

文汇报

2018年5月7日 星期一
农历戊戌年三月廿二 四月初七 小满



今天 小雨转阴 温度:最低18℃ 最高22℃ 偏北风4-5级
明天 多云 温度:最低16℃ 最高24℃ 偏北风3-4级
上海报业集团主管主办·文汇报社出版 第25761号
今日8版 文汇报周报8版

人民日报评论员文章

马克思主义指引中国成功走上康庄大道 ——二论习近平总书记纪念马克思诞辰200周年大会讲话 用马克思主义观察时代解读时代引领时代 ——习近平总书记在纪念马克思诞辰200周年大会上的重要讲话在广大青年师生中引起热烈反响

均刊第三版

国内统一连续出版物号 CN31-0002 国内邮发代号 3-3 国外发行代号 D123 文汇报网:www.whb.cn 微信公众号:文汇报 (ID:wenhuidaily) 微博:@文汇报 客户端:文汇

打响四大品牌·聚焦上海文化

让“上海文化”金字招牌熠熠生辉

编者按

5月10日至12日在沪举办的首届中国自主品牌博览会上,扎根于上海沃土的一批知名文化品牌将集中亮相,它们可感知、有内涵、有温度,在国内叫得响、在国际立得住,彰显了这座城市的气质、风骨和灵魂。

作为一座城市的金字招牌、重要标志,文化品牌承载着城市精神品格和理想追求,是增强城市文化软实力的重要依托,体现了城市竞争力的核心资源。前不久出台的《全力打响“上海文化”品牌 加快建成国际文化大都市三年行动计划(2018-2020年)》提出五个分目标,即城市特质更加彰显、文化事业更加繁荣、文创产业更加发达、文化交流更加频繁、优秀人才更加集聚。

对标要求,打响“上海文化”品牌的蓝图正层层递进、徐徐展开。日前,本报记者走访了阅文集团、上海国际电影节、沪江这三大品牌公司,身为网络文学、电影、互联网教育领域的佼佼者,它们吸引全球优秀人才的文化作品在上海首发、首创、首映、首展,从不同维度激发了上海文化的创新创造力。如何让内容生产精品迭出、文化活动精彩纷呈、文艺名家群星璀璨、文化地标绽放魅力、文创产业做大做强?或许从这些品牌的成长故事中能有所启发。



阅文集团着力开发各类文学IP,图为精品成果展示。

本报记者 叶辰亮摄

依托百年电影之城底蕴打造全球盛会,拥有光影筑梦的魔力让影迷难以抗拒

第21届上海国际电影节6月16日揭幕

本报记者 许旻

每年6月的初夏,上海见证着大多动人片段:资深影迷彻夜排队买票或拼手速“秒杀”心仪影片;许多风尘仆仆“打着飞的”来的观众一天辗转多家影院连看四五场,只为一睹巨幕版影坛巨匠代表作;懂行的“排片老王”获无数点赞……吸引中外电影人和广大影迷准时赴约的,正是拥有光影魔力的上海国际电影节。

在着力提升“上海主场”文化平台能级的大背景下,上海国际电影节确立的下一个目标是——综合影响力要进入国际A类电影节前三位。今年恰逢改革开放40周年,“永远的画面——改革开放40年电影海报展”、改革开放40年影展单元,将串起一帧帧镌刻着时代印记的中国银幕记忆。

今年第21届上海国际电影节将于6月16日至25日举办,电影票一届比一届抢手,“必看片单”“抢票攻略”仍是高频词汇。4K修复单元、向大师致敬单元、纪录片单元、主席影展等,吸引了越来越多的影迷,他们能找到全世界多种类型口味、风格迥异的好电影。比如人气颇高的4K修复单元,那些老电影拂去了岁月遮掩的尘埃,观众可以在现代观影环境中欣赏高清影像瑰宝。“去电影节看经典”已成为影迷们的共识。

自1993年创办第一届,1994年被国际制片人协会认可为国际A类电影节,走过25年的上海国际电影节赢得了中外电影人和机构的信任,成为国外了解中国电影文化、中国观众观察世界的重要窗口,也助力上海打造全球影视创制中心。简单的数字可以看出变化:第一届来自33个国家和地区共167部影片报名

参展参赛;到去年第20届,106个国家和地区的2528部影片参与征集。电影节创始人之一吴贻弓记得,25年前组委会在上海影城四楼摆开的交易市场,来的几乎都是“自家人”;如今在上海展览中心展出面积达1.1万平方米,吸引251家全球公司参展,美、法、荷、日、奥等海外展商占40%。

电影节是多元电影文化的推广平台,也是世界电影试水中国市场的前站,密集的展映、论坛、发布会、金爵奖、品牌典礼为上海带来高人气效应,大量新作首映、首展,体现了电影节的大号号召力。光是去年,《蛟龙传》《引爆者》等剧组为新片预热,国内外约40家影视公司在电影节发布计划,其中既有中国第一位奥斯卡终身成就奖得主成龙主演的科幻动作片《机器之血》,也有著名导演张艺谋的新作《影》。

“国际直通车项目”推动了国产电影、国内电影机构积极“走出去”,前不久匈牙利电影重镇米什科尔茨副市长杰诺思感慨:电影节在当地举办的中国电影周展映活动,把中国电影和文化一步步带到欧洲,美好的东方气息缭绕。今年5月上旬,上海国际电影节首次与戛纳电影节市场合作,在戛纳推广上海国际电影节品牌。

品牌成就的标志,不仅仅在于节节攀高的数据,还有口碑。电影节十天光影之旅,汇聚成独属上海的人文温度——影院对话剧组、导演办进社区、影展进入高校、市民撰写影评、观众通宵排队、90后00后争当志愿者……中外影人交口称赞:这里的观众热爱电影,这座城市不遗余力地培育电影文化。依托百年电影之城的底气 and 自信,上海国际电影节正编织着云蒸霞蔚的梦想经纬,为人文之城增添核心资源。

品牌成就的标志,不仅仅在于节节攀高的数据,还有口碑。电影节十天光影之旅,汇聚成独属上海的人文温度——影院对话剧组、导演办进社区、影展进入高校、市民撰写影评、观众通宵排队、90后00后争当志愿者……中外影人交口称赞:这里的观众热爱电影,这座城市不遗余力地培育电影文化。依托百年电影之城的底气 and 自信,上海国际电影节正编织着云蒸霞蔚的梦想经纬,为人文之城增添核心资源。

中国自主品牌博览会即将在沪开幕

聚焦首届中国品牌日

系列活动本月十日至十二日在上海展览中心举办

本报讯 (记者徐晶卉)再过几天,作为中国民族工业重要发祥地的上海又将迎来一系列高端活动——首届“中国品牌日”系列活动将于5月10日至12日在上海展览中心举办,主题为“中国品牌 世界共享”。其间,将举办首届中国自主品牌博览会和中国品牌发展国际论坛。

“中国品牌日”活动将充分展示我国自主品牌发展成就,扩大自主品牌知名度和影响力,塑造中国自主品牌良好形象,树立品牌经济发展理念,坚定自主品牌发展信心,拉动自主品牌产品消费,促进品牌强国建设,满足人们美好生活需要。

据悉,中国自主品牌博览会展示面积将达到2.5万平方米,届时50余个参展代表团、600余家国内知名品牌企业、100余家创新型中小企业和20余个品牌服务机构将齐聚展会,集中展示自主品牌魅力、品牌服务机构能力、水平和成果等。其中,上海电气、三菱、百联集团等多个上海品牌将集体亮相。上海英雄集团有限公司总经理潘宏告诉记者,作为此次中国自主品牌博览会“上海购物”馆参展企业,“国民钢笔”英雄牌将携2001年加入世界贸易组织的签字笔,即“入世18K金笔”亮相首届中国自主品牌博览会。

与此同时,中国品牌发展国际论坛将围绕“中国品牌 世界共享”主题,就新时代加快我国品牌发展等议题开展对话交流,促进全方位合作共赢。

品牌是生产者和消费者共同追求,是供给侧和需求侧升级的方向,是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。上海正在全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌,将首届“中国品牌日”系列活动放在上海举办,对于上海进一步推动品牌培育和建设,无疑具有重要意义。

为幸福而奋斗 因奋斗而幸福

“70后”掌门 为清道班带来美和情感

上海市“十佳城市美容师”成慧领衔 陈如娣劳模班,为环卫老品牌注入新内涵

- 踏实细致筑就职场晋升路
- 管理有方,工友心悦诚服
- 扫马路也要讲究一点情怀

刊第二版

聚焦上海文化

建设守护好精神家园 打响“红色文化品牌”

中国网文巨轮阅文集团 注重精耕细作内容为王

在线教育“独角兽”沪江 “文化+科技”拓宽课堂外延

均刊第二版

“书送希望”十五载 新老朋友再聚首



多所学校派学生代表将图书捐给远方的同龄人。 本报记者 袁婧摄

本报讯 (记者王胜)第十五届“书送希望 输送光明”助学活动昨天在上海报业大厦举行。活动现场汇集了热心市民、企事业单位捐赠的书籍万余册和各类崭新文具。

早早来到活动现场的是五官科医院党支部的两位女同志,清早就骑着电瓶车一路导航过来,她们说:“因

为这是一项非常有意义的活动,希望能通过参与活动,贡献自己的力量。”今年63岁的胡秋钧,从第一届书送希望开始每年参加,昨天她带来了之前的14张捐书证,并在现场拿到了第15张捐书证。

▼ 下转第三版
▶ 相关报道刊第三版

“抬头班”“爬行班”流行,击中育儿焦虑

学前教育专家呼吁为年轻家长建立多元立体的早教服务指导

本报记者 张鹏

不久前,刚刚从月子会所“毕业”的“新手妈妈”小李就迫不及待地给孩子在某大型早教机构报了名。“听说三四个月的孩子就要学抬头,七八个月的孩子应该会爬行,怎样教会孩子这些技能我并不了解,只好交给早教机构了。”小李坦言,早教机构打出的“抬头班”“爬行班”击中了她的养育“焦虑”,也是吸引她花费几万元报名的主要原因。

在近日举行的上海市科学育儿指导公益活动“育儿加油站”普陀区专场上,不少与小李一样存在养育疑惑的年轻父母前来“取经”。学前教育专家们表示,年轻的父母在早期教育上

仍存在不少误区。他们呼吁,应该建立多元立体的早教服务体系,提升年轻父母的生育愿望。

“抬头班”“爬行班”受家长追捧

教孩子“抬头”有多难?在早教机构,老师便用大毛巾裹成一个棍子,让宝宝趴在上面练习抬头。“新手妈妈”小李发现,所谓的爬行训练,大多是给幼儿提供斜坡、海绵障碍物等爬行环境,帮助幼儿完成小肌肉训练。

记者调研发现,眼下社会上的早教机构确实受到一部分家长的追捧。三岁孩子的母亲小吴告诉记者,她是在儿子一岁半时报名沪上一家较大规模的早教机构的,一共128次课程,定价2.68万元。

小吴介绍,这是一家打“应试牌”的早教机构,孩子三岁、六岁时,该机构会分别安排参加入园和幼升小的模拟面试,受到了不少家长的青睐。按照小吴的说法,每次上课老师大多是带领小朋友跳舞、介绍自己,并开展一些用盘子盛装水果、剪纸等锻炼孩子大腿和手部肌肉的游戏。“老师要求家长要在课余时间带着孩子复习功课,不然课上所学就要功亏一篑。”

三岁之前,孩子的神经网络还在形成当中,大量神经之间的突触的形成和剪切还依赖于生活体验和学习。所以如果孩子创造环境,让他有学习、锻炼、探知的机会,那么孩子得以从体验和自我探索中加强认知,从

这个角度说,早教是有积极作用的。

但是早期教育不等于“早教班”。上海市早期教育指导中心主任、特级教师茅红美指出,孩子的成长是自然成熟的发展过程,家长应该了解不同阶段孩子的成长需求,并创设帮助孩子成长的生活环境。“连抬头、走路这种事情都要教,这样的早教太僵化了。”

茅红美说:“早教在生活中,在家庭里,在照顾者的目光里、话语里、行为里。”三岁之前的孩子与父母会产生强烈的情感依赖,通过不断模仿成人的行为来实现学习。在这个阶段,家长没有静下心来陪伴孩子玩耍,反而送到早教机构里,在茅红美看来是一种不够“智慧”的选择。

▼ 下转第三版