

“聊城故事会”邀你讲聊城老故事

6到12岁儿童均可报名,可选朗诵、曲艺、小型舞台剧等多种表现形式

本报聊城11月23日讯(记者 凌文秀) 即日起,由聊城市文广新局主办、本报承办、五星百货独家冠名、金伯利钻石协办支持的首届“聊城故事会”开始报名,大赛征集6岁到12岁儿童参与,可以通过齐鲁晚报·今日聊城微信公众平台报名参赛。

本届大赛是由聊城市文广新局主办、本报承办、五星百货独家冠名、金伯利钻石协办支

持的首届“聊城故事会”。金伯利是钻石的代名词,“金伯利钻石”品牌在1995年进入中国,是中国第一家以钻石为主营的专业品牌公司。

活动报名时间为即日起至12月18日,要求报名者选择能反映聊城传统美德、人物故事和民俗民情的故事,如非遗故事、文物故事、神话故事、寓言故事、成语故事、人物故事、亲情故事、民间故事等等,参与大赛。

故事大赛以“讲聊城好故事”为主题,以讲述聊城传统文化故事为比赛内容,以弘扬爱国主义、传承民族文化、普及科学知识、倡导文明礼仪等为主要内容,通过故事会起到在少年儿童中传承聊城优秀传统文化的作用。

6—12岁儿童均可报名参与故事大赛,大赛分预赛和决赛两个阶段,最终将评选出一二三等奖,并颁发证书、奖金或奖品。

大赛允许班级或团体方式报名参与。以普通话为主要表现形式,可以使用朗诵、曲艺、小型舞台剧等多种表现形式来讲述主题故事。

参赛作品可以是聊城相关的名人故事、非遗故事、文物故事、历史传说等,均可作为讲述题材。要求时长为3到5分钟,直接向本报编辑部和承办、协办单位指定报名地点报名参与比赛,选手可通过微信公众号平

台、电话和电子邮件形式向组委会报名(报名内容:姓名、年龄、联系电话)。

报名将于12月18日截止,然后进行预选赛和总决赛。此次大赛将从内容、表达、表演、创新性四个方面为每个节目综合评定分数。报名方式:关注齐鲁晚报·今日聊城微信公众平台(搜索“qlwbjrlc”添加关注),或者扫描下方二维码,进入公众号后,填写信息报名。

讲好聊城故事,让文化“活起来”

文化是民族的血脉,是人民的精神家园,是一个地方、一座城市的文脉和灵魂。故事是文化的沉淀,讲好聊城故事,能让本土传统文化“活起来”。

聊城是国家历史文化名城。在波澜壮阔的历史长河中,古老的黄河文明与灿烂的运河文明在这里交相辉映,礼乐兴邦的齐鲁文化和慷慨悲歌的燕赵文化在这里碰撞融合,形成了独特又丰富的文化内涵。

早在四五千年前,这里就出现了以大汶口文化、龙山文化为代表的石器时代文化类型,是中华文明的发祥地之一。市境内发现的以阳谷景阳冈、茌平战场埔为中心的两组8座龙山文化时期城址说明当时已经出现了“都邑聚”的层级社会结构,标志着人民已经跨入文明社会的门槛。夏商周时期,聊城方国林立,经

济和社会发展较快;春秋战国时期,聊城为重要城邑、军事重地;秦汉时期,铜、铁等生产生活工具普遍使用,文化教育事业较快,培养了不少名士武将。元朝会通河的开凿,使聊城成为漕运要冲。明清时期,为沿河九大商埠之一,天下豪商大贾云集,“往来船舶,络绎不绝”,以至城内“贾寓旅舍,几不能容”。各地商人竞相在聊城城内兴建会馆公所,开办商号、店铺、作坊,百业兴隆,被誉为“漕挽之咽喉,天都之肘腋”、“江北一都会”。清代康熙帝4次来聊城,乾隆皇帝9次驻足这块宝地。至今保留的400多处文物古迹,见证了聊城昔日的繁盛。明代中期以后,聊城及其周边各州县私塾遍地,书院林立,教化普施,民风醇厚,培育了一代又一代的良士。据记载,明清两代录取的山东籍进士共4047

人,状元11人,其中隶属于东昌府州县籍者,进士290人,状元3人,仅聊城籍就有进士55人,状元2人。经济社会的发展也为文化艺术的繁荣创造了条件,《水浒传》、《金瓶梅》、《老残游记》等古典名著中许多故事就发生在聊城。

聊城人民还创造了绚丽多彩的非物质文化遗产。截至目前,全市有县级以上非遗保护项目434个,其中国家级11个。

近现代以来,聊城人在民族解放、革命斗争与改革开放的现代历史进程中,创造了不朽的业绩。在文化方面涌现出以傅斯年、季羨林、李苦禅等为代表的享誉海内外的文化大家。

本次活动努力把抽象的文字资料、舞台化的历史遗迹、民俗化的文化现象进行通俗解读,讲好聊城故事,让历史文化、民

俗文化“活起来”,真正发挥文化引领社会、启迪心灵、振奋精神、

凝聚力量的功能。(记者 凌文秀)

古名城,新窗口

——聊城车务段聊城火车站“心悦水城”服务品牌打造纪实

聊城,以江北水城、运河古都、历史文化名城闻名于世。出入聊城的现代门户,展示新服务的时代窗口——聊城火车站,隶属济南铁路局聊城车务段,始建于1996年,2012年1月新站竣工启用,成为中原经济区和济南都市圈重要的铁路交通枢纽之一。

近年来,作为承担京九线山东段主要客运业务的聊城站,借站改机遇,以“安全发展、提升服务、文化兴站”为建设思路,提出“打造京九线一流车站”的奋斗目标,汲取聊城文化精髓,又结合聊城地域特点和聊城站实际,以创建“心悦水城”服务品牌为抓手,以服务赢口碑,以服务创效益。

经过两年多的精心培育,“心悦水城”服务品牌受到社会各界和广大旅客的广泛好评。自2013年1月16日“心悦水城”品牌服务实施至今年7月底,聊城站共安全发送旅客近305万人次。

安全快捷舒适的一流设施饱含“心悦诚服”

聊城站是京九线地市级车站中第一个建设无柱风雨棚车站,常用5个站台全部为1.25米高的高站台。新站房客服设备与高铁车站同标准、同规格。

在车站进站口、候车室、站台、



2013年1月16日“心悦水城”品牌服务正式启动

旅客通道等场所,23块各类动态电子显示屏、引导标识、揭示揭挂和8台自助售(取)票机,构建起集图形、文字、智能显示于一体的立体导向系统,能使旅客方便、顺畅地完成自助购票、进站、候车、乘车、出站的整个流程。从一楼到二楼候车室、从二楼候车室到站台、再从站台到旅客出站通道,均设置电梯方便旅客上下,同时还设置了无障碍直梯。在二楼候车大厅,设有购物超市、餐饮场所、手机充电、儿童娱乐、重点旅客候车等专用场所,以方便旅客的出行需要。

亲情温馨真诚的优质服务扮靓窗口形象

6月20日7时,手拄盲杖、提着两个大包的莘县籍旅客张明望一路摸索着,站在候车室大门外正为买票犯愁。“您好,请问需要帮助吗?”客运员一句柔声的问候,让张大爷紧锁的眉头舒展开来。他赶忙问:“我想去赣州,在哪买票?”“我带你

间,每次车站都安排专人提供帮助,这位老人盛赞“每一次来到聊城站,都像回到家一样”。

汲取地域文化全心服务诠释品牌内涵

“心悦水城”,即:全心全意,投入全部的精神,毫无保留。心意所到,所付并且全身心,是服务行业中必须为、有作为的重要条件。心意付足,方能悦人、悦己。

聊城站不断完善丰富“心悦水城”品牌内涵,丰富服务内容,培育品牌项目。他们对重点旅客实行“四优先”、“三多”等系列特色鲜明的服务方法。他们定期开展旅客问卷调查活动,通过社会监督员、微博问答、值班站长热线等广泛征求意见建议,并进行汇总整改。在候车大厅内设置了公开承诺牌,设立了党员示范岗、“服务明星”售票窗口等,主动接受社会监督,激励广大客运服务人员自我监督,自觉树立服务品牌意识。

同时,他们通过“转形象、提服务、上标准”为主题的多种形式的练兵活动,规范客运服务标准,对仪容仪表、文明服务、服务监督等8项内容进行了具体规定。为努力打造服务品牌,提高服务人员的综合素质,车站定期组织服务人员礼仪、英语、服务技能等内容进行培训和演练。

2014年7月,在全局车务系统接发列车技能竞赛中,该段28名职工参加,有23名职工取得名次,并包揽全部五个单项第一名。全路“新长征突击手”、车站客运值班员王贵霞,去年还被评为了路局“最美班组长”。良好的职工素质促进了车站各项工作的全面发展。

“心悦水城”品牌亮点

●多触角交流平台

车站客运服务热线和新浪官方微博开通以来,实现了旅客多种服务需求的对接。重点旅客一个电话,就能得到车站的及时帮助,做到了有问必答,有难必帮,有困必解,极大地延伸了服务触角。据统计,服务热线开通一年多来,为2000余名旅客解了燃眉之急,新浪官方微博群粉丝量达到4307人。

●“水之韵”义务服务队

以12名党员和党员积极分子组成的“水之韵”义务服务队,主要为重点旅客提供帮助,以及在春运、暑运期间自觉主动到车站参加帮班,引导旅客购票、帮助重点旅客乘车等,志愿者服务形成了常态化、规范化的制度,纳入到品牌服务的项目中,成为聊城站特色品牌服务的一大亮点。

●“星空驿站”

“亲,欢迎来到聊城站,一路辛苦了!我站为方便夜间下车的旅客,在候车室一楼南区专门开辟‘星空驿站’服务区,如果您是乘坐以下车次下车的旅客,可凭下车车票到候车室一楼临时休息……”,车站“星空驿站”服务区安排专人服务,给夜间下车的旅客“家”的感觉,感受到车站的亲情和温馨。

●“生日点歌”

“生日点歌”传递温情。旅客乘车时如果恰逢生日,自己和亲友均可持身份证和车票到服务台办理点歌,工作人员不仅为其送上精美的生日祝福卡片,为旅客播放生日点播歌曲,传递人间温情。

文/本报通讯员 王玉美
片/本报通讯员 祖世华

