

韩正赴市委宣传部调研指出:传统媒体必须
创新转型,在新媒体发展上有所作为

任何情况下主流媒体都应 成为权威信息传播主渠道

- 要牢牢把握改革开放、科学发展方向,把旗帜鲜明、态度明确、立场坚定、守住底线作为政治纪律和基本要求,始终与党中央保持高度一致。
- 上海的主流媒体在全国具有影响力,

但这种影响力是在传统体制机制下取得的,不等于我们在新媒体迅猛发展的形势下也能做好。

- 面对新形势,传统媒体必须创新转型。要抓住机遇发展平台、利用平台,坚持内容为王。

>>>详见 A2 版·要闻

陪伴读者一起度过申城百年一遇的41个高温日后

本报2013“夏令热线”与您道别

开通至今接听来电逾11万个,受理各类信息8.2万件

本报讯 (记者 鞠敏 张欣平)

今天上午10时48分,上海中心气象台发布高温黄色预警:预计今天最高气温将达35℃——延期一周的本报第21届“夏令热线”,在陪伴市民和读者度过百年一遇的41个高温日后,于今天闭线。据统计,今年“夏令热线”期间,仅12319热线的市民来电就有11万余个,受理各类信息8.2万件。市民和读者关注的问题主要集中在违法建筑、乱设摊、出租车拒载和绕道以及各类噪声扰民等城市“顽症”上,其中有关违法建筑的投诉和举报以7244件高居首位。

今年“夏令热线”期间,正值上海遭遇历史罕见的持续酷暑以及党的群众路线教育实践活动开展之际。“夏令热线”成为受理和处置民生急难愁事的重要平台,参与活动的各职能部门积极主动用好这一平台,把接听热线作为教育实践活动“听意见、办实事、受教育”的重要载体,直接听取民声民意,督促改进工作并落实回访;各职能部门还策划组织了多次专项行动,为酷暑高温中的市民群众送上了一份“清凉”。

本届“夏令热线”仍由新民晚报、市建交委和上海广播电视台联合主办。除了12319全天候接听市民来电外,本报新浪官方微博、官方微信、电子邮件、短信平台和新民网也同时受理投诉和反映。本报发起组织的《“夏令热线”20年——宜居城市我的梦》征文活动以及“文明居住”、“垃圾不落地、文明在手中”和“地铁逃票问题”大讨论,吸引了众多市民积极参与,并贡献了不少管理金点子。

(下转A2版)

(相关报道见 A7 版)

沪指大盘上午异动

一分钟 飙涨5%

本报讯 (记者 许超声) 今天早盘,沪深股市出现异动:沪指11时05分突然出现大幅拉升,一分钟内瞬间涨超5%。最高涨幅5.62%,指数最高报2198.85点,大盘盘中一度逼近2200点。这在A股历史上从来没有出现过。

上午开盘后,沪指曾一度跳水探至2061.05点,11时后,中国石油、中国石化、工商银行、中国南车、中国北车、海通证券纷纷封上涨停。至收盘,上证指数报2148.39点,涨3.19%,深证成指报8468.58点,涨2.91%。

值得一提的是,今日是股指期货交割日,分析人士指出,今日空头疑是集体爆仓。



本市首家“正规军”夜排档试营业

本月8日,本市首家夜排档“正规军”在虹口区东体育会路开张试营业。昨晚8时30分,本报记者前去探店,只见100多平方米的小店内灯火通明,墙上端端正正挂着营业执照和餐饮服务许可证,可容纳28张座位的店堂里坐无虚

席,食客们你方罢罢我落座,生意很是兴隆。

据介绍,虹口区商务委就夜排档问题反复调研得出结论,对夏季市场需求很旺的夜排档,在管理上只一味地堵是不行的。政府管理部门有必要从市民的实际需求出发,

引导更多的“正规军”进入市场。于是,他们利用三角地菜场和清美品牌资源,试点推出干净卫生的夜排档。目前,夜排档供应的主要品种包括很受市民欢迎的“四大金刚”、大小馄饨、花式汤面等,后天开始正式营业后,还会根据食客需要,

增加熟食凉菜、家常小炒、煲类和小火锅等。

上图:早餐“四大金刚”夜市也很受欢迎

本报记者 袁玮 陈梦泽

摄影报道

(相关报道见 A4 版·综合新闻)

好莱坞购中国畅销小说改编权9年涨百倍

提醒我们:开发好使用好饱含中国元素的文学作品迫在眉睫

本报讯 (记者 张艺) 中国现当代文学作品与具有广泛号召力的知名作家,在如火如荼的上海书展上吸引读者的同时,也激发起许多好莱坞影视公司的极大兴趣。这些年,好莱坞为了进军广阔的中国影视剧市场,夺取成千上万的观众,争相购买中国文学作品的影视改编权,部分中国畅销小说的影视改编权价格9年狂涨100倍。

自改编中国武侠作家王度庐的小说《卧虎藏龙》的同名电影大红大紫后,改编文学作品成为热门。然而反观中国原创文学作品在国内的延伸开发,似乎并没有受到像国外影视公司那样的重视。纵观近几年的大银幕,根据文学作品改编的电影有不少,远的有《牧马人》《红高粱》等,近的有《失恋三十三天》。而大量胡编乱造的影视剧则充斥银幕。文学是艺术之母,有深厚的文学基础才能拍出优秀的影视作品。国内有大量文学作品的资源,一方面,一旦被好莱坞片商相中,改编版权费百倍以上涨;另一方面,如此疯涨的改编版权费也在提醒国人,开发使用好这些饱含中国元素的文学作品,迫在眉睫。 >>>详见A20版·文娱新闻

微评

对一种涨价,我一向是举双手赞成的——那就是文学艺术作品的稿费、版权费。相对于那些唱两首歌甚至对对口型就能挣几十万元出场费的歌星而言,作家挣得再多,也不过分。

据说,中国小说的改编权,9年涨了一百倍。一个作家,卖掉一部小说的改编权,就能挣数百万元。这,一定会促使他写出更好的作品吧?

有趣的是,令中国小说改编权暴涨的,竟然是好莱坞买家。好莱坞的生意经,一向以大投入大产出大回报闻名于

好莱坞的生意经

江硖

世。对此,中国电影人先是羡慕,再是模仿。我们的所谓“大片”,也学着走这条路,也挣了不少钱。只可惜,叫座的多,叫好的少。中国大片质量差,根子在剧本。其实,与其胡编,不如改编。好小说改成好电影,数不胜数。可是,近年来,这样的中国佳作,不多。

洋人能不能拍好中国小说,是个问题。但中国小说墙内开花墙外香,值得深思。对好莱坞的生意经,我们一直在学,是不是只学到了皮毛?这回,人家高价“哄抢”中国小说,又给我们上了一课。