

一个人的“醒来”与一座城的暗战

——读海飞小说《醒来》

□李云雷

在《麻雀》《惊蛰》之后，根据海飞的小说《醒来》改编的同名电视剧播出，让我们得以从荧屏回溯小说，更清晰地看到这部作品在谍战叙事中的独特位置。

《醒来》的谍战叙事颇具纯文学色彩与个人特色。海飞笔下的主人公不是叱咤风云的英雄，而是历史中的小人物，陈开来便是典型。他从照相馆学徒走向谍报战场和革命之路，在历史偶然中获得了信仰，承担起使命，这与那些依靠高智商精英人士的谍战小说大为不同。海飞小说的立场坚定，没有犹疑暧昧之处，他关注的重点不是立场的犹疑与转变，而是主人公的成长与信仰的形成。同时，海飞汲取了先锋小说的形式、技巧与叙述方式，在《醒来》中形成了独特的叙述节奏与张力，将优美舒缓的语调、紧张刺激的转折、复杂多变的身份有机结合。如果说先锋小说最终指向历史的虚无与荒诞，海飞的小说则在哲学思考中融入了具体的历史内容，确立了个人叙述方法与立场。

在《醒来》中，海飞讲述的是杭州春光照相馆学徒陈开来，在老板李木胜被日军枪杀之后，到上海去开照相馆，并被卷入谍战的故事，展示了各方势力及不同特务机关的复杂斗争，在险象环生、高潮迭起的故事中，塑造了陈开来、金宝、苏门、杜黄桥、赵前、杨小仙、苍广连等个性鲜明的人物，呈现了一个血雨腥风的谍战世界。

在小说中，令人印象深刻的是人物形象与身份的变换之迅速，如杜黄桥竟然是76号特工总部的暗线，其任务就是为了让军统上海区彻底瘫痪。但另一方面，这个人物并不是单面的，小说还通过他与陈开来关系，以及他与杨小仙的地下恋情展示了其人情味的复杂一面。另陈开来身边，看似毫无政治立场的舞女金宝，竟是军统派来的特务。汪伪督查大员苏门更是经历两层身份的转变，最后



指向了她的真实身份与任务。

这些人物的身份转换，带来的是敌我认知的不同，既出乎读者的预料之外，又为小说带来了强烈的戏剧性。小说在主要人物身份的渐次揭秘之中，不断重构故事的叙述倾向与读者的价值认同，这又与故事的迅速推进和情节突转相结合，叙事节奏极快，这与瞬息万变的谍战世界相适应，又借鉴了美剧等影视艺术的叙述节奏，形成了独具特色的叙述方式。

文化热点

图书盲盒，“开”出阅读新体验

“今日盲盒已售罄，大家明天再来！”在刚刚落幕的第22届上海书展上，“图书盲盒”展现出强劲的消费吸引力，许多展位前，读者排起长队。记者了解到，在为期7天的书展中，上海文艺出版社盲盒系列累计售出书籍超5000册。

近年来，在“盲盒经济”这一消费模式的催动下，图书盲盒也在年轻人中流行起来。商家提前选配书籍，单本或多本打包出售，读者购买时并不知道具体书目，拆开包装，才会邂逅一本本意料之外的书。

盲盒热销，与书籍不期而遇

记者采访了多位购买过图书盲盒的读者，发现和玩具盲盒一样，“随机性带来的惊喜感”是吸引人们购买图书盲盒的主要原因。

“我正计划明年去欧洲旅行，没想到这次盲盒就开出一本《欧洲城市的千年演进》。”在今年书展上买了两套盲盒的龚女士对记者说，“另一套MBTI主题的盲盒开出来是历史类和社科类的作品，确实符合我的人格类型。”

还有读者认为，图书盲盒有助于开阔视野，打破“阅读茧房”。黄女士先后买过三次图书盲盒，其中既有政治哲学著作，也有互联网主题书籍，这些都是她平时不会主动选择的类型。她坦言，面对茫茫书海，常不知从何读起，图书盲盒恰好减轻了自己选书的决策负担。

然而，也有部分读者对这种图书销售形式并不感兴趣。北京读者陈女士说，自己曾因好奇买过一次图书盲盒，却开出了不喜欢的书，“我并不是很喜欢这种随机选书的形式，还是更习惯按照自己的书单和兴趣来阅读。”开盲盒是一次冒险，开



上海古籍出版社推出的图书盲盒

出的书并非总是符合预期。这次上海书展现场亦有读者调侃：“盲盒是我们闭着眼睛买的，书却是别人睁着眼睛选的。”

其实，图书盲盒早些年出现在市场上主要是部分书店的权宜之计：以盲盒低价吸引消费者，借此消化库存、回笼成本。

近两年来，图书盲盒也开始升级迭代，除了较高的性价比，还会附带精美的包装设计与文创周边。消费者怀着期待，像拆礼物一样拆开盲盒，书签、镇纸、帆布袋、明信片、藏书票、小幅版画等小物件从盒中散落而出，整个过程充满仪式感，带来积极的情绪体验。

让“拆盲盒的人”成为“爱阅读的人”

“购买图书盲盒的人已经不能被泛指为读

小说中最核心的情节是针对日军“沉睡”计划，中共所发动的“醒来”行动，即让潜伏的地下工作者浮出水面，参与到地下斗争中，“‘断桥’同志，我是‘苏堤’，我就是那个奉命唤醒你的人。”陈开来是在李木胜牺牲之后代替他“醒来”的人，他与沈克希配合，接受上级苏门的指令，在与汪伪76号、国民党军统的复杂斗争中，经过层层波折最终获胜，而这同时也是陈开来个人意义上的“醒来”，即他从一个不谙斗争的照相馆学徒到一个地下工作者的成长与觉醒过程。

整部小说以杭州部分为序幕，以围捕杜黄桥及陈开来再一次潜伏为尾声，而以中间的上海部分34小节为主体，但序幕与尾声亦不可少，这些精确到每一分钟的叙事场景既提供了故事的背景与结局，也余味悠长。小说中运用得最精彩的是细节，陈开来的照相术，密码，唇语，勉牌自动打火机，苏门的黛染霸花高跟鞋，黑方，舞蹈，反复出现的泰戈尔《飞鸟集》中的诗句，以及对照相馆、仙浴来澡堂、76号特务机关、石库门民居秋风渡等不同场景的细致描述，既为小说提供了坚实的物质生活基础，也为读者提供了丰富的想象空间。

作为“海飞谍战之城”系列小说中的一部，《醒来》也穿插了海飞其他小说中的人物，如李默群、陶大春等，他们并非《醒来》中的主要人物，但他们在小说中的出场，却将海飞的“谍战之城”更为紧密地连接在一起，也让我们看到，海飞正在展开的这个系列，将会由一部部精彩的小说筑基，并扩展形成一个更加宽阔而深邃的艺术世界。

今天，当《醒来》以电视剧形式呈现，这些小说中的细节与人物关系，也为荧屏叙事提供了扎实的文学底本，让谍战叙事在当下影视语境中保有独特的文学深度与精神力量。

者了，我更愿意称其为消费者。”北京师范大学首都高端智库副教授何其聪说，这背后反映了近年来消费观念的变化。过去，购买图书是为获取实用价值（阅读获取知识）产生的消费行为；现在，购买图书盲盒更多指向心理层面的满足。用当下流行的概念来解释，图书盲盒让购书行为变成了情绪消费，这是出版发行业的一次突围尝试。

上海古籍出版社的图书盲盒在此次书展上频频“圈粉”。该社营销负责人告诉记者：“许多年轻人可能不太了解古籍，我们想借用盲盒这种更符合年轻人消费心理的形式，吸引他们翻开古籍，进而认识我们出版社。”书展上，许多青年读者慕名前来“打卡”，图书盲盒也带动了其他常规图书的销售。

“最大的正向价值就是为图书吸引到大量的青少年消费者。”何其聪说，她曾走访全国上百家书店，很多书店运营者都谈到同一个隐忧——走进书店购书的多数是中老年人，主流消费群体老龄化的趋势，是图书发行业未来一大困境。而在线下书市和实体书店中购买图书盲盒的消费者以Z世代为主。

图书盲盒有着鲜明的用户画像。北京、上海等大城市实体书店数量多，书展等阅读活动丰富，为图书盲盒提供了重要的消费场景。此外，媒体调查显示，在图书盲盒的消费人群中，18至30岁的年轻人是绝对主力。

不少出版从业者认为，图书盲盒将成为一种吸引青少年选书购书的常态化营销方式。业内也不断在“盲盒”这个命题下探索创新举措，让盲盒选书更趋精准化、个性化。

据《光明日报》