

# 勇跳月亮湾 挑战无极限

## 首届市民跳水赛给草根选手带来欢乐

短短一个月,跳台与地面也许只有几级台阶之差,但对于参加“勇跳月亮湾”首届市民跳水赛的选手来说,却已经恋上了这上上下下的感觉……昨天,由本报参与主办的首届赛事在决出冠亚军后圆满落幕。

### 七岁女孩练胆量

人群中,7岁的陆天玺总是最惹眼的一个,小女孩轻盈的身体让不少选手十分羡慕,参加特邀组(18岁以下及45岁以上),小天玺最终拿到了第一,就连同组参赛的前申花门将虞伟亮都向小姑娘竖起了大拇指。

别看陆天玺靠体重轻压得住水花取胜,但对于一个刚念完小学一年级的女孩,能有勇气站上3米甚至5米跳台,已属不易。奶奶唐阿姨告诉记者,小天玺学游泳实际才一年不到,很偶然的会在泳池边玩起跳水,一听说有这个比赛,小天玺在爸妈面前把手举得老高:“我要参加!”

要参加市民跳水赛,对于7岁的陆天玺来说门槛并不低,她需要通过潜泳8米、自由泳50米的资格测试。为了通过资格赛,小天玺每天回家把面盆盛满了水,一头扎下去练憋气,“有时候我们大人看到都有点心疼了,没想到还真让她通过了。”

### 胖子老爸圆心愿

正式组决赛选手里,30岁的殷雷浩是最显眼的。相比小天玺的娇小,身高不高的殷雷浩则完全反了过来,90公斤的体重让他成为决赛现场“最重量级”选手。“游泳我行,半个小时能游2000米。跳水嘛,就有些吃力了。”

尽管分量重,但殷雷浩的比赛动作一点不含糊,3米、5米看台,他一个个完成了规定和自选动作。尽管下水后溅起的水花是最大的,被水拍打之后身上也很疼,但这一点也不影响



■草根选手跳水有板有眼 本报记者 周国强 摄

他的好心态,“我可是为了宝贝儿子来的。”说话间,殷雷浩指向看台,那里正有亲属拿着DV为他录像,“我儿子出生刚满100天,老爸虽然身材不咋地,但也想把这个过程记录下来,将来给儿子看看,让他也知道,世上没什么不可能的事。”

### 冠军小伙不起眼

如果说特邀组是玩票性质,那么正式组比赛就是货真价实了。在参赛选手中,有基础的不少,23岁的王少聪无论身材还是实力都不算出众,就在他出场前,一名健身教练刚在5米跳台上得到高分。而王少聪拼的,是胆量。“跳10米的来了!”伴随着观众一阵欢呼,王少聪出场了。“哦哟,这人敢跳下来,太厉害了。”台下的观众议论纷纷,台上的选手

也是心里惶惶,尽管有一定的跳水基础,但真要让个业余爱好者跳10米台,还真不是简单的事,就连10米台上做最后指导的教练也从1个增加到了2个。

“抖啊,当时脚一直在抖……”结束比赛接受采访时,王少聪回忆起了当时的一幕。最终他两眼一闭从10米一跃而下,而且还真跳得不错,一下得了159.80分!依靠10米台的绝对难度优势,王少聪力压所有选手夺冠。“既然来了,就要搏一下。”颁奖仪式后,王少聪缓了过来,“明年不来了,把机会留给其他选手。”

过去1个月,陆天玺、殷雷浩、王少聪们通过一个个动作完成了一次次对自己的超越,月亮湾的跳台成为这群人坚持和完成心愿的地方。来年,让我们继续“勇跳月亮湾”!

本报记者 许明 实习生 沈佳灵

### 首届市民跳水赛 正式组名次

冠军:王少聪 亚军:肖靛 季军:周轶敏

## “速”由心生 “派”显尊耀 —— New Superb 速派 上海大众汽车斯柯达全新旗舰车型耀世登场

8月12日,上海大众汽车斯柯达全新旗舰车型 New Superb 速派在广州耀世登场,更有惊喜金融方案相伴出台。作为一款主流高级轿车,New Superb 速派拥有奢雅风尚的外观和经典尊崇的配置,并由华语乐坛实力派巨星张学友尊荣代言。

### 内外兼修 成就全新旗舰风采

作为斯柯达的全新旗舰车型,New Superb 速派完美融合了百年斯柯达造车精华和大众汽车集团的先进技术。全新品牌标识,直瀑式立体进气格栅、五叶草灯组造型、与流水晶切割双氙气大灯以及璀璨光导式全LED尾灯等在 New Superb 速派上都得到完美呈现,再加上经典与奢华并重的内饰风格,细节处精益求精的材质选择和工艺做工,赋予整车高昂的质感。

在动力操控和配置方面,New Superb 速派更是极尽经典与尊崇,尽显旗舰风采。New Superb 速派采用了前麦弗逊式独立悬挂和后四连杆式独立悬挂,除了高效的动力组合,还提供了EPS电子精确控制助力转向系统、ESP电子车身稳定系统、加速巡航系统等诸多智能辅助配置,全面确保驾乘体验舒适顺畅,平稳安全。与此同时,Twin-door双模式开启行李厢设计、前后排触式电动防夹车窗、双翼电动防火天窗、8喇叭扬声器、蓝牙免提系统、升级版DLS智能泊车辅助系统、智能倒车影像系统、多功能外后视镜、自动防炫

目内后视镜、气动式雨量刷、BOSS BUTTON副驾驶员调节按钮、免钥匙进入及一键启动系统、智能语音多功能导航系统、疲劳提醒、ISOFIX儿童安全座椅固定装置等科技配置一应俱全,以出众的品质为主流高级车的消费者们带来尊耀的驾乘享受。

### 歌神代言 演绎广告主题曲《速拍》

作为速派的品牌代言人,歌神张学友在速派的上市会上全球首发了全新广告主题曲《速拍》,用真挚拳拳的情感感谢众多成功人士的共赏,并以巨星风采,辉映出速派的旗舰风范。张学友与斯柯达的合作可以追溯到2007年的《Octavia 明锐·张学友·张学友好久不见中国巡回演唱会上海站》,这么多年来歌神也对斯柯达的车型有了更深的了解和喜爱,并在今年受邀为全新旗舰车型速派打造了这首全新广告主题曲《速拍》。作为华语乐坛最具代表性的全能实力巨星之一,张学友曾创造无数辉煌神话,被推崇为天王、歌神。然而,他始终保持着沉稳本真的个性,与斯柯达速派的品牌理念不谋而合;而他内外兼修的奢雅气质,更是与速派的旗舰气质相得益彰,这也是促成此次代言的初衷。此次,歌神张学友与斯柯达速派携手,必将更好地诠释出“速由心生,派显尊耀”的完美境界。



次代言的初衷。此次,歌神张学友与斯柯达速派携手,必将更好地诠释出“速由心生,派显尊耀”的完美境界。

### 取名“速派” 瞄准高端轿车市场

此次,New Superb 速派在命名上也寓意深远。“速”,寓意速率与节奏,其最高境界不在于脚步的顿挫,而在于内心的从容,心速有速,是为了长远的思虑谨慎当下的步伐,是为了美好的时光把握生活的节奏,是为了真正的幸福关注家与业的平衡;“派”寓意风度与气派,是内在的高贵和外在处事的风范。“世世九派流中国,沉沉一线穿南北。”这个名字也承载了对这款全新旗舰车型的期待,正如滔滔江河中崭露头角的一支,速派“不随波逐流,却自成一派”,在同级别车系中,凭借高潮时尚的造型及全方位人性化的经典尊崇配置诠释自

己独特的尊耀风格。

与全新制产品风姿和四配,New Superb 速派瞄准高级轿车市场,将目标消费群体定位为与内外兼修的成功人士。对于目前国内主流高级轿车的消费者而言,一辆高级轿车不仅要以大气外观匹配其身份与社交需求,更要通过足人空间和豪华内饰来提升他们对生活的享受,契合其“内外兼修”的进阶品味。他们事业有成,有强烈的进取心;他们热爱家庭,能让家人享受更优越的生活,不让外在事情干扰与家人共度的时光;他们注重内在价值,也追求外在的品质与品质,理性与感性兼融,不随波逐流。他们清楚知道自己想要什么以及什么是最重要的,并为之不懈努力;对于成功和物质他们追求享受,但始终保持真我,拥有豪绅血统和全面优质性能的新 Superb 速派无疑完美契合了这一群体的需求。

### 百万信赖 全新旗舰车型开拓品牌新时代

自2007年推出第一款车型以来,上海大众汽车斯柯达品牌在短短六年时间里实现了高效稳健的发展。就在刚刚过去的7月份,上海大众汽车斯柯达品牌迎来了第100万辆轿车的下线,成为中国汽车市场用很短的时间实现生产100万辆的欧系品牌。

在全新旗舰车型 New Superb 速派耀世登场,以及产、销量双双突破百万大关之际,上海大众斯柯达特别为速派消费者量身定制了“5年0利率”或“老车置换8千元补贴”或“新车置换8千元礼包”等多款尊崇礼遇方案。诚邀更多消费者来品鉴这款旗舰车型魅力。



今天还想看看市民勇跳月亮湾的情景吗?请添加新民体育公众账号