

# 一个求助电话勾起的母爱,让她们结下4年母女情—— “感谢‘妈妈’送我上大学!”



陈淑君(左)和郑银茹在一起。

□记者 冯莹雅 实习生 王亚飞 文/图

她们原本是这个世界上两个互不相干的人,只因4年前,栾川女孩郑银茹鼓起勇气拨打的那个求助电话勾起了陈淑君女士的母爱,她们才走到了一起。

11日中午,陈淑君与其丈夫带着郑银茹驱车赶往河南理工大学,送她入学报名。他们临行前接受了本报记者的专访。

## 一个求助电话勾起的母爱

陈淑君,医生,育有二子,均已大学毕业。8年前,已退休的陈淑君跟随经商的丈夫来洛生活,闲不住的她加入了安利洛阳分公司志愿者服务队。

2006年的一天,陈淑君随志愿者服务队到栾川参加扶贫活动时,在一家小餐馆发现了一名服务员,这个十四五岁的小姑娘穿得破破烂烂,皮肤黝黑,骨瘦如柴。

当了一辈子医生的陈淑君当

即对眼前这个“发育不良”的小姑娘产生了怜悯之心。

陈淑君向餐馆老板打听得知,郑银茹家在栾川县秋扒乡鸭石村,母亲在她一岁时就患了精神分裂症,父亲独自在外打工供养她和弟弟上学,奶奶卧病在床,她出来打工也是为了多挣点儿学费。

陈淑君当即拿出纸笔,给郑银茹留下了自己的名字和电话。

数月之后的一天,陈淑君接到了一个陌生电话:“阿姨,能帮我介绍一份工作吗?我很想上学,可是爸爸还没有为我和弟弟攒够学费……”

从此,陈淑君开始资助郑银茹上学,并不定期为她送去衣物、营养品和生活费。

“我对银茹就像对自己闺女一样,希望她能通过知识改变自己的命运。”陈淑君说。

## 好好学习回报恩人

不知不觉,4年过去了,在陈淑君一家人的帮助和鼓励下,郑银茹顺利考上了高中,并于今年考上了河南理工大学商务英语专业。

“在‘妈妈’这里,我第一次感受到了母爱。”不知道什么时候起,郑银茹改口叫陈淑君为“妈妈”了。陈淑君说,这一句“妈妈”,叫得她

心里很甜,同时感觉肩上的责任也更大了。

“拿到大学通知书时,我第一个告诉了‘妈妈’。”郑银茹说。

郑银茹告诉记者,是那个求助电话拉近了她与“妈妈”的距离。通过“妈妈”,她认识了很多安利志愿者服务队的叔叔阿姨,在那个团队

里,她总能感受到温暖。得知她考上了大学,这些叔叔阿姨为她筹集了1000元助学金。

“‘妈妈’改变了我的人生,我感谢‘妈妈’,我要用好的学习成绩来报答她。”带着陈淑君为其准备的行李,郑银茹充满信心地踏上了求学之路。

鼠标一点,干净的蔬菜水果送上门。洛阳理工学院两名学生独辟蹊径,开始了网络卖菜的创业之路——

## 两名大学生做起网上“卖菜郎”

□记者 李砾瑾

两个农家娃,两辆自行车,外加一家网店,这就是他们首次创业之路的全部家当。

由于从小就在田地里和阳光“亲密”接触,王勇和王东方这两个洛阳理工学院工程管理体系的男生,给人最深的印象是皮肤黑黝黝的,话不多,但每一句几乎都是肯定的。7月,他们在一家知名购物网站上开了一家“菜店”,开始了他们的创业之旅。

### 曾做过生意,受累还赔钱

王勇出生于郑州市中牟县一个普通的农民家庭,今年春节后,带着一份关于蔬菜配送的电子商务企划书,他和同班同学王东方参加了我市大中专学生电子商务商业企划书大赛,获得了银奖,同时还获得了两万元的创业基金。

怎养才能让企划书变成现实呢?为此,两人在今年暑假开始了卖菜生意,凌晨三点起来去高新区一家蔬菜批发市场批发蔬菜,再到附近小区零售。起初他们批发的菜量太大且品质不好,蔬菜烂掉还赔了钱。

总结教训后,两人决定进行“零库存经营”:先和超市谈好,直接拿货送货,这样一来不压货,二来还能保证果蔬的新鲜。

网上开店,随叫随买,新鲜蔬菜送货上门,而且价格和超市一模一样,“生意肯定会越来越好的”。

### 赚了四元钱,渐渐有灵感

王勇说,网店开业的第二天,第一笔生意就上门了。一个身在广东的伊川人在他的网店下了第一笔订单——5公斤芦笋。他跑了

不少超市,只找到了3公斤多,于是这6斤多芦笋随着一辆前往伊川的客运车,被捎到了那位客户家人的手里。那次,他赚了4元钱。

尽管看起来收益少,但王勇仍然给自己的配送立下了严格的规矩:上午10点之前下单,中午12点前送到;下午3点前下单,下午6点前送到;下午6点后下单,第二天早上8点前送到。

10日,王勇骑了40多分钟自行车,到西工某小区送菜,全部货物只是一棵大白菜和一些绿豆芽,明眼人都能看出来,这是赔本买卖。

尽管这只是个例,却让王勇思考了很久,最后,他作出一个决定:只卖净菜和无公害蔬菜。所谓净菜,就是已经过初步处理,不用淘洗,切切就能直接下锅的蔬菜。而无公害蔬菜,更符合现代人对健康的要求。

### 用品质说话,路越走越宽

为了更好地了解市场,王勇和王东方骑着自行车转了数十个菜市场,后来又去了周边县市的蔬菜基地,王勇说:“我们现代想先做出品牌,用品质说话。”

无论是蔬菜、水果,还是生鲜,每送出一份货物,他们都在包装袋上贴一个小小的标签,上面写着他们的网购地址和联系电话,下一步,他们还打算印一些海报,贴在各小区的张贴栏里。

截至目前,虽说菜没卖出多少,但他们已经记下了不少小区居民的电话,“这都是我们潜在的顾客”。

从网络到现实,两人又有了新打算:开一家实体店,让更多的人了解同城蔬菜配送。

王勇说,现在他们是摸着石头过河,尽管艰辛,但有越来越多的人了解他们、支持他们,这让他们走得很踏实。

## 美的爱尚新品震撼上市 滚筒普及风暴全面升级

9月8日,世界白电巨头美的在广州举办了主题为“滚筒深度普及 美的全面升级”的美的滚筒普及战略升级暨“爱尚”变频洗干一体新品发布会,共推出7款“爱尚”系列滚筒洗衣机新品。据了解,美的滚筒洗衣机本次推出的“爱尚”系列新品,采用“蒸汽洗涤”、“喷淋水循环”、“全智能烘干”、“D-PLUS变频技术”四大核心技术和创新GLC生态呵护洗系统,持续推动滚筒洗衣机的全面升级。美的中国营销总部副总裁王金亮表示,这也是美的洗衣机继3月“滚筒普及风暴”以来,再度发力滚筒市场,以技术、品质、价值和服务优势,持续推进滚筒洗衣机深度普及,进一步巩固美的洗衣机的行业龙头地位。

### 美的爱尚新品助推滚筒深度普及

在发布会现场,来自中国家电协会、中国消费者协会、中怡康、中国电子商会的各位嘉

宾和与会媒体共同见证了美的“爱尚”系列变频洗干一体滚筒洗衣机的亮相。据了解,美的“爱尚”系列滚筒洗衣机共有7款产品,涵盖6公斤、7公斤、8公斤主流容量段,独创的舷窗流线外形可搭配晶银、炫灰、雅蓝、嫩绿、羽白等不同颜色,充分满足不同消费者的需求。

据了解,此次推出的新品“爱尚”系列变频洗干一体滚筒洗衣机,采用“蒸汽洗涤”、“喷淋水循环”、“全智能烘干”、“D-PLUS变频技术”四大核心技术和创新GLC生态呵护洗系统,具有节能、超低噪音、可变速流、高脱水转速等特点,牢牢占据着滚筒技术的行业制高点。

“美的率先打破滚筒价格坚冰,让越来越多的普通消费者买得起、用得上高性价比的滚筒洗衣机。”中国消费者协会投诉部主任邱建国在会上表示。据中怡康最新洗衣机市

场监测数据显示,自今年3月美的启动“滚筒普及风暴”以来,滚筒洗衣机市场份额明显攀升:2008年滚筒洗衣机的零售量份额仅为15.91%,2009年这一数字为19.66%,而截至2010年7月,滚筒洗衣机的零售量占比已经上升到了23.03%。

### 美的滚筒市场破局成就洗衣机行业第一

8月29日,美的电器2010年半年报公布,美的系洗衣机整体收入达到48亿元,已经超过海尔,成为行业第一。中国电子商会副秘书长陆刃波在会上表示,美的持续推动滚筒洗衣机深度普及,打破滚筒洗衣机市场长期以来的“高端高价高利”的市场状况,推动滚筒洗衣机市场从由外资品牌主导的“高端时代”进入民族品牌为主导的“平民时代”。

据了解,美的“爱尚”系列变频洗干一体滚筒新品的推出,是美的洗衣机持续推动滚筒产

品深度普及战略的延续,一方面消除了“低价竞争”、“昙花一现”的外界质疑,另一方面也进一步奠定美的系洗衣机行业第一的地位。

家电行业“十二五”规划要求,努力实现从“家电大国”到“家电强国”的转变,洗衣机产业升级势在必行。对美的的洗衣机持续推动的滚筒普及战略,中国家电协会秘书长徐东生在会上给予了高度评价,美的滚筒洗衣机不断通过产品、技术、品质和服务升级,以优质的产品和服务,积极开拓广阔的滚筒市场,推动了整个洗衣机产业升级。

据美的中国营销总部副总裁王金亮透露,未来2至3年,美的洗衣机将坚持以滚筒为战略发展重点,掌握核心技术,实现规模优势,力争滚筒产品的销售比例占到整体洗衣机销售的30%以上,成为高端洗衣机市场的领军品牌,持续推动滚筒产品深入普及和产业升级。(美文)