

□ 李治国

思语

书香溢满申城

当“高冷”科技遇上电视综艺

□ 吴学安

未来科技综艺节目所需要展示的不仅仅是技术这一“面子”，更要提升节目温度这一“里子”

近年来，我国电视综艺节目自主创新创优工作持续深入推进，泛科技类综艺节目异军突起，频频问鼎收视率榜单。中央电视台《机智过人》《加油！向未来》，江苏卫视《最强大脑》，湖南卫视《我是未来》，江西卫视《真是想不到》等一大批泛科技类综艺节目聚焦科技核心、力载科普重任，通过多资源整合与多维度创新，为中国新一代乃至整个社会传递了科学知识、表达了科学精神。

去年，在国家新闻出版广电总局“鼓励电视上星综合频道在黄金时段增加公益、文化、科技、经济类节目的播出数量和频次”政策的大力扶持下，包括央视和多家地方卫视在内纷纷放眼“科技”领域。继《中国诗词大会》《朗读者》《见字如面》等节目引领荧屏“文化热”之后，去年暑期以来，“烧脑”的科技类综艺节目各展风采。《机智过人》《未来架构师》《极客智造》等央视和地方卫视播出的科技类节目都有较好的收视成绩。

中国社科院新闻所世界传媒研究中心秘书长冷凇曾把科技类节目比为“砸石头”节目。他的这个比喻，是根据不同资源综艺化的难度而定的。“石头类的资源”是在操作层面最为复杂和困难的一类，道具、科学家、技术甚至视觉，对于制作人员来说都有难度。这个类型不容易做，但确实是富矿。

随着综艺与科学牵手产生的效应扩散，“科学”成为综艺节目制作者眼中的新蓝海。当以模式引进为路径，以天价明星为噱头的运作方式难以为继，将视线转向火热科技革命实践，将镜头对准或老骥伏枥或青春张扬的科学家，成为综艺节目转型的好选择。对于我国的科学发展和科普事业，电视节目制作者全方位参与，依托成熟的综艺节目制作方式，搭建了更时尚、更吸引年轻人的科普平台。视听节目拥有声、光、电等多样呈现方式，可以更立体地呈现科技成果，更真切地展现现代科技的风采。

不管是《我是未来》中的AI、基因解码、腔内介入影像，还是《未来架构师》中的柔性电子技术、未来机器人，这些话题虽然略显“高冷”，但你千万不可低估广大受众的科学素养和科技兴趣。随着荧屏对“泛娱乐化”的抑制，人们对高新科技的兴趣会越来越浓厚。更重要的是，一些科学节目还与大众生活密切相关，这更让人充满好奇心和敬畏感。

未来科技综艺节目所需要展示的不仅仅是技术这一“面子”，更要提升节目温度这一“里子”。科技节目要将科技最打动人的一面展现给观众。高冷的科技节目以综艺形式为切入点，为观众展现出故事背后，是人类认识自然、改造世界波澜壮阔的历程。科技类综艺节目能够挖掘科技发展过程中激发兴趣、启迪智慧、情感共鸣的内容，以独特的视角、轻松有趣的方式解读科技发展历程、科学家的喜怒哀乐、科技创新的时代意义，促进公众真正理解科学。

《周末》执行主编 魏永刚
责任编辑 李丹 敖蓉
美术编辑 高妍
邮箱 jrbzmk@163.com

从为出版社与读者提供面对面的产销通道，到更注重阅读推广活动的精深，上海书展始终以读者需求为导向，不断优化功能



左图 在上海书展的国际童书嘉年华馆，小朋友在读书。 刘颖摄

下图 2018上海书展现场。

胥晓璇摄



从2004年开始，每年8月份，上海市的读书人就会期盼一个共同的节日——上海书展。

全国各地的出版人也因上海书展汇聚到一起。15年来，上海书展以“我爱读书，我爱生活”为主题，立足上海，服务长三角，服务全国。“上海首发，全国畅销”已经成为出版业内的品牌，上海书展也从当初的区域性书展，成长为全国知名的文化品牌和全民阅读活动示范平台。

上海首发，好书从这里出发

2018上海书展暨“书香中国”上海周8月15日开幕以后就遇到了台风天气，然而狂风暴雨没挡住书迷的脚步。成千上万的书迷都来赶赴这场文化盛宴：来自全国的500多家出版社带着15万余种精品图书组团参展，更有130余项阅读活动如火如荼地举办……

人，一头扎进书海里远行；书香，在人海中迅速漫溢。一个因读者而生、以面向读者为使命的书展，如何始终保持活力，不断增强吸引力和辐射力？上海书展创出的新书首发机制便是答案之一。早在2008年，上海书展就首次提出“上海首发，全国畅销”的理念，在全国出版界引起强烈反响。10年间，借由“上海首发”，上海书展的标识度正在不断提升。国内越来越多的大社、名社、强社以8月份为时间节点，力争重点新书能在上海书展上与广大读者见面，并以此为起点推向全国市场。可以说，“上海首发，全国畅销”已成为激励中国出版产业的动力。

近年来，率先于上海书展亮相的新书品种数量在逐年增加——2008年这个数字为40余种，次年为60余种，2011年约110种。今年，上海书展又提出进一步推进“上海首发”机制，吸引更多好书在书展首发。强调首发新书的数量，更追求首发新书的质量；不仅有大众读物、流行读物，也有专业精品、学术著作，由此体现对书业规律的把握和对价值引领的担当。7天展期内，上海书展共集结呈现全国各地新鲜出版的500余种图书，举办多达200余场新书首发活动。“首发机制”已成为上海书展服务读者、服务行业的重要发力点。

“我们每年都选择当期最重要的图书放在上海书展首发。这对中华版图书的市场

营销有着明显的带动作用。”中华书局总经理徐俊告诉记者。

上海图书市场是全国图书市场的风向标。对于出版社来说，新书能否在上海书展引起关注，直接影响着之后的市场表现。“上海是商务印书馆创立之地，上海书展是国内重要的文化盛事和读者的文化盛宴，我们一直积极参加。近年来我们每年都会在上海书展举办10余场活动，其中‘上海首发’的占到一半以上。”商务印书馆营销中心副主任王永康表示。

以书搭桥，联通爱书人

回顾上海书展15年历程，上海市新闻出版局局长徐炯说，从为出版社与读者提供面对面的产销通道，到更注重阅读推广活动的精深，上海书展始终以读者需求为导向，不断优化功能。

2002年6月，沪版图书订货会易名为上海图书交易会，向长三角和其他省份出版社开放。这是上海有史以来规模最大、影响最深、销量最好的图书文化盛会。当年书展的中央大厅里有一条长55米、宽3.1米的中间主通道，被设计成近现代重叠“穿越”的福州路书店街，是那届书展布展设计的一个亮点，吸引了不少市民。短短7天，书展总零售额达1300万元，文化活动170余场，参展人数达到30万人次。

为了进一步联通全国出版人，2008年，上海书展首设“主宾省”模式，展现各省份在出版领域取得的最新成果。此时的上海出版业已经不再单纯以码洋论英雄，在业内人士看来，上海书展率先打破了数字迷思，以最具品质的图书为主体，融入多元多彩的文化活动，全方位展示阅读魅力，这是新时代由数量向质量提升的集中彰显。

2011上海书展正式从区域性书展升级为全国性书展，名称改为“上海书展暨‘书香中国’上海周”。为此，这届书展举办了首届国家级阅读论坛——“书香中国”阅读论坛；首创了“上海国际文学周”，邀请海内外知名作家，以国际文学交流的形式，推出18场读书、文学、互动活动，让爱书人切实感受到全国乃至世界出版业的魅力。

作为合作的首个落地项目，今年7月份，三省一市经过协商，决定以长三角三省一市的人民出版社为主体，由上海人民出版社牵头，启动《江南文化研究丛书》编撰出版工作。此外，还将举办“三省一市”精品图书联展，打造长三角阅读圈，建立中国国际进口博览会事前、事中的协同保障机制，探索图书期刊印制委托跨省报备等。

可以说，上海书展集聚了中国出版业的势能，已成为服务全国的文化大平台。中国出版集团副总裁潘凯雄说，“它是国内把读者、作者、出版社三方紧密联结的平台。这个大平台毫不奢华，但它在相对集中的空间里提供了极为高效的服务：引读者邂逅好书，领作者会一会知己，助出版商不断优化出版计划”。

作为合作的首个落地项目，今年7月份，三省一市经过协商，决定以长三角三省一市的人民出版社为主体，由上海人民出版社牵头，启动《江南文化研究丛书》编撰出版工作。此外，还将举办“三省一市”精品图书联展，打造长三角阅读圈，建立中国国际进口博览会事前、事中的协同保障机制，探索图书期刊印制委托跨省报备等。

可以说，上海书展集聚了中国出版业的势能，已成为服务全国的文化大平台。中国出版集团副总裁潘凯雄说，“它是国内把读者、作者、出版社三方紧密联结的平台。这个大平台毫不奢华，但它在相对集中的空间里提供了极为高效的服务：引读者邂逅好书，领作者会一会知己，助出版商不断优化出版计划”。

以书店为基点，让书香四溢

专家指出，相比线上书店便利的买书方式和“点对点”的人书关系，实体书店“在场”的体验感始终不可替代。它们将以丰富的空间感受，成为城市不可替代的文化地标，引领一种新的生活方式。在上海松江区新开的广富林书院，以现代设计元素平衡徽派老建筑原有的空间厚重感，打造出既时尚又富有历史积淀的静雅文化空间；光的空间·新华书店里，每一排书架都被方形镂空，层层书架尽收眼底，足有三层楼高的书架包围着整个环形空间，重复的方格和恰当的光线构成了无穷尽的书海幻境……这些书店本身自成一一道独具魅力的人文景观。

如今，新型实体书店，开始让书、人、城柔性连接，呈现了实体书店在互联网时代的破局路径与多种可能。

自己的位置。未来书店已经被重新定义为“阅读与生活的博物馆”，人们徜徉其间，流连忘返。

今年上海书展的一大特色，是让78家沪上书店成为分会场，成为书展探向上海全市枝桠上的书香据点。

书展期间，中国实体书店创新发展年会也如期举办，业内目光投向“新零售时代实体书店的可持续发展”，人们愈发关心：书店下一步怎么走？

不妨回顾一下历史：实体书店从无到有，从简陋到丰富，从静态陈列到主动策划，经过多年的创新迭代，正从1.0版的单一卖场，进化到2.0版的复合运营空间，再提升为3.0版的城市生活方式文化平台。不少新开书店通过技术升级、营销升级、服务升级，完成了从购物空间到文化空间，再到生活美学的转变，为城市增添了新型阅读文化品牌、文化样本、文化地标，也培育孵化出可持续发展的新生态。

继去年20余家大中型实体书店亮相申城后，今年上海又将增加不少特色书店。西西弗全国首家旅行主题定制书店将在上海南京东路世茂广场与读者见面；位于上海浦东陆家嘴的方所·钟书阁大融城店也将于年内揭开面纱。实体书店正以高体验感、高附加值的多元化业态，赢得读者青睐。

专家指出，相比线上书店便利的买书方式和“点对点”的人书关系，实体书店“在场”的体验感始终不可替代。它们将以丰富的空间感受，成为城市不可替代的文化地标，引领一种新的生活方式。在上海松江区新开的广富林书院，以现代设计元素平衡徽派老建筑原有的空间厚重感，打造出既时尚又富有历史积淀的静雅文化空间；光的空间·新华书店里，每一排书架都被方形镂空，层层书架尽收眼底，足有三层楼高的书架包围着整个环形空间，重复的方格和恰当的光线构成了无穷尽的书海幻境……这些书店本身自成一一道独具魅力的人文景观。

诚品书店总经理李介修认为，“复合生活空间”正是遵循图书多元特质的结果。消费者不再为单一购书需求走进书店，体验文化服务将成为最主要的进店目的。边上书创始人边咪咪也表示，书店仅仅靠“颜值”吸引顾客是不够的，书店的核心功能是让读者与图书再相逢。

如今，新型实体书店，开始让书、人、城柔性连接，呈现了实体书店在互联网时代的破局路径与多种可能。