

上海书展文创产品出新出圈

除了好书，你带回了什么文创

文创，在上海书展异军突起。无论是卡夫卡包袋、古籍出版社的三色套色印章，还是各类可爱的公仔，都成为读者的心头好。本届书展官方牵头引领，推广盖章的书展护照，让可爱的上海书展形象公仔、徽章伴随书香一同漂洋过海。上海书展举办到第20届，上海本地和全国各省市的出版机构纷纷求新求变，从文创这个突破口发力，探索出版业的新可能和新趋势。

阅读+文创： 出版社“标配”

书和书的周边，触手可及，给予读者幸福与满足。书本可以买回去慢慢翻阅品味，拿起那些创意十足的衍生品的那一刻，就是直接享受多巴胺分泌的喜悦了。

汇聚多方面阅读的力量，“阅读+”推广全民阅读，要融合更多优质的参与方。周末夜场，书展专设的阅读生活跨界展区热闹非凡，与“童书区”成为书展主会场的“两翼”。晨光、百新、第一铅笔、马利颜料等带来的文具琳琅满目，中版文创、晚峰俾卯等文创产品让人耳目一新，朵云轩、光明、邵万生、英雄、曹素功等老字号也在文创领域抢占地盘。

几乎每个参加书展的出版社都“有备而来”，推介新书之外，购书满一定金额，就赠送书签、托特包等文创周边，为好书增添了向心力。出版社有了经验，把去年卖断货的文创产品补足了货源。上海书展今年推出了联名文创，包括吊坠、冰箱贴、文件夹等，书展吉祥物逗点做的500份吊坠非常受追捧。

文创产品作为“阅读+”的重要拼图，散布于主会场、16个区的商圈及实体书店、公共图书馆及其他文化场所，让热爱阅读的读者与它们随时相见。

传统与现代： 文化点亮生活

上海印刷集团旗下文创品牌尚映如约而至。在连续参加书展的第9年，创新现场消费体验，现场共布置了百余个品类，200多个SKU文创产品，以“印刷艺术点亮生活”为主题创新升级，展现图书及其周边文创的多彩魅力。

本次尚映书坊展位主要分为中华老字号“华丰”品牌与尚映旗下“IN仔&KK”系列两大主题展区，重点推出近20余款文创设计新品。中华老字号的“华丰”品牌提取了1926年华丰印刷铸字所出

版的《花边样本》中的元素，细致复刻百年前的花边纹理，设计开发出字烛、活字香薰蜡烛、字物银饰套装、花边手机支架等产品。这些产品不仅融合了印刷文化元素，更注入了现代设计理念，趣味又实用。“让传统印刷艺术与现代生活美学，同时感受到文化的厚重与艺术的魅力，让经典元素在当代焕发新生。”总经理徐嘉霁向记者透露。

今年上海书展首推国际艺术图书专题展销区，国家博物馆、故宫博物院的文创产品，都能在此买到。中版集团首次单独设立“中版文创”展区，人民文学出版社“人文之宝”、商务印书馆“涵芬文创”等品牌都参展。广西师范大学展位作家加缪帆布包和徽章备受年轻读者欢迎。在社交平台上有人戏称，这体现了年轻读者的“背包哲学”。

老字号创新： 小团扇成爆款

今年上海书展朵云轩在展位上精心准备了众多特色的文房用品、朵云工艺礼品等好物，迎接四方宾客。除此展位和门店还推出新品：文房套装“醴泉”“朵云圆融快客旅行套装”“朵云紫砂一壶二杯”等，去年被评为上海特色伴手礼的“朵云小团扇”继去年书展成为爆款后今年又新增了三款新品，亮相今年书展。

朵云轩的国家级非遗木版水印将带来木版水印全手工雕印的藏书票，包括今年新制“飞龙在天”藏书票，还有汪观清“孺子牛”“拓荒牛”“老黄牛”三牛藏书票，都是限量编号的藏书票。纸笺新品有2024年新推出的《黄瘦瓢花卉笺》，这套笺纸为纵1尺横2尺的彩色套印大笺，宜收藏欣赏和书家创作作品。与此同时，朵云轩将有新笺谱雕印信息在上海书展发布，并接受预订。本报记者 乐梦融



林卫平 摄

书能买也能租—— 一家弄堂口的书店



上海书展
Shanghai Book Fair

人物

在一条百年弄堂口，有一间不大的书店，书可以买，也可以租，看完了还回来，你可以把读后感写在便利贴上，贴在封面，让它在书架里，静静地等待下一位因为你的推荐而翻开它的人。

这间乐开书店的创始人叫赵艳苹，书友们都喜欢叫她“蜗牛”。她说：“是那第一张便利贴，泛起了涟漪，后来这样的便利贴就越来越多。”开书店13年来，她让便利贴成了书友们隔空交流的桥梁，也期待借书的读者里走出中国的海明威。

书友里，也许藏着“海明威”

80后的蜗牛生长在山东，故乡有很多租书店，一本一毛钱，小朋友小朋友都来借。后来，她去外地读了大学，走进了互联网行业，看的都是专业书籍，没有了自由自在的阅读，而且她也不知道从什么时候开始，那些租书店也都一个个消失了。

2011年，因为身体的原因，蜗牛辞职回家休养。丈夫对她说：“既然自由了，不如做点自己喜欢的事情，你有什么梦想？”她说那就开一间可以租书的书店。没有开店的经验，她就买了很多开书店的书来读。一本《书店风景》让她着了迷，这本书带她走访全世界上千家书店，最让她难忘的是法国巴黎的“莎士比亚书店”，海明威在那些没有钱买书的日子，从莎士比亚书店借了很多书去看。

上海这座城，藏龙卧虎，也许来租书的读者中就藏着下一个海明威，谁知道呢？于是，蜗牛就在娄山关路开了第一间乐开书店，蜗牛选择这个名字，是希望书店能够给顾客带来更多的欢乐与开心。租书一天只要一块钱，不限本数，只要你能看完，一天来换一百次也可以。

书店开了三年，租书的会员越来越多。有人打开了新的世界，有人走出了人生低谷，有人交到了志同道合的朋友……有一天，书店所在商场要调整经营模式，给蜗牛3天时间搬家。别说是一家书店，就是普通人家搬家，3天也不够。一筹莫展之际，书店的会员们各展所长，因为都在书店周边工作和生活，有的帮忙找商场协调延长搬家的周期，有的帮忙找房源……最终，不到1个月的时间，在大家的帮助下，书店在原来商场的马路对面重新开业，书店的会员一个也没少。

便利贴，隔空交流的桥梁

便利贴上写读后感，也是从书店开业那会留下来的老“传统”。

一开始，蜗牛也是抱着试试看的心态，给每位租书的读者发一张便利贴，一来希望读者用便利贴当书签，减少书上的折痕；二来也可以用笔写几句感受留给下一位读者。没想到，蜗牛很快就收到了便利贴上的第一段文字。有些美好的事，就像读到了一本好书一样，翻开了就停不下，渐渐地书店里的书上贴满了便利贴。

“读聂鲁达的情诗，读着读着，脑海里便自然勾勒出了爱人的轮廓。”“第一次去超市、第一次野营、第一次坐地铁、第一次吃自助餐、第一次看演唱会……啊！人生中充满了各种各样的第一次！”“很想把这本书推荐给家有女孩的家长，特别是即将或正处于青春期的妹妹，当然不只是给青春期的女孩子，所有没有接受过正儿八经性教育的家长，都可以翻翻看！”……林林总总的便利贴上，虽然寥寥几笔，但都是肺腑之言，比起那些所谓高大上的序言，更加贴心。

有一对母子，儿子第一次跟着妈妈走进乐开书店时上小学2年级，妈妈看了便利贴上的介绍，把《战马》递到了儿子手上，儿子从此爱上了阅读。如今，儿子已经上大一了，他成了为妈妈推荐书的人，也会写上自己的感受贴在书上与人分享。

众所周知，开一间书店是不容易的。关于蜗牛和她的书店的故事还有很多，不妨去看看一部胡歌解说的纪录片《但是还有书籍》，在那里你可以看到一个爱书人的快乐和收获。

本报记者 吴翔