

读书



读好书是一种乐趣,一种与古今中外的伟人、名人讨论的方式;一封出席各种体验、各种生活的邀请信;一张迈进科学宫殿和未知世界的入场券;一股改造自己、丰富自己的强大力量。

——王梓坤

用中国人的智慧解读中国奇迹

□朱永刚

《这就是中国·走向世界的中国力量》
张维为 上海人民出版社

的互动关系。

当然,作为“文明型国家”的崛起,中国有自己的逻辑。一方面,历史上中国曾长期领先西方;另一方面,中国在18世纪开始落后,汲取了深刻教训。新中国成立后,经过数十年的不懈努力,中国又迅速地赶了上来。中国崛起是一种新的发展模式的崛起,是一种非亦步亦趋照搬其他模式而自成体系的崛起。读懂中国崛起,中国学界一定要跳出西方话语。我们要有实事求是的精神和方法,进行大量的、原创性工作,才能对本国和外部世界有比较准确的整体把握,从而形成强大的定力。

其次,中国崛起有四个特征,作者称之为“四超”,也是中国崛起的强大基础,即超大型的人口规模、超广阔的疆域国土、超悠久的历史传统、超丰富的文化积淀。这四大“超级因素”是中国崛起最精彩之处。

再者,中国人有宝贵的“家国情怀”。1949年10月1日,新中国诞生了。新中国的两个伟大的符号——国旗国歌也诞生了。其中,五星红旗的设计者是来自上海的曾联松。当时的他,仅仅是一位32岁的业余美术爱好者,一位饱经战乱的热血爱国青年。但是,当上海解放不久,曾联松对即将成立的新中国充满了憧憬和期待。1949年7月,他从报纸上看到了新政协筹备会刊登的征求国旗图案的通知后,决定尝试一下。他夜以继日地构思设计,凭着仰望星空时“盼星星,盼月亮”的灵感,以对新中国满腔的热忱和憧憬铸就了一段流芳百世的辉煌。70年后的今天,全国各地都举办了“闪唱”活动,大家唱得最多的都是人们耳熟能详的《我和我的祖国》。正如作者所言,无论是歌词还是旋律,这首歌都美得令人心醉,唱出了许多普通中国人的真挚情感。

应当说,作者讲述国旗诞生背后的故事和今天的“闪唱”活动,其实就是要弘扬中华儿女这种浓浓的家国情怀。这种强烈的爱国主义情怀,是中华民族伟大复兴的精神所在、力量所系。

在作者看来,举世瞩目的中国力量源自中国精神原因有三。首先,中国崛起是“文明型国家”的崛起。要读懂中国崛起,不能犯“盲人摸象”的错误。作者认为对中国崛起要有整体把握,应采用三个方法:一是看大数据,即看比较权威的大型民调,而且要多个数据对比着看;二是要考察调研,如果只是坐在书斋里看数据,经常会得出离谱,这种本本主义的方法要不得;三是分板块看中国,即一个巨大的发达板块,一个则是充满活力的新兴经济板块,看板块与板块之间

本书集萃古今中外200余首优秀诗歌。在这里,你不仅可以感受那份“花自飘零水自流,一种相思,两处闲愁”的委婉与含蓄,还可感悟那种“一沙一世界,一花一天堂”的隽永与豁达。数字、概率、函数、时空等众多数学元素不断跳跃于纸间,妙趣横生,让人乐此不疲。用数学思维重新认识诗歌,从诗歌的角度欣赏数学。文理交融,从这里出发。

《活着,不着急》是茅盾文学奖、鲁迅文学奖得主苏童的散文精选集。本书收录了苏童50余篇散文代表作品,生动呈现了作家心中童年的回忆、江南的平凡之美,以及市井中的人生百态。苏童的散文质朴简白,常在三言两语中展露简单真挚的生活哲理,就像夏日一杯清冽的白开水,并没有丰富的味道与刺激,但却能让饮者在人生的炎炎夏日中感受到清凉与平静。

腾讯早期只有“五虎将”,百度早期只有“七剑客”,阿里巴巴早期只有“十八罗汉”。真正强大的团队,靠的不是人多,而是心齐。小而美、精而专的全能团队将会主宰商业世界的未来。《全能团队》从团队组建、团队管理、组织架构、人才培养等方面出发,全面阐述打造全能团队的意义和必要性,让全能团队适应不同行业不同项目的运作,用最少的人做最多的事。

52首经典词作呈现的极致美学

□小艾



宋词
宋词简史
李林出版社

宋词是宋代文化的灵魂,更是我们回望宋代文化的重要窗口。《宋词简史》一书按照由唐入宋、北宋、南宋的时间脉络,精选52首节点式经典词作,呈现宋词的极致美学,联成一部丰富而有趣的宋词简史。

在书中,作者郦波带你去感受52首词作背后的家国抱负,品味宋代文人的雅致情调,见识繁华大宋的市井百态。遇见西楼的李煜,感慨春花秋月几多愁;看到元夕夜的欧阳修,观灯赏月“人约黄昏后”;跟随牵黄擎苍的苏轼,西北望,射天狼;听到岳飞的赤胆忠心,收拾旧山河,朝天阙……郦波从宋词出发,梦回大宋,说尽大宋的丰盛从容,呈现中华传统文化的巅峰造诣。

郦波,中国古典文学与文化专业博士,全民阅读形象大使,中央电视台“百家讲坛”栏目主讲人,著有《五百年来王阳明》《唐诗简史》等。郦波从20000余首宋词中精选52首节点式经典词作,细究宋词源脉络;知人论世,知人论诗,还原千年前词与词人的历史现场;说词人,论词史,道词心,呈现中国传统文化的巅峰时刻。

你可以与苏轼诗酒论年华,也可以与李清照误入藕花深处;你可以与辛弃疾马作的卢飞快,你也可以与岳飞凭栏处怒发冲冠……

当下流行“还原历史”“回到历史现场”的历史观念,宋词是宋代历史的一个很好的还原载体。从宋词中去读宋史,解读宋代文化生活的方方面面,展现宋代社会生活的各种细节,揭示宋代人的时代心理与精神面貌,大众读者会觉得很容易,很亲切。对宋词本身的细腻解读,更能熏陶读者的文化素养,提升读者的文化品位。

2018年《唐诗简史》一经面世,即获得大量关注,多次重印,成为2018年文化畅销书。《宋词简史》为《唐诗简史》姊妹篇。在大力弘扬中华优秀传统文化的当下,两本书的出版适逢其时,会是当下读者了解唐诗宋词的最好途径。

“经典最大的作用是什么?我觉得所谓经典,就是可以把它融进血脉里、骨子里,随着人生的成长,就像造血干细胞,可以在漫长的一生中不停地为我们提供滋养。事实上,不论得意还是失意,站在诗人曾经站过的地方,回眸诗人的身影,眼前有景,心中有情,我们的灵魂会瞬间被激活,和历史、自然、社会、文化以及我们这个族群中的所有人达成一种和谐共振。”郦波说。

“经典最大的作用是什么?我觉得所谓经典,就是可以把它融进血脉里、骨子里,随着人生的成长,就像造血干细胞,可以在漫长的一生中不停地为我们提供滋养。事实上,不论得

意还是失意,站在诗人曾经站过的地方,回眸诗人的身影,眼前有景,心中有情,我们的灵魂会瞬间被激活,和历史、自然、社会、文化以及我们这个族群中的所有人达成一种和谐共振。”

郦波说。

用成语串联成别样的中国通史

□王涵



成语里的中国通史
郭志坤 上海人民出版社
陈雪良

中国成语作为语言的精华、文明的积淀、历史的缩影,智慧的结晶,成为传承中华文明的重要纽带,把一则则成语串连起来,就是一部丰富详实而充满着现场感的中国通史。近日,《成语里的中国通史》(全三册)由上海人民出版社出版。

本书首创中国通史“成语体”,即从成语作为切入点,每个成语皆为与中国历史发展脉络密切相关者,叙其历史原貌,述其历史过程,深入浅出、生动有趣。所有成语都备有原始引文,并注明文献出处,便于读者查阅。阅读本书既可学习中国历史,又可学习汉语言词语,了解博大精深和妙趣横生的中华传

统历史文化,增强写作、会话等能力。

本书首创中国通史“成语体”,即从成语作为切入点,每个成语皆为与中国历史发展脉络密切相关者,叙其历史原貌,述其历史过程,深入浅出、生动有趣。所有成语都备有原始引文,并注明文献出处,便于读者查阅。阅读本书既可学习中国历史,又可学习汉语言词语,了解博大精深和妙趣横生的中华传

统历史文化,增强写作、会话等能力。

本书首创中国通史“成语体”,即从成语作为切入点,每个成语皆为与中国历史发展脉络密切相关者,叙其历史原貌,述其历史过程,深入浅出、生动有趣。所有成语都备有原始引文,并注明文献出处,便于读者查阅。阅读本书既可学习中国历史,又可学习汉语言词语,了解博大精深和妙趣横生的中华传

统历史文化,增强写作、会话等能力。

本书首创中国通史“成语体”,即从成语作为切入点,每个成语皆为与中国历史发展脉络密切相关者,叙其历史原貌,述其历史过程,深入浅出、生动有趣。所有成语都备有原始引文,并注明文献出处,便于读者查阅。阅读本书既可学习中国历史,又可学习汉语言词语,了解博大精深和妙趣横生的中华传

抓住年轻用户的5个营销逻辑

□解悦



中信出版集团
年轻品牌化
荷·乔瑞·范·登·伯格著

“配方”的大旗,发起全球市场营销攻势。电视广告、网络营销和包装宣传多管齐下,纷纷剑指1886年创始人约翰·彭伯顿发明的“神秘配方”,意在向消费者传递这样一个信息:可口可乐的配方真实可信,不含防腐剂和人工香料。建立品牌真实性的关键在于消费者的自我表达和自我实现提供机会。产品消费成为身份的象征。

3.品牌独特性:独一无二的DNA

品牌DNA是定义品牌功能的特征。品牌表征可以是产品特性,如形状、包装颜色或者品牌标识,也可以是使用情境和场合、过往一手的品牌体验、口碑传播甚至营销活动。

谷歌如今已成为全球最知名的品之一,每逢节日或纪念日,或著名艺术家、先驱者以及科学家的诞辰,谷歌主页都会推出创意涂鸦表示庆祝或纪念,保证了品牌的酷感。

4.品牌认同感:永远不变的群体认同

青少年主要的社会关系来自同龄人群,这些群体由年龄相仿、关系亲近的朋友组成。

社交媒体及分享极大地便利了人们如何获取信息、使用科技、赚取金钱,以及接近同龄人。未来我们还将看到:基于Z世代的热情,将会出现源源不断的新对等网络以及捷径计划,撼动许多传统行业的江山。年轻消费者希望通过更快、更简单、更便宜以及更省力的捷径来解决问题,这也是企业未来发展需要关注的方向。

5.品牌幸福感:情感决定吸引力

青少年容易被新事物触动,因此更容易冒险。他们想要探索新事物,寻找新刺激。惊讶是在交谈中被人们成功运用的情感。如果广告人在广告中融入了令人惊讶的元素,那么他们就能成功吸引消费者的关注。Z世代喜欢能够激发积极情感或者释放压力、减轻消极情感的活动。如果你的品牌能够在产品、营销和交流中激发快乐,那么就一定能够感动年轻人的心。

一曲天地自然的生命之歌

□余孟孟



生活·读书·新知
天地有节
二十四节气的生命智慧
黄耀红 生活·读书·新知·三联书店

说,我们的远古先民和我们的幼儿时期,都具有一种如鸟兽一般的感知并预知自然变化的能力,甚至可以看见我们今天的成人看不到的东西和现象。那是因为我们开始过度地依赖外在的先进工具和科技产品,我们自身原本具有的那些在今天看来属于“超能力”的能力才消失了。正如黄耀红先生所说,“我们渐渐迷失于现代性的穷途”。那么,在心灵上回归童年,在生活上回归自然,在思想上回归天地,应该是我们未来的智慧选择。

《天地有节——二十四节气的生命智慧》(下文简称《天地有节》)一书是湖南师范大学教授黄耀红先生关于节气的文化随笔集。二十四个节气,二十四篇佳作。这些文字不是作者埋首书斋利用一整段时间突击创作的科研成果,而是为草木所感、因时光所动,作者通过笔下文字和天地节气一起同行、同频呼吸而完成的一次年度之旅。正如作者所言,“这是一段奇妙的体验。时间,不再是日历与钟表的计量,而是月下草丛的蟋蟀,窗前映雪的寒梅,是庭前燕归来,陌上杨柳青”。

正因为有了身体的参与,有了灵魂的纠缠,有了万物的启示,这部“节气之书”才不只是本中华文字的美妙集合,更是一曲天地自然的生命之歌,一首万物律动的哲理之诗,一幅四季变迁的时光之画。

“春雨惊春清谷天,夏满芒夏暑相连。秋处露秋寒霜降,冬雪雪冬小大寒。”提起二十四节气,我们的耳畔常常会响起这首清新的节气歌,眼前也似乎再次浮现出童年的画面:也许是在北方大雪纷飞的火炕上,也许是在江南烟花盛开的庭院里,或者是在田垄间,在绿荫下,在村口大树的枝丫上,在坑洼的街道上……憨态可掬的小伙伴,乡土气的邻居,憨厚实诚的爹妈,都给过我们关于节气的常识和故事。那里面满满的是先民的智慧,是时间的课表,也是万物生长的密码。

试问,从山间乡土走出的孩子,有几个没有在二十四节气分割又编织的时空里生活过?有几个没有从小就接受过来自乡民的朴素“节气课程”的熏陶?那种自然的教育,生命的教育,为我们的人生打上了底色。可是,当我们长大成人,当我们进入城市生活,当我们越来越依赖现代科技时,我们都成了患有“自然缺失症的孩子”,我们的生活失去了天地律动的参照,失去了季节感,也失去了生命成长中必不可少的时光敏感力和万物感知力。

黄耀红先生的《天地有节》一书刺痛了我们对自然万物的钝感,也唤醒了我们潜藏在身体深处的自然智慧。据黄耀红先生的《天地有节》一书随处可见关于节气的生命哲思,而古文献资料也是俯拾皆是,再加上他那支笔妙绝伦的文笔,可以说该书在一定意义上提供了一个义理、考据、辞章绝佳融合的典范。

新书推荐

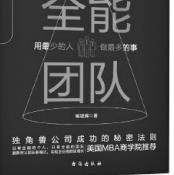


诗话数学
梁振
2019年8月
上海科技大学出版社

本书集萃古今中外200余首优秀诗歌。在这里,你不仅可以感受那份“花自飘零水自流,一种相思,两处闲愁”的委婉与含蓄,还可感悟那种“一沙一世界,一花一天堂”的隽永与豁达。数字、概率、函数、时空等众多数学元素不断跳跃于纸间,妙趣横生,让人乐此不疲。用数学思维重新认识诗歌,从诗歌的角度欣赏数学。文理交融,从这里出发。

《活着,不着急》是茅盾文学奖、鲁迅文学奖得主苏童的散文精选集。本书收录了苏童50余篇散文代表作品,生动呈现了作家心中童年的回忆、江南的平凡之美,以及市井中的人生百态。苏童的散文质朴简白,常在三言两语中展露简单真挚的生活哲理,就像夏日一杯清冽的白开水,并没有丰富的味道与刺激,但却能让饮者在人生的炎炎夏日中感受到清凉与平静。

腾讯早期只有“五虎将”,百度早期只有“七剑客”,阿里巴巴早期只有“十八罗汉”。真正强大的团队,靠的不是人多,而是心齐。小而美、精而专的全能团队将会主宰商业世界的未来。《全能团队》从团队组建、团队管理、组织架构、人才培养等方面出发,全面阐述打造全能团队的意义和必要性,让全能团队适应不同行业不同项目的运作,用最少的人做最多的事。



全能团队
台海出版社
2019年9月

腾讯早期只有“五虎将”,百度早期只有“七剑客”,阿里巴巴早期只有“十八罗汉”。真正强大的团队,靠的不是人多,而是心齐。小而美、精而专的全能团队将会主宰商业世界的未来。《全能团队》从团队组建、团队管理、组织架构、人才培养等方面出发,全面阐述打造全能团队的意义和必要性,让全能团队适应不同行业不同项目的运作,用最少的人做最多的事。