

弘毅宽厚 正在前行 河南电视少儿素质展演晚会献礼儿童节



►今年,儿童节如约而至,一如往常的快乐、美好。对于大儿童来说大童小忆,美好如初;对于小宝贝来说,每一次儿童节,更意味着一次翻越,一次成长。5月26日,弘正教育郑州幼教连锁集团的14家分园的弘宝宝们,在河南文化大厦的小皇后剧场,进行了一场“幼儿素质展演”的活动。

□东方今报·猛犸新闻见习记者 张莉



◎童心撞华诞,少儿触摸“祖国魂”

一首欢快的《弘宝宝之歌》和《我和我的祖国》正式拉开了本次活动的序幕,小朋友挥舞起稚嫩的小手,踏着轻快的舞步活跃在舞台上,向家长们、老师们传递着成长的快乐。依次登场的节目内容丰富、形式多样,一遍遍地向大家展示新时代儿童的才艺,赢得现场观众的阵阵喝彩。

“2019年是祖国母亲70华诞。我国建国伊始,就与国际接轨,

同步举办儿童节,始终关注着少年儿童的成长与发展。今年这个儿童节遇见祖国母亲70华诞意义特殊,在孩子成长的重要时刻,让每个孩子能够在这次活动中触摸“祖国”这一概念,感受到祖国的强大,激发孩子的爱国之心并将这份纯粹的爱国之心种植在心中,践行在童言童行中。”本次活动负责人弘正教育郑州幼教连锁集团外联部长陈亮向记者讲述了举办此次展演的初衷。

◎少儿教育联盟初起航,弘正教育稳步发力

记者了解到,此次展演是河南广电今报传媒少儿教育联盟成立以来筹办的首档六一电视晚会。河南广电今报传媒少儿教育联盟是在河南广播电视台指导下,东方今报社主管的以媒体为特色的河南省首家幼儿少儿教育社会组织。该组织成员包括河南省内综合实力影响力较强的幼儿教育集团园所、社会艺术培训机构以及其他的相关教育单位。

作为此次展演的重要合作教育机构,弘正教育不仅培养孩子的学习能力,更重视培养孩子有好的品格,有坚定的意志,有远大的目标,让孩子适应社会;进而走向社会活得好,能生活幸福,另一方面,弘正教育是团结坚定、教育目标明确的教育团队,他们正在脚踏实地践行教育理念,做最适合中国孩子的教育,培养孩子的三大教育目标:品格

养成教育,学习能力教育和懂教育的家长教育。

看着家长 and 孩子们,乘兴而来,尽兴而归,陈亮向记者吐露了真实心声:“今年是祖国的70周岁生日,其实,对于祖国来说,最好的生日礼物,应该是孩子的爱国之心和纯粹的童言童行。但是,对于幼儿来说,爱国主义情感是一个抽象的概念,所以在幼儿阶段,我们更应该关注的是,增强孩子的内心体验。试想,又有多少人可以做到将爱国之心付诸行动并期盼这份情感得以传承和延续?弘正教育作为一个社会组织,能够以浓烈的情怀,清醒的态度对待儿童节,让我们倍感欣慰和惊喜。”

据悉,本次六一电视汇演将于6月2日在河南电视台民生频道播放,届时家长可以准时收看。②

T餐酒吧亮相郑州正弘城 满足你对狂欢的一切幻想



□东方今报·猛犸新闻记者 巫晓

5月23日,位于东风路科新路向南50米路西正弘城5号门西门对面的T餐酒吧开业了,这座盖茨比城堡式的餐酒吧,让当天应邀到场的200多名嘉宾充分感受到了T的魅力,让人沉醉的气氛、梦幻一般的环境、生动得让人移不开眼的景色,各种有趣的活动,各种笑声交织在一起,现场气氛嗨到爆!

T餐酒吧很不同:同样喧嚣但不嘈杂、同样放肆但不浮夸,当你真的走进这里的时候,你会发现,没有肆意游走的不安焦躁,没有流于表面的矫揉造作。

T餐酒吧如同艺术一样的环境,实在是一个打卡拍照的好地方,随便一站都可以拍出唯美大片的感觉。五彩琉璃的壁灯和螺旋状楼梯,错落的卡座和大而宽的落地窗,看似简单的几何图案堆砌;充分考虑到每一处空间的利用,以点带面,锻造出了一种专属于“T”

的空间艺术。更让人赞叹的是对光的美学运用,走进这里不难发现,水波一样的灯光暗自流动,色彩赋予其上;变换着、交替着、散发着迷离的美,光线的折射和映照之间,是一场让人震撼的视觉盛宴。与意大利百年起泡酒品牌MARTINI携手,打造一座专属于郑州的盖茨比城堡。T餐酒吧提供现代鸡尾酒、古典鸡尾酒、单一麦芽威士忌、红酒、起泡酒等多种酒类。曼妙的音乐和微醺的美酒相撞,情绪感官在迷离中游离,一种酝酿在胸腔的快感,溢出心跳。除了美酒,主厨Future会为大家献上一场味蕾的狂欢,意大利式的风情在舌尖化作一场相逢。

值得称道的还很多很多,比如Amina隐形音箱、持续的负氧离子注入、宾利定制家具……每一处细节的用心,都足以看出来在T背后的坚持和努力,为圆梦而来,不只是说说而已。

据悉,这次T餐酒吧邀请了HUGO国内新生代DJ,据说他曾担任国内多家知名夜店驻场DJ以及Top100 DJs暖场DJ,也是西安PAPAYA·X驻场DJ、Electronic Master Team主理人、Dark Matter成员。他致力于将最聆听的音乐传递给Rivers,以玩乐的方式让所有Rivers享受每一场电子音乐。②

正弘城携手眷茶行业 首创山水“场景show”



□东方今报·猛犸新闻记者 刘继忠

5月25日下午,眷茶“山水系列”新品在郑州正弘城正式发布。与此同时,让茶饮发烧友们心心念念的山水“场景show”揭开神秘面纱。诗情画意,云蒸霞蔚,山水之意境,山水之产品,完美融合,让到场的观众们惊叹不已。

据悉,“山水系列”新品及山水“场景show”均为眷茶原创,行业首发。5款新品独具特色,为茶饮市场带来了全新的视觉、味觉、文化体验;山水“场景show”令人耳目一新,开创了茶饮新品发布的新模式!

【问世】 “山水”之间,5款新品正式发布

当天,5款“山水系列”新品正式与大家见面。这5款新品是:山水莓莓芝士,酸酸甜甜的草莓与香浓醇正的芝士交融,犹如春季的微风,豆蔻的纯真,又如山中的蔷薇,调皮绯红;山水抹茶芝士,绿色的抹茶、白色的芝士,清新明快如夏季清风,又仿佛行走在

郁郁葱葱的山林,令人心旷神怡;山水桃桃芝士,温柔可爱的桃子像是山水间漂浮的云朵,柔软粉嫩,甜甜的恋爱感,怦怦的少女心;山水葡萄芝士,高冷的紫色葡萄,浪漫而神秘,配上诱人的芝士,带给舌尖不一样的体验,正如烟雨江南,深情缱绻;山水芒芒芝士,金黄与乳白的碰撞,宛如天边耀眼的太阳即将升起,青春、活力,让人瞬间元气满满,又如大山大河,气宇磅礴。

同时,当天,365杯免费眷茶免费喝。

【分析】“山水系列”的问世 使眷茶的品牌形象更加清晰

茶饮市场,风起云涌,且进入洗牌期。仅以2018年为例,数字显示,去年,我国茶饮市场全面爆发,截止到2018年第三季度,全国现制茶饮门店数达到41万家,一年内增长74%。虽然竞争激烈,眷茶取得的战绩着实闪耀,诞生两年的它步履稳健,16家店面,门店排队,成为“现象级”黑马。业内人士认为,除了过硬的产品实力外,其成功的一个重要因素,就是将产品与文化和情感融为一体,因此,其品牌形象十分清晰,生命力很强。

“有特色才能被看见,‘山水系列’的问世,使眷茶的品牌形象更加清晰。”一资深茶饮品牌专家分析,产品即表达,表达即品牌,眷茶的品牌深度可见一斑,有了这样的土壤,其他所有围绕品牌的动作才有效,相信眷茶会走得更稳,走得更远!②