

新中国第一套邮票、开国纪念徽章、国庆票证……“我爱北京天安门”主题展向市民征集藏品

小物件见大情怀，百姓珍藏勾连新中国70年成就与变迁

■本报记者 李婷

“我爱北京天安门，天安门上太阳升。”这首歌深深地烙在国人心中。去一次北京，在天安门前留一张影，是不少人儿时的梦想，寄寓着中华儿女对祖国深沉的爱。

为庆祝新中国成立70周年，沪上将举办“我爱北京天安门”——庆祝中华人民共和国成立70周年图片、实物展，通过展示人们在天安门前的留影、各个年代的国庆物件，勾连起祖国70年的建设成就和百姓生活变迁。昨天，该展举办征集会，市民纷纷走进上海市群众艺术馆，送来他们的特色珍藏。新中国第一套邮票、开国纪念徽章、国庆票证……一个个小物件见证了大情怀。

小小邮票承载新中国成立初期宏大的历史记忆

应证的藏品中，三张与国徽有关的文件引人关注，其中的两张是当年中国人民政治协商会议上的讨论件——一张是中华人民共和国国徽的正反面图案，另一张是其图案说明，还有一张则是毛主席于1950年9月颁发的确定国徽的主席令。

这些泛黄的文件来自郭乃兴的收藏。郭乃兴是退伍军人，20年的军队生活，让他对人民军队，对祖国产生深厚的感情。这一次，他带来的藏品大多与人民解放军的荣誉和成就有关，包括了系列国庆纪念章、国庆书签、国庆专刊等。

1955年9月27日，是中国军人不能忘记的日子。这一天，中华人民共和国主席授衔授勋典礼在北京中南海怀仁堂隆重举行。郭乃兴收集的刘伯承、聂荣臻、许光达、许世友、陈再道等授衔、授勋典礼酒会的邀请函，见证了人民解放军的荣耀时刻。



史国庆向策展方提供了各个年代国庆节期间发放的票证，每张票证上都印有“国庆”两个字。如此钟情于国庆物件，与他的经历有关。他生于1958年9月中旬，当时正值中国第二个五年计划的开局之年，母亲怀孕之时，目之所及、耳之所闻皆“国庆”，于是为他起名为“国庆”。史国庆表示，这个名字带有鲜明的时代感，它是一个特殊的符号，给予了自己大半辈子的正能量，赋予他责任、使命和荣誉，他始终提醒自己不能辱没这个名字。

而冯胜带来的邮票，则见证了中国邮票发行史上的多个“第一”。这其中，包括新中国第一套邮票——1949年10月8日发行的“庆祝中国人民政治协商会议第一届全体会议”纪念邮票；新中国第一套外交邮票——“中苏友好同盟互助条约签订”纪念邮票；中国第一套妇女主题邮票——1953年发行的“庆祝三八国际妇女节”纪念邮票；纪念“八一”建军节发行的第一套邮票——“中国人民解放军建军二十五周年”纪念邮票；第一套以宪法为主题发行的纪念邮票——“中华人民共和国宪法”邮票；第一套“广播体操”纪念邮票……此外，还有“伟大的祖国系列”“重大历史事件系列”“经济建设系列”“中国保卫世界和平系列”“世界名人系列”……一枚枚小小的邮票，承载着新中国成立初期一些宏大的历史记忆。

41年拍摄近60万张照片，见证天安门广场每一个细节的改变

“有机会再来，我还在老地方给您拍照！”当天因工作原因未能来到现场的北京摄影师高源，通过视频展示了自己的珍藏。他从1979年开始就在天安门广场为来自全国各地的游客拍照，41年来，拍摄了近60万张照片，见证了天安门广场每一个细节的改变，人们着装、习惯、拍照方式的改变。高源记得，许多人来这里拍照，都会先洗把脸、换身衣服；有的家庭父母拍完了，又带着孩子来找他拍；有年轻的小伙子在这里向女友求婚……“和他们聊聊，特别感动。”高源发自内心地说。

记者了解到，本次展览仍在持续征集展品中，市民可通过上海市民文化节及文化上海云官网等选送自己珍藏的老照片及藏品。届时，上海石库门所反映的红色文化、百姓生活影像也会成为展览的一个内容，展现70年上海社会发展和市民生活变化。策展人周蓓丽表示：“我们希望以天安门为引，呈现市民共同的爱国情怀和鲜明的时代记忆，折射出中华人民共和国成立70年以来的光荣与梦想。”

第十七届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）昨在沪落下帷幕。本届展览观展人数累计高达36.47万人次，创历史新高。其中，8月3日单日观展人数高达13.48万人次，为历届单日入场人次之最。

在本届展览会总面积达到17万平方米的展馆中，B2C互动娱乐展示区共汇集4000余款全球顶级数字娱乐产品，中外参展企业近300家，现场体验机超过5000台。

本届ChinaJoy举办了首届中国原创艺术精品游戏大赛。大赛历时一年多，共征集参赛作品179款，其中包括参赛企业64家、高校11所。获奖作品名单于ChinaJoy期间公布：《绘真·妙笔千山》《SKY光·遇》《第五大发明》《一路》《不可思议乐队》《伊诺的伞》《文嘉WENJIA》《迷雾侦探》《艾彼Abi》《如意娘》等十部国产艺术游戏分获各类奖项。浓厚的中国文化气息以及寓教于乐的人文内涵，是这批作品的共同特点。

ChinaJoy现场数据显示，近十年来中国网络游戏持续发展。中国游戏用户规模从2008年的6700万人，增长至2018年的6.26亿人；中国游戏市场实际销售收入则从2008年的不到200亿元，增长至2018年的2144.4亿元。其中，中国自主研发网络游戏市场实际销售收入从2008年的百亿元，增长至2018年的1643.9亿元，可谓发展迅速。

电竞赛事同样备受瞩目。今年ChinaJoy首次开启“上海电竞周”，场内场外近百场电竞赛事密集而来。2019全球电竞大会、ChinaJoy电子竞技大赛总决赛、NEST全国电子竞技表演赛、CET全国电子竞技巡回赛等大型活动和赛事，以及由腾讯、完美世界、网易、哔哩哔哩、顺网科技、盛趣游戏、巨人网络等游戏知名企业举办的电竞比赛接踵而至。其中，举办到第三届的ChinaJoy电子竞技大赛，本次参赛报名队伍多达1000支，参赛选手达6000人，比赛场次超1500场。

首届中国原创艺术精品游戏大赛奖项颁出

第十七届中国国际数码互动娱乐展览会落幕，观展人次再创新高

《小别离》姊妹篇《小欢喜》播出，前十集收视率占榜首的同时引发热议

“太过真实”的教育题材电视剧，更需温暖现实主义

■本报首席记者 王彦

方圆和童文洁重回观众视野了。三年前，他们是《小别离》中为女儿是否中考后留学而纠结的父母；这些天，他们是《小欢喜》里替儿子高考操碎了心的爹妈。延续了汪俊导演、黄磊和海清主演的班底，同样选取三个家庭作为主要叙事样本，又一部教育题材电视剧正在东方卫视和浙江卫视热播。

从《小别离》到《小欢喜》，戏剧内核没有变，仍是从教育的切口潜入当代都市的家庭亲子关系命题。变的是剧中孩子们的年龄，由一群初中生变为了高中生。年龄升级了，人物和剧情显现着更为浓烈了。高二成绩不理想被劝“蹲班”，换房时前房客的成绩如何也被视为“砒霜”，各种细节让部分网友尤其是年轻人感慨“过分真实了”。目前，该剧播出十集，收视率占榜首，网络评分暂时达到8.1分。

还有些观众对《小欢喜》的后续剧情有着更高期待和要求。在他们看来，把高考生家庭的重压呈现出来，这是现实题材对“真”的要求。若在提纯“真实”之后，还能适当地提供思考甚至纾解人们的焦虑情绪，那才是一部现实主义剧作源于生活高于生活的“段位”。

“同一个妈妈”藏着作品的副线命题：高考也是家长的考场

新剧中，黄磊和海清饰演的夫妻延续姊妹篇里的人物设置，父亲看似“胸无大志”，实则教育孩子张弛有度；母亲童文洁笃信“普通人家的孩子指望高考鱼跃龙门”，给儿子方一凡报满了整整一学期的补习班。陶虹和沙溢在剧中是对离异夫妻，宋倩独立把女儿英子带大，高考临近，前夫乔卫东却来孩子面前“争宠”了。咏梅和王砚辉的角色是类似题材里少见的干部家庭，母亲刘静低调做人，父亲季胜利谨小慎微，儿子季杨杨原本跟着舅舅生活，不料高三来临前，一直忙于工作的父母“空降”到了生活中。

从剧集开播起，有个话题始终在论坛里被热议——“同一个世界，同一个妈妈”。剧中的“妈妈语录”被年轻人调侃，“仿佛听到了我妈的数落”。比如童文洁对方一凡恨铁不成钢，脱口而出“我为什么要生你”“你是我祖宗”等等的气话，让一些人依稀触到了自己的少年记忆；又如她正在气头上接通丈夫来电，一句“你儿子”也让人忍俊不禁，孩子表现好便是“我孩子”，相反那就是对方的孩子。

导演汪俊说，让观众感知“同一个妈妈”的背后，其实藏着作品的副线命题：“作为人生一次大考，高考不仅是孩子的考场，也是家长的考场。”所以，《小欢喜》真正想探讨的，依旧有着“怎样为人父母”的思考，只是经由高



从《小别离》到《小欢喜》，戏剧内核没有变，仍是从教育的切口潜入当代都市的家庭亲子关系命题。图为《小欢喜》海报。

考这一极致环境的催化，如今的“考场氛围”变得更为浓郁。

站这一角度再看三组家庭的样本选择，人物“身份”不重要，他们在家庭关系中所处的位置才是审题关键。汪俊告诉记者：“经济收入并非划定三组家庭的衡量标准，不同的家庭状态、教育理念、亲情关系才是这一次选取样本的标准。”简单说，方一凡的家庭是“慈父严母”的多数模样，他们需要求同存异的，是两代人对于命运、前途的理解；英子父母面对的，是离婚后如何相处的情感难题；季杨杨一家亟需解决的，则是亲情不亲密的都市心灵困境，也是“双高”父母和叛逆孩子间的磨合老大难。

真正的共鸣远大于“生活的刺”，应是多种人物关系的共同成长

陶虹饰演的宋倩是个具有争议性的人

“世博演艺资源”将再添精彩影像

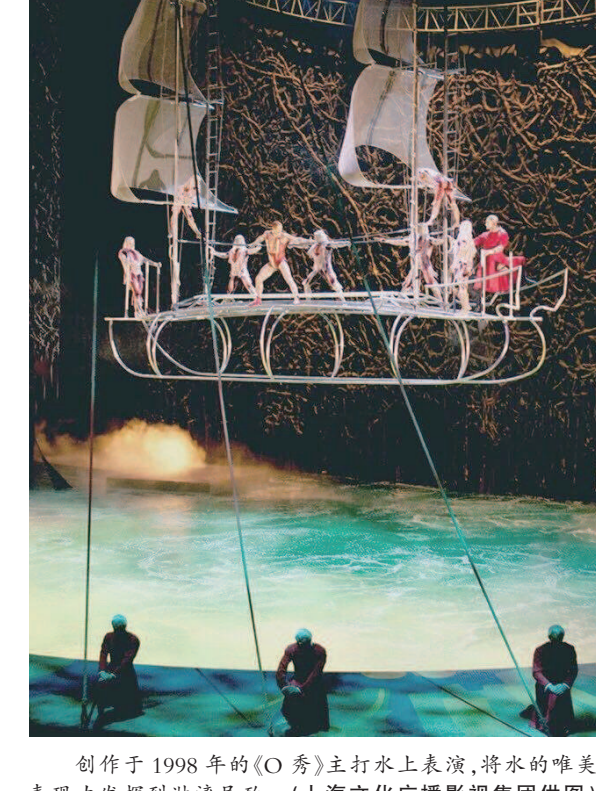
太阳马戏《O秀》高清版下周中国首映

本报讯（记者童薇菁）启动于去年底的“世博演艺资源开发利用活动”今年持续推进，让汇聚全球城市文化的“世博记忆”永不褪色。记者获悉，加拿大太阳马戏经典之作《O秀》高清影像将于12日晚在上海美琪大戏院举行中国首映。

太阳马戏和上海世博有着不解之缘。2007年，太阳马戏第一次来到中国，巡演秀《神秘人（QUIDAM）》作为当年迎接2010上海世博会倒计时活动的重要项目之一，在上海一演就是70多场。世博期间，太阳马戏再次受邀来到中国，成为当时加拿大馆的主角。“世博演艺资源开发利用活动”启动之初，太阳马戏的演出影像资料就是上海观众呼声最高的观展需求之一，此次经过多方联系和筹备，终于得以再续前缘。

闻名世界的《O秀》创作于1998年，主打水上表演，作品将水的艺术表现力发挥得淋漓尽致。作为太阳马戏在拉斯维加斯的常驻演出，驻场酒店耗资5400万美金专门为《O秀》建造了一个1800座的剧院。其中最震撼的部分当属可升降舞台，它可根据剧情需要，或升起变成“地面”，或下降注水形成“汪洋”。舞台的水池可容纳约5678立方米的水，全球顶尖的杂技演员、花样游泳运动员及潜水员以高难度技术动作和大胆创意，不断挑战着人们想象力的极限。

《O秀》高清影像则全方位记录了驻场秀的精彩瞬间，如今不必远渡重洋，不必花费不菲，在“家门口”就能欣赏到一场世界顶级秀的高清影像，对上海观众而言，也是一次对世博文化的重温。活动主办方负责人表示，“世博演艺资源开发利用活动”启动至今，每场展映的上座率高达93%，一方面证明世博文化资源的独特性被观众所认同，另一方面也说明上海市民夜间生活的丰富多元，欣赏一场高端艺术展映也被列入他们的选择清单。



创作于1998年的《O秀》主打水上表演，将水的唯美表现力发挥到淋漓尽致。（上海文化广播影视集团供图）