

比利时童话大王郑州讲故事

中国元素激发灵感创作出《中国的月饼》 将收入到《精灵小鼠一家亲》系列丛书中

一群孩子们团团围坐，听一位金发碧眼的外国老人讲故事：“汪汪汪”、“喵喵喵”……他惟妙惟肖地模仿着各种小动物的声音，时而又辗转腾挪地表演各种场景，精彩而又紧张刺激的故事情节让孩子们沉浸在拥有无限想象空间的童话王国

的世界里。

这位讲故事的老人，就是比利时最流行的青少年作家之一——童话大王马克·德·贝尔。9月8日，他来到晨露国际郑州爱童园，和这里的孩子们进行了交流和互动。一生热爱孩子的他还给爱童园送来了2500欧元的捐款。记者 裴蕾/文 马健/图



马克·德·贝尔把孩子们做的千纸鹤戴到头上，做出起飞的样子，逗得孩子们哈哈大笑。

B 来趟中国，创作出《中国的月饼》

马克·德·贝尔说，他是第一次来到中国，此次中国之行令他收获颇丰。

“这里有很多中国元素启发了我，我已经在这里完成了一部作品的写作，叫做《中国的月饼》，故事的封面我都已经设计完成了。”马克·德·贝尔说，这部作品的灵感在于他此次来到中国后，发现

很多地方都有月饼，这也就引发了他的想象。

马克先生说：“我是在一夜之内完成这个故事创作的，将会收入到我的《精灵小鼠一家亲》系列丛中，预计将在明年2月份在比利时出版，我也希望可以尽快翻译出来在中国出版。”

A 给爱童园捐赠2500欧元

马克·德·贝尔被誉为比利时的童话大王，已经创作出超过125部书籍，是比利时最受欢迎的儿童文学作家之一。

随着《精灵小鼠一家亲》和《可可船长奇遇记》在中国的出版，马克·德·贝尔创造的童话人物也被越来越多的中国孩子所认可和喜爱。

9月8日下午4点，马克·德·贝尔和夫人一行抵达郑州晨露国际爱童园。

马克·德·贝尔用讲故事般生动的语言，向孩子们介绍了自己：“我是马克·德·贝尔，今年58岁了。我有4个孩子，7个孙子孙女。我的家里有一条狗、一只猫、两匹马、4只鸡……”

“我现在每年都要超过100次和全世界各地的孩子们进行交流互动，孩子们的微笑就是我创作的源泉和动力。”一生热爱孩子的马克·德·贝尔此行还向晨露国际爱童园捐赠了2500欧元，希望能够用在孩子们最需要的地方。

链接阅读

晨露国际郑州爱童园是郑州市救助管理站与晨露国际(比利时)的合作项目，也是国内第一个为无人照料、陷入困境的服刑人员未成年子女提供园内小家庭照料服务的项目。

目前爱童园已入住40多名儿童，为他们提供衣、食、住、行、教育、医疗、心理支持等全方位24小时生活照料服务。

和宝宝一起阅读吧 妙不可言哦



绿色的桌子、红色的小板凳，桌子上放着各种年龄段的故事书和绘本，昨天上午，绿荫广场一角，几名志愿者早早收拾妥当，等待喜欢读书的孩子和妈妈。

这也是“慧宝读书”活动的首场，发起人彭玮玮是一位年轻妈妈，她的目的就是让更多的家长和孩子学会亲子阅读，给孩子培养良好的阅读习惯。

“10个人路过有3个人停下脚步，读一读书我都觉得可欣慰。”对于首场公益活动，彭玮玮觉得效果还不错。

“慧宝读书”还有一个QQ群，很多家长在群里探讨孩子的读书心得，如果你想成为志愿者或者想参与读书活动，不妨加入到39066077QQ群。

记者 张华 文/图

500万！紫百又一次改写历史 紫百深度营销再创奇迹

昨天，大商集团紫荆山百货携手郑蒙举办的大型促销会完美收官。8月31日至9月9日，这个季节本是羊绒羊毛产品的销售淡季，但为期10天的促销会，天天都在改写历史。

“上周四，我们提前三天就完成了300万元的销售任务。”大商集团紫荆山百货总经理党玉玲说，“一个人可以走得很快，而一群人可以走得很远。紫百有一支无坚不摧的队伍，有着钢铁般的意志和钢铁般的力量。这个团队之所以屡创佳绩，是因为大家抱有同样的激情、同样的理想。”

记者 王一品

全体总动员 商场人人都是一线销售员

30万件货品，几乎全线一折。单说每天上货盘货、销售收银，得需要多少工作人员。“从这次促销会的筹备期开始，我们就是全体总动员。”大商集团紫荆山百货营销部部长庞宁介绍，“10天来，商场人人都是一线销售员，不论分工如何，也不论职务高低。”

活动期间，记者曾3次走进紫百，发现现场到处都是紫百员工忙碌的身影，每个楼层的营业员都会为顾客推荐促销会。“当消费者离开我们柜台时，不管其是否买了我们的产品，我都会告诉他(她)目前商场正携手郑蒙举行大型反季促销会，羊绒衫、羊毛衫都有史无前例的折扣。”紫百一楼某化妆品专柜的营业员告诉记者，“一方面，我希望商场每一次营销活动都卓有成效；另一方面，我希望消费者能真正落到实处。”

超越自我
每一次成长蜕变，都是一种快乐享受

据了解，紫百为此次促销定下的销售目标是300万元。但没想到，活动第一天销售现场异常火爆。上周四，预计的销售任务就提前完成了。

“这不仅在羊绒羊毛行业里创了纪录，对商场来说也是一种超越。”庞宁透露，“促销会上几天的销售额，堪比平时郑蒙在紫百一年的销售额。”

本次活动，是紫百与郑蒙两大以诚信著称



的商企之强强联合。此番品牌深度营销的促销力度，不仅创下紫百今年以来的最高纪录，更是郑蒙17年来的最大力度，价值2000万元的货品全部负利润促销。

“其实我们最关注的不是业绩，而是大家的状态。说白了，只要团队斗志昂扬，业绩自然就来了。”庞宁信心满满地说，“成长本就不该是痛苦煎熬的，而会是快乐愉悦的。在紫百的大家庭里，每一次成长、蜕变，都是一种快乐的享受。”

深度营销
与品牌合作就像是“谈恋爱”一样

商场携手品牌做深度营销，这在郑州商业行业中已是很常见的营销手段了。对消费者来说，也已经有些“审美疲劳”。那么，这次为什么还能创造这么好的业绩呢？

活动结束后，河南省郑蒙实业有限公司总经理彭灵芝表示：“之前我们也接到很多家商场的邀请，最终之所以选择紫百，主要就是因为这个团队让我看到了无穷无尽的力量。”

正是有了这样善打营销硬仗的团队，不少品牌才会专程来促销会现场“观摩”，并纷纷提出与紫百合作的要求。目前，某皮草品牌已确定很快将在紫百做独家特惠活动。

“和品牌合作深度营销，有时候就像是在‘谈恋爱’一样。”党玉玲笑着说，“需要激情，需要默契，更需要彼此理解与关爱。”