

8月16日至22日相约上海书展邂逅好书,与名家新锐交流

书香满城,实体书店将成书展分会场

■本报记者 许畅

生机勃勃的火热夏季里,一年一度的上海书展暨“书香中国”上海周即将与读者见面。爱书人节日的到来,让满城书香愈发醉人。昨天举行的上海市新闻出版发布会上,市新闻出版局宣布,2017年第14届上海书展将于8月16日至22日举办,全国500多家出版社将携15万余种精品图书参与书展。除了上海展览中心主会场,沪上50余家实体书店将成书展分会场。

上海书展继续推出七天夜场,持续至21点闭馆,主宾省是辽宁省。发布会上,上海市新闻出版局局长徐炯说,书展逐渐以好书与活动为“并列主角”,倡导善读、精读,筛选优质阅读活动吸引读者。“如今网上购书虽然便利,但也有很大的局限性——读者在不知晓图书内容的情况下,只能在网页上盲目浏览,缺少引领与参与感。但到了书展现场,能与名家新锐面对面交流,听听有关书的专业声音,往往能邂逅令人惊喜的好书,这对于拓宽阅读视野大有裨益。为价值搭台,向品质致敬,正是上海书展人气旺的重要因素。”

主题出版,迎接十九大回望“砥砺奋进的五年”

多年来,上海书展已成为弘扬主流价值观、传播正能量,服务国家发展大局和上海国际文化大都市建设的重要载体。今年上海书展在主题出版上依然亮点纷呈,主会场入口布展主题正是“砥砺奋进的五年”,将集中展示宣传阐释习近平总书记系列重要讲话精神治国理政新理念新思想新战略的重点主题图书近百种,其中就有目前已出版的21个语种、24个版本的《习近平谈治国理政》。

向十九大献礼的近200种主题出版图书,向全国青少年推荐的百种优秀出版物亮相,如《文明型国家》《中华民族文化大系》第一辑等。书展



《开天辟地——中华创世神话》连环画系列绘本
《开天辟地——中华创世神话》连环画系列绘本,集合了诸多名家新秀,书展期间将展出连环画绘本部分原稿

“与中国院士对话”丛书

褚君浩、邹世昌等九位中国院士,分别围绕芯片、太阳能等科普主题,编著了《芯片世界:集成电路探秘》《太阳能的光电之旅》等

“胜利”丛书

八册“胜利丛书”挑选出中国人民解放军具有代表性的著名战役,全景式呈现了决策和作战进程,展现了人民军队建立、成长和壮大的波澜壮阔的画卷

制图:李洁

主论坛暨“书香中国”阅读论坛,将以“经典传承与文化自信——传统里的诗与远方”为主题,与读者共论传承中华传统文化对当下生活的深远意义。《我们看好中国》《再造中国——领导型国家的文明担当》《大国之翼——中国大飞机研制历程》《创新路上大工匠》《〈资治通鉴〉与国家兴衰》《中华文化的底气》《丝绸之路》《中国近代经济地理》《上海城市地图集成》《犹太难民与上海》、大型科普读物“与中国院士对话”丛书、“淞沪抗战史料汇编研究丛书”等上百种优秀图书将举办新书分享活动。

今年恰逢中国人民解放军建军90周年,书展主会场特设军事主题出版馆,一批图书将表现人民军队建立、成长和壮大的波澜壮阔画卷。其中,八卷本“胜利丛书”精选中国人民解放军具有代表性的战役,六册“解放战争系列丛书”,披露了解放战争东北、华北、中原、西北、华东、中南等各大战场大量史料。今年也是抗日战争全面爆发80周年。近年来,上海学术界、出版界开展对东京审判的研究,努力还原历史真相,取得了阶段性重要成果。书展现场将推介图书,展出描绘东京审判场景的巨幅油画。

《开天辟地——中华创世神话》连环画系列绘本,集合了诸多名家新秀,书展期间将展出连环画绘本部分原稿。上海美影厂《九色鹿》《神鱼驮屈原》等精品力作,首次以“中国故事绘”绘本形式集结出版。上海是中国近现代出版业的发祥地,今年适逢商务印书馆成立120年、张元济先生诞辰150年,“大师在上海——张元济”系列活动将举行。

上海国际文学周聚焦科幻小说

如今,人工智能等科学技术迅速而深刻地改变着生活,以及我们对未

来的预期。科幻文学与现实世界中的科技进展乃至文化演变,交织成耐人寻味的互动关系。

今年上海国际文学周以“科幻”为主题,邀请科幻领域的活跃名家,美国科幻作家、雨果奖和星云奖得主迈克·雷斯尼克,美国畅销科幻“柯罗诺斯系列”作者瑞萨·沃克,美国华裔科幻作家陈致宇,日本作家、直木奖得主林真理子,芥川奖得主平野启一郎将齐聚沪上,与中国作家李敬泽、陈村、裘山山、韩松、王晋康、毛尖、小白、徐则臣、葛亮等人开展文学对话,令人期待。

其中,雷斯尼克擅长展示广袤无

垠的宇宙,对人类情感进行细致入微的刻画,他的代表作《奥杜瓦伊峡谷的七个故事》以外星人视角剖析人性的温暖与丑恶,令人掩卷惘然;到了《游子还乡》,无论个体的外形如何变化,行至宇宙哪个角落,亲情仍将人类紧紧相连。此外,日本奇幻作家平野启一郎的多部作品由浙江文艺出版社首次引进国内,将在上海书展首发,他23岁时写就的处女作《日蚀》以描写奇幻和思辨深刻著称,一下子获日本芥川奖,轰动文坛,被誉为“三岛由纪夫转世”;《一月物语》则是游离于现实和梦境之间的终极爱情悲剧,以拟古典笔法讲述东方式现代幻想传奇。

“动静相宜”,促成人、书店的良好互动

除了人气爆棚的主会场,今年上海书展将设分会场,如新华书店(包括上海书城)、大众书局、博库书城、西西弗书店、衡山和集、言几又、钟书阁、吾同书局等17家品牌实体书店的50余家门店,将承办部分阅读活动。

“历届上海书展主会场都人声鼎沸,热闹非凡。但一些文化讲座和分享会,需要相对安静一些的环境。”徐炯说,书展做了“动静分隔”,一些偏静的阅读活动倾向于安排在实体书店。在业内看来,沪上实体书店正进一步回暖,尤其是一批各具特色的人气书店,集聚了具有创新意识的人才进入行业,他们策划的文化活动质量高,颇具吸引力。

今年也是新华书店建店80周年,在社科精品馆和“向大师致敬”等专题图书展区,上海新华传媒将展销大数据技术筛选出的万种叫好又畅销的近期图书。实体书店下一步怎么走?中国实体书店创新发展年会将在书展期间刮起“头脑风暴”,人们期待,上海书展唤起公众对实体书店的持续讨论,促成人与人、书店形成良好互动。

“大英博物馆百物展:浓缩的世界史”文创产品销售额超过300万元 博物馆文创开发升级,进入美丽新世界



“大英博物馆百物展”的文创产品制作精美,引人注目。

本报记者 叶辰亮摄

相关链接

博物馆开放IP资源成潮流

博物馆对外开放IP资源,引入全社会的力量开发文创,在国内正成为一股潮流。2016年3月,国家博物馆与阿里巴巴集团签订战略合作协议,通过“互联网+馆藏IP”的合作方式,联手打造“文创中国”平台。这个平台面向全国文博单位开放。国家博物馆将自身及其他文博机构的馆藏资源作无形IP来打造,由文博机构提供馆藏文物IP授权,向专业设计师、投资者开放,构建一个涵盖设计、生产、运营、全球销售的文创产品网络交易平台。

2016年6月,“文创中国”线下运营中心正式落户上海自贸区,一支275人的经营管理团队随之成立,国家博物馆率先在“文创中国”平台上线400个文物IP。2016年7月,北京故宫博物院与腾讯达成战略合作,双方在社交平台等方面进行合作,深度挖掘故宫的IP价值。

业内人士指出,这是大势所趋。对博物馆而言,借助互联网和新技术平台,把其所拥有的优秀文化资源分享给公众,把它们内涵富有创意的方式普及开来,并且培养更多热爱传统文化的青年人,是一大进步。不过目前仍然存在一些难题,比如,IP资源开放到何种程度,对于不正当的开发利用该如何规范等。

■本报记者 李婷

近日,沪上最热门的展览莫过于正在上海博物馆举行的“大英博物馆百物展:浓缩的世界史”。该展不仅让市民甘愿顶着烈日大排长龙前来观展,相关的文创产品也销售火爆。据透露,为了配合此次展览,上海博物馆引进和开发了160多款文创产品。自6月29日开幕以来,这些文创产品的销售总额已超过300万元,创下上海博物馆有史以来开展相关文创产品的销售新纪录。

古埃及主题装饰品仅剩样品

在位于上海博物馆一楼的商店里,上海博物馆积极与美国大都会博物馆、

“大英博物馆百物展”相关的文创产品被陈列在了显眼的位置,磁性相框、胶带、钥匙扣、纹身贴、T恤、书籍、饼干、巧克力……记者看到,这些产品覆盖了衣食住行各个方面,且创意十足。比如,一款变色T恤,特殊涂料处理过的面料能在紫外线照射下变色。当T恤图案颜色趋于饱和时,就是提醒你赶快涂防晒霜。变色T恤的图案有圣甲虫&玛特和布鲁斯之眼两种可选,至于图案的意思,等参观完特展,谜底自然揭晓。而常以展翅的鸟人形出现的女神伊西斯,被当作丰产和康复之神加以崇拜的猫头人身芭斯特,这两位女神的形象,经由高级西点师之手,精心制作成口味酥松纯正、入口即化的Q版曲奇饼干。这款售价38元的饼干已售出了2000多盒,平均每两三天需要补充一批货源。而以古埃及文明为主题的钥匙扣、饰品、公仔早已脱销,只剩下样品。

为了满足观众的需求,一方面,上海博物馆积极与美国大都会博物馆、

德国柏林博物馆、英国大英博物馆等积极协调,引进更为丰富的优质文创产品;另一方面,该馆原创设计了一批文创产品。“比如这款帆布包,结合了第101件展品二维码设计推出,今天上午才新鲜出炉,为了让上面的二维码能够扫描显示,我们在用料、工艺以及制作程序上作了多次的尝试。”上海博物馆艺术品公司总经理胡绪说。

上博文创已近万种

“此次推出的160多款文创产品中,有50余款是上海博物馆自主研发的;另一方面,该馆原创设计了一批文创产品。”上海博物馆艺术品公司总经理胡绪说,并引入了近10家社会机构参与合作。上海博物馆艺术品公司副总经理冯伟以一款“小小埃及人”巧克力为例,上海博物馆与一家食品公司通力合作,花费了四个月时间,修改了十几份设计稿才最终完成。“别看它个头不大,从形象设计到颜色选择再到产品包装都不易。”

据李峰透露,上海博物馆的文创产品开发起步较早,1986年至今已整整30年。从最初在博物馆内设立一个柜台,到目前拥有上博总店、新天地分店、东方明珠专卖店、浦东机场专卖店以及淘宝网,该馆累计开发各类文创产品近万种。

“在不断的摸索中,我们发现,博物馆文创产品的价值正被越来越多的人关注,它不仅创造了经济效益,还能延伸和拓展博物馆的文化传播和社会教育功能,让文物更亲民,并成为博物馆艺术的一部分。”李峰告诉记者,尤其是自2008年实施免费开放以来,博物馆观众群发生了巨大改变,文创产品的目标受众也从专业小众人群走向寻常百姓。引入时尚设计力量,满足更加多元的文化需求,显得十分迫切。而要想创作出更多亲民、时尚的文创产品,单单靠博物馆的力量是不够的,需要借助外界的力量。未来,上海博物馆还将向符合授权资质的企业、商家提供IP资源,共同传播博物馆文化。

《权力的游戏》第七季收视创新高

■本报见习记者 王筱丽

今年《权力的游戏》第七季一改往常,选择于夏季档在美国HBO电视频道回归,日前播出的第一集“龙石岛”引发收视狂潮,一举打破HBO首集收视率纪录,共吸引了全球约1610万观众,与第六季首播相比涨幅达到50%,国内网络评分也高达9.7。

凛冬已至,北境永不遗忘

第一集无论是在制作水准,叙事方式还是在摄影后期特效方面都达到了电影的水准。英国《电讯报》认为:“经过13个月的漫长等待,人们不禁怀疑这部历史上最宏伟、最血腥的电视剧是否还能继续给我们带来惊喜,欣慰的是,答案是肯定的。确实,首集各条故事线剧情饱满,秉持着《权游》的犀利本色,开场十分钟内便将剧中令人切齿的佛雷家族全族歼灭,令等待已久的剧迷大呼过瘾。美国影视杂志也表示:“第一集看完不禁让人觉得,过去六季只是在为‘龙石岛’做铺垫,因为真正的战争才刚刚开始。”剧组主创人员开播前接受采访时也曾表示这一季战争戏份比重会大幅增加,看来凛冬已至,血色之路依然漫漫。

故事发展至第七季,“龙母”丹妮莉丝(艾米莉亚·克拉克饰)率军抵达了故乡龙石岛,“小恶魔”提利昂(彼特·丁克拉奇饰)召集维斯特洛众领主欲复辟龙家王朝。“北境之王”琼恩(基特·哈灵顿饰)则为得到岛上的龙晶抵御异鬼大军,南上与其谈判。

几乎失去一切的瑟曦(琳娜·海蒂饰)正式宣布称王,然而初登王座便遭泰克·奈斯特瑞斯(马克·加蒂斯饰)索要铁金库的债务。面对多恩的艾拉莉亚(因迪拉·瓦玛饰)以及提利昂家族的封臣蓝道·塔利(詹姆斯·福克纳饰)的双重威胁,瑟曦不顾詹姆(尼古拉·科斯特-瓦

尔道饰)的劝阻,与铁群岛国王攸伦·葛雷乔伊(皮鲁·埃斯贝克饰)以联姻为诱达成协议。这一段中精美的战船特效和攸伦的流氓嘴脸都令观众印象深刻。

与此同时,成为北境之王的雪诺与北境各势力商讨未来战略,其中雪诺与珊莎的分歧开始明朗化,前者依然推崇宽恕和团结,后者则表现出赏罚分明、绝不饶恕的态度。虽然雪诺暂时占了上风,但小指头在一旁的冷笑和珊莎哥哥“聪明一点”的对话,都为日后的隐埋下了伏笔。

第八季最终季只有六集,但核心演员都在

虽然此前官方早已放出消息表示歌手艾德·希兰将在第七季中客串,但谁也没料到在第一集他便早早露脸。在短短的四分钟出镜时间内,艾德·希兰以兰尼斯特士兵的身份吟唱着一首新歌缓缓登场。不过观众似乎并不太买账,纷纷表示这是第一集中最差劲的部分,《福布斯》更称让艾德·希兰客串是一个错误,然而“黄老板”热度难挡,首集播出后,艾德·希兰直接登顶社交网站热搜榜。

第七季《权游》将从以往的十集缩减到七集,不过随着铁王座的争夺趋近白热化,单集时长也将打破自身纪录。据悉,本季最终两回时长分别为71分钟和81分钟,超过第六季大结局的68分钟。

然而最令剧迷们惋惜的还是早前官方确认第八季将是《权游》的最终季,并且只有六集,也就是说目前整个系列还有12集就将完结,制作人们也表示他们将不会参与HBO后续关于该系列的续集或者前传的制作工作。剧集总监大卫·贝尼奥夫接受采访时说道:“第八季是时候跟观众说再见了,我最感谢的是在这个系列中我们没有流失任何核心演员,这部剧将我们紧紧地凝聚在了一起。”



艾德·希兰(左)在《权力的游戏》第七季首集中惊喜客串。图为该片剧照。