

三兄弟花8年拍紀錄片 緬懷已故雙親

三兄弟的父親申連成，生前是磚瓦廠工人，曾三度被評為市劳模，當選過河南省人大代表，於1994年逝世；母親李文英也去世10年整了。「父親母親基本上不識字，但父親一直教育我們『克勤克儉、無私奉獻』，而母親對家庭的付出，則讓我們兄弟姐妹懂得了家的含義。」申長明說。

受台灣紀錄片啟發

「我們無意間看到《山有多高》這部紀錄片，激發了我們拍紀錄片紀念父母的靈感。」大哥申長雲說。《山有多高》是一位台灣導演為紀念父愛而拍攝的紀錄片，獲得過第39屆金馬獎最佳紀錄片。家裡有不少父親過節時的視頻素材，但遠遠不夠。所以，他們決定跑到山西的山區裡去找小姨。申長明說，1942年鬧饑荒時，姥姥用簸箕挑着舅舅和小姨逃荒到山西，而母親李文英因為腳傷而留在河南。「母親當年與她的兄弟姐妹分離大半輩子，所以格外看重家人團聚。」大哥申長雲說。

2011年，是父親工作過的磚瓦廠倒閉前的最後一年。為了更好地拍攝父親在磚瓦廠的素材，大哥申長雲特意申請調回磚瓦廠，親自到廠裡幹了一年勞力，拉父親拉過的大車，泡父親泡過的澡堂，體驗父親當年的工作。

千小時素材剪輯成半個鐘

「拍攝的1,000多個小時素材，最後圍繞着母親的一生剪出了26分鐘。別看只有26分鐘，光是剪輯，我們花了260個小時都不止。」申長明說，「這麼辛苦，就是為了把父母留住。」片子上映前，老三申長久還特意設計了一張海報，貼在老院裡，「敬請磚瓦廠父老鄉親前來觀看」。海報上，當年磚瓦廠的煙囪高高豎立，「就像父母還在那時候」。

在母親逝世10周年那天，河南新鄉的申長雲、申長明、申長久三兄弟沒有選擇請戲班子、放鞭炮這些傳統形式，而是選擇在父母生前居住的家屬院播放他們花了8年時間拍攝的紀錄片《不能忘懷的愛》，來表達自己對父母的緬懷和對家庭的感悟。 ■《鄭州晚報》



申家三兄弟花了8年時間拍攝了緬懷父母的紀錄片《不能忘懷的愛》。

母雞產圓形蛋 機率僅10億分之1

福建

香港文匯報訊 據中新網報道，「養了這麼多年雞，還是頭一次發現雞蛋還可以是圓的，當時發現時，我也驚呆了。」福建寧德市壽寧縣一農戶昨日說，他家的母雞產下了一枚圓雞蛋。



出現機率僅為10億分之1的圓雞蛋。 網上圖片

據了解，圓形雞蛋的發現極為罕見，它的出現機率甚至只有10億分之1。據了解，市面上出售的雞蛋中，也有不少雞蛋趨於圓形，除了形狀與普通雞蛋有所差異外，其它方面沒有區別，同樣具有很高的營養價值，可以放心食用。

「母雞產蛋時受到驚嚇，產蛋時間縮短，就有可能產出圓蛋。」壽寧縣的畜牧獸醫專家稱，蛋殼的主要成分是磷和鈣，當磷和鈣在產道內結合成蛋殼時，如果該過程沒有達到充足的時間，蛋殼所受的擠壓不夠，就會呈現圓形。

塗鴉村走紅 吸引各地藝術家

浙江



藝術家製作塗鴉。 本報台州傳真

香港文匯報訊（記者 俞畫，通訊員 姚君萍 台州報道）走進浙江台州的天台金滿坑村，會發現整個村莊宛如一張大畫布，村舍、溪岸、石階等都是五彩繽紛的。自去年開始打造「塗鴉村」以來，這個默默無聞的小山村吸引了不少遊客。

天台畫家陳法軍在村裡已住了幾個月，經常扛把梯子、提着塗料穿梭在阡陌間，「要想吸引外來的畫家，讓金滿坑村真正成為國內的塗鴉聖地，當地畫家首先需要拋磚引玉。」陳法軍說，要想讓這裡成為真正的塗鴉村，就要營造一種氛圍，吸引各地藝術家，聚集人氣。

目前，金滿坑有5萬平方米的牆面可供塗鴉。今後，該村還將把寒山石徑邊上的3,000米岩壁、通村的6,000米道路全部變成可供大家創作的「畫布」，迎來來自全國甚至全世界的藝術家。

柳公權後裔書「百福」贈黃帝故里

河南

香港文匯報訊（記者 朱娟 鄭州報道）4月13日，在乙未年黃帝故里拜祖大典到來之際，柳公權後裔、中國書法家協會會員、著名書法家柳國慶向河南新鄭黃帝故里拜祖大典捐贈一百幅榜書「福」字書法作品，寓意福祉連綿不盡，祈福國泰民安。



柳國慶（右）捐贈「福」字書法作品予黃帝故里拜祖大典。 記者朱娟 攝

據悉，柳國慶曾多次參加黃帝故里拜祖大典。最近的一次在去年，他將書寫的《中華頌·中國夢》十米

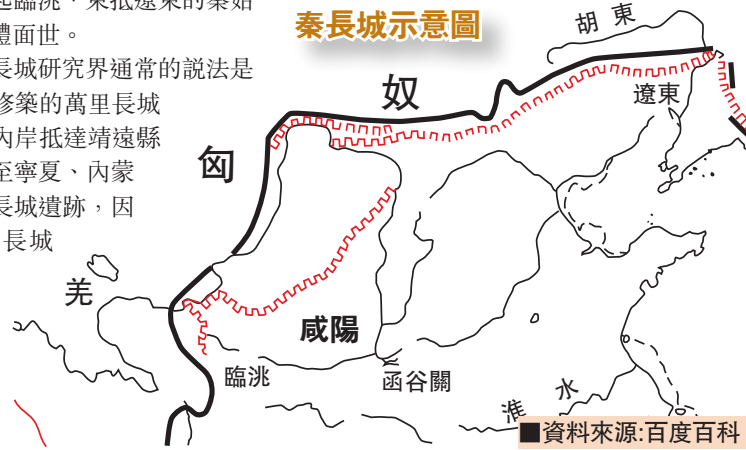
寧夏甘肅交界發現9段秦長城

香港文匯報訊（記者 王尚勇 寧夏報道）寧夏博物館原館長周興華等人近期在寧夏、甘肅交界地段黃河內岸實地考察時，發現9段秦長城。周興華考證，這9段長城的發現，將《史記·秦始皇本紀》及《蒙恬列傳》、《匈奴列傳》記載的秦長城臨洮段、榆中段，並河以東段、陰山段、遼東段連接為一體，使這條西起臨洮、東抵遼東的秦始皇萬里長城終於整體面世。

周興華介紹說，長城研究界通常的說法是秦始皇派大將蒙恬修築的萬里長城從甘肅臨洮沿黃河內岸抵達靖遠縣後，從靖遠縣以東至寧夏、內蒙古黃河內岸再無秦長城遺跡，因此認為秦始皇萬里長城不經過靖遠縣至寧夏黃河內岸，並據以推斷秦始皇萬里長城或東走寧夏固原，或西入騰格裡沙漠消失。

今年3月至4月，周興華等文化工作者沿黃河考察時，在寧夏、甘肅交界地段黃河內岸新發現了9段長城，這些長城有石頭壘砌的，有黃土夯築的，有劈山為牆的，還有若干高山烽燧。這些長城、烽燧的發現，揭開了100多年來寧夏、甘肅交界地段黑山峽黃河內岸秦長城神秘失蹤的面紗。

秦長城示意圖



資料來源：百度百科



湖邊生態課堂

昨日，安徽合肥渡江戰役紀念館的巢湖邊錦城小學老師孫倩倩（中）帶領小學生觀察剛剛取回的巢湖水樣。該小學將生態環境課堂搬到臨近的巢湖邊，用身邊的環境為例給孩子們實踐教學。據介紹，合肥市包河區從今年起編寫了生態課堂教材並鼓勵轄區內的中小學校來到戶外開展生態實踐教學，讓孩子們真實感受自然、學習生態知識。 ■新華社

《福布斯》：廣汽傳祺「積極發展戰略」值得美國企業效仿

2015年年初廣汽傳祺在北美車展大放異彩，引來全球行業及媒體的高度關注。近日，福布斯為此專門撰文指出，廣汽傳祺最值得美國企業學習、借鑒的經驗，就是快速、精準的根據市場需求調整自身適應能力，針對消費者的實際需求去進行針對性的創新。



■《福布斯》：廣汽傳祺的成功建立在「積極發展戰略」上。

廣汽乘用車總經理吳松表示，傳祺的成功是建立在「積極發展戰略」之上的，通過不斷地了解消費者需求，整合最新的技術，同時堅持正向研發和「為親人造好車，讓世界充滿愛」造車理念，讓廣汽傳祺獲得了持續的競爭優勢。

「傳祺速度」引發全球關注

近年來，廣汽傳祺從不缺少世人的關注和讚歎。2014年，廣汽傳祺以11.68萬輛的成績收官，增幅高達41%。這已是廣汽傳祺連續第四年以遠超行業平均增長的幅度高速增長，面對2015年業界普遍調緩增長目標的情況下，廣汽傳祺制定了16萬輛的年度目標，並將挑戰20萬輛。這樣的增長速度，足以讓所有競爭對手感到壓力。

難能可貴的是，與以往中國品牌靠「低價」贏市場不同，廣汽傳祺不斷突破市場壁壘，在高端領域實現突破。在SUV領域，傳祺GS5速博率先突破，上市首月訂單便超3000輛，迅速在競爭激烈的SUV市場站穩腳跟。隨着1.8T增補車型和2.0L車型的上市，GS5速博的競爭力進一步得到提升。在中國品牌歷來難以突破的B級車市場，傳祺GA6一經上市便引起了消費者的追捧，甚至出現了主動加價提車的現象，同時得到了公務車市場的青睞與好評。

銷量的增長只是近年來「傳祺速度」的縮影，市場熱度不斷走高的背後，是廣汽傳祺對產品品質的把握和不斷提升的品牌影響力。在JD.Power2014年中國新車質量研究(IQS)報告中，傳祺超越眾多合資品牌，連續2年穩坐中國品牌榜首。在年初的北美車展上，作為唯一參展的中國車企，廣汽傳祺攜旗下3款車型重磅登台，其中GS4全球首發，被外媒評價為「很有希望成為世界級的中國汽車企業」。

正是持續不斷提升的國際影響力，吸引到了《福布斯》雜誌向廣汽乘用車公司總經理吳松請教關於如何了解制定全球市場戰略的問題。吳松對《福布斯》雜誌說，廣汽傳祺的成功是建立在「積極發展戰略」之上的。通過不斷地了解消費者需求，整合最新的技術，同時堅持正向研發和「為親人造好車，讓世界充滿愛」造車理念，讓廣汽傳祺獲得了持續的競爭優勢。

《福布斯》雜誌認為，快速、精準的根據市場需求調整自身適應能力，針對消費者的實際需求去進行針對性的創新，是美



■廣汽傳祺戰略車型GS4。

國企業最值得向廣汽傳祺學習、借鑒的經驗。換句話說，憑藉對全球市場戰略的精准把握，和對消費者需求的快速響應正是「傳祺速度」的源動力。

傳祺以開放心態 持續打造全產業鏈競爭優勢

在《福布斯》眼中，廣汽傳祺早已不再是一個隻面向中國市場的新興汽車企業，而是一個具有全球競爭力的國際化汽車企業，而這正是廣汽傳祺未來的發展方向。2015年對於廣汽傳祺而言是為實現「世界級第一中國品牌」謀篇、奠定基礎的一年。

為此，廣汽傳祺以開放心態，持續打造全價值鏈核心競爭優勢。在供應鏈建設及優化方面，廣汽傳祺不斷推進技術最優、品質最佳、成本最低和供應最及時的廣汽採購方式，與供應商進一步強化在設計研發領域的合作，創造具有全球競爭力的優勢產品。

在新能源領域廣汽傳祺同樣不斷創新，取得喜人的成績，並計劃新能源車在

2020年達到10萬輛的年銷量。在年初的北美車展上，廣汽傳祺還推出了一款採用增程式電力驅動、引入無人駕駛功能的概念車Witstar，也被外媒評價為廣汽傳祺開拓北美市場的信號。

「鼓勵企業參與境外基礎設施建設和產能合作，推動鐵路、電力、通信、工程機械以及汽車、飛機、電子等中國裝備走向世界……」在今年「兩會」上，李克強總理政府工作報告「把改革開放紮實推向縱深」環節中，大力倡導中國企業走出去，



■2015年北美車展上，外媒仔細研究傳祺產品。

走向世界。李總理強調：「要讓中國企業走出去、走得穩，在國際競爭中強筋健骨、發展壯大。」

在「走出去」這方面，廣汽傳祺無疑已經成為中國汽車企業的表率。正如廣汽乘用車總經理吳松所說：「中國雖然有着全球獨一無二的汽車大市場，但是中國汽車要想做強，必須要走出去，進行品牌國際化，走自主發展與國際化兩條道路。」

不僅在北美車展上大放異彩，廣汽傳祺不斷在海外市場取得突破，甚至批量出口至迪拜。即將在上海車展前上市的傳祺GS4也被Yahoo!Finance評價為「與全球對手具備同等水平」的車型，廣汽傳祺也憑藉在北美車展上的驚艷表現獲得了「Innovation For The Future 創新未來大獎」。

不難看出，以「中國夢·世界車」為品牌願景的廣汽傳祺，正在以積極的發展戰略、開放的心態、快速的響應，打造不斷提升的體系競爭力，提升自身在全球範圍內的影響力，讓世界向中國企業學習。