

好习惯 坏习惯

“滢滢,跟你说过多少回了,你写字的时候必须要直起腰,不能驼背,要不长大就真成驼背了!”妈妈望着写字桌边正在驼背写作业,脸都快贴到本子上的我,恨铁不成钢地嚷道。“嗯,好的。”我立马挺直了腰,但不一会儿,刚直起来的腰就又一次变成了“小老头”。

这就是一个坏习惯。坏习惯的养成,在

于没有及时去改正,才使这种行为慢慢演变成了一种坏习惯。著名学家詹姆斯说过:“播下一个行动,收获一种习惯;播下一种习惯,收获一种性格;播下一种性格,收获一种命运。”更是说明了一个习惯的重要性。

最近,我发现班里有很多同学都喜欢在写字时,将头一歪,本子一斜。嘿,还挺舒服,殊不知这种姿势更容易让你戴上眼镜。

将本子放歪,这种姿势既不文雅又让你在不知不觉中养成了坏习惯。

要养成一个好习惯难,但是养成一个坏习惯却轻而易举。好习惯让我们终生受益,坏习惯却让我们受害终生,千万不要让坏习惯成为自然!

郑州市金水区文化路第三小学六(5)班 包滢滢 辅导教师:徐艳琴

“傻”爸爸

我的爸爸哪儿都好,就是有点儿“傻”。

记得去年夏天的一个星期天,我让爸爸教我骑自行车,爸爸答应了。我们来到一块空地上,爸爸把我扶上自行车,告诉我要眼睛往前看,身子坐直,我蹬着脚踏往前骑,爸爸跟在我的车子后面。慢慢地,我越骑越快,爸爸跟在自行车后跑着,我听到爸爸“呼哧呼哧”的喘气声,我说:“爸爸,你不用跟我了,我会骑了。”但爸爸仍旧跟着车子跑。我心里说:“真是个傻爸爸。”突然,我的车子碰到了一块石头,车子一歪,失去了平衡,我也随着车子一起倒了下去,我闭上了眼睛,心里一片空白。突然,我感到一双大手抱住了我,睁开眼一看,原来是爸爸。爸爸把我抱在怀里,自行车压在了爸爸身上,我毫发无伤,爸爸的身上和腿上却被自行车砸伤了好几处,有一处还流着血。看到爸爸身上青一块紫一块的,我的眼泪夺眶而出。“孩子,哪儿不舒服?”爸爸急切地问。“我是为你这种‘舍己为儿’的精神所感动的呀!”爸爸听了,哈哈地笑了,说:“这没啥,为保护儿子献出生命也在所不惜。”真是傻爸爸!

爸爸的傻事还多着呢:家里的脏活累活都是爸爸干,剩饭都是爸爸吃。爸爸平时舍不得花一分钱,为灾区捐款却很慷慨,你说他傻不傻?但我却感到无比的骄傲和自豪,因为我有一个“傻”爸爸。

河南省实验小学六(8)班 朱畅 辅导教师:翟兰玉

校园图画

校园是鸟儿的天堂,让我们这些雏鹰展翅翱翔;校园更是青青的农场,把我们这些幼苗培育成长。每当提起校园,我的脑海里总会浮现出这样一幅画卷:同学们在凝神听讲,小鸟唱着清脆的歌儿,高大挺拔的梧桐树在风中招手,课间的校园热闹非凡……

转眼之间,我又走进了这美丽的校园,学校门口的学校标牌已经年岁不小,学校墙壁上一栏又一栏的小樱桃的卡通图片,就像一套画面热闹的自助书。仰望天空,几朵白云飘浮在湛蓝的天空中,柔和的阳光洒满整个校园,我的整颗心都是暖暖的。

高大的法国梧桐树是我们学校一道美丽的风景线。它总是傲然挺立在小操场四周,不像其他树一样枝干凌乱,它总是整整齐齐,毫不张扬,就像我们的老师一样,默默地为我们奉献,不求虚名。梧桐是平凡的树,它伸展着粗大的手臂拥抱着校园,当我们嬉戏玩耍的时候,它总是默默无语,像是在用心灵与我们对话……

校园虽小,但生命无限,感动无限!

郑州市二七区建新街小学五(4)班 彭大海 辅导教师:高伟霞

刀斩肥鸡

“池塘边的榕树上,知了在声声地叫着夏天,操场边的秋千上,只有蝴蝶停在上边……”每当这首歌在我耳边响起,我总能想起我童年所做的傻事。

有一年,我去奶奶家。吃完早饭,我出去放鞭炮,奶奶则把鸡笼的门打开,把鸡都放了出来。有一只公鸡单立着爪子,目不转睛地盯着我,并做出了向前进攻的样子。我隐约注意到了情况的不妙,顿时警觉起来。突然,它使劲蹬了一下,如子弹似的向我冲来,我吓得忙把手里快爆的鞭炮扔了过去。“啪”,正中它的喉咙,掉了下来。它不甘心,向我扑过来,我拿起扇子,向它扇去。它更不情愿了,又向我飞了过来,正好我爸在正堂里坐着,向肥鸡扔了一个双响鞭炮。“啪——啪——”鸡头钻进泥坑里,浑身上下都是土,它更不甘心,用足了力气,向我冲来。我也用足了劲儿,飞跑过去,一拳命中,来了个“鸡啃泥”。它不服输,撑起自己的身体,猛地一



下子向我冲来。我真的完全全怒了,拿起了身边的镰刀,“嗖”地一下向它飞去,“喔——”公鸡的声音渐低,躺在那里,起不来了,永远起不来了。

奶奶走了过来,把那肥鸡提走了,说了一句话:“恰好,杀了吃了。”到了吃中午饭的时候,我独自一人,就着汽水,吃着那只鸡。饱餐后的我,躺在院子里的简易床上,晒太阳躺了老半天,心里美滋滋的,嘴角不由得泛起“波浪纹”,是笑的“波纹”。

每当《童年》这首歌响起,我总会想起一些童年的趣事和傻事,就不由得哈哈大笑。不过,就因为和鸡一点小冲突,把鸡杀了,这种傻事,我也不再做了。

郑州市管城区五里堡小学五(3)班 裴云帆 辅导教师:孙娟娟

金质习酒 品质生活 习酒品牌快速崛起现象解析

习酒以质量诚信打造系列明星产品

2011年11月8日,北京梅地亚中心,2012年央视广告招标大会。竞争最为激烈且广受关注的央视广告黄金资源为贵州茅台集团习酒有限责任公司竞得全年标的。对此,人们表现出了惊异与好奇,这是否意味着中国白酒市场竞争又多了一员猛将?

事实上,习酒果断出手推出种种新举措,让市场深刻感受到其管理、品牌塑造、企业文化等正处于急剧上升变化中。

同时,在海外广告“零”投放的情况下,习酒实现出口“零”的突破。基于过硬的产品质量,仅靠口碑传播,习酒随后频繁接到来自东南亚市场的“返单”——二次订购,种种迹象表明,习酒品牌的市场影响力正在逐步扩散与增强,从一个地域性品牌转身至全国性品牌已是事实。

同在这一年,随着习酒品牌强势崛起,知名度与美誉度在全国范围大幅提升,习酒受到来自更多高端消费群体的关注。在热闹纷繁的商业竞争中,习酒的崛起让市场、经销商、消费者更多感受到的是稳健和信心。

贵州茅台集团习酒有限责任公司董事长、总经理张德芹在公开场合发表讲话时表示,未来5年,习酒将保持30%-50%的增长率,推动习酒实现跨越式发展。

据此有业内观察言论指出,以习酒以往积攒的雄厚基酒资源家底及当下良好的市场环境,习酒要实现30%-50%的发展速度如同探囊取物,即使实现更好更快发展也有十足底气。

“习酒是好酒”——如今正成为各地消费

者津津乐道的共识话题在社会上广为传播,并逐渐涵盖各个消费层面。

翻开习酒的发展历史,一个显而易见的事实是:在习酒长达59年的孕育成长过程中,习酒人一直坚守着做酒人的君子底线——坚持纯粮固态发酵酿酒,由此,“习酒是好酒”就算在上世纪末习酒处于发展低谷时期,也一直是根植于消费者心中的认知,流传于坊间的口碑。

去年年初,习酒高端酱香产品——习酒·窖藏1988面向全国市场进行首发,立即赢得业界好评如潮。国内权威白酒专家沈怡方如是评价:窖香优雅,闻着舒适,喝着享受。著名白酒专家高景炎说,此酒品位卓尔不凡,感受与众不同。白酒专家庄明杨认为该酒具有幽雅、丰满、绵柔、醇厚、爽净等风格特征……

与专家意见保持一致的是来自市场的积极反响,据习酒公司的统计数据显示,虽然窖藏系列推出还不到一年,但目前已是洛阳纸贵,供不应求,全各地经销商闻风而动,争相与习酒签订合作协议,目前销售已突破5亿元。

近年,随着习酒大品牌在全国范围强势崛起,“金质习酒 品质生活”成为一句在消费者中耳熟能详的话语,表达了金质习酒的市场诉求,同时也表达了金质习酒对消费者的品质承诺。

多方利益共创共享培育战略伙伴式成长 习酒敬商文化创造和谐商业生态

其实,近年来“习酒现象”已在中国白酒业界受到强烈关注:习酒正以与经销商及消

费者的和谐关系创造着一种崭新的中国白酒行业商业生态。人们发现,一旦与习酒缔结合约,几乎所有经销商都会成为习酒的忠实伙伴,继而将他们对于习酒的忠诚度传递给市场和消费者,这种现象不禁引发人们极度好奇,习酒魅力到底何在?

茅台集团习酒有限责任公司董事长、总经理张德芹一句话解开谜底:为保护经销商和消费者利益,在同一地区习酒绝不发展第二家经销商,以此杜绝恶性竞争,捍卫习酒品牌。

“正是习酒以敬商文化创造了一种和谐的厂商关系,继而形成一种厂、商、消费者多方利益共享的良好商业生态,才使得习酒走上了一个良性的发展轨道,获取快速成长。”有观察舆论分析指出。

在习酒人的理解中,厂、商、消费者之间从来都不是一种单纯的商业利益关系。张德芹说,习酒敬商,是因为上世纪90年代习酒处于发展低谷时,广大经销商、消费者对习酒不离不弃,才托起了习酒发展振兴的今天。所以说,习酒敬商不仅是一种传统、一种经营思路,更是一种营销发展模式,这种敬商文化将习酒与经销商结成了战略合作伙伴,推动着双方的共同成长。张德芹强调,习酒的营销团队要始终为经销商提供星级服务,与经销商做朋友,做他们的智囊,成为他们的发展伙伴。

习酒由来注重人才、更注重对企业文化的建设。同时,为发扬国学精髓,企业与中国孔子基金会达成合作协议,打造“君品习酒国学大讲堂”,从2012年起以此公益活动形式

在公众中大力弘扬传统文化,推动其所倡导的“君子”品格,以期在更广阔社会层面推广习酒品牌的人文品格和独特品牌魅力,君之道,自有度。

一位业内分析人士指出,随着习酒跻身全国知名白酒品牌行列格局已定,这个意欲从赤水河畔腾空起飞续写宏图大志的企业此刻以多项力举表明更加珍视与经销商及消费者的关系,可谓意义深远。

据茅台集团习酒有限责任公司董事长、总经理张德芹介绍,习酒将继续以点线面策略逐步推进市场开发战略,以重点城市为点,培养好一个,再布局一个,形成一条线,再以线划分出区域,形成一个面。习酒今年的目标是,在省外市场培养销售达5000万元以上的重点市场5个,销售3000万元以上的城市5个。目前,习酒不仅已全面完成省内外市场布局既定目标,并在白酒品牌云集的四川市场取得销售过亿元的喜人战绩。

展望2012年,习酒公司明确提出,要打造销售过亿元市场5个,重新培育销售5000万元市场及销售3000万元市场各5个,积极稳步推动习酒省外市场建设。

显然,习酒新一轮发展蓝图已经展开,而在其厚敬商文化沃土上培育出的良好商业生态无疑将成为强大的发展促进力之一。正如一位业内人士所说,习酒的发展构想值得期待,因为其倡导的是一种新的商业文明模式,让整个商业链条上的各方都能充分分享到现代社会发展带来的利益成果。

贺荣凤