马拉雅不是最早的进场者，但是已经成为市场占有率最高、提升最快的平台。喜马拉雅希望做的是什么？是“优秀声音的淘宝”。他们把“用声音分享人类智慧”提炼成他们公司的使命。这已经成为整个公司的主轴，他们希望走的路线是跟当年视频网站完全不一样的路线。

他们在 2016 年 6 月跟米未开启了知识付费，后来他们把它调整成内容付费。2016 年之后，“人格化、干货足、娱乐化”成了核心标准，知识消费的专业化和深度垂直化趋势明显。喜马拉雅联合创始人余建军说：“每一个领域最懂的人讲这个领域的东西，正在变成一种常态化，未来知识网红会大行其道。”

内容的生产离不开平台的支持。喜马拉雅 FM 采取了类似于苹果应用商城的模式，付费内容制作方即为内容提供者，平台提供从节目包装、资金扶持到培训服务等一系列孵化条件，以帮助更多“知识网红”挖掘优质内容，产生的收益则由双方共享。余建军说：“内容生产的实际过程中，喜马拉雅 FM 重度参与了整个课程的受众定位、课程内容的规划、课程体系的设计、课程

从有声书到有声剧，音频平台正加快行业布局。既然经典名著可以用有声书的方式收听，那么流行小说当然也可以。

定价，乃至后期的市场推广等方面，能够采取人工、程序、大数据三方数据综合来进行课程优化和精准推广。平台和内容生产者通力合作成为知识付费的标准操作模式，更加专业垂直、转化率更高的‘知识网红’时代即将到来。”

“人人都能听懂的《红楼梦》”，又有谁不爱呢？

伊塔洛·卡尔维诺的名篇《为什么要读经典作品？》中，有这样一个颇为有趣的说法：经典作品是那些你经常听人家说“我正在重读……”而不是“我正在读……”的书。

需要一再重读、常读常新的，

就是经典名著。比如《红楼梦》。

有人统计过，《红楼梦》中有名字或台词的角色共有 448 个，这相当于一个普通人一生社交圈容量的三倍。这些声音，既诉说着大观园的盛世繁华，也暗藏着荣国府的蝇营狗苟。如果你听懂了这 448 种声音，才算真的听懂了人世间。

如何体会《红楼梦》中的众声喧哗？阅读虽然是一种方式，但效果并不一定很好，《红楼梦》里人物对话的方式和我们现在说话的方式有很大的差别，普通读者往往会觉得《红楼梦》中的对话比较拗口，阅读体验不佳。倘若有一些专业的配音演员，用各具特色的声音让这些不同的生命有血有肉起来，让听众更容易接受，岂非妙哉？

正是基于这样的考虑，2018 年 12 月底，上海电影译制厂副厂长刘风和知名译制导演张欣联合出手，带着 30 多位配音演员，在录音棚里揣摩原著、反复排演，一步步地调整语气、语调与兴奋度，配上动效剪辑、环境音等元素，为了让红楼世界在耳朵里复现。历时 3 个月打磨，400 集的《红楼梦》全本有声剧终于在喜马拉雅 APP 上推出。其中，为贾政配音的，就是我們都很熟悉的著名配音演员乔榛，为贾母配音的，则是曹景行的姐姐、著名配音演员曹雷。曹雷，她是《爱德华大夫》中的女医生康斯坦丝，也是《茜茜公主》中的苏菲皇太后，她的声音极具



左图：台湾大学教授欧丽娟深度解析《红楼梦》。