

进社区

郑州晚报·衣往情深走进远大理想城 棒！74岁老人秀“一字马”

老有所乐
74岁老人秀“一字马”



“衣往情深”公益组织、河南省荆浩非遗基金会等青年志愿者们的表演赢得了居民的热烈掌声。到场的老年人们也毫不示弱,抖擞精神,为居民献上精彩的节目。伴着雄浑的《男儿当自强》乐曲,专门从金水区北林路办事处赶来的恒升社区“手拉手”艺术团团员们,表演了中华乾隆扇,举手投足间,绢扇伸展自如。她们刚下台,一群大妈义工上台表演了太极功夫扇,刚柔相济,挥洒如行云流水。

“我们成员平均年龄在60岁,但没感觉自己老,天天在一起开开心心玩,生活过得别提多带劲了!”“手拉手”艺术团团长董延萍说。话声未落,年龄最大的成员、74岁的杜巧云现场下腰劈叉,轻松来了个“一字马”。



一群大妈义工在表演太极功夫扇。

春光明媚,3月22日下午,2014郑州晚报·“衣往情深”社区公益节在经开区远大理想城中心广场拉开帷幕。活动现场,除了功夫扇、袖鼓、诗歌朗诵、钢琴、二胡和卡祖笛等精彩表演外,“球迷博士”张五一也联合郑州晚报启动足球文化展进社区,带来了自己40多年来收集的部分足球主题藏品,让人大开眼界。
郑州晚报记者 潘登 文/图

少有所学 8龄童耍五步拳

大人们开心,小孩子们更是趁着这个现场撒开了欢。

台上,各种节目精彩上演,台下,孩子们或站或蹲,不少干脆席地而坐,看得津津有味。看到大哥哥大姐姐们在台上舞动“中华龙珠”,一名小男孩也跟着“张牙舞爪”扭起来,扭着扭着就变得像动画片《七龙珠》里的动作,双掌推出,好像要发出“冲击波”一样。

节目中间的互动抢答环节,孩子们也纷纷举着小手“捣乱”,没抢到发言机会的急得还喊了起来。还别说,我们的小读者正确回答了郑州晚报的热线是96678、报头是

毛主席题写的等问题。

孩子们天生有表演欲望,台上表演时,就蠢蠢欲动往上爬。那就满足一下他们,把舞台让他们。临时加入的小演员们纷纷表演了舞蹈《小白兔》、歌曲《世上只有妈妈好》、单词歌、故事《守株待兔》、武术等节目。

8岁的生佳鹏和小伙伴在台上打起了五步拳,一招一式像模像样,打着打着小伙伴可能怯场的缘故,招数乱了,途中退到了一边,他自己独自坚持打完,最后还抱拳向台下致敬。“我和刚才那个刘彦辰在学校报的兴趣班,跟一个教练学,练2年了,我从不打架。”小家伙说。

足球 从娃娃抓起

舞台前沿摆了一排展板,上面挂满了奖牌、照片、球星卡、守门员手套等足球主题的藏品。

这些都是被称为“球迷博士”的张五一带来的。55岁的他致力于在民间推广足球文化,为中国足球摇旗呐喊,1992~1999年担任郑州球迷协会会长,2007年,自费编写出版了中国第一部球迷历史画卷《中华球迷风雨路》,填补了中国足球的一个空白。

40多年来,他收集的各类足球主题藏品逾万件,分报刊资料、纪念品、球星卡、工艺品四大类,包括球票、秩序册,其中包括1957年中国首次参加世界杯的主场球票、建业功勋教练门文峰的金牌、

中国第一任国际足球裁判鲍巨岑用过的国际足联和中国足协胸徽、河南籍球员郜林、杜威、范运杰、聂磊、陆峰在国家队、国奥队比赛的队服等。2012年11月,他又建立了中国第一家对公众免费开放的公益足球展馆——蹴鞠堂。

这样一个球迷界的大佬很清醒地认识到,中国足球要强大,需要有足球文化的熏陶和足球运动的普及。现场,他带领着孩子们在台上玩起了射门游戏,像一个老顽童。

“我关注郑州晚报的社区公益活动很久了,这次跟你们合作,开展足球文化进社区,是在探索一条新的道路,让大家在生活中感受足球的乐趣。”张五一说。

公益 让“大熊猫”有更多的家

郑州晚报公益进社区活动的重要内容,就是开展以“捐物助人”为主题的“衣往情深”公益项目,该项目由郑州晚报、希望义卖中心联合发起以来,众多爱心单位、个人积极参与,相信很多人已经认识了那两个可爱的大熊猫造型的捐赠箱。

“衣往情深”公益项目办公室

主任张军红介绍说,截至今年3月份,共收集到各类衣物超过110吨,帮助希望小学33所、贫困家庭200多户,让上万人次受益。

“目前我们在小区已经安放了400个左右的捐赠箱,在此基础上,今年计划达到1500个,让更多的‘大熊猫’找到家!”张军红说。

3月22日,中国行业企业信息发布中心举办的第十八届全国市场销量领先品牌研究成果发布会在京举行,在相关领导和行业专家共同见证下,加多宝代表中国凉茶行业获得了“2013年度全国罐装饮料市场销量第一名”的称号。

迄今为止,加多宝已连续七年蝉联“中国饮料第一罐”的桂冠。据统计,相对去年同比增长13.61%,在罐装饮料市场,加多宝市场销售份额高达12.33%,继续稳居罐装饮料销量第一名,是饮料行业当之无愧的领先品牌。怀着“凉茶中国梦”,加多宝在问鼎世界级品牌的征程中更进一步。

国家权威机构发布： 加多宝连续七年荣获“中国饮料第一罐”

正宗配方+创新“360度品质管理体系”确保红罐凉茶高品质

上世纪90年代初,凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪将祖传凉茶秘方独家传授加多宝,1996年加多宝创造了红罐包装,并推出了凉茶行业第一罐红罐凉茶,18年来,加多宝投入了数百亿元将红罐打造成了饮料行业最有正宗内涵的商业标识。

除了标识内涵,加多宝将更多的精力投入到了产品的生产上来,加多宝品管及资源部总经理庞振国表示:“加多宝独创‘360度品质管理体系’保证每一罐正宗凉茶的高品质。加多宝先后通过了美国FDA注册



认证CNAS认可等多项国内外权威认证,开启了中国正宗凉茶的国际化绿色通道。”

18年专注凉茶,加多宝红罐遍全国

通过大量的调研,加多宝在2003年提出了“预防上火的饮料”的创新定位并拍摄以“怕上火”作为主广告语的广告片,从此,“怕上火”的广告语响遍了大江南北,加多宝红罐凉茶红遍全国开创凉茶品类的同时,也改变了饮料市场的竞争格局。

自2004年,在开始投入巨资在央视等强势平台进行广告投放的同时,加多宝参与一

系列大事件,如2006年德国世界杯、2008年的北京奥运会、2010年的广州亚运会、2012年的伦敦奥运会,再到众所周知的《中国好声音》,加多宝将凉茶行业推向新的高度。加多宝品牌管理部副总经理王月贵在接受记者采访时表示,加多宝能获得今天的成就,最根本的原因是专注、创新,并一直坚持“大品牌、大平台、大事件”的营销策略。

18年坚持大公益,加多宝成就大爱企业

点滴凉茶,大爱情怀,加多宝集团不仅在汶川、玉树、芦山三次地震中都做出了亿元捐款的善举,更是在18年的公益实践中探索出企业扶贫的“建设型扶贫”模式。在教育领域,加多宝持续了13年的“加多宝·学子情”爱心

助学行动已成为颇具影响力的公益助学品牌。基于18年的公益坚持,加多宝的大公益情怀获得社会各界的认可和敬意,获得“中华慈善奖”、“最受尊敬的企业”等权威的公益慈善大奖。王虹