思语

中国电影淘沙“求真金”

□ 姜天骄

被吊起的口味已经形成观众的品位，只有那些让观众有口皆碑、交口称赞、口口相传的高品质作品才能得到口碑发酵，形成社会热点，从而实现有效传播

2019暑期档已经落下帷幕，在长达3个月的时间里，共有137部电影展开激烈角逐，最终收获了176.38亿元的总票房成绩，超过了去年暑期档总票房。成绩固然喜人，但是也表现出一些不尽如人意的地方：譬如，今年暑期档超百部上映影片中仅有不足两成实现了票房破亿元，绝大多数电影票房仅为千万元、百万元甚至只有数万元。也就是说，暑期档的票房成绩仅靠头部电影支撑，绝大部分影片沦为票房炮灰。这些问题充分说明，我国电影产业的“贫富差距”正在加大，电影市场正在经历一个大浪淘沙始见金的调整期。

今年暑期档的最大彩蛋当属动画电影《哪吒之魔童降世》。在暑期档最后一天，《哪吒》以超46亿元的票房登上中国电影史票房榜第二位，占据了暑期档票房近三成。

与《哪吒》形成鲜明对比的是号称筹备长达5年之久、总投资高达3.6亿元的科幻电影《上海堡垒》。继春节档《流浪地球》取得成功之后，资本开始关注国产科幻电影，观众也把对《流浪地球》的热度延续到《上海堡垒》上。然而，理想很丰满，现实却很骨感。这部耗资巨大又有流量明星支撑的影片上映10天累计票房仅为1.21亿元，豆瓣评分仅为3.2分（其中1星占比为62.1%），可以说是口碑、票房双坍塌。

《上海堡垒》自上映以来，导演滕华涛先后两次道歉。第一次是在“《上海堡垒》关上了中国科幻大门”的言论甚嚣尘上之时；第二次则在电影已经快要淡出人们视线之际。然而观众似乎并不买账，很多网友直言，《上海堡垒》的问题不仅在于流量演员的“不适配”，更在于电影本身逻辑、节奏、情感等方方面面都不过关。如果导演不能真正审视到电影本身的缺陷，那么道歉再多次，对影片票房也于事无补。

客观地说，《上海堡垒》从剧本到特效再到选择角色确实存在一些问题。这些“硬伤”决定了这部片子的品位和格调都无法迎合当今观众的审美需求。因为在过去的两三年时间里，国内出现了很多爆款电影，以同为科幻电影的《流浪地球》为例，大家对于科幻电影的鉴赏品味有了质的飞跃。被吊起的口味已经形成观众的品位，只有那些让观众有口皆碑、交口称赞、口口相传的高品质作品才能得到口碑发酵，形成社会热点，从而实现有效传播。在这个内容为王的时代，口碑和票房的“正相关性”会越来越高，一些平庸之作恐怕不会再有容身之处。

热热闹闹的暑期档过去了，冷静思考，中国电影在内容品质层面仍有很大提升空间。我国庞大的人口基数决定了市场从不缺少消费热情的事实，观众的观影习惯也已养成，影院和银幕数量逐年增加，互联网购票平台让观影更加便捷……电影市场可以说是万事俱备只欠“爆款”，一部《哪吒》远远不够。中国电影需要更多实力担当，这是一个老生常谈的问题，同时也是我们迈向电影强国道路上必须要面对的最大问题。

责任编辑 李 丹 敖 蓉

美术编辑 高 妍

邮箱 jjrbzmzk@163.com

上海书展新“玩”法

□ 李治国

☞ 如果说，前些年上海书展起到阅读引领示范的“闹钟”作用，如今书展已能与常态化阅读活动形成互动和互相成就的关系。

观众在上海书展上参与互动。 李治国摄

每年8月的上海书展，是沪上一道靓丽的文化风景。一周时间里，全国书业界与天南地北的作家、学者、读者一起，共赴一场阅读的盛会。

上海书展自2004年创办以来，今年已是第十六届。如今的上海书展早已超越了最初的图书售卖功能，成为一个充满活力和张力的立体文化场。重开放，推“首发”，名家、好书汇聚上海，阅读活动更重品质，跨界转型更加主动，只为让阅读抵达更多人的心灵，让满城书香持久四溢。

书展上的“书”

上海书展今年总计亮相图书约16万余种，与每年全国出版50多万种图书、仅新书就有25万余种相比，仍是一少部分。

在业内人士看来，数字时代的书展需要展现的恰恰是为读者筛选图书的能力，同时通过新技术助力，让书展不局限于实体空间。

今年，四川成为上海书展主宾省。四川代表团从近两年出版的5000余种新书中精选2468种图书进行展示展销。中国出版集团和去年首次大规模组团参展的中国国际出版集团等出版“国家队”也继续集结旗下各出版机构大规模参展。

对读者来说，为什么要来书展？一是“精”，好书集中度高；二是“鲜”，新书露面率高。对“微利”的出版行业来说，直面上海读者的热情，令他们感到“不虚此行”。

《辞海》是中国出版界特别是上海出版界“打造传世精品”的重要标志，它10年修订一次，今年将推出新一版即第七版。为此，本届书展在序馆一侧的长廊里特别设立“新中国成立70周年辞书成就展”，展示新中国成立70年来我国学术界、出版界等在辞书编纂出版领域取得的丰硕成果。著名评论家、上海市作家协会副主席杨扬表示，上海书展是上海的文化盛会，各种高水平书籍数不胜数。

“就一本书的完整生命链条而言，除了出版者这个中间环节，还要加上两端的作者和读者。上海书展真正做到了把作者、出版人、读者聚合在一起，为三方搭建了一个交流的平台。”中华书局负责参展工作的资深出版人李忠良表示，2008年，上海书展首次打出“上海首发、全国畅销”概念，中国出版集团展台上原本备货一周的一本畅销书在书展开幕第一天上午就销售一空，此后中华书局对上海书展投入了更多精力。

上海市委宣传部副部长、市新闻出版局局长徐炯说：“随着新技术发展，我们希望通过线上线下融合、大数据的助力，为读者推选更好图书。”书展通过优质阅读活动和精品图书展示，用来自专家、出版人的另一重视角进行推荐，让好书、小众书的价值逐渐被认知。

书展上的“店”

新技术快速改变、重塑着图书出版业的各个环节，不仅是数字图书挑战纸质图书、线上销售挑战线下销售，传统形态也随之不断推陈出新，比如实体书店的迭代升级。“身处新时代，不能不积极关注新技术的发展和运用，探索如何适应读者对体验的新需求。”徐炯说。

“品牌实体书店街”来到上海书展的头两年，各家书店的展位布置相对简单。这几年，再到上海书展转转，实体书店展位已经成为书展最具特色的空间，个个争奇斗艳，做足概念。可以说，实体书店在上海书展亮相的这7年，正经历了书店寒潮到回暖，乃至如今成为商场标配的大潮，越来越多“最美”书店不断突破读者想象。

书展首日，中国出版集团旗下“中版书房”上海长宁店与上海市民见面，并举办了为期一周的中版之夜文化活动，打造以书为中心的集阅读、文化、活动于一体的新型实体书店。

作为上海世纪出版集团最具标志性的新型阅读文化空间，位于上海中心52层的朵云书院旗舰店同步正式开业。作为书展分会场之一，朵云书院旗舰店精心策划了数十场开业季系列活动，包括举办2019上海国际文学周“家园”主题展，承办多场上海国际文学周中外作家文学讲座、新书首发、阅读分享会，并创设了“上海之巅读书会”等文化单元。

无论是中版书房还是朵云书院，都是近年来上海新型实体书店快速发展的缩影，本埠和外埠经营者竞相逐鹿。实体书店版图扩展也让上海书展的影响力愈加扩大，书香不仅飘散在上海各区，也通过书店触角首次走出上海，影响长三角和更广阔的地域。同时，依托实体书店等新型阅读空间展开的阅读活动新意迭出，形成常态化的阅读生态。如果说，前些年上海书展起到阅读引领示范的“闹钟”作用，如今书展已能与常态化阅读活动形成互动和互相成就的关系。

实际上，业内业外都在思考“书空间”的问题。有人说，书店何必那么华丽？书才是最重要的元素。有人感慨，现在的书店是装饰着书的咖啡店、精品店。开书店依然很难，但为何各类机构各种力量不断涌入？建投书局品牌经理陈佳佳说，实体书店当然要销售书，但图书微利众所周知，零售不是未来书店依存的主要方面，更重要的是成为平台和连接者，为内容与读者搭建桥梁，为内容的深度开发提供平台，也就是提供关于阅读的全套服务方案。上海三联书店副总经理陈逸凌认为，眼下，阅读仍是弱需求，能持续阅读的人不多，“如果上海的书店能像便利店一样随处可见，阅读的供需关系或许就可能达到平衡。开设更多阅读空间，就是为了让想阅读的人读到有价值的书”。

书展上的“业”

不少业内人士认为，上海书展率先打破了数字迷思，以颇具品质的图书为主体，融入多彩文化活动，全方位展示阅读的魅力，这是新时代由数量向质量提升的供给侧改革的集中彰显。

有声书、云会场……围绕着“书”这一核心元素，上海书展正在呈现出越来越多新“玩法”，展示着未来书业发展的多种可能。

在上海思南公馆举行的“中洲旅人——约翰·豪艺术展”中，展出了100多幅约翰·豪插画真迹，展示了其在《指环王》作者托尔金构建的世界基础上所创作的作品以及其他主题画作。展览主办方之一世纪文景出版社在7年中推出《霍比特人》《魔戒》《精灵宝钻》等18个品种的托尔金系列作品纸质出版物，也同时从影视、文创等多角度进行产品开发，艺术展览正是其中一种新尝试。

“纸质书、电子书、有声书一体化布局，各出版社已经形成了一定的模式。”上海世纪出版集团副总裁毛文涛说。

“技术发展令电子书、有声书成为可能；另一方面，读者需求的多样化、电子设备的发展、使用场景的增加，都在督促出版社转型升级。”上海译文出版社版权与数字出版总监汤家芳认为，优质内容多元化也是适应市场的需求。

除了视听模式的崛起，书业周边产品也成为书展的新势力。

图书本身很适合开发文创，图书的装帧设计、插图，包括书里有闪光点的语句，都是文创现成的可开发元素。上海人民出版社在今年书展首次推出寓意为逗号的自有文创品牌“逗好”，以《叔本华与梵高》《棉的全球史》《高山上的小邮局》等社科文艺重点书为设计元素的杜邦纸包、磁铁书签、冰箱贴等都在展台呈现。不过，“逗好”团队负责人柴畅也坦言：“出版机构做文创，除了创意本身，最困难的还是成本控制。对出版机构来说，要开发可批量生产的文创品，无论是合作资源渠道还是市场推广渠道都处于起步阶段。”其实，这也是多数出版社遇到的共同问题。

可以预见，随着市场规模的扩大和市场机制不断成熟，围绕着“书”，将会涌现越来越多的新玩法。

光影

重庆市万盛经济技术开发区的金桥镇是渝地著名的“吹打乐之乡”，自唐宋至今已有一千多年历史。2018年，英国世界纪录认证总部颁发的世界纪录认证书，“青山莽”唢呐获得“世界最大唢呐”认证。

“青山莽”唢呐是金桥民间吹打的一件配置乐器，长4.5米，喇叭口直径1.8米，吹奏时需5人合力，两个人抬，两个人按孔，一个人吹奏。目前，当地金桥小学、青山小学已把金桥吹打纳入学校教学，开展传承活动。

曹永龙图/文