

“欢乐家庭”大型亲子互动活动母亲节专场幸福落幕 下一站，慈善是主题



他，表演结束后先和妈妈来了个拥抱。

动感的音乐，绚丽的舞台，孩子们和妈妈一起大秀才艺，博得现场观众阵阵喝彩。5月13日，本报“欢乐家庭”大型亲子互动系列活动母亲节专场走进了大商集团紫荆山百货，20余个家庭齐聚在一起，通过才艺展示、互动游戏展示了“欢乐家庭”的风采。

5月13日下午1点，大商集团紫荆山百货西广场，许多家长带着宝宝来到活动现场，高瞻儿童音乐发展中心的老师们分别带领着宝宝进行有趣的手工制作和互动游戏，画画、捏橡皮泥还有拔萝卜等，“欢乐家庭”整装待发。一个个亲子游戏轮番登场，让宝宝和家长们玩得不亦乐乎，笑声洋溢全场。

下午3点半，活动准时开始，拉丁舞、民族舞、诗朗诵、儿歌歌唱……活动刚开始，整个广场就被围个水泄不通。各种形式的才艺表演，引来观众阵阵掌声。

帅气的周正康今年只有三岁，是家中的“开心果”，在家里能说会道，讲故事、唱歌、跳舞都是他的拿手本领，但一直没有在众人面前登台表演。活动

当天，周妈妈带着小正康来到活动现场，演唱一首“我的好妈妈”。因为是第一次登台，有些害羞还有些紧张的小正康登台前一直不愿意放开妈妈的手，但舞台上的表演很是有模有样。

“要给宝宝很多第一次的尝试，他一直很腼腆，在家很活跃，但人多总是放不开，我们以后还要让他多参加这种亲子互动活动，锻炼他的胆量，也让我们母子多一些沟通和交流。”正康的妈妈坦言，“儿子第一次上台表演，是他给我最开心的节日礼物。”

“小孩子的表演好坏都无所谓，他们有勇气上台就是最好的表现和锻炼，还能结识不少新朋友，挺好的。”活动结束后，不少家长这样说道。

“欢乐家庭活动通过文艺表演、互动游戏对宝宝音乐、语言等方面是个很大的提升。”高瞻儿童音乐发展中心的李杨老师说，“这样一下午的时间，它既给了宝宝们一个展示自我的机会，又能让家长获得亲子感情的提升。”

记者 熊维维/文 张翼飞/图



她，趴在爸爸背上，看哥哥姐姐们表演。

温馨提示：本报“欢乐家庭”系列活动第三站开始接受报名，将以慈善为主题，现场会有义卖义演活动，所得捐赠将捐给需要帮助的人。每一个有爱心、希望展示才艺的快乐家庭都可以来报名。

咨询电话：0371-67655279



参赛家庭心手相连。



获奖家庭喜笑颜开。



她，被大家称为“现场最不紧张的小选手”。

500万！是别墅？是豪车？ 不，它只是一副眼镜！

“全球最贵的眼镜”LOTOS华丽入驻河南宝视达

您还觉得眼镜只是一种能够为您改变视力的工具么？您还认为抛弃沉闷的框架眼镜的唯一方法是更换成隐形眼镜么？如果您崇尚时尚与奢华，那么您一定要认识到，眼镜已经成为人们彰显身份与个性的最主要表现形式。

LOTOS，全球唯一手工定制的顶级珠宝眼镜，时尚奢侈眼镜的领导者，将于5月26日正式落户河南宝视达眼镜(连锁)有限公司。这不仅意味着宝视达将成为河南首家、也是唯一一家被正式授权销售LOTOS的眼镜零售商，更意味着河南的眼镜市场已经开始走向

精品阶段。

5月14日，LOTOS亚太负责人携其团队抵达郑州，正式与河南宝视达眼镜(连锁)有限公司洽谈合作，并召开了新闻发布会。河南宝视达眼镜(连锁)有限公司定于5月26日正式在河南视光中心店上架LOTOS，把全球最奢侈的眼镜推入河南市场。

在此次会议中，LOTOS团队向河南宝视达眼镜(连锁)有限公司的员工展示了LOTOS叹为观止的工艺及其技术，令无缘参观亚洲眼镜展览会的大家过足了眼瘾。更重要的是，LOTOS的培训师对

河南宝视达眼镜(连锁)有限公司员工进行了专业的培训，让河南宝视达眼镜(连锁)有限公司员工对LOTOS的文化和技术有了深入地了解和认识，更有利于河南宝视达眼镜(连锁)有限公司将LOTOS推向市场。

河南宝视达眼镜(连锁)有限公司董事长张鸿林，在会议期间也展示了私人珍藏——30年前的LOTOS。他笑言：“你买得了LOTOS，但是买不了拥有30年历史的LOTOS。”可见，LOTOS还具有一定的收藏价值。 记者 熊维维



▲▼这两副眼镜是河南宝视达眼镜(连锁)有限公司董事长张鸿林的私人珍藏，每一副价值都在500万元左右。



►河南宝视达眼镜(连锁)有限公司董事长张鸿林(左)与LOTOS亚太地区负责人(右)



VVV品牌揭秘

架在鼻梁上的宾利

LOTOS，创建于1872年，至今140年历史，是业内首屈一指的重金属镜架制造商。LOTOS凭借严谨的选材、崭新的科技及非凡的手艺，成就了全球独一无二奢华品牌，是唯一一家全球奢侈品眼镜排行前100名的奢侈眼镜品牌。LOTOS镜架是全球最贵的镜架，其最贵的售价高达2000万元人民币，被誉为“架在鼻梁上的宾利”。

LOTOS镜架的材质贵重，均采用黄金、铂金、玫瑰金打造，配合镶嵌近似于完美无瑕的炫目钻石，更由拥有非凡超卓的传统手工艺的工匠纯手工制作。LOTOS珠宝镜架强调独特的设计概念，

将奢侈与纯粹精湛的工艺设计风格完美结合，体现低调奢华的尊贵气质。

奢华源于细节。LOTOS的每副镜架都是遵循创始人施密特家族过百年的工艺传统，需要经过多个繁复程序，由资深工匠以纯手工超过100小时制作完成。整个制作过程非常严谨，从手绘设计开始，以致生产的每个手工工序，都一丝不苟，体现了LOTOS品牌对质量的极致追求。

LOTOS市场定位为：崇尚潮流的年轻新贵；成功的商业人士、中产阶级；艺术家；政府官员。