

号召社区老百姓培养“良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食” 桂格“寻找百万三好家庭”行动在沪启动

家庭，是社会的最小细胞，也是建设“和谐社会，美丽中国”的基础，健康则是一个家庭获得幸福的基础保障。如今，快节奏的生活、繁忙的工作、疾病等给很多家庭带来了生活的困难和烦恼。为了呼吁和号召更多的家庭“健康生活，快乐成长”，让健康的生活理念深入社区、深入家庭、深入老百姓心中，一场立足社区、面向家庭、旨在将健康生活理念深入老百姓心中的公益活动——“3好益健康，寻找百万三好家庭”行动，在上海拉开了帷幕。

5月28日，百事公司旗下的健康营养燕麦专家——桂格品牌在中国社会工作协会指导下，在上海启动“3好益健康，寻找百万三好家庭”大型公益活动，计划将在六月至八月期间，邀请来自权威机构的营养专家，走入全国九座城市的百余小区，向社区居民传播健康营养知识。中国社会工作协会副会长兼秘书长赵蓬奇、百事大中华区首席市场官李自强、百事大中华区食品高级市场总监何勇等出席了启动会。林志颖也作为桂格品牌全新代言人现身，并获颁首个桂格“三好家庭”称号。

有健康才有幸福

在不久前的“国际家庭日”上发布的《中国家庭幸福发展指数研究报告》显示，在感到“一般及不幸福”的家庭中，15%的家庭有成员罹患重大疾病，几乎是幸福家庭的两倍之多；而相反的，在感到“非常幸福”的家庭中，足有高达四分之三的家庭健康自

评为“好”或“很好”。

这表明：健康，是家庭幸福的根基，而这也正是桂格品牌推出此次公益活动的出发点。作为一个拥有137年历史的健康营养品牌，桂格在新时代提出了一个全新的健康家庭概念——“三好家庭”。它的衡量标准包括：“良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食”，在中国传统“五好家庭”的基础之上，又融入现代社会全新的“健康”元素，旨在倡导家庭在重视精神文明的同时，也能同样注重对家庭健康的维护。

据悉，此次“三好益健康，寻找桂格百万三好家庭”公益活动，将在三个月内，在上海、广州、深圳、北京、杭州、宁波、南京、苏州、厦门九座城市的百余小区内，通过邀请专家开设健康讲座、派发健康知识手册等多种形式，普及健康知识，传递养生理念，帮助百万中国家庭树立全新健康观。

品牌发展，责任先行

在启动仪式上，中国社会工作协会副会长兼秘书长赵蓬奇给予了此次活动较高的评价。“桂格从家庭健康幸福的角度出发，推出此次公益活动，呼吁和号召社区百姓培养‘良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食’，对促进家庭健康和睦、社区和谐美丽具有积极的推动作用。”同时，他也对百事公司桂格品牌表达了由衷的感谢：“我们要感谢和鼓励像桂格这样富有社会责任的企业，关注社区公益创新，关注老百姓



百事大中华区食品高级市场总监何勇(左)、林志颖、百事大中华区首席市场官李自强共同出席启动仪式

生活质量的提升，持续地推动社会发展。”

“我们始终在思考，桂格能为中国的家庭健康做些什么。”百事大中华区首席市场官李自强这样解释桂格推出“三好家庭”的初衷。“在产品上，我们可以不计成本地提高质量，为国人提供健康燕麦产品；但除此之外，我们更努力提供最权威的膳食建议和健康理念。所以在过去几年中，桂格发起了一系列市场活动，传播健康理念，鼓励消费者养成良好的生活习惯。‘三好家庭’就是我们在这个领域的一个全新尝试。”

在李自强的印象中，很多人

可能会觉得，保护一家老小的健康是一件大工程。“大家都知道这很重要，却不知应该从何做起。”桂格从健康角度出发所总结出的‘三好家庭’概念，则是给家庭健康制定了三个清晰的方向：良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食。只要做到这三点，你的家庭就会是健康快乐的。如果要落到更具体的标准上，那么一个好家庭，需要做到‘心脏好，肠道好，降胆固醇好’，这些都是桂格燕麦可以为大家助上一臂之力的。”

将桂格品牌一百多年来所积累的健康营养经验，转化为推动中国家庭健康的动力。正是这份企业责任感，促使桂格迈出这一步，以更丰富的活动形式，影响更广泛范围的消费者，为建设和谐社区、美丽中国贡献自己的一份力量。

全能偶像，健康达人

本次发布会上的一大亮点，无疑是集歌手、演员、赛车手、企业家、父亲多重身份于一身的明星林志颖。身为桂格全新品牌代言人的他，在发布会上大方分享

自己的家庭健康经验，更亲手教大家烹制健康燕麦早餐。鉴于林志颖一贯积极健康的形象，其家庭也被授予首个桂格“三好家庭”的称号。在各个领域均获奖无数的林志颖笑称，自己还是第一次代表家庭领到奖项，一定会好好珍惜，并将自己的健康正能量带给更多人。

谈及如何在繁忙工作之余，仍然可以保证自己的家庭幸福美满，林志颖同样认为幸福的最大基础源于健康。“我觉得最重要的就是保持家庭健康。要注意合理的膳食，多吃粗粮，比如说燕麦，就可以保护全家人的身体。此外，要有乐观的生活态度，多想些开心的事情，尽可能地多和家人在一起，就能让全家人每天都幸福。”

提及爱子，林志颖满脸自豪。自诩为好爸爸的他，正在儿子小小志身上延续着自己与父亲之间的情谊。“在我小时候，爸爸就经常用桂格燕麦为我准备早餐，反复强调身体健康的重要性。而现在，我自己成为人父之后，也保持了这个优良传统。只要我在家，每天都会为小小志准备好健康营养的早餐。”(刘奇)

希望桂格的经验能转化为推动中国家庭健康的动力

专访百事大中华区首席市场官李自强

1. 此次桂格品牌为何会选择林志颖作为品牌代言人？

李自强：林志颖身兼歌手、商人、赛车手、父亲等多种角色，同时又充满着健康正能量。而恰好，桂格同样以传播健康正能量为己任。所以在我眼中，他就是桂格的最佳代言人。此外，林志颖的成绩也绝不局限于娱乐圈，而是拥有非常广泛的受众群体，甚至不少高端人士也是他的粉丝。他的影响力与公信力，在当下非常难得。

2. 百事集团旗下品牌众多，桂格因其健康定位独树一帜，您又是如何解读桂格力量的呢？

李自强：桂格是一个真正关注中国家庭健康的品牌，并

希望通过一系列创意的市场活动，不断传播健康理念。未来，桂格将会不断推陈出新，研发出更多适合中国家庭的健康产品。今天，在大多数消费者的印象里，桂格可能还只是一个燕麦品牌。但未来，我们希望它能成为真正的营养健康旗舰品牌。

3. 听说您本人也很注重生活健康质量，作为公司高管，面对每天繁杂的工作和巨大的压力，您是如何调节的？

李自强：首先我一直坚持运动健身，运动能令我充满活力。此外，保持均衡饮食也很重要，多吃水果蔬菜，多喝水，当然桂格燕麦也是每天我食谱中必不可少的。最后，最重要的还

是一个人的心态，始终要以乐观态度看待一切。

4. 您如何理解健康家庭，您认为桂格能在推动健康家庭方面发挥哪些作用？

李自强：很多人会觉得，保护一家老小的健康是一件大工程。大家都知道这很重要，却不知应该从何做起。桂格从健康角度出发所总结出的“三好家庭”概念，则是给家庭健康制定了三个清晰的方向：良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食。只要做到这三点，你的家庭就会是健康快乐的。如果要落到更具体的标准上，那么一个好家庭，需要做到“心脏好，肠道好，降胆固醇好”，这些都是桂格燕麦可以为大家助上一臂之力的。(刘奇)



林志颖在启动仪式上与小朋友互动