

重点

青岛四方区雍翠华苑小区通往公园的小山坡,以前经常有老人上山时摔倒;如今这种情况很少再发生了,今年55岁的退休工董自海花了5天时间自己出钱、自己动手修起了一条上山路。

磨破5副手套 修成一条上山路

青岛55岁董自海自己修路方便邻居上山

文/片 本报记者 董海蕊



董自海和他修的山路。

▲修了5天路,董自海磨坏了5双手套。

>>缘起 一位老人 曾经摔骨折

11月5日下午,记者来到四方区雍翠华苑小区,小区东南角的铁门外,是一条长约20米、宽约1米的小路,小路尽头通往北岭山森林公园,上坡的部分用平实又厚重的石块和水泥整整齐齐地砌起了30级台阶。虽然头一天下过一场大雨,但是坡上的石阶路却很干净平整。

这就是董自海自己修的石阶路。今年55岁的董自海退休后在小区内经营着一家奶站,因为经常看到有老人上山时摔倒,他萌生了自己修路的想法。“跟我住在同一栋楼上的一位老大爷就曾经摔骨折过。”他说,修路主要是为方便居民上山下山。

记者看到,这条小路虽然不长,但却是小区内居民上山锻炼的必经之路。同时,这条小路也是小区内居民通往萍乡路、宜阳路市场的一条便捷路。

>>行动 找石头砌台阶 手指伤痕累累

“今年重阳节的前两天开始修路。”董自海说,修路用的石块是在山上找的比较平,平整的石块,为了搬动这些石块,着实让他吃了不少苦头。“每天最多只能修五六级,然后再找石头、搬石头。”董自海说,5天下

来,他磨坏了5副手套,平均一天一副,手指也被磨得伤痕累累。

“这些石头都挺结实的,铺好后用水泥砌一砌,不容易松动。”董自海说,为了不让更多老人小孩磕碰摔倒,他连续赶工5天,终于完成了这项工程。为了赶工,重阳节当天,董自海都没能抽出时间看望90多岁的奶奶。

“一干就一天,中间不停,一方面是怕石块碍得上山下山的人,另一方面工具也比较重,来回搬动挺费时间。”董自海说。中间几天,他连中午饭都没顾上吃,被女儿说了好多次。“除了担心我不吃午饭,女儿还是很支持我的。”老董笑呵呵地说。

>>声音 “上山下山 再不怕摔倒了”

“这条路修得太方便了,以后上山下山再也不用怕摔倒了。”该小区4号楼的贾女士开心地说。

“多亏了董师傅,不然还不知道什么时候能有条结实路呢。”正从山上下来的一位老人说,她和老伴每天都要从这边走两趟,以前上山下山都要担惊受怕的,现在不仅好走了,上山下山也更省时间了。

听着小区内居民的夸奖,董自海显得比较腼腆。“修路的时候有不少人帮我呢。”董自海说,小区内有一位老人每天都会帮他提两桶水,还有他的邻居黄先生也帮他在山上找合适的石块。“只要老人上山下山方便了就好。”董自海笑着说。

关注进口保健品系列专题——2

高端消费者为啥追捧进口保健品

自然之宝、GNC、枫特等欧美进口保健品代理商致电本报,愿以特殊优惠满足本报读者的团购需求

□ 周胜 丁

11月6日,本报以《出境旅游都买啥?保健品直逼奢侈品》为题,报道了在经常出国的中高端人群中,悄然掀起在国外购买鱼油、维生素、蛋白质粉等洋保健品的热潮,自然之宝、GNC、枫特、维他命世界等欧美主流品牌备受追捧。

多位进口保健品代理商看到报道后致电本报,称近年来,自然之宝、GNC、枫特等欧美的主流保健品也都已陆续进入中国的零售市场。此次,他们愿以特殊优惠的价格满足本报读者对洋保健品的团购需求,具体事宜正在紧张洽谈中,请关注本报近期报道。

服用保健品 是一种生活态度

“适量服用保健品,即国外所称的‘膳食营养补充剂’,并不在于治疗疾病,而是通过补充维生素、矿物质等营养成分,从而达到调节人体生理功能、降低疾病风险的目的。”一位营养师告诉记者,“美国国家的消费者通过服用形形色色的保健品,早已成为日常生活习惯和健康管理生活态度。”

有数据提示,在欧美国家平均消费中,保健品方面的消费占了总支出的28%以上,中国仅为0.07%,人均保健品消费大约91元,是美国的1/7、日本的1/12,人均保健品消费量相对较少。

“近年来,由于人们生活习惯的改变、食物质量的降低以及环境污染的恶化,我们的饮食营养不再均衡,肥胖甚至

心血管病、糖尿病等各种慢性病威胁着我们的健康,根据身体的需要,适量补充鱼油、维生素、蛋白质等补充剂,对中老年人、亚健康人群实现膳食营养的均衡尤为重要。”

“中青年人群多买一些增强免疫、美容或益智类营养补充剂,像胶原蛋白、DHA、维生素等,中老年人则买鱼油、蜂胶、软磷脂等调节血脂、血糖的产品多些,补钙、铁、锌等矿物质的也不在少数。”

进口保健品 备受高端人群青睐

“上一个10年,矗立在中医药理论基础上的本土保健品曾经盛极一时,但由于其以复方为主,成分复杂,究竟如何发挥功效,很难一下子解释清楚。加之有些国产保健品过分夸大功效,虚假宣传,伤害了消费者对他们的信任,近几年来国产保健品市场总体萎缩。”一位业内人士分析认为,“洋保健品则不同,他们功能明确,且大部分是营养补充剂,如维生素、蛋白质、DHA、钙等,经过现代医学、营养学作为理论支撑,更容易被人们所认可和接受。”

“欧美保健品市场十分成熟,自然之宝等保健品品牌有数十年的历史,无论是科研技术还是产品品质都已得到了非常长时间的检验,又基于国外纯天然、无污染的原生态环境,进口保健品得到国内有一定鉴别能力的高端消费人群的青睐是必然的。”

据记者调查了解,国内进口保健品市场,以美国的保健品品牌居多,耳熟能详的如自然之宝(Nature's Bounty)、健安

(GNC)、普瑞丁(Puritan's Pride)、维他命世界(Vitamin World)、船运(Schiff)等等,加拿大的枫特(Natural Factors)等知名度较高。

本报即将发起 进口保健品团购

“我们一家三口,公公、婆婆坚持吃进口保健品好多年了,营养符合现代营养学的理论,吃的效果也确实不错!”家住济南舜玉小区的张阳女士致电本报如是说。

11月6日,本报以《出境旅游都买啥?保健品直逼奢侈品》为题的报道发表以后,互动热线此起彼伏。近百位消费者纷纷表示,鱼油系列的国内保健品市场让他们伤透了脑筋,而进口保健品在国内的超市、药店卖的并不多,网上则鱼龙混杂,或者价格虚高或者货真价实,希望本报能牵线搭桥,帮他们买到货真价实的进口保健品。

“除康宝等通过直销渠道早已进入中国以外,近年来,自然之宝、GNC、枫特等欧美的主流保健品也都已陆续进入中国的零售市场,我们公司愿以特殊优惠的价格满足消费者对进口保健品的团购需求。”一位进口保健品代理商看到报道后致电本报,具体团购事宜正在紧张洽谈中,请关注本报近期报道。

如果您是自然之宝、健安普、普瑞丁、维他命世界、枫特、相福、普存等欧美主流保健品品牌的高级代理商,并有意于本报读者提供货真价实的产品,欢迎您与我们联系,电话:0531-6819898。

