

历时8个月的浙江省第一届自然笔记大赛落幕

杂草抢戏, 蚜虫小偷, 丝瓜虚胖 孩子眼里, 植物都是“戏精”



本报记者 黄莺 通讯员 沈春英

春天种下了小番茄、辣椒、丝瓜、番薯,能收获什么?杭州文新小学五年级学生邓硕语的笔下,这几盆小植物“演绎”了一堆故事——

收获一盆杂草,小女孩流下失望的眼泪;辣椒长了蚜虫,妈妈帮忙,她学了一招;好大的一根丝瓜,为啥只能炒出小小一盘……丰富的观察、独特的内心感受,还有优美的图配文,这样的“自然笔记”也让她脱颖而出——历时八个月,有近3万人参与的浙江省第一届自然笔记大赛日前有了结果,邓硕语拿了一等奖。活动承办方之一的西溪湿地工作人员表示,今年的自然笔记大赛,给孩子心里种下了一颗自然很神奇、要保护环境的种子。西溪湿地内有众多的动植物,是个天然的科学大学堂。未来,将会开展更多这样连接孩子和大自然的活动。

拿到了第一名的邓硕语,为什么能从几盆植物看出这样多的故事来?记者特地去了小姑娘的家。



邓硕语的家不大,妈妈尽力挤出了地方,给孩子一个小花园。小花园里,每年都会种一两种植物,让孩子随时细心观察——这,已经坚持了好几年。

据说,一开始种的不是辣椒、番薯和丝瓜,而是学校发的番茄等种子,“但种子没发芽,倒是土里的杂草发芽了,太抢戏了!我伤心得哭了,妈妈后来就买了辣椒苗什么的。”邓硕语告诉记者。

自己种的丝瓜,一共长了四根,“三根姐姐摘了来应急,她自己炒的,很小一盘。”如今还有一根丝瓜还在楼道上挂着,邓硕语的描



邓硕语的自然笔记

述是,“丝瓜是虚胖,就等着看它变丝瓜巾,可以拿来洗碗用。”

这样的观察日记,是不是才是属于孩子的“自然笔记”?

“我老家是武义的,从小很多关于农作物、动植物的知识。但现在,孩子哪里有这样自然的学习渠道呢?”邓妈妈说。

而一次买菜的经历,让她意识到孩子自然知识有点太缺乏了,“我带着家里孩子去买年糕,随口问了一句,年糕是地上长的,还是做出来的?结果孩子回答,地上长的!我当

时笑坏了,但回头想想这样是不行的。”

在她家,孩子们关于植物的各种问题非常多。“辣椒明年还能活吗?”“为什么蚜虫不吃丝瓜叶子?野蚕为什么吃丝瓜?我……”一串串的问题从姐妹俩的口中轮番问出来,“她们能有问题,就说明真的放在心里了。我回答不出的,就让她们自己查资料,记得更牢些。”

新闻+

种植小白的家长 怎么陪孩子上科学课?

看完这报道,有些孩爸孩妈又会焦虑了:“我是个种植小白,怎么带孩子上好科学课?”

人民小学的章玉玲老师,是这次自然笔记活动的优秀指导老师。她学校里,5年级的学生都参与了活动。她告诉记者:“其实,很多家长都不懂怎么养动植物,但别有压力。老师也并不期望能看到完美的成果,有体验过程就好。家长在语文数学课上,可能是个指导者。但在科学课上,可以变身孩子的小伙伴,一起看植物的生长,一起发绿豆。现在获得信息的渠道很多,家长可以查资料帮助孩子来做,千万不要觉得这是个任务,去敷衍。孩子们天生对于动植物的生长是很有兴趣的,家长别因为怕麻烦扼杀了孩子的好奇心。”

五星电器掌门人潘一清: 新零售真正实现需要3-5年时间

11月初,山城重庆因一场盛会聚集了中国600多家知名连锁企业的领袖与高管。作为中国零售业年度盛会,中国连锁经营协会主办的全零售大会吸引了一众企业大佬赴会共话新零售。在大会零售创新峰会上,“实战派”企业家五星电器总裁潘一清分享了五星近三年逆势增长的武器。

2014年底百思买退出中国市场,五星电器民营化后显示了勃勃生机,销售连续三年约20%增长,发展提速,零售新作“万镇通”“五星舒适家”进入收割期,“星格玛家居”“五星集家”“五星到家”开启了可以无限想象的市场空间。潘一清表示,这一切的背后源于对顾客的敬畏,对零售本质的坚守,对实体店价值的坚信。

心怀顾客者从容,坚信实体店价值

“实体商业存在的理由不仅仅是满足顾客物质的需求,也满足了顾客的社交和情感需求。后者在消费升级的当下更为重要”,潘一清始终坚信实体店的价值,“零售的本质是为客户提供好的产品、好的服务和体验。如果都能做到,并快速拥抱移动互联网技术,必能在竞争中胜出。”

据笔者了解,五星电器在实体零售上的创新之作已有所收获。2015年发展的乡镇店项目“万镇通”目前已开设了220家,五星在江苏的网点直接覆盖到乡镇,让乡镇顾客享有与城市家庭同样的高品质产品。室内舒适智能系统集成解决方案品牌“五星舒适家”成立一年多

就迅速实现盈利。家居用品品牌“星格玛”已开出8家店,提供电器家居一体化服务。家电深度清洗保养和家居检测处理甲醛的到家服务深受消费者好评。潘一清还透露,五星正在试验打造一种全新的实体店模式,以生活方式提案为主的新概念店“五星集家”,以会员经营为主,强调体验和运用能力。

零售无谓新旧,商业革命已然发生

2017年被称为新零售元年,盒马鲜生、超级物种、无人便利店等成为现象。在潘一清看来,零售无所谓新旧,零售本身始终在变,“但是这场由移动互联网技术引发的商业革命已经导致商业空间再造,供应链重整,客户关系重建。我们积



五星电器总裁潘一清在CCFA零售创新峰会上分享新零售理念。

极拥抱。”作为军事爱好者,潘一清用一个形象的比喻诠释了他对新零售的理解,传统企业是“陆军”,电商就是“空军”。所谓新零售就是怎样解决线上线下的融合。“陆军”不行,单纯的“空军”也取胜不了地面战争,必须打造“陆空一体化”特种部队。这是一个渐进和试错的过程,需要3-5年时间。

尽管众多传统企业大手笔拓展线上销售,但成功者寥寥,流量红利早已被淘宝系和京东系瓜分,“我们没有跟进流量的血拼,以做深实体店为本,同时积极拥

抱技术变革”。据介绍,五星在营销、会员及预约预存上的数字技术运用已经常态化,但更大的动作是与SAP合作的全渠道数字化零售项目,实现线上线下的“四通一平”,打通商品、价格、支付、履单,让顾客在任何场景都可以享受同样的服务。

提及双十一,潘一清表示五星电器欢迎消费者拿着电商的价格到店比价,五星承诺同款价更低货保真。“双十一早已不是单纯的线上节点了,是全民消费的节日!”

陆永林 许慧敏 钱冰冰