



村里的孩子们当面叫他“老卢”或者“卢老师”，但背后都说他是“爸爸”。

在村民眼中，他是一个不吃肉、不喝酒，上课不用课本，也不要报酬的怪人；在孩子们眼中，他是最好的老师，是可以一起爬树、在泥里打滚儿的玩伴，而且会回答大家提出的鬼和性之类的问题。在许多人看来，卢安克就像白求恩一样，是能够感动中国的“洋雷锋”。但在他自己看来，他与其他人一样普通，他说“不想感动别人”，只想做自己喜欢做的事……他就是卢安克，一个在中国广西山区义务支教10年的德国志愿者。

“我不想感动中国，只能是中国感动我。”

——德国志愿者卢安克

“洋雷锋”在广西山区支教10年

山里来了个“洋雷锋”

2001年，广西东兰县坡拉村林广屯来了一个金发碧眼的外国人。他在村里以每月10元的价格租了房子开办学堂，给当地失学的孩子上课。当时的林广屯不通电话，也不通公路，当地人大多只会讲壮族方言。人们觉得这个外国人是个怪人，大老远跑到中国农村来当老师，还不要工资。几天后，村民知道了这个怪人名叫卢安克，是德国人，不吃肉、不喝酒、不抽烟、不赌博。后来，村里人都亲切地叫他“卢老师”或者“老卢”。

孩子们把卢安克当做最值得信任的朋友，而卢安克也是最了解山里这些孩子的人。卢安克和孩子们最喜欢做的事就是爬树、挖泥鳅、在泥地里打滚儿。白天，卢安克与学生一起去放牛，干农活；晚上，孩子们看电视剧，而他则在一边翻译他的书。卢安克与孩子们的关系很亲密。近日，当记者来到村里时，不少孩子会爬在卢安克身上介绍：“他是卢安克，我们都叫他老卢，老卢就是我们的爸爸。”

做学生们身边的大人

卢安克还是孩子们最好的老师。“世界上真的有鬼吗？”“男人和女人是怎么回事？”当孩子们问这些问题时，卢安克会很真诚地回答。卢安克告诉记者：“我会告诉学生，我没有见过鬼。曾有学生说，村里有人看到鬼后就病死了。我就告诉他们，是这个人病了，思想出现了幻觉，才会见到鬼，并不是鬼把人害死了。”

“那关于性的话题呢？”记者又问。卢安克说：“中国的大人一般不愿和孩子谈性。事

实上，孩子愿意提出来，表示他们已经知道了一些信息。只要大人愿意去了解孩子所知道的东西，孩子就会很满足，也就不会再好奇下去了。”

目前，卢安克在东兰县切学乡板烈小学任教，对于即将到来的寒假和春节，他依然会像之前的假期一样到学生家里过年。他说：“我会每天去一个学生家，与他们生活在一起，轮流做他们身边的大人。”

这辈子都交给了山里的孩子

最令卢安克感到不安的是，很多女孩子因为看了媒体报道而声称爱上了他。对于“粉丝”的追逐，卢安克说：“她们说要来学校找我，要嫁给我，有人甚至说要离了婚来嫁给我，这让我很担心。我想是时候告诉大家我已经有了未婚妻了，她也是一名志愿者。”

得知卢安克有未婚妻后，板烈村村民的

心情变得复杂起来。一方面，他们希望卢安克能早点结婚；另一方面，他们又担心卢安克婚后会离开村子。但卢安克说：“这里有我的学生，他们需要我，所以我还会回到板烈来。”得到卢安克这样的回答后，孩子们顿时欢呼起来：“卢老师不走！他还会回来！”卢安克说，自己已经把这辈子都交给了山里的孩子。

>>>对话卢安克

“我很普通，不想做偶像”

记者：媒体报道你的事情后，很多人都被你感动了，有人开始崇拜你，你知道吗？

卢安克：我很害怕去感动别人。2006年，有人推荐我参加感动中国人物评选，我被吓坏了，赶紧给评选委员会写信，让他们别选我。我不想感动中国，只能是中国感动我。我很普通，不想做偶像。一个人认为别人做的事是对的，但自己又做不到或者不愿去做，他就只好钦佩或崇拜对方。

记者：这10年来，你看到中国农村有什么变化？

卢安克：现在的村子比以前文明了许多。不过年轻人都出去打工了，村里只剩下老人和孩子。村民更有钱了，但钱不能解决所有问题。这对孩子的成长很不利，他们最缺少，也是最需要的，就是像我这样待在他们身边的大人。 据《环球》杂志

迎合百姓讨喜心理

契合新春“开财”民俗

全国涌现黄金酒热潮

元旦以来，北京、上海、南京、武汉、广州、青岛等城市，纷纷掀起五粮液黄金酒热卖风潮。很多超市、烟酒店负责人说，黄金酒日销量达到数百瓶，已经进入白酒销售前三甲，部分商场甚至跃居白酒第一，成为春节礼品酒的人气之王。

黄金酒新年狂赚人气

众多消费者表示，相对市面上其他酒类，黄金酒听起来更喜庆、更吉利。“谁不想在新年之际图个好彩头！”一位消费者说。正在购买黄金酒的李女士说：“送黄金酒，不就是送财嘛，看这包装里的金元宝多好，亲友收到肯定喜欢！”一位老伯也乐呵呵地说：“开黄金酒开财运，喝黄金酒招财气，收黄金酒接财气，瞄两眼也沾财气。”虽是打趣，却也说明在新年之际，人们讨喜气、图吉利的愿望很强烈，黄金酒也恰是迎合了这种心理。

民俗学家认为，自宋元开始，我国就有过春节迎财神的民俗，这是人们美好愿望的表达，所以很多人借黄金酒开财运、图吉利的现象并不稀奇，黄金酒已成为“迎财”的另一种形式，就像香港人新年上街踩金钱、台湾人去博物馆摸金元宝、内地人吃形似金元宝的饺



子，都有“招财进宝”的吉祥含义，是我国传统文化的表现。

而业内有关人士指出，响亮的名字只是一方面因素，黄金酒的热销，与其五粮液的品质、价格、打出的“孝心”牌等因素都是分不开的。奥得调查公司曾在杭州、成都、青岛等十个城市有过调查，结果表明：近九成购买者评价好喝，是热卖最主要的原因，另外，适中的价格、五粮液的名门效应也是重要原因。

91%的人评价黄金酒好喝

奥得公司调查数据显示，购买者评价黄金酒

“好喝”的占到91%，购买两次以上的占到64%。很多营业员反映，顾客往往到货架前拿了就走，根本不需要介绍，回头客也非常多。

据了解，很多单位也把黄金酒列为福利，某公司负责福利发放的主管说：“很多职员反映黄金酒好，过节拿回去不但好喝，还不伤身体，所以今年就发这酒了，五粮液的，倍儿有面子！”

全国白酒专家组组长沈怡方品鉴黄金酒后，竟也拍案叫绝：“既喝了好的白酒，又有利健康！”沈老向以“嘴刁”出名，是国家级的品酒大师。

公开资料显示，黄金酒是以五粮液优质白酒做酒基，浸泡洋参、鹿茸等药材，经上千次反复勾兑，才保留了五粮液醇香的白酒口感，兼顾了药材的保健功能，外加五粮液的金字招牌，黄金酒迅速蹿红。

黄金酒价格符合消费主流

市面上的黄金酒，每瓶售价130元左右。一位刘女士说：“这个价位一般家庭都消费得起，送出去也不至于太寒碜！”也有部分相对收入较低者认为，这个价位偏高一点，但还是会送几瓶给重要的亲人，如父亲、岳

父、舅舅等，“一年到头了，还是要送瓶好酒给长辈的！”

在目前市场经济环境下，很多消费者更看重商品的性价比，往年旺销的高价白酒销量有所下滑，很大一部分购买者转而选择了价位适中的黄金酒。

在经济渐趋复苏的今天，很多消费者变得更加理性。黄金酒适中的价位，为消费者“买单”留下了很大的契机。银行职员李小姐表示，黄金酒很符合消费主流，过节走亲访友很实用，五粮液的酒谁都知道。

“孝心”牌打动万千消费者

一位王先生说：“看到黄金酒的广告，就想给父亲买两瓶解解馋！”黄金酒广告语“我女儿送我的，要喝呀，让你儿子买去”，妇孺皆知，很多消费者都表示，看到这个广告确实产生了购买想法。

黄金酒“好喝又大补”的优点，打消了送酒人群“白酒伤身、药酒难喝”的顾虑，一位年轻人说：“逢年过节，总要给长辈送酒吧，但每次都买哪种酒伤脑筋！这不，黄金酒送给老人家，不担心他贪杯，还对身体有好处！”喝过黄金酒的老伯也说：“这酒，味好，不上头！”

在我国，逢年过节孝敬长辈的观念根深蒂固，在黄金酒之前，市场上罕见适合送给长辈的白酒，五粮液黄金酒凭借既让长辈过了酒瘾，又让儿女送得放心，成为儿女首选礼品酒，表达“孝心”的载体。据有关数据显示，黄金酒已成为送长辈礼品酒的首选品牌。

团购电话：0371-63512770

喝黄金酒 新年开财运

送长辈 黄金酒



五粮液集团
一功能白酒一



黄金酒河南服务热线 0371-63512770