

周末的人海与书海，汇成生动的阅读表情



■本报记者 许旻

白天从南京西路蜿蜒至铜仁路的蛇形长队、结伴而来的读者拖着行李箱采购、入夜了主会场内仍熙熙攘攘……台风天后的周末，2018 上海书展迎来客流高峰，人海与书海交汇、碰撞、激发，呈现出这座城市最生动的阅读表情。

“在书展现场，也许不经意间瞥就会发现喜爱的新书，这种书和人的相遇是一种很奇妙的体验。通过书展，引导人们读好书、善读书，成为书展功能趋向于纵深的必经之路。”上海市新闻出版局局长徐炯说，经过 15 年品牌积淀，数字已不是上海书展的追求，有了先发优势的上

海书展在思考的是，如何努力提高站位、开阔眼界，提升书展标识度，优化一系列服务。

不少读者都直观感受到，今年的上海书展在策展、导读、导赏等层面下了不少功夫——新增国学馆、外文局首次组团、铺在地面上的书香导览地图、精修过的投影和现场码堆布置、主会场分会场“动静相宜”的活动配置等，阅读的多样性被放大，不同的读书趣味都能寻到“志同道合”的书香圈子。在这里，“吾道不孤”。

踪影一：新书瞬间卖断货，出版人捕捉前沿需求

早上 9 点半，《胡荣华：一代宗师 旷世棋王》发布会现场，中国象棋特级大师胡荣华、该书作者丁旭光对话，读者用客观写实的笔触写出了“胡司令”跌宕起伏、颇具传奇色彩的象棋人生，并对其棋艺与为人之道进行评述。现场被象棋爱好者、青少年围得水泄不通，令出版人惊

讶和惊喜的是，才过一刻钟，首批带来的 400 册新书全部售罄。

上海文化出版社经理部经理汤正宇感叹：从业十几年，第一次遇到活动还没开始书就卖完的情况，“一般来说，一场活动能平均销售百余本，这次 400 册这么迅速被秒杀，着实鼓舞人心。”对此，上海文化出版社社长、总编辑姜逸青的直观感受是——书迷很活跃，“盛况空前，可惜场地小了些；后续要跟踪发行销售，将货铺足”。在学林出版社的展位上，主打图书《唐诗简史》的码堆，也从高高一摞迅速变“短”。

“上海人民的购书热情，真是全国屈指可数！”从北京特地赶来上海书展的作家出版社编辑华婧说。她全程跟着漫画人“左手韩”签售新书《确认过眼神，我就是这么优秀的人》和《如果重来，我想做男孩》，一部讲述了左手韩追妻时发生的诙谐经历，一部则是以“坑舅男孩”为主的日常故事。她说：“读者的不同诉求，

我们会在下一部漫画中进行捕捉和回应，也有利于漫画的后期影视衍生版权改编等。”

踪影二：名家读者面对面，书展聚合高密度“文化书房”

周末的上海书展，多位文化名家、作家、学者集中亮相。有读者手绘书香地图，将心仪的活动场次“一网打尽”，“相对平时的沪上各种读书会，上海书展让你有机会在一两天的时间里高密度展开阅读和互动，信息量特别大，需要好好消化。”

一早上，学者邵毅平和汪涌豪携《诗经百句》《老子百句》与读者分享了《诗经》《楚辞》之美，《道德经》中蕴含的智慧。“在我心目中，《诗经》尤其是国风，不过是早期的文学作品而已，与今天的流行歌曲，今天诗人的不平之鸣，并无本质区别。”邵毅平说，我们今天读《诗经》，不必将其视作阳春白雪式的经典，应该理解其中许多诗篇都源于当时人们的日常

生活，比如《诗经》中的国风就是歌谣，也就是后世的民歌，其中收录了很多爱情诗歌，尽管非常通俗，但表达了年轻人的真实情感，今天读来也令人感动。

龚曙光在散文集《日子疯长》畅谈会上，与作家韩少功、苏童齐聚上海书展，共同探讨文学与还乡。“用毛笔写作故乡源于偶然随手在书架上拿了一本鲁迅的手稿，发现鲁迅、沈从文等人就是用毛笔写下一两千万字。一路写下来，很自然写到了故乡，写到了父母、祖父。就是你生活中最熟悉的，支撑你生命主体的那些东西，在你的书写当中很自然就浮现出来了。”

晚上的中央大厅人声鼎沸，作家雪漠《老子的心事——雪煮〈道德经〉》、陈亦新《暮色里的旧时光》首发现场，读者重温了阅读经典的意义。“经典除了让人谈，也要让人学以致用。对经典的解读，希望这本书能打开一扇窗户。”雪漠说。华东师范大学出版社举办的多场文学艺术活动，同样吸人眼球。无论是作家张定浩《取瑟而歌》、包

慧怡《缮写室》聚焦创作对话，还是“里尔克书信分享会”暨里尔克书信集首发，都有大批文学爱好者驻足，踊跃互动。

踪影三：亲子阅读人气爆棚，逛书展渐成生活方式

读书淘书、荐书论书、听讲座追“偶像”，这个周末，少强们几乎成了孩子的书香乐园，随处可见家长带着孩子席地而坐，其乐融融。

少儿馆活动区一场场亲子阅读接力举行，让人目不暇接。其中，《给儿童的诸子百家寓言以及典籍里的童趣故事》文字作者向华带来一场精彩故事会。这一系列堪称诸子百家弯下腰跟孩子“讲故事”。比如《山鸡变凤凰》改编自《尹文子》，熊养了一只山鸡当“凤凰”，想要献给虎王。谁知道“凤凰”半路逃跑了！大家一传十十传百，传到了虎王那里，虎王却大大赏赐了熊。大家都以为得到了“真凤凰”。“这个故事情节外有意义：当碎片化的信息大肆传播，切记坚持寻找事物的本源，别轻信道听途说的传闻。”向华说。

从一年一度的阅读“闹钟”，到打造全民阅读的“生物钟”，15年来上海书展让阅读成为一种享受、一种生活方式。开卷以会心，聆听以益智，满城的书香让读者感叹：有好书读的日子，真美好。

文化视点

那些年，上海留给写书人出版人买书人的闪亮日子

上海全民阅读的渴望和努力的脚步，几乎伴随着整个改革开放40年。岁月间，整整一代人跟着书展成长起来，书籍的温暖和书迷的故事，成为上海文化内涵中无比珍贵的部分

■本报记者 黄启哲

盛夏的上海书展总有烈日雷雨相伴，从 2004 年首届上海书展算起，这个一年一度的文化盛事有风声、雨声、读书声相伴，整整走到第 15 个年头。可在老一辈的文化人和上海读者心里，以活动推进全民阅读的传统，其实已经延续了 37 年。

从 1981 年解决卖书买书供需不平衡的“上海书市”，到以“文汇书展”为代表的一系列细分型书展书市，最终在 2004 年形成了“上海书展”这样一个汇集全国优质出版机构与图书、吸引海内外一流作家学者、惠及长三角普通读者，引领全国出版风向的品牌文化盛事。“上海书展”走过 15 年，这项围绕书与阅读所展开的嘉年华，也从单纯的挑书买书、寻找选题、直面市场，到如今成为思想激荡的城市文化客厅。可以说，“上海书展”的精神品格与品牌价值由这座城市与它的读者共同塑造，这座城市与它的读者的文化海拔也由上海书展标定。

翻开“上海书展”这本书，徐徐呈现的是中国出版业这数十年来涌现的名家好书踪影；是一座城市建设书香社会、引领全民品质阅读所走过的扎实脚印；是建成国际文化大都市进程中越发清晰的城市文脉；是留存在每一位出版人、写书人与读书人心中亲切温暖的人文记忆。

从上海书市到文汇书展，从供需解渴到浇灌

改革开放伊始，出版界百废待兴，广大读者更是久旱逢甘霖。1977 年数理化自学丛书掀起高考自学热，次年集全国出版印刷力量重版的 35 种中外文学著作引发通宵购书狂潮。沪上一批各具特色的专业书店随之兴起。

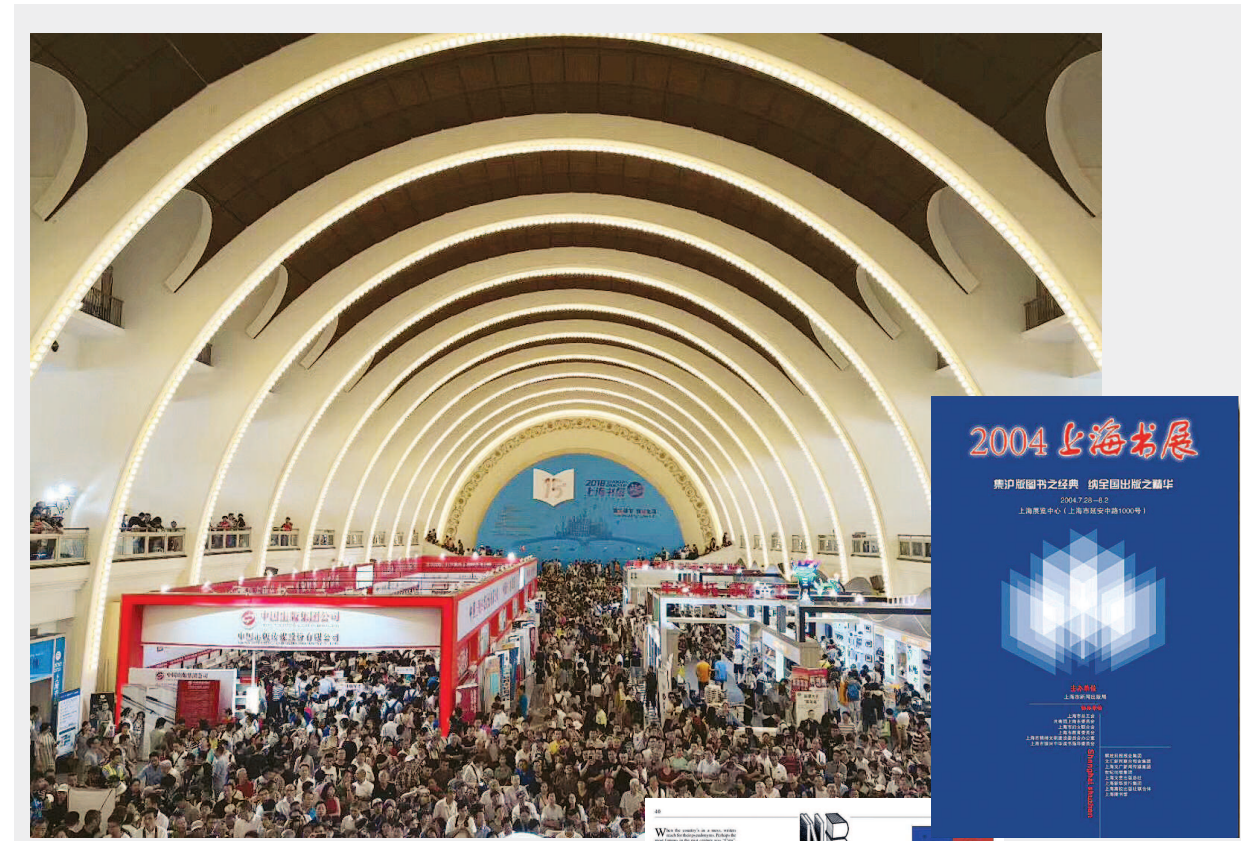
然而囿于书店规模，读者要买自己喜欢的书，往往要跑上几家甚至十几家书店。1981 年举办的上海书市，在书展策展人汪耀华看来，是“在图书供需矛盾积累到难以协调之后引发的一种解渴疗法”。

1981 年 9 月 2 日开始的上海书市持续了足足半个月，吸引 24 万读者，图书销售量超过 300 多万册。这个数据放在今天，仍令人振奋。除了汇集上海本地的出版资源与专业书店，书市还特别辟出省版图书销售馆直接激活了读者多样化选择的迫切需求。新华书店也从中看到商机，两年后成立省版门市部，100 多家出版社、6000 多种出版物的规模在全国领先。

随着人们文化需求的进一步提高，单纯的图书展销已不能满足读者。1986 年 3 月初，春寒料峭，工人文化宫外的购票队伍绕了整整一圈。这是文汇报联合上海多家出版机构、书店举办的首届“文汇书展”首日开放售票的情景。

当时的“文汇书展”在销售基础上举办读书辅导讲座的模式，初具当代书展的雏形。借由讲座，无论经典还是最新译作，文史社科类图书成为绝对的主角。

“如书中全新的观念能被证明站得住脚，它会是迄今为止成就最高的一部文学史。”1996 年的文汇书展，章培恒携当年由他和骆玉明新著的自编《中国文学史》与读者见面，一席掷地有声的话令闻者肃然，而这本新书也成为书展畅销书，旋即学界与市场引发强烈反响。时间证明，讲座中学人并非“自夸”，他们从人性发展视角对



▲刚刚过去的周末，2018 上海书展迎来客流高峰。

首届上海书展 2004 年 7 月 28 日在上海展览中心举行。除两届举办地选择上海世贸商城以外，15 年书香绵延，上海展览中心见证了上海书展从当初的区域性展会，成长为全国知名的文化品牌 and 全民阅读活动示范平台



▲2004 年上海书展海报。

《泰晤士报·文学增刊》连续多年赠送版面刊登上海书展—上海国际文学周的形象广告。图为去年上海国际文学周的广告。（均主办方供图）

中国文学史的梳理，影响了此后学界的文学史研究。

“文汇书展”引领了沪上的一股书展热；随后，古籍书展、全国大学书展、全国少儿书展等相继推出，进一步细分市场，针对不同读者群搭建起买书、读书的平台。从书市到书展，体现了图书展销活动功能的变化与升级，也反映出城市文化发展进程中，人们日益提高的文化需求。

从展销会升级为出版标杆平台

进入新千年，互联网的兴起，一度让纸质书夕阳西下的论调甚嚣尘上。但是“上海书展”却逆势而上，开启了这座城市的盛夏读书时光，平台影响力也持续爆发，吸引了全国各地的写书人、出版人、读书人。首届“上海书展”就集结了来自全国 24 个省市的 124 家参展单位的优质图书。

2008 年的上海书展迎来一位特殊的签约人——1978 年安徽凤阳小岗村“大包干”18 人之一、彼时小岗村村委会副主任关友江。而他签售的，正是讲述这段拉开农村改革序幕的小说《美丽的村庄》。签售延续了一个多小时意犹未尽，是普通民众对改革开放记忆的外素情感，更得益于书展首度为主宾省设立的安徽出版馆让“徽文化”强势亮相。2008 年起上海书展设立主宾省，安徽、江苏、浙江成为前三位“座上宾”。十年走过，通过签署《关于共同推动长三角区域出版和版权发展的框架协议》，在建设长三角出版高地的征途上，大家携手共进。

过去的“图书大卖场”显然无法与网络的海量信息相竞争，所以“引领有态度、有品质、有价值的阅读”成为“上海书展”的孜孜以求。逐步告别大数据，书展影响力无须以出版社或参展图书数量来标定，自 2010 年起至今，500 余家出版社与 15 万余种图书经过沉淀与提纯，浅层次、纯娱乐、博眼球的图书淡出书展视野，主题出版、学术出版、传统文化、社科人文等书籍成为书展的硬通货。正是这样的坚守，令“上海书展”自 2011 年起正式升级为国家级书展，成为为全国出版业赋能、推广全民阅读的标杆性平台。

中华书局总经理徐俊说，出版社每年都会选择一批年轻编辑参展。昔日里埋头案牍的编辑不得不把内向羞涩放在一边，为自己精心编纂的典籍张开口、挥起手。而上海读者的青眼相待，或许是他们最幸福、最振奋的时刻——在文化选择越发多样的今天，仍有许多人愿意静下心来，与古人对话，寻找中国人的精神原乡。从《五代史》到《魏书》《南齐书》的修订本，再到今年亮相书展的《宋书》，中华书局出版的经典品牌“点校本二十四史”每次都在书展备受关注。也就难怪这些常年与古人打交道的年轻人，在回京的火车上，就迫不及待地写下书展感言——来一遭上海书展，提气。

润养都市心灵，文化记忆汇入城市文脉

好书遇见好平台，方能觅得知音，潜入人心润物无声。15 年，上海书展成为出版人、写书人与读书人的心安之处。

上海人民出版社社长王为松难忘这一幕：暴雨倾盆的天气，出版家沈昌文卷着裤管，在拥挤潮湿的展馆里笑咪咪地迎面走来。上海世纪出版集团副总裁阎宁辉心心念念的这样的问候：《泰晤士报》连续多年在版面上向上海书展致敬。海豚出版社原社长俞晓群感慨，陈子善、毛尖这样的文化学者奔忙在一场场阅读推广活动，为读者架构起一座座通往精神深处的桥梁。

在这里，诺奖得主勒·克莱齐奥用 90 分钟签出 1200 本作品；已故诺奖得主奈保尔度过了他的 82 岁大寿；英国作家杰夫·戴尔和莱布雷斯希特与上海作协同行切磋过乒乓球，《云图》作者、英国作家大卫·米切尔把书展期间的上海见闻写进了小说《得钟》……借由“上海国际文学周”这样的品牌活动，每一个书展期间上演故事各有精彩，却都为爱书的初心而殊途同归。

打伞排长队，有时候遮阳，有时候遮雨。2005 年现场的手推车买书，演变成如今服务处堆成小山的快递包裹。捧书品读是私人的，感受文化浸润却需要在“在场”。一头扎进爱书的人群，摸一摸书页，嗅一嗅书香。这是对好书的至高礼遇。

为参与一场文化盛事，所有的等待与徜徉，都是值得。而三十多年来，所有的思想激荡与读书人、爱书人的记忆踪影，最终都将汇入这一条属于上海的城市文脉。

为开创强军事业新局面提供政治保证

（上接第一版）

习近平指出，坚持党对军队绝对领导是我军加强党的领导和党的建设工作的首要任务。要加强党的政治建设，引导全军坚决维护党中央权威和集中统一领导，坚决听从党中央和中央军委指挥。要坚持用新时代中国特色社会主义思想和新时期党的强军思想武装官兵，铸牢部队对党绝对忠诚的思想根基。要落实党委统一的集体领导下的首长分工负责制，做到一切工作都置于党委统一领导之下，一切重要问题都由党委研究决定。要健全党领导军队的制度体系，全面规范我军党的工作和政治工作。

习近平强调，党的力量来自组织，组织强则军队强。要坚持组织路线服务政治路线，聚焦备战打仗主责主业，加强我军党的组织体系建设，增强各级党组织的领导力、组织力、执行力，把党的政治优势和组织优势转化为制胜优势。要适应改革后的新体制新职能，坚持军委管总、战区主战、军种主建总原则，找准各级各类党组织职能定位，优化组织设置，健全制度机制，改进领导方式，把组织功能充分发挥出来。

习近平指出，军级以上高层党委在我军党的组织体系中地位重要、责任重大。要旗帜鲜明讲政治，站稳政治立场，把准政治方向，坚定政治信念，提升政治能力，确保政治过硬。高层党委要抓备战打仗，提高战略谋划能力、真打实备能力、改革创新能力、科学管理能力、狠抓落实能力。

习近平强调，强军之道，要在得人。要把培养干部、培养人才摆在更加突出的位置，着力锻造忠诚干净担当的高素质干部队伍，着力集聚矢志强军打赢的各方面优秀人才。要坚持德才兼备、以德为先、任人唯贤，突出政治标准和打仗能力，深入解决选人用人突出问题，把强军事业需要的人用起来，把合适的人放到合适岗位上。要贯彻党中央战略部署，制定和落实好优秀年轻干

上海全面排查空中坠物安全隐患

（上接第一版）周末的五角场商圈人流如织，户外广告、店招店牌、标牌灯箱遍布商圈。五角场向来是排查的重点区域，经过今年四轮台风，很多隐患店招已被拆除或加固。杨浦区绿化市容局介绍，防御台风期间，该区先后出动执法人员 2000 多人次，拆除广告设施 72 处 83 块、店招 185 处 189 块。

下午，一路督查组抵达宝山区淞宝路，500 米长的沿街商铺正在安装统一店招。淞宝路所属的吴淞路街道曾因热闹的“吴淞老街”而自成一派商业气候，老城区改造后逐渐没落。如今吴淞路街道想要恢复“老街文化”，今年开始对辖区内 17 公里沿街商铺店招全面改造。街道介绍，商家自行装修的店招大多使用铁架或石膏板，统一新建的店招则更换镀锌管和铝塑板，新的材料更轻，也更坚固。

技术标准急需落地推广

不论是拆店招还是装店招，一切都是为了安全。

相关部门已经明确将几类户外设施纳入拆除范围，包括未经审批、违反技术规范设置的各类户外广告；设置在屋顶的各类户外招牌；设置在墙面的各类大型外挑式招牌（不含最大直径或最大边长小于 0.7 米、支架出挑距离小于 0.3 米的小型侧招）；违反“一店一招”等数量规定设置的各类户外招牌；采用内墙铝塑板、水泥石膏板、细木工板、胶合板、密度板、外墙装饰面砖、玻璃等易碎、易腐蚀、

户外招牌 100%录入信息库

自重重的材料等禁用材质作为表层材料的各类户外招牌等等。

根据上海市地方标准，应该采用的是彩钢板、不锈钢板、塑料扣板以及高分子板材等材料。凡是符合《建筑外立面附加设施设置安全技术规程》等要求的店招，应当及时加固。不过，记者在采访中获悉，很多小业主出于成本考虑，选择的招牌设施材料往往不符合技术标准。如何让技术标准落地推广，是各方都要思考的问题。

户外招牌 100%录入信息库

目前，上海各区正在对辖区内的户外广告、招牌、空调外挂机、玻璃幕墙、高楼装饰物等建筑附着物进行全面检查，尤其是重要商业街区、人员密集场所等。相关部门表示，今后将按照“一店一档、一牌一档、一户一档、一楼一档”等要求建立数据库。运用大数据和信息化手段，制度化、常态化地监管户外招牌安全情况。

闵行区绿化市容局介绍，今后户外招牌信息要 100%录入信息库，具体内容包括招牌业主、内容、尺寸、设置时间、材质等等。该局现已联系第三方软件公司拟定信息化系统建设方案。

杨浦区表示，今后将按照“谁许可、谁负责”原则，严格行政许可，加强准入管理和行政责任可后的动态监管；切实落实属地管理责任，按照“谁设置、谁负责”原则，将户外广告、招牌等建筑附着物管理与商家门责制度相结合，督促落实主体责任。

体彩公报

七乐彩第 18096 期公告

中奖号码：

5 5 0 0 7 6 0

一等奖 0

二等奖 4

三等奖 115

四等奖 1487

五等奖 19901

六等奖 249267

一等奖基金积累数：

1710456.67 元