

7

CBA 一季波折
广东队 十冠圆满

文体汇

扫一扫添加新民体育、新民演艺微信公众号

本报文体中心主编 | 总第 497 期 | 2020 年 8 月 16 日 / 星期日 首席编辑 / 李 纬 视觉设计 / 戚黎明 编辑邮箱: xmwzb@xmwb.com.cn



圈住每颗心

现场

书香满申城，自然不仅限于“主场优势”。今年上海书展在全市 16 个区设立 100 家分会场，对接沪上约 10 个商圈，力推上海书展“进商圈”，助推实体书业及周边产品的经营复苏。

优雅的思南公馆里，预约观众换了一茬又一茬，他们参与张忌、林培源对话——用一家南货店盛放我们的世界与时代；也聆听徐则臣、王苏辛、张心怡娓娓讲述短篇小说的迷人之处。而在距离“主场”不过百米之遥的静安嘉里中心，整条安义巷“变身”熙熙攘攘的夜市，你可以在这里捐书，也能买到精致的文创手作。

商场大厅里读《论语》

“《论语》难懂？要知道，《论语》流传千年，约 16000 个字，光我们现在常用的成语就有 100 多个出自那里，比如温故知新、见义勇为、任重道远，还有‘欲速则不达’、‘工欲善其事必先利其器’这些俗语。”

昨天下午，在莘庄仲盛世界商城一楼主厅的上海书展暨“书香中国”上海周闵行区分会场，历史科普推广人张玮（馒头大师）和复旦大学博士李宏昀为孩子们打开了《论语》的世界，张玮说自己第一次读《论语》时，最强烈的感受就是“读得太晚了”。而李宏昀也直言，从连环画和成语典故中感受到的《论语》看似平淡无奇，其实深藏真义。现在参与这本《写给孩子的论语课》的编写工作，也是希望将中华民族的精神和文化一代代地延续下去。

近年来持续升温的“国学热”，

让不少家长提前为孩子预约了这两场分享会。有家长说：“如今很多教育太过看重技能，觉得能背多少唐诗就是牛娃，却不知道，人生是场马拉松，《论语》这样的书才是宝典，能给予你人生路上继续前行的力量。”

思南公馆中识“南货”

昨天的思南公馆里，伴着户外骄阳和蝉鸣的，是小说家张忌用一本《南货店》牵出的一段往事。文学中的“南方”始终散发着神秘而迷人的气息，生长、生活于宁海城镇的张忌将一段渺远的父辈记忆写入横跨 40 余年的《南货店》往事中，他感触道：“写作如同一场永无止境的追寻，我们最亲近的人其实都是陌生的，我希望用文字‘把那一层遮挡的东西揭开’。”

小说以南货店为背景，勾勒出上世纪 70 年代末到 90 年代初极具烟火气的江南城镇生活图景：美食器物与俗世日常、世风升降与人性明暗，用乡愁般的“古典中国叙事”，围绕南货店店员秋林的生活，串联起供销社系统中的人、事、物。

张忌的讲述，也勾起不少上海人对南货的记忆。“阿拉上海南货店也不少的，南京东路上的三阳南货店鼎鼎有名，这本书里提到的三角包、斧头包，南货店里卖的食品都是这样包扎。”对此，张忌笑说前两天刚去三阳南货店探访过：“我这部小说里的南货店虽然和三阳不同，但里面的人情却是相通的。”

本报记者 朱渊

徐炯接受本报专访谈新举措带来新感受

上海书展破圈有花头得甜头

2020 上海书展暨“书香中国”上海周已经过半，这是在常态化疫情防控背景下举办的一届特殊的书展，挑战同时意味着机遇。昨天，中共上海市委宣传部副部长、上海市新闻出版局局长徐炯接受本报记者专访，从这几天来书展新举措带来的新感受谈起，对未来的书展和实体书店提出了自己的展望。上海书展正在不断“破圈”，将“我爱读书，我爱生活”的理念传达给更多人。

融合线上线下一

记者：今年上海书展第一次实行实名制预约售票，给展览方与观众的感受和往年有很大区别，明年还会考虑继续实名制吗？

徐炯：预约实名制之后，今年场内的安全感和体验度与往年都不一样了，读者和参展方共同的感受就是从容了许多，现场安静了许多。本来定下的防控目的，从这个意义上说效果达到了。事物总有两面性，书展现场的销售因为观众的减少而受到明显影响，与往年相比差距比较大。但是，经过各机构的努力，图书的线上销售增加了。以世纪出版集团为例，这几天线上销售达到线下销售的 90%。经过这次疫情，线上销售可能占比越来越大，我们在营销渠道方面要做出相应改变。

实名预约不仅仅是限流的意义，实际上重要的部分在于，我们拥有了读者买票的大数据之后，可以据此向读者点对点推送图书方面信息，以便于后期深度开发更好的线上服务，满足个性化要求。

记者：对于上海书展今年的线上

活动，您觉得有何得失？

徐炯：上海书展线上线下同等重要。人与人面对面的交流、现场热情的氛围，这些都是线上不能取代的。因为今年线下转线上很多是无奈之举，如果能够有所释放的话，对销售的带动，对人气的带动，读者对氛围的感受，这个效应也会释放出来。对上海书展而言，线上线下融合刚刚开始，今年是在疫情的倒逼之下，使得书展在转型升级上跨出一大步。疫情防控之后，线上给出了许多答案，但是也提出了许多问题。争取明年在线上各个环节如服务、活动、直播带货等方面提高质量。

线上活动不是简单地把活动搬上网，关键在于活动开始后能不能吸引读者。读者参加线下的活动，已经经过第一步的自我筛选，即使到了现场活动不那么有意思，读者也会选择留下来；而在线上开放的环境下，读者可以很方便地参加进来，也可以很方便地随时离开。怎样才能把内容更好地传达给读者？今年，“七天七堂课”的线上效果就很好。

重视推广创新

记者：书展进社区进商圈已经进行了好几年，今年情况有什么变化？

徐炯：书展进社区进商圈依赖于实体书店的回暖，今年与各方面的融合更多样，比较典型的是“作家餐桌计划”，加深融合文学阅读与美食的文旅体验。宣扬生活美学，追求高品质生活需要知识与智慧，这是阅读可以提供的。其实进商圈不局限于书与饭店，也可以书与运动，比如篮球场附近卖篮球方面的书，以及周边产品。

记者：书展实体书店区昨晚增添了灯光标示，更醒目了，您对上海书展上的实体书店表现有什么要求？

徐炯：今年书展上的实体书店馆十分有创意，希望大家给予更多关注，但

是实体书店的吸引力在哪里？卖书的功能在书展里和其他机构是重合的，需要加些什么，比如三联书店今年引进了树蛙元素，晓风书屋有博物馆文创，朵云书院有游戏，如果这样的创新内容多，读者就会更多地愿意去打卡。

上海书展当初引入实体书店是为了提高他们的能见度，当时民营实体书店知名度不够高，这两年风生水起的钟书阁刚进上海书展时并不起眼，但是胜在他们不断创新。明年上海书展在实体书店的选择方面，会倾向于一些新办的处于萌芽状态的书店，帮助他们提高知名度，推广创新，在上海书展里孵化他们成长。希望实体书店年年来，年年带着创新来，而不是简单的一个摆摊的概念。欢迎实体书店在上海书展孵化器里毕业，把书香播散到城市的每一个角落。

本报记者 徐翌展

■ 世纪朵云思南书局·诗歌店内景
本版图片 记者 郭新洋 摄

