

管城区的老赵给联合国高官塑泥像

作为“国礼”在世博会联合国馆展出

赵恩民说：根据平面照片给人塑像，还是第一次



5月14日，在管城区文化馆，赵恩民展示了他先期完成的联合国教科文组织总干事博科娃女士的雕塑。

本报记者 张鹏飞 摄

□晚报首席记者 徐富盈

“郑州老赵的泥塑要送到上海世博会联合国展馆，他正在家里忙活着呢。”

这一消息不胫而走，从管城区老泥塑大师赵恩民泥塑室——“稀泥堂”里传出。在本月21日开始的教科文周，国家艺术家协会让赵恩民给联合国教科文组织总干事博科娃和助理总干事汉斯塑像。昨日10时，记者赶到老赵的办公地点，他刚刚精心塑出了博科娃女士的泥塑像。

博科娃的塑像穿着休闲装，穿着蝴蝶结的鞋子，与一侧摆放着的博科娃女士的照片十分神似。

联合国馆特邀三种中国民间工艺参展

“这个像塑得可真像。”前来观看的赵的几位朋友都说。

“10日，中国工艺美术协会突然打电话通知我，让我给两位外国人塑像，并用电脑传给我两张照片。让我根据两张平面照片，给人塑像，还是第一次，而且塑的是两位外国人，难度很大。”赵恩民说。

“中国工艺美术协会工作人员告诉我，上海世博会的联合国馆，这次在中国特邀了三种中国民间工艺代表，一种是刺绣，一种是画扇，另一种就是郑州泥塑，这与郑州泥塑连年获得国家与国际艺术大奖分不开，这三种艺术品，作为国家礼物，送给两位联合国高官的。而我的泥塑因为要塑本人，所以，是三种礼品中最难把握的。”

48小时塑出联合国教科文组织高官塑像

赵说，11日，根据照片，再根据电脑上找到两位干事的其他照片，48小时的精心雕塑，终于塑出了让他和朋友们都满意的博科娃女士的像。

“塑外国人，用照片塑像，这是第一次，以前我都是让真人站在我面前，给他们塑像的。”赵说。

被国家工艺协会选中他塑国礼给外国朋友，赵恩民非常兴奋。“我的泥塑能取得这种成绩，是和生我养我的郑州土地分不开的，也与社会各界的鼓励分不开。这次，教科文组织还许我带着我的作品去参展，我带着获得国际艺术品一等奖、现在在郑州城隍庙的铜塑‘那年那月’，还有‘连年有余’等，一起去联合国馆参展。”

联合国馆是上海世博会会馆中的最重要展馆之一，本月21日开始的联合国教科文周，就在馆内举行。



郑州手机报
全球视野 郑州情怀

郑州手机报新闻辩论会

昨日辩题：小学生揣仿真枪上学 称在校遇到坏人可防身

【评论1】：加强学校周边治安是根本，如真遇到坏人，小学生拿仿真枪不但伤不了坏人还可能激怒坏人造成更大伤害。(135****0385)

【评论2】：应该制止，这样会给学校带来安全隐患。(139****7006)

【评论3】：连小学生都带仿真枪上学了，这社会是怎么了……(158****3269)

清凉一夏 您看报我送奖

凡订阅《郑州手机报》的用户，均可参加手机报组织的每日抽奖活动。今日获奖名单：139****1978；135****0092；138****9145；135****3430；137****9342；139****0926；135****3717；158****6752；159****1718；135****8300。请以上读者带本人手机到郑州日报社二楼《郑州手机报》领奖，咨询电话：18838039123。

请您把最喜欢的手机报栏目名称、文章标题，或者您对本报的意见和要求发送短信到10658300607，有礼品赠送。

发送短信 zzsjb 到 10658300 即可订阅郑州手机报，每月费用3元，无其他收费。

世博效应推动 伊利一季度领跑中国乳业

游客可刷卡买“世博牛奶”

世博召开，作为世博企业的伊利集团最近备受关注。日前，伊利股份(600887)公布了其2009年年报及2010年第一季度季报。2010年第一季度，伊利股份完成主营业务收入70.14亿元，同比增长37%，且整体高科技含量、高附加值乳制品业已超过伊利业务总额的40%。权威专家分析：随着上海世博会的正式启动，“双高”产品的带动作用将使伊利目前的良好发展态势长期持续，甚至出现超乎想象的增长。

与此同时，世博园中的所有服务设施已开始正式运营。初步预计，游览世博的中外游客将达到7000万人次，其中不乏孕妇、儿童和残疾人。据介绍，为了方便这些“特殊”游客，作为“世博会唯一指定乳制品服务企业”伊利集团已通过多种方式与世博各部门展开合作。

24小时昼夜不停歇，游客刷卡可买“世博牛奶”

据介绍，4月20日前后，由伊利集团承建の数十个母婴服务中心已经全部提前落成并投入试运行阶段：世博母婴服务中心整体设计以暖色为主，布置得非常温馨。主体建筑分为休息区、盥洗区、哺乳区及冲奶区4个主要区域。其中，根据国内外妈妈们清洗尿片的不同方式，盥洗台还特意设计了不同的方向，以符合各国游客个性化的习惯。用一个志愿者的话说：“这里的母婴中心可能比在自己家还舒服。”

据了解，为了更加便利的为游客服务，同为



世博企业的伊利集团和交通银行联手推出了牛奶自动售货机。届时，国内外的所有世博游客，都可以通过在自动售货机刷卡消费，一天24小时享用伊利的“世博牛奶”。

伊利集团张剑秋介绍，“世博牛奶”自动售货服务的推出，可以免去乳制品小额消费的现金支付环节，符合国外流行的刷卡消费习惯，节省时间；其次，自动售货服务能够免除人工交流可能出现的麻烦与障碍，方便各国消费者自行选择；再者，通过自动售货机，伊利“世博牛奶”

可以实现全天候的自动化服务，更加符合“环保、低碳”的世博理念。同时，上海世博会将在近160年的历史首次设立残疾人馆“生命阳光馆”，作为“生命阳光馆”的重要发起者和参与者，伊利集团相关负责人表示，伊利希望“让关爱的阳光照亮每一个残疾人的心灵”，希望所有人都能够分享上海世博会的精彩。

世博效应推动 伊利一季度领跑中国乳业

在世博效应与行业复苏的双重利好下，伊

利集团近日捷报连连。日前，伊利集团公布了其2009年年报和2010年一季度报。两份报告显示：在过去一年全年大赢的基础上，2010年一季度，伊利集团主营业务收入70.14亿元，同比增长37%。最值得惊喜的是：截止至2009年底，高科技含量、高附加值的产品业已超过伊业务总额的40%。

数据显示：截至一季度，奶粉产品在主营业务收入中的比例进一步提升至20.34%。业内普遍认为，随着中国进入第4次人口生育高峰，婴幼儿奶粉需求量将大幅提升。作为国内最大的奶粉和婴幼儿配方奶粉生产商，伊利的奶粉业务在2009年迎来23%的增长，而2010年一季度伊利金领冠奶粉更是销量翻番。同时，营养舒化奶同比增长63%，金典系列产品增幅达25%；而伊利畅轻益生菌酸奶在益生菌市场份额已达10%；此外，巧乐兹等产品热卖，伊利冷饮销售业绩占到全国冷饮行业销售总额的30%。

目前，伊利已有200余种新产品在世博开幕前上市，产品科技含量的提升已直接转化为市场的认可。有媒体报道：在世博园内，伊利“世博牛奶”在试营业期间即全面脱销，在全国市场也出现了供不应求的状况，这与伊利年报数据表现出的市场走向高度吻合。权威专家分析：随着世博会的正式启动，“双高”产品的带动作用将使伊利目前的良好发展态势长期持续，甚至出现超乎想象的增长。

李丽/文