



上海古籍书店店员在展示周边。摄影/王哲

的回答，编辑特别感动。这不是非常功利性的读书，更多的是一种情怀，所以他给这篇文章起了这样的题目：“最动人的遇见，是遇见你的情怀”。

“我自己在展位上，遇到很多读者来咨询和交流。”吕健说，“我惊讶地发现，有些读者对我们社图书的了解比我还多。我虽然是社长，但不可能对我们社出的每一本书都非常了解。我学历史出身，对我们社历史方面的图书可能更熟悉一些。但是有些读者很痴迷我们社的图书，在某些领域了解很多，他们问出来的问题，我都一时难以回答。我想，这样的读者真是好，这是读者非常高素质的表现。我也会实事求是对他说：这个问题我可能还一时半会无法回答，如果你确实非常想要了解，我回去之后，再想办法答复你。或者我介绍这本书的责任编辑给你，他会对本书具体的情况更有发言权。这让我们感触颇多，正因为有这样的感触，让我们更好地做书。”

20年来，上海古籍出版社参加上海书展的变化，是与上海书展的变化密切相关的。一开始只有线下，没有线上；一开始，文创产品所占的比重很小，而现在越来越多，内容也越来越丰富多彩了。

“提到古籍出版社，很多人的固有印象是中老年人才会喜欢读这些书。但实际上，高质量的古籍出版肯定是我们的拳头产品；另一方面，我们很多书都做得很时尚，对年轻人，甚至对小孩子都很有吸引力。我们的图书，这些年来，从封面装帧到内容，都有很大的变化。像今年我们在上海书展上推出的‘四

大名剧’，以及《世说新语》典藏版，从内容到形式，我们都力求贴近年轻人。效果也很好。现在‘国学热’，自上而下，大家都非常钟爱国学，都认为国学中蕴含着中华文化的智慧，有中华民族的趣味。现在汉服很流行，实际上和汉服相比，图书是更直接与古人相联系的载体。针对他们打造图书产品，一定会对年轻人有吸引力。”吕健对记者说。

秦汉时的竹简是很高深的一门学问，即便是书写方式，一般人也如读天书，需要专家一个字一个字识读，再解释句子的意思。他们想，怎么样可以让这门高深的学问也为普通人所了解呢？于是就推出了一本书，将竹筒里书写的内容故事化，让

读者能够更好地了解当初中国人的生活状况，推出后读者非常感兴趣。还有《梦影红楼》，那是清朝人孙温、孙允谟绘画的《红楼梦》，每一回两幅，非常精美的彩色工笔画。他们打造了各种各样的版本，有线装本，还有青春版。青春版，就是上海古籍出版社专为符合青年人的审美取向而推出的，因而广受欢迎。

上海古籍出版社还出版一套《蜀石经集存》。中国古代有《十三经》，是作为官方意识形态读本而存在的，当时官方就将这《十三经》刻在了石头上，以供学子校准经典。吕健说：“这种书其实是很学术的，在一般人看来和文创没什么关系。但我们想了个办法，按照当时石经的样子，刻出来一些字，选的字也和现代人很接近。比如：‘我心匪石，不可卷也。’现在不是都讲‘内卷’吗？可是《石经》上说‘我的心不是一张席子，不能任人打开又卷起’。这些文创也非常受青年人的欢迎。”

全民阅读，就需要有心的出版社将晦涩难懂的学术内容转化为更容易理解的方式，将更多的读者引入到图书的世界。当古籍与时尚碰撞，激发出的是一个又一个脑洞大开的产品。不论是上海译文出版社，还是上海古籍出版社，他们都没有墨守成规，靠经典吃老本，而是努力适应时代的发展，让更多的年轻人爱上他们的图书，上海书展，就成为了他们尝试理念、试验产品的最佳平台和场所。这是整个上海书展销售形式变迁的一个缩影。

上海书展，是灵魂漫步的迷人幽径，也是大众阅读的狂欢节。书迷漫游纸间，享受阅读之美，这是每年上海的夏天最让爱书者感到舒心 and 惬意的一件事。☑