

40年前纪录片《上海新风》中一家子已找到 珍贵影像勾画出人生巨变

新闻追踪

上周五,本刊刊登了《40年前纪录片中的你今何在?》一文,寻找40年前,日本纪录片大师牛山纯一拍摄的《上海新风》纪录片中的人物。之后两天,新民晚报收到了许多热心读者的电话、微信以及微博留言,其中纪录片中的鲁美玲一家已经被找到。

“我们一家是自1971年至2002年住在泰兴路362弄67号二楼的,到2002年动迁时才搬走的。”鲁美玲说,“我先生,也就是纪录片中出现的孙宝堂,那个时候还是一个军人。1982年转业,曾担任上海人民出版社美编室主任,2010年去世的。”

回忆起这部纪录片的拍摄过程,鲁美玲依然记忆犹新,“我儿子孙震宇的小名叫‘东东’,就是为纪念这天日本东京的这家电视台来拍摄片子。当时我还在坐月子,居委会干部上门说有一家日本东京电视台来



■ 上世纪80年代初鲁美玲一家 资料照片

张家宅拍电视,正好我刚生好宝宝,家庭是军属,爷爷还是解放战争牺牲的烈士,有儿有女,宝宝又健康,就希望我们配合一起录节目,我们听后很开心,当时就答应了,几天后

上门来拍了。”

“我们家以及不少亲戚都是《新民晚报》的忠实读者,现在我们每年还订《新民晚报》,这次就是我家亲戚看到晚报之后发微信给我,并附

上了你们寻人微信的链接,我一看就是当时拍摄的画面,眼泪一下子掉了下来。”

鲁美玲说,“那个年代不要说是视频影像了,就连拍张照片都是一件很难的事情。这部纪录片能够在40年后重新看到,特别是看到当年我们一家子,真是太感谢你们了。”

鲁美玲的女儿孙雯姬在北京工作,是一家影视传媒公司的CEO,她说,“那个时候,我们一家住在十多平方米的小房子里。小时候,我印象最深的就是父亲每天晚上会开着灯画连环画。在改革开放初期,画连环画还是非常赚钱的,记得那个时候我们家已经买了‘四喇叭’,在八十年代的时候,邓丽君的歌曲是最受欢迎的,这也成为了我成长中的最深记忆,也影响到了我的一生。”

“拍摄这部纪录片的时候,我差不多5岁,当时就给我留下影视拍摄的深刻印象。之后小学一年级加入静安区少年宫,接待了好多外宾来访问。那时候见到外国人机会

还不多。”

孙雯姬说,“18岁时,我考入上海音像资料馆一期配音班,因为担任配音演员才能有幸看到例如《刺杀肯尼迪》《沉默的羔羊》等许多当时只在内部观摩的经典电影。改革开放40年后的今天,社会日新月异,文化艺术繁荣发展,给我们提供了多样化的题材宝库。我们这些文化事业工作者,是改革开放的直接受益者。包括我自己也在策划反映改革开放现实题材的大型电视剧。”

当时还在襁褓中的孙震宇,现在已经是职业壁画家。虽然当年在母亲怀中的他,对于那段记忆几乎是空白,但是伴随着改革开放成长起来的他,对于40年来发生的巨大变化有着最为直接的感受,“我是2000年出国留学的,在莫斯科学习壁画,当时外国人对于中国的了解真是非常有限,但随着中国影响力越来越大,特别是北京奥运会的举行,越来越多的外国人不仅开始渴望了解中国,更是开始学习中文。我在俄罗斯呆了8年,不少俄罗斯人从2007年开始就主动学习中文了。”

鲁美玲一家人的故事,只是40年来我们这个城市中普通家庭发生巨变的一个缩影。如果你有40年前的珍贵影像,或者对于40年来巨大变化的感想,也期待你能与我们分享。 首席记者 方翔

新民随笔

中国制造

连建明

近日休假去国外旅游,随身携带的一件中国制造产品意外走红,一路上吸引了老外眼球,也生出一番感慨。

我们带的是一个中国品牌的云台摄像机,它的不同之处在于无论如何运动,摄像机始终保持平稳,拍出来的影片不会出现抖动,这是中国厂家首创的专利。其实,这个云台摄像机已经问世好几年,但是一路上我们拿出来拍摄时,老外都非常好奇,因为从来没见过,不知道是啥玩意,都在议论,当然也有老外实在忍不住,就过来打听一番,所以,一路上我们始终在做讲解员。

过来问的从小孩到老人都有,在葡萄牙一个景点,一位新西兰老太太问得非常详细,还让我们演示操作过程,老太太说她到中国来过4周,到过上海,最后她感慨地说,在新西兰什么也买不到,只能到网上去买。

来问的不少是摄影爱好者,也有知道云台技术的,一位美国小伙说他已经有一台中国云台摄

像机,不过是手机版的,没有摄像头,看到我们这个机器带摄像头,很有兴趣再买一台。最有意思的是一位老外,了解这个机器后问了一句,这是不是日本产的?我们说这是中国制造,他非常惊讶。

这个老外的事情其实不奇怪,很多人都认为电子产品日本领先全球。其实,这几年中国的电子产品发展迅猛,像空调、电视机等已经全球领先,也出现像云台这样全球首创的新技术。中国产品越来越受到全球的欢迎,在西班牙商店到处可以看到华为手机,价格甚至比中国还高。

就像一个美国学者分析所说,中国崛起靠的是中国人的聪明和勤劳,靠关税等措施遏制是徒劳的。从这个云台摄像机一路上受欢迎程度来看,只要我们能制造出更多受全球消费者欢迎的产品,那么无论关税还是其他措施,都无法阻止中国制造在海外占有更大的市场。



琴声悠扬夜色浪漫

夏夜里江风拂面,位于虹口滨江的海鸥饭店平台上琴声悠扬,来自德国的街头艺人阿恩·施密特面对浦

江两岸美景,演奏起一首又一首钢琴名曲,吸引了众多市民游客驻足聆听,为滨江夜色添一份浪漫风情。目前,每个周末在全市四个中心城区16个表演点,都能看到街头艺人的精彩演出。 杨建正 摄影报道

打造世界创谷 复兴民族品牌

杨浦今发布打响上海“四大品牌”行动方案



商标品牌创新发展 首个指导中心揭牌

本报讯(记者 邵宁)“打造”世界级创谷”专项行动、培育“独角兽”专项行动、擦亮优秀制造业老品牌、建设五角场新零售地标、重塑历史文物风貌……今天上午,杨浦区召开“勇当上海‘四大品牌’创新发展引领区推进大会”并发布行动方案四个“三年行动计划”。

杨浦打响上海“四大品牌”,突出“创新”特色,对标国际最高标准、最好水平,在勇当上海“四大品牌”创新发展引领区的总目标下,分别打造4个创新区——

打响“上海服务”品牌,建成创新生态示范区。到2020年,智力密集型现代服务业增加值年均增速15%以上,占第三产业增加值比重

45%,新增各类双创载体面积达100万平方米,产业创新资金、各类引导母基金规模达到100亿,双创示范基地指数比“十三五”初期增长100%。

打响“上海制造”品牌,建成创新智造功能区。到2020年,战略性新兴产业增加值年均增速15%以上,高新技术企业累计达500家。

打响“上海购物”品牌,建成创新消费体验区。到2020年,全区社会消费品零售总额年均增长7%以上,年均电子商务交易额增长30%以上。

打响“上海文化”品牌,建成创新文化承载区。到2020年,文化创意产业增加值占全区生产总值比

重达到35%左右,培育集聚具有国际国内影响力的杰出文化人才10名,重点培养资助100名优秀文化人才,培训1000名公共文化人才。

杨浦打响上海“四大品牌”,还将聚焦重点区域、重点项目、重点企业。在杨浦滨江,将高起点规划滨江商业中心,加快形成滨江岸线百年工业时尚地标,在滨江中北段打造技术中心和检测实验中心,同时形成“百年工业”博物馆群落,打造集展览展示、竞技赛事、演艺传播等为一体的杨浦滨江创新文化发展带。在聚焦重点企业方面,杨浦将活化上海机床厂、上海牌手表等一批老字号,打造一批具有核心竞争力的名园、名企、名品、名牌。

本报讯(首席记者 姚丽萍)今天上午,全市首个“商标品牌创新发展指导中心”正式落户巨鹿路139号黄浦区行政服务中心,企业足不出“沪”办理马德里商标国际注册再升级。这一中心是上海市工商局、黄浦区区政府围绕上海发展和企业需求,贯彻落实市委市政府关于服务品牌建设推动品牌发展的新举措。

据悉,上海商标审查协作中心近日在黄浦区设立全市首个延伸服务的马德里商标国际注册受理窗口,自5月11日马德里商标国际注册窗口开设以来,共接受各类商标咨询20人次,“恒源祥”、“老凤祥”等十余家有意愿扩大商标海外布局的老字号品牌提交了马德里商标注

册申请。

在此之前,企业要申请马德里商标国际注册只能前往北京办理,2017年9月,上海商标审查协作中心的成立让企业足不出“沪”就可以办理马德里商标国际注册。如今,企业——不限于黄浦区的企业,上海、华东地区乃至全国的企业,都可以就近选择到黄浦区行政服务中心申请商标国际注册,受到企业广泛好评。今天,“商标品牌创新发展指导中心”的成立,是对区级“马德里商标国际注册窗口”的功能再升级,将为企业提供注册商标注册申请、品牌建设咨询指导、品牌维权受理,以及商标资产运营指导等多项指导服务。

彩票
公告
期
注总额
蓝色球号码
12
每注金额
5291294元
31210元
3000元
200元
10元
5元
累计金额
行管理中心
天彩造4
6月3日
47期
6
每注奖额
1040元
346元
173元
78元。
47期
7
每注奖额
10000元
2500元
1600元
800元
400元
10元。
票发行中心
15选5
6月3日
147期
0 11 15
每注奖额
0元
1624元
10元
9626元
奖额累计
票发行中心
公告
47期
8
每注奖额
1040元
346元
173元
47期
9 6
每注奖额
100000元
53期
6月3日
1 5 8 1
每注奖额
0元
9386元
1800元
300元
20元
5元
滚入下期奖
票管理中心