

阿兰贝尔幼稚园： 天使幸福成长的乐园

每天早晨，家人都会驱车近半个小时，将4岁半的果果送到阿兰贝尔幼稚园。从市区西边跑到东边上幼儿园，距离远，很不方便。但是，果果和家人乐此不疲。果果的妈妈称，这一切皆因“老师对孩子很好，孩子每天都特别开心”。

那么，阿兰贝尔幼稚园到底怎么样？据了解，“阿兰贝尔”是古希腊神话中“幸运之神”阿兰朵和“幸福天使”贝尔蒂的合称，有幸运之神与幸福天使之意。阿兰贝尔幼稚园致力于打造鹰城最具幸福感的幼儿园，让孩子幸福成长，让教师实现梦想。该园开设有绘本馆、幸福生活体验馆等，设施堪称一流。开学仅半年，该园已招收2-6岁幼儿百余名，开设有婴大、幼小、幼中、幼大、学前班。该园教师均有两年以上幼教工作经验，多才多艺，且均经过专业培训，具有较强的专业素养。该园开设有拍球、跳绳、轮滑等体育特色教学。去年底，该园成功承办了鹰城第四届历年宝宝大赛。开幕式上，幼大班的花样拍球表演赢得了观众的阵阵掌声。

在去年秋季的阳光健身周运动会拍球比赛中，幼大班的小朋友速拍已达每分钟200个以上。幼大班的岳赛涵小朋友连续拍球达6000个还愿不停。通过拍球、跳绳、轮滑的训练，增强了幼儿的体质，培养了幼儿的竞争意识，促进了身体的协调性。

在加大幼儿运动量的同时，该园为幼儿提供了丰富多样的营养餐，早餐有蛋、稀饭、肉和青菜；早点有凉性、热性食物多种搭配，制作成漂亮的水果拼盘让幼儿享用；午餐以花样米饭荤素搭配的三菜一汤为主，孩子们称为大餐；午休后，孩子们品尝着食堂师傅自制的果珍酥、菊花酥、佛手酥、小桃酥等点心，喝着袋装酸奶及纯牛奶或自制豆浆的午点，充满快乐；晚餐更是幼儿所爱，小笼包、水煎包、小肉龙、荷叶饼夹肉等带馅主食配以两样以上青菜及稀饭。一日三餐、两点，基本保证



资料图片

幼儿每日摄入20种以上主副食，营养均衡。为使家长进一步了解幼儿在园的生活，该园每班都设置了贝聊，家长、教师在贝聊中相互了解、交流。该园每月举行一次家长开放日，并通过“感恩中秋”“环保时装秀”“喜迎元旦”“教学展示”等主题活动，让家长走进幼儿园，全面了解幼儿园的教学特色。

“我们的爱要像阳光一样包围着孩子，给孩子灿烂温暖的温暖，给孩子发个性的自由，让孩子的幸福之旅从这里起航，让他们幸福成长。”该园园长说。★（邢晓蕊）

张近东夜会陈跃华 苏宁易购服务站、金融产品受追捧

就在苏宁董事长张近东提出面向供应商搭建极效协同平台不到半个月的时间里，美的等供应商陆续拜访苏宁。1月26日晚，正处于转型攻坚期的康佳集团也提早行动，董事长陈跃华一行赶在春节前到访苏宁，与张近东就2015年的战略合作进行深入讨论。值得一提的是，华侨城集团副总经理吴斯远也一同前往，其重视程度可见一斑。

继美的之后，苏宁极效协同的供应链模式变革获得一系列供应商的认同。相比以往的合作，这次苏宁与康佳合作的侧重点更多倾向于产品聚焦、精准营销、供应链优化、渠道建设、三四级市场拓展等方面。

加入苏宁易购服务站 深化全渠道的极致融合

近日，宿迁洋河镇、盐城龙冈镇两家苏宁易购服务站的开业掀起了一场农村电商风暴。在战略合作会上，苏宁COO侯恩龙介绍，两家自营苏宁易购服务站开业当日便吸收会员达10000人，销售前景广阔。2015年，苏宁将开设1500家这样的服务站，这将成为苏宁互联网门店渠道下沉的重要举措，也是苏宁深入三四级市场发展的重要推动力。

康佳集团对苏宁易购服务站表现出浓厚的兴趣，作为在三四级市场具有一定品牌优势的企业，他们更需要通过渠道的下沉提前布局农村市场，深化在该领域的品牌优势和市场份额，而苏宁易购服务站将是一个有力的突破口。

聚焦金融、智能家居产品 打造品牌产品专属优势

在1月初，苏宁推出了一款创新金融产品“零钱贷”，可满足边购物边理财的需求。在战略合作会上，苏宁与康佳基于“零钱贷”引发了定制康佳专属金融产品“康佳贷”的构想，通过类似“康佳贷”的产品，将有效锁定预售资源，用户可收获所购买产品带来的额外理财收益。

双方还表示，在2015年将大力推进智能家居领域的战略合作，通过智能家居产品和应用的融合共享，共建智能家居生态圈。康佳将充分挖掘PPTV内容资源的优势，与PPTV



苏宁易购服务站

建立深度合作，提升产品竞争力。与康佳在产品方面的专项突破，其实并不是个例。从苏宁推出面向供应商搭建极效协同平台以来，在之前与美的等供应商的战略合作洽谈中，便已经开始创新、定制品牌专属产品的尝试，以产品定位和用户需求为基础，打造差异化的产品优势，为用户带来极致体验，更为苏宁与供应商的极效平台增添筹码。

康佳成苏宁物流开放受惠企业 联合营销加速会员经营

即将在二季度面向社会开放的苏宁物流云项目，是众多供应商纷纷赶在春节前拜访苏宁的原因之一。苏宁物流对外开放将极大地降低供应商的物流成本，同时通过减少第三方的流转，将有效降低产品运输过程中的破损等问题。

正处于转型攻坚期的康佳面对即将开放的苏宁物流，亟须借助苏宁物流的仓储、配送等环节，疏通产品从生产到销售的流转过程。这在控制成本的同时，将进一步提升与苏宁战略合作过程中的运营效率，优化用户体验。康佳也将在美的之后，成为又一个苏宁物流开放受惠的对象。

在本次战略合作会上，针对康佳在苏宁线上的经营，双方制定了2015年联手冲刺300%的增长目标。康佳将借助苏宁构建的线上、线下、PPTV等渠道优势，物流、售后、金融等互联网零售增值服务，通过与苏宁的深度合作，全面向互联网经营转型。★（耿剑）

2014 平顶山 装饰建材家居消费口碑榜颁奖 行业2014年度表彰大会暨2015春节联欢会 同时举行

本报讯 骏马踏雪辞旧岁，金羊傲寒报春来。昨日下午，2014平顶山装饰建材家居消费口碑榜举行了隆重的颁奖典礼，行业2014年度表彰大会暨2015春节联欢会同时举行，来自平顶山装饰建材家居行业的装饰设计、建材家居企业老总等近400人欢聚在神马大酒店宴会厅，表彰了2014年度行业“优秀企业家”和“十佳设计师”。

由平顶山晚报、平顶山市装饰设计协会共同推出的2014平顶山装饰建材家居消费口碑榜评选于2014年12月初启动，经过品牌自荐、候选展示、公众投票、专家评估、行业监督等环节，最终产生了平西建材城等4家“金口碑市场/卖场”和业之峰装饰等数十家“金口碑品牌”，

昨天举行了隆重的颁奖典礼。

平顶山市装饰设计协会会长常君作了2014年工作报告和2015年工作计划，总结了2014年平顶山装饰建材家居行业发展成就及面临的问题和措施。同时，为树立平顶山装饰建材家居行业形象和发挥企业家和设计师个人的积极性和创造性，树立典型，提高社会认知度和信誉度，经过个人申报、企业推荐和协会审核，平顶山装饰建材家居行业2014年度最终评选出冯运锦、黄军建等33名“优秀企业家”和秦继伟、叶智等“十佳设计师”并予以表彰。

颁奖表彰会结束后，平顶山装饰建材家居行业举行了气氛热烈、内容丰富多彩的2015春节联欢会。★（董军锋）

2014 年建材家居卖场 销售额同比下降3.7% 80后、90后逐渐成消费主力



资料图片

本报讯 笔者近日从中国建材流通协会获悉，2014年12月全国建材家居景气指数(BHI)为105.86，环比下降1.25点。全国规模以上建材家居卖场去年12月销售额为1092.7亿元，2014年全年累计销售额为12062.1亿元，同比下降3.7%。

中国建材流通协会常务副会长秦占学表示，2014年12月BHI出现小幅下滑且反超2013年末，跌幅与2013年相比确有收窄。至此BHI全年走势已然显现，全国建材家居行业景气度2014年基本处于2013年之下，弱势彰显无遗。

秦占学说，虽然去年BHI整体不如2013年，但也应该看到，2014年全年BHI走势相对平缓，国房指数走势趋向与BHI开始一致，说明房地产泡沫没有再增加，而存量房产再次装修需求的比例却在增加，当房地产行业下跌到一定程度时，建材家居行业的下跌会止住。“当下国内的80后、90后已经开始购房、装修并逐渐成为行业消费的主要力量，只要我们选择了适合新型消费群体习惯和生活方式的经营和服务方式，行业仍会持续发展，并保持一定的稳定性”。

(钟质)

电话一打 新鲜牛奶送到家!

为给两报读者提供更好更广的优质服务，平顶山日报社发行部推出送奶到户服务。品种丰富，新鲜可口；每日投送，风雨无阻。

奶品有：生鲜乳、低温袋装纯奶、瓶装原味酸奶、瓶装无糖酸奶、瓶装草莓酸奶、杯装原味酸奶、杯装蓝莓酸奶、袋装酸奶饮品。



2015大放送，订奶返现，送蜂蜜、送纯红薯粉条喽!

活动一：你订奶，我返现：仅限生鲜乳，1月1日-1月31日
一斤/日，一次性订奶两个月，当场返还现金20元；
一斤/日，一次性订奶三个月，当场返还现金50元；
一斤/日，一次性订奶四个月，当场返还现金80元。(半斤/日，返还现金折半)
活动二：一次性订生鲜乳两个月以上者均

可获赠150克装鲁山蜂蜜哥山花蜜一瓶和何氏纯红薯粉条一袋(对本蜂蜜及纯红薯粉条有需求的客户亦可联系我们的配送人员，保证以优质的服务送到家)。

咨询电话：8980198

全自动的牛奶采集设备、全程密闭无菌操作的制冷灌装过程，保证了牛奶的新鲜和质量；喝当天鲜牛奶，从此不再是梦想，赶快加入尝鲜的队伍吧!