

# 小说《银河帝国》竟用本·拉丹代言

## 读者怒剪封面,称其“诋毁经典”;近日,“天价”宣传视频又现网络

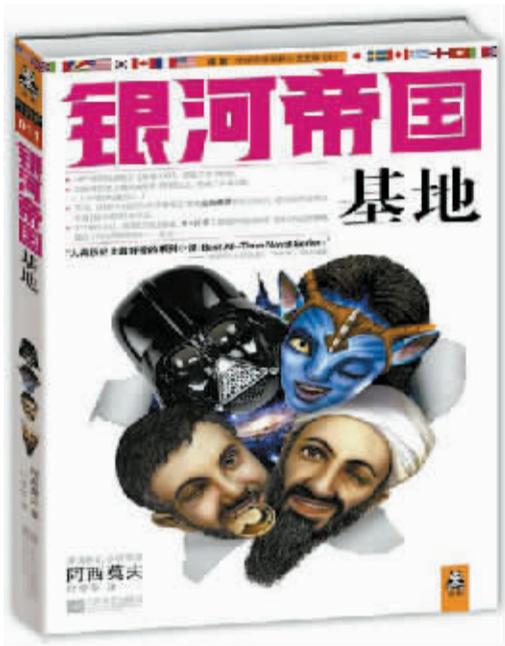


核心提示

□据《长江日报》中新网

2日,一条名为“本·拉丹复活,代言畅销小说《银河帝国》”的创意视频在新浪微博上被疯狂转发,而这条30秒的图书宣传视频竟然花掉16万元制作费,创下了国内图书视频广告的新纪录。

据悉,《银河帝国》前三部的封面设计都使用了包括“恐怖大王”——本·拉丹在内的“四巨头”的元素。



小说《银河帝国·基地》封面

(网络图片)

### 1 经典科幻小说卷土重来

作为“科幻教父”阿西莫夫的代表作,《银河帝国》出版60年以来,对人类的太空探索、世界局势、前沿经济学理论、好莱坞电影都产生了深远的影响:1977年的经典电影《星球大战》和2009年的史上最卖座电影《阿凡达》,都有《银河帝国》的影子;2008年,诺贝尔经

济学奖获得者保罗·克鲁格曼则亲口承认,他的经济学理论来自《银河帝国》的启示;“9·11”事件之后,英国《卫报》曾报道,本·拉丹正是依据《银河帝国·基地》的战争策略,建立了同名恐怖组织——“基地”。

这部在美国累计销量超过

5000万册的系列小说,于2005年被首度引入中国时却销量惨淡,仅售出19656本。今年是《银河帝国》作者阿西莫夫逝世20周年,国内知名出版机构——读客图书重金买下《银河帝国》小说版权,决定重新向中国读者推荐这套“讲述人类未来2万年历史”的经典小说。

### 2 “四巨头”被批“诋毁经典”

为了宣传这部小说,读客图书想出了一个奇招——将本·拉丹、诺贝尔经济学奖得主克鲁格曼、《阿凡达》里的纳美人、《星球大战》里的黑武士这“四巨头”设计成了《银河帝国》的外封面。但这一设计刚在微博上曝光,就引来一阵,该书铁杆粉丝纷纷惊呼“受不了”、“诋毁经典”、“设计师脑残”,更有极端网友将《银河帝国》的外封面剪成碎片扔到废纸篓里并拍照照片传到微博上,“警告”读客图书。

但是,就在这样的“反对声”

中,《银河帝国》竟获得了空前的关注,仅上市3个月的销量就超过了此前在中国市场的总销量。

后来,读客图书又在微博上推出了一系列“四巨头”海报,与这套经典小说有关系的各界文化名人,如蔡康永、刘慈欣、马伯庸等都被拿来戏谑了一把,这让“阿西莫夫迷”更是忍无可忍。读客图书董事长华楠对此似乎很无所谓,说:“这就是经典的魅力。什么是经典?经典就是经得起指指点点。”

### 3 有争议封面又拍成“天价”视频

近日,读客图书又花费16万元,将《银河帝国》富有争议的封面拍成了微博视频。在这段视频里,《阿凡达》里的纳美人、《星球大战》里的黑武士、诺贝尔经济学奖得主克鲁格曼、本·拉丹依次冲破《银河帝国》封面跳出来,特别是本·拉丹,甚至端起机关枪一阵扫射……

2日,《银河帝国》的编辑许姗姗给记者算了一笔账:“拍摄视频一事半年前就开始准备了,选演员、买道具、化妆、拍摄……每个环

节我们都精益求精。比如,《星球大战》里黑武士的服装,我们专门联系了卢卡斯电影公司,邮购了一套原厂出品的服装,但因为太薄,穿上效果并不好。于是,我们又在国内多方联系厂家定制,光这套衣服价格就高达2万元。”

谈到选演员,许姗姗说:“《阿凡达》里的纳美人属于外星种族,因此我们在选演员时,对眼睛、鼻梁、身材方面要求很高,筛选过40多个演员。片酬都是按小时支付,从进片场就开始计算。”

7月14日 建材、家具 百名总裁签售会

# 总裁来了

错过一天 再等一年

65915088

地址:洛阳新区牡丹大道1号(红星美凯龙)  
网址:WWW.lyredstar.com