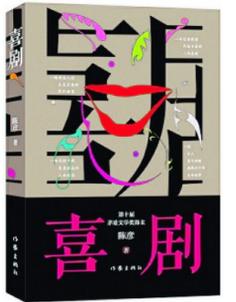


新书推荐

《喜剧》

内容简介:  
茅奖得主陈彦“舞台三部曲”收官之作,与《装台》《主角》一样,仍属戏曲舞台内外中心人物动人心魄的生命故事。  
本书以贺氏一门父子两代人的生活与命运为主线,在戏与人生的交相互动中牵连出广阔的人间各色人等的生命情状——怨憎会、爱别离、求不得诸般境遇所致之起落、成败、得失、荣辱等等不一而足,并于其间表达了对戏曲与历史、时代和现实关系的透辟理解。



陈彦 著

《在光与万物背后》

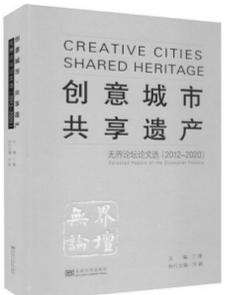
内容简介:  
本书由德国重量级作家创作,填补当代德语诗歌引进国内的空白。按主题分为自然之诗、城市之诗、爱情之诗、生活之诗与远东之诗。  
在作者看来,诗歌是寻求庇护、“将倾斜的世界重新归正”的方式,生活本身就是诗歌的源头。诗意,恰从生活的缝隙间透过。他至今拒绝使用手机,依靠地图和记事本安排行程,偶尔迷路,却总能到达。



[德]马蒂斯·波利蒂斯 著

《创意城市 共享遗产》

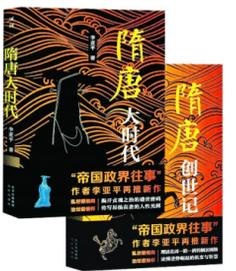
内容简介:  
国际古迹遗址理事会共享遗产委员会和武汉市政府、武汉共享遗产研究会共同主办的“无界论坛”,至今已成功举办九届,搭建了武汉市与联合国教科文组织、国际古迹遗址理事会交流沟通的桥梁,成为武汉市的一张城市名片,本书主要内容是历年的会议论文和对话记录。



丁媛 著

《隋唐创世纪》《隋唐大时代》

内容简介:  
《帝国政界往事》系列作者的全新力作,用侦探小说笔法写历史,以极具画面感的镜头撕开真相。  
李亚平老师在他这次的作品中,将隋唐时期的历史进行了生动细致的梳理,给广大历史爱好者提供了一个非常好的了解隋唐历史的机会。东魏、北齐、西魏、北周、宋齐梁陈,你方唱罢我登场,书写无尽光鲜荣耀的同时,也留下了许多冷血残酷的瞬间。(本报综合)



李亚平 著

破解讲好中国故事的难题

○徐海

新中国成立以来,中华民族一扫近代以来积贫积弱、任人欺凌和宰割的局面,国家赢得独立,经济社会获得发展,人民生活日渐富足,迄今已全面建成小康社会,并在开启建设社会主义现代化强国的新征程。这些彪炳中华民族史册的壮举,亟需书写;中间充满传奇色彩无数奋斗者的故事,尤为动人。

讲好中国故事,不仅是对过去几十年中国伟大传奇故事的简单记录,更是民族精神的深入挖掘和全面弘扬,将会愈加催发我们增强“四个自信”。近年来,习近平总书记在各种场合反复强调讲好中国故事,宣传思想战线的工作者和文艺工作者也做了大量工作,但还存在一些难题有待破解。

之所以讲好中国故事很难,不是因为没故事可讲——几十年轰轰烈烈的改革开放伟业涌现了无数可歌可泣的先进人物和事迹,关键是我们如何在故事选择、故事主体、叙述方式等方面常常表现出刻板、僵硬的思维,遵循狭隘的经验主义路径,所讲故事真实性、代表性、感染力都出现明显不足,更有弄巧成拙的讲述者,让观众、听众

和读者在发现支离破碎的故事破绽后对故事的整体真实性产生疑惑。因此,当我们读到《洋苏州眼中的中国小康》(以下简称《洋苏州》)一书时,你不能不眼前一亮并茅塞顿开地发出感叹:这才是讲好中国故事的优质版本。

讲好中国故事的前提是选择故事。中国故事是讲给中国人听的,也是讲给外国人听的。在目前的国际背景下,向海外讲好中国故事十分迫切、十分必要,也是当前的首要任务,因此,故事的关联性很重要。你所选择的故事必须引起海外人共鸣,促进海外人理解。在这种情况下,如果讲的还是中小学生在周末到公交公司帮助司机叔叔擦洗汽车,讲的还是四世同堂、妯娌相敬如宾共同服侍长期重病在床的公公,讲的还是孔融七岁让梨,就很难引起海外人共鸣,也很难赢得海外人的理解。今天,我们尤其需要讲好中国人民自强不息、小康的故事,讲好当代中国故事,因为这才是引起海外友好人士关注和惊叹的地方。

《洋苏州》讲述在苏州生活和工作多年的十二位外国友人,参与苏州发展、融入江苏进步、目睹中国腾飞的故事。这些友人来自法、英、美、日、德、韩、新、韩、克等多国,他们中有工程师、有玉雕师、有拳手教练、有企业家,有慈善家。特别重要的是,这些外籍人士是中国社会主义小康事业的参与者和共同奋斗者。发生在苏州大地上的故事也是他们自己的故事。他们不仅仅见证了小康伟业在苏州由邓小平同志的设想到今日美梦成真的全过程,也亲身参与了这项伟大事业并在其中流血流汗。这些故事在过去不可能发生,在别国身上不可复制。这些故事的真实性毋庸置疑。

十二个人物之一的安大陆,是英国籍BBC前记者,他用自己的亲身经历告诉全世界:“在苏州的这些年里,我亲眼看着它实现了由一个小桥流水人家的古城到现代化大都市的变迁,这让我非常震撼和高兴。”因此,如果说《洋苏州》这部作品是成功的话,成功的第一原因就在于作者选择故事的成功。

中国故事难以讲好的另外一个原因在于选择讲故事的人。到目前为止的大部分中国故事都是中国人在讲,套上一个不太适合的词便是“自说自话”。“自说自话”的一大缺点在于“自以为是”——以自己认为正确的方向和正确的模式向外人叙述自己的成长。这些讲话方式乃至传播方式不考虑别人心里怎么想,讲了就讲了,你听懂还是没有听懂、接受还是反对我就不管了。这都是中国故事难以讲好的重要原因。当然,多年来我们也在积极探索让别人来讲中国故事,但还不多、不美。中国日报聘用洋编辑,中国国际广播电台选用洋播音,是因为他们语言比我们好,洋人更能接受。同理,只

要是你的美好故事,何必在乎是谁讲呢?最好的办法是让讲得好的人来讲。

《洋苏州》看起来是中国苏州作者吴纪中在讲故事,但当你读完本书,你会觉得不是吴纪中在讲故事,而是十二个外国人在讲中国故事。打开全书,外国主角以及他们的家人、同事都在异口同声地叙述苏州从一个传统的消费型美丽古城,经过短短几十年的发展,迅速成为融合传统之美和现代文明的发达城市的故事;同时,他们(不是我们)对苏州地方政府和当地人民的感激、敬佩和羡慕之情不时被无意间提及,比如日本企业家盐谷外司对当地政府的信任和感激。

突破了“选择好故事”和“谁来讲故事”这两个难点之后便剩下了“如何讲故事”这个难点了。不过,解决了前面两个难点,第三个困难就容易得多。《洋苏州》作者让这些对中国拥有发自内心真爱的朋友来讲真实故事的同时,也不时走到前台与洋人串讲。洋人想讲的话,让洋人讲。洋人想不到的事,不会说的话,作者亲自上场。作者与故事主人公互互表里、相得益彰、生动自然。特别是作者的序曲和后记,写得情理并茂,为扬而抑,收放自如。

作者是理性的,在让这些为苏州做出杰出贡献的外籍人士由衷赞美苏州小康巨变的时候,却显得十分克制,完全没有单方面忘我的洋洋自得。相反,作者指出了这些外籍人士自身表现出来的优秀品质及其背后的文化特质:他们多年来背井离乡来到中国,大都具备了创业创优的勇气以及遇困难不气馁的坚韧意志。在作者笔下,他们是充满爱心的英国慈善者(在中国新冠疫情暴发、口罩奇缺时,无私地从他们的祖国购来大量口罩赠送中国人民),他们是精益求精的日本企业家和一丝不苟的韩国工程师,他们是藐视困难、年过半百来中国学手艺的英国人,他们是不断闯关的德国创业者……让别人赞美自己,也须赞美别人。让别人讲好中国故事,与讲好别人的故事并行不悖。双赢超过单赢。

讲好中国故事,可以讲好宏大背景故事,也可以讲好由一己一时展现出来的动人故事。本书以十几位外国人在苏州见证小康的故事,有效地破解了讲好中国故事的难题。也正因为如此,我们不得不为本书作者和出版单位击节赞叹。(本报综合)



直面时代与历史

——《二手时间》读后感

○焦姣

读阿列克谢耶维奇的这本书断断续续,40万字,570余页,每天睡前翻一点,用了半个月终于读完。

读这本书并不是因为这是一本诺贝尔文学奖获奖作品,仅仅是因为这是一本记者出身的白俄罗斯作家通过与事件亲历者访谈的方式写成的纪实文学。

不同于小说,没有特别丰富的形容词和高潮迭起的段落,就是一本很朴实的采访和记录,书中没有中心人物,亦无主观的心理分析,单纯通过访谈表现人们对战争、灾难、生活最原始的感受和看法。

一篇篇的采访读下来,第二次世界大战、苏联解体等人类历史上的重大事件得到了最真实的呈现,一句句俄罗斯普通人

的话让这个国家前所未有地清晰。

“历史只关心事实,而情感被排除在外。”作者以一双人道主义的眼睛,而不是历史学家的眼睛看苏联解体后,俄罗斯普通人的生活,为梦想破碎付出的代价。

在二十世纪四十年代,有这样的一群苏维埃人。他们执着于理想,将理想深深根植于自己内心,决不妥协——国家成了他们的宇宙,取代了他们的一切,甚至生命。但当苏联解体,梦想破碎,他们所期待的未来没有真正到来,他们无法摆脱伟大的历史,无法和那段历史告别,无法接受另外一种幸福,于是出现了一个二手时代。

书中,一位讲述者毫不避讳对于苏联时代的留恋:“或许有人说这是个牢笼,但对

于我来说这是温暖的牢笼。我们都习惯了这样的生活,甚至到现在我们仍然喜欢人贴人地拥挤着排队,有一种团结的感觉。”

书里还提到了很多不同阶层不同职业,从学者到清洁工,每个人都在重新寻找生活的意义。整个历史中,整整一百多年人们只是活过了,而不是生活过了。

这本书让人感动的是它的真实性,书中采访记录的都是真名实姓的人物,甚至有位采访者看到成书中没有列明他的名字,就打电话给作者,要求她在再版时加上他真实的名字。本书的素材也十分广泛,阿列克谢耶维奇说:往往数百页的采访记录,到最后成书时仅仅浓缩成一页或者半页。这真切地是一个时代的记

录,是他们和她们那个时代最真实的记录,所以每看一页,尤其是越看到后面越感到震撼心灵,仿佛自己就身处他们的客厅,倾听他们的回忆、记叙,为之动容,为之流泪,也就再正常不过了。

历史就是这样,如洪流般滚滚向前,裹挟着人不停地向前走。身处其中,只有敢于直面历史,面对已经发生无法改变的一切,把握好属于自己的时代,才能书写新的篇章。



当好头羊 趟出新路

本报讯 通讯员杨静报道:她是1月份云闪付拓展户数最多(43户)的营销能手,她1月份营销贷款762万元,她是客户眼中热情周到的贴心人,是员工心中勇于担当的好领导,她就是咸宁农商行渔水路支行的行长——陈莹。

未雨绸缪,做好储备

渔水路作为小微示范先行,如何当好表率,就是要把工作做在前面,主动出击。在全体员工的共同努力下,渔水路支行去年12月中旬完成2020年的小微投放任务,但是陈行长并没有歇一歇、缓一缓的打算,她把支行氛围内外勤两组,带头走访周边商户,预约客户贷款需求,1个月时间不到,她自己的个人名片就发出去200张,个人储备了300万元贷款。

在她的带领下,渔水路支行员工隔几天就可以收获来自“陌生电话”的喜悦,咨询如何办理贷款、办理扫码,就如陈行长自己说的:每一张发出去的名片就是一颗种子,时间到了,就会发芽,就会给我们带来收获。通过提前走访和储备,截止2月末,渔水路支行小微投放99笔、1574万元小微贷,为春天行动争取了主动。

拓展渠道,精准获客

根据多年观察的经验,她知道渔水路周边商圈很多商户到年底有较大的进销需求,需要资金周转。短期的资金需求、方便的提款还款,和农商行的码商e贷定位很相符。

于是,她带上小礼品和宣传册,到烟草局进行拜访。机遇偏

爱有准备的人!她遇到了一个很热心的烟草局办公室工作人员,他帮助我们隔一天就在内部群发广告,推介小微贷。

不断有进烟的商户,主动给她打电话联系。不管客户在城区还是乡镇,不论是白天还是黑夜,她只要接到电话,就立即对接客户,上门服务。有一次,她开车从咸宁到横沟,再到双幕,仅一天就签约了四户码商e贷。依靠陈行长拓展的渠道,开年来渔水路支行共发放码商e贷42笔,金额475万元,扫码流量贷排名位列前茅。

综合营销,互惠共赢

她还带头多方位宣传农商行产品,实现综合营销。特别是贷款客户,收钱码、手机银行、微信关注、云闪付必须全面覆盖开通。陈行长自己总结这叫互惠互利,一举三得:既方便了客户资金往来,还有助于完成农商行的各项业务指标,更重要的是提高了客户使用农商行产品的粘性,提升忠诚度和信任度。

她通过熟悉的客户,加入咸宁的商超群。从12月下旬开始,坚持每天在群里发一个小红包,发一个小广告,坚持宣传农商行的小微业务、收款码、微信关注、手机银行等产品。借鉴她的诀窍,渔水路支行都加入各种小微客户群,综合营销小微贷、扫码和微信银行等,截至2月末,在营销小微贷的同时,渔水路支行联动营销了扫码付46户,微信银行386户,电子银行业务居于前列,形成小微贷电银互相促进的良性循环。

爱有准备的人!她遇到了一个很热心的烟草局办公室工作人员,他帮助我们隔一天就在内部群发广告,推介小微贷。

不断有进烟的商户,主动给她打电话联系。不管客户在城区还是乡镇,不论是白天还是黑夜,她只要接到电话,就立即对接客户,上门服务。有一次,她开车从咸宁到横沟,再到双幕,仅一天就签约了四户码商e贷。依靠陈行长拓展的渠道,开年来渔水路支行共发放码商e贷42笔,金额475万元,扫码流量贷排名位列前茅。

综合营销,互惠共赢

她还带头多方位宣传农商行产品,实现综合营销。特别是贷款客户,收钱码、手机银行、微信关注、云闪付必须全面覆盖开通。陈行长自己总结这叫互惠互利,一举三得:既方便了客户资金往来,还有助于完成农商行的各项业务指标,更重要的是提高了客户使用农商行产品的粘性,提升忠诚度和信任度。

她通过熟悉的客户,加入咸宁的商超群。从12月下旬开始,坚持每天在群里发一个小红包,发一个小广告,坚持宣传农商行的小微业务、收款码、微信关注、手机银行等产品。借鉴她的诀窍,渔水路支行都加入各种小微客户群,综合营销小微贷、扫码和微信银行等,截至2月末,在营销小微贷的同时,渔水路支行联动营销了扫码付46户,微信银行386户,电子银行业务居于前列,形成小微贷电银互相促进的良性循环。

奋力奔跑 不负春光

本报讯 通讯员陈翔、谭玮报道:吴骄权,贺胜支行客户经理,是一位活力满满的90后小伙,在2021年春天行动中,仅两个月时间,个人新增拓展扫码商户54户,累计拓展商户169户,商户日均交易笔数300笔以上,日均流水达20万元;2021年新增码商e贷13笔,余额92万。如何拓展行扫码付业务,吴骄权有他的一套方法和感悟。

做到“三勤”:勤跑、勤宣传、勤安装

勤能补拙,面对城区扫码付市场份额饱和,农区市场份额逐渐压缩,收款码被微信、支付宝两大巨头占领,农商行最大的优势就是人与人零距离沟通服务,带有情感味。镇、社区、村落都有小商小户,有些村就一两家副食店,距离乡镇十几公里,只有肯于上门服务,走进边远村副食店,宣传农商行扫码优势,及时安装好收款码,让客户体验到收款码简单方便,培养客户的忠诚度。

实施“两建”:建立微信群、建立线下宣传点

他建立微信群,将个人拓展的扫码商户统一入群,定时在微信群发节日小红包,按周对商户扫码笔数和扫码金额排名前三名的赠送小礼品;及时宣传农商行的营销活动,激励商户真正会用、多用、用好“扫码付”产品。建立线下宣传点,打造舆论新高地,在进行小微客户走访的同时,大力宣传“扫码付”一码收款、费率优惠、互联互通的优势,对有需求的小微客户即时安装扫码产品,让农商行扫码付产品的优势在商户中口碑相传。

做到“一坚持”:坚持回访商户

回访是提高商户使用率最有效的办法,他每周会定时进入系统查看每位商户的交易情况,及时发现不活跃商户,坚持回访制度,上门调查客户未使用我行收款码的原因,及时解决商户提出的问题,做到商户独码,只用农商行收款码的良好习惯。

小微金融店小二 三大银行农商行