

第15届上海书展暨“书香中国”上海周将于8月15日至21日举办

弘扬主流价值 传播先进文化

一批主题出版精品读物将集中亮相



左起：上海格致出版社推出的《上海改革开放40年大事研究》丛书、中华书局推出的《宋书》修订本、上海文艺出版社推出的《山盟》。(均出版方供图)

本报讯（记者许畅）一年一度，书香之约。昨天举行的上海市政府新闻发布会上，市新闻出版局宣布，第15届上海书展暨“书香中国”上海周将于8月15日至21日举办。

提升产业能级，助力上海文化品牌的建设。

今年书展主会场仍设在上海展览中心，同时在全市各处设立100个分会场。主会场人口处序馆将以“新时代、新作为、新篇章”为主题，集中展示学习宣传习近平新时代中国特色社会主义思想等的重点主题图书。

今年书展的主论坛暨“书香中国”阅读论坛，将以“改革开放再出发”为立意，由嘉宾与听众一同回顾思考“开放年代的光荣与梦想”。同时，为贯彻落实《长三角地区一体化发展三年行动计划（2018-2020年）》。

今年书展的主论坛暨“书香中国”阅读论坛，将以“改革开放再出发”为立意，由嘉宾与听众一同回顾思考“开放年代的光荣与梦想”。同时，为贯彻落实《长三角地区一体化发展三年行动计划（2018-2020年）》。



首次探索网络售票、主会场新设国学馆、100个分会场遍布全市……

请收下这份来自2018上海书展的邀请函

■本报记者 许畅

备受瞩目的2018上海书展暨“书香中国”上海周，今年亮点抢眼。记者昨天获悉，第15届上海书展将汇集全国500多家出版社15万余种图书。

服务行业，服务读者，走过15年的上海书展，正着力提升书展能级水平，持续提升国内领先地位和影响力。

首发新书500种活动200场，凸显上海首发效应

2008年，上海书展首次提出“上海首发、全国畅销”，在全国出版界引起强烈反响。今年上海书展将以更大力度推进“上海首发”，预计七天里将有上海和全国各地出版社首发新书500种。

今年上海书展将以更大力度推进“上海首发”，提升上海书展辨识度。预计书展七天里，将有上海和全国各地出版社首发新书500种，举办首发活动200场。

除了专业领域的学术出版物，多种人文社科、文学艺术领域新书也将在上海书展首发。包括上海文艺出版社推出的聚焦脱贫攻坚的长篇小说《山盟》。

新设国学馆聚焦传统文化，国际文学周展现国际视野

组委会关注到，以往颇受读者关注喜欢的传统文化类书籍，多分散在展馆不同区域。今年上海书展在主会场新设了国学馆，依托上海图书馆、上海古籍书店等平台资源。

邀请函内容，包含“推进‘上海首发’”、“聚焦文化经典”、“展现国际视野”等板块，介绍书展亮点。

作为上海书展的子品牌，上海国际文学周今年将以“旅行的意义”为主题。展览中心“西广场阳光棚”新设国际馆，8家参展单位将携30多个文种、5000余种图书参展。

要解决“上海购物”之“三不够”

购物品牌是敏感的市场传感器。新时代，科学技术日新月异，新消费潮流浩浩荡荡，人们的消费习惯发生极大改变。

首先是“不够奇”。不少购物中心、百货商场等购物实体通过引入各种智慧技术提升购物环境，别出心裁地策划、设计了主题式体验。

其次是“不够特”。20世纪90年代，购物中心倡导“我搭台、你唱戏”的思想，这在当时是先进的。

第三是“不够大”。这里所谓的“大”不在于商场、购物中心的面积之大，而在于环境格局之大。

从吸引力吸睛力感应力着手

要全面提高上海产品、技术和服务的创新能力、文化品位和附加值水平，显著提升上海品牌的国际知名度、美誉度、影响力。

吸引力——从“上海服务”品牌中寻求差异、打造“千店千面”新格局、巩固购物品牌认知度。

感应力——从“上海制造”品牌中实现价值、沉浸“多态体验”新环境、构筑购物品牌影响力。

创意思维——即PDCA循环，其含义是将质量管理分为四个阶段，即计划（plan）、执行（do）、检查（check）、调整（adjust）。

总而言之，只要进一步完善购物环境、提升购物吸引力、挖掘购物价值，必将全面提升“上海购物”品牌的认知度、美誉度和影响力。

曹祎遐 耿昊裔

赋能「上海购物」，提升大众消费环境