

强制交费,还算自愿补课吗?

南京一些学校补课风再度刮起,教育局表示将严肃查处

【事由】秋季开学一个月以来,快报不断接到一些家长关于南京中小学补课的投诉,称一些中小学补课,有乱收费嫌疑。不少家长认为,补课虽采取的是自愿原则,但到最后却变得不得不参与,成了事实上的强迫,为此记者对反映比较集中的一些学校进行了调查。

【调查】

一学期要交 200 元补课费

南京建邺区一家长反映,建邺区沙洲小学,学校每周三下午不上课,却在周六上午补课,一般要补三个半小时,还要求家长一学期交 200 元补课费。投诉的家长称,学校说周六补课是自愿的,但作为学生家长,学校提出了补课,只要孩子还在学校学习,谁敢不支持。一些家长搞不懂的是,学校为什么

周三下午不上课,反而要挪到周六上午交费补课。

建邺区沙洲小学一姓刘的副校长称,周六补课确有其事,但补课不是学校组织的,上课的老师也不是学校的,而是区退休教师协会的。刘副校长称,周六补课,实行自愿原则,愿意补的就交钱上课,这没有一点强迫的意思。再说,学校只是为补课老师提供场所,并代收费。退休教师协会利用他们自己的资源,取得办学资质,联系学校后,来为学生补课。

刘副校长说:“周六补课,并不是正规的上新课,而是开展一些文艺方面的活动。这种补课,学生愿意来就来,每次补课,还是有部分学生不来,学校也没强行规定他们必须来。至于家长认为有强迫意味,家长有他们的想法,也是很正常的。至于周三下午不上课,这个是根据

相关规定,我们只要保证学生每天在校的平均时间为 6 小时就可以了,所以学校一直以来周三下午都不上课。并不是家长说的,周三下午不上课,挪到周六收费补课。”

强迫学生交费和买教材

一外来务工人员反映,南京红山外来工子弟学校一周前要求初三学生周末两天都补课,每学期补课费 150 元,不交钱就不能补课。学校还规定必须要订配套教材的辅导资料,每本 8 元,初三学生要求每门课一本,这样五门课就要 40 元。学校还未经家长同意,就直接将辅助资料发给孩子,然后收钱。有家长很不满:虽然说辅助资料是自愿购买,但这样一操作,不就变相强迫了吗?

南京红山外来工子弟学校的邓校长称,初三年级的补课是应学生家长的要求试

行的,目前并没有正式实施,也没收费。“9月23日,学校组织了初三学生家长家长会,会上很多家长提出,现在别的学校都抓得很紧,希望学校能考虑给学生补课。当时到会的家长都这样要求后,学校就考虑征求所有家长意见,并决定,会后让那些没到会的家长抽时间来学校商议补课一事。后来,学校经过与大部分家长商量后决定,从上周开始,初三年级试行周末补课,补课费定为每学期 150 元。”

至于教辅资料一事,该校一姓周的主任称,考虑到书本上的习题太少,学校老师就推荐了与书本配套的教辅资料,让学生自己去书店买。考虑到学生自己去,不方便,学校老师就帮学生买回来了,如果学生愿意买的,就可以从老师那里直接买。“这中间,老师不赚一分钱,家长和学生都可以到书店去

看,绝对没多收一分钱。现在还有很多学生没买,所以不存在强迫购买。”

教育局将查处违规补课

南京市教育局初教处杨林国处长称,今年,教育局将治理乱收费作为工作重点。在乱收费问题上实行了一票否决制,也就是说,下面的区教育局部门辖区内,有一个学校出现问题,所有评优资格都全部取消。

杨林国说,以前是学校老师直接安排学生收费补课,后来变成了一些有办学资质的民办教育机构借学校场所,由学校代收,办一些培训班等,变相补课。今年,教育局明确规定,不允许学校为这些民办教育机构提供场所和代收,一旦发现将给予通报批评,如情节严重或不立即整改的,将给予行政处罚。

快报记者 李绍富 罗斯文

美食节上毒蝎子公开卖

【事由】“有毒的蝎子、蜈蚣能不能直接卖给市民吃?”在昨天无锡市南禅寺步行街上举行的美食节上,不少摊位公然出售蝎子、蜈蚣等“毒物”,遭到不少市民质疑。记者实地采访发现,除了售卖这些“毒物”,美食节暴露出的卫生问题也是一大堆。

【调查】昨天中午,记者在南禅寺步行街看到,整个步行街两侧搭了近百个小吃摊位,摊主们争相吆喝着想让市民前来品尝。但记者注意到,所有的摊位竟然没有一个工作人员是戴口罩的,有的工作人员甚至连工作帽也没戴。特别是一些卖烤肉串的摊主,吆喝声最大,招揽顾客的动作幅度也最大。走近摊前,除了要卖呛人的烤烟熏到,还能淋到摊主“热情奔放”的唾沫星子。记者还注意到,近百个摊位中,几乎没有一家是挂有卫生许可证的,工人也都未带健康证。在步行街的中段,记者看到了被市民投诉售卖蜈蚣、蝎子的摊位,记者问摊主这些食物是人工饲养的还是野生的,摊主也是支支吾吾不肯回答,只是回了句:“想吃你就吃,好吃就再买,问那么多干吗?”在美食节上,还有不少经营海鲜的摊位,有卖生蚝、海螺等,供客人现场涮或烤着吃。买的人少,还能煮得久一点,如果买的人多,这些海产品就只能被象征性地在烤炉上或锅里迅速走一遍就立马卖给顾客了。北京“福寿螺”的教训近在眼前,这样吃生蚝、海螺,让人不由得捏一把汗。记者还注意到,在美食节上,至少有 6 个烧烤摊位在公开售卖早已被国家明令禁止捕食的麻雀。

记者随后向无锡市南长区卫生监督所反映了这些问题,该所股副所长告诉记者,当天一早他们也接到了类似投诉,已经组织卫生监督人员去美食节检查了。股副所长说,其实在 25 日以前,他们已经对此次摆摊的工作人员进行过相关培训和体检了,但如果其确实没有按要求公示卫生许可证和健康证,将责令其整改。股副所长还告诉记者,蜈蚣、蝎子这些“野味”是严格禁止售卖的,他们将取缔违规的摊位。无锡市农林部门的工作人员告诉记者,麻雀属于国家保护动物,禁止对其捕杀、出售、食用,他们也将到现场进行检查。

快报记者 钱静 薛磊

“赠品延期发放”苦了数百老人

老人:被商家涮了一把 商家:赠送得跟着开业延期

【事由】昨天上午,南京瑞金大厦一楼一家尚未开张的保健品店“加加健康家园”遭到几百名老年人的围堵。有老人告诉记者,这家保健品店早在半个月前就在媒体上宣布,在 28 日开业之际将向 58 周岁以上的老人免费赠送 2 万把爱心拐杖椅,可昨天老人们陆续来了之后,商家却说,要等到 29 日才能派发拐杖椅。

“赠送爱心椅”临时推迟

昨天记者来到现场,远看到瑞金大厦的人行道上站着的是白发苍苍的老人,横七竖八地排了三道长长的队伍,每一队的长度都有好几十米。尽管队伍的尾巴已经排出了人行道,几乎站到了马路上,看起来险象环生,但老人们依然乐此不疲,“坚定”地守候在队伍中。有的老人甚至从家里搬

来了小凳子坐在队伍中。“前面怎么回事?”记者问。一位大妈乐呵呵地说:“我也不知道,反正听说有免费的东西拿,我就排着呗。”

虽然队伍的尾巴和中间部位秩序井然,然而队伍前端的老人们已经闹成了一团,他们拥挤在一家叫做“加加健康家园”的商店门口,这家商店已经用铁栅栏封住门,透过栅栏可以看到,这家店的装修显然还没有竣工。商店门口贴着一张告示,意思是原定于 28 日开始爱心拐杖椅的派发,因装修原因延至 29 日。虽然这告示并不醒目,但门口的老人们并不买账。“说好今天发的,为什么又要推迟?”“是不是它根本没有椅子,把我们骗过来的吧。”老人们议论纷纷。几十名老人站在外面使劲摇晃着铁门,要求负责人出来

给一个说法。尽管 110 也在现场协调工作,但老人们的情绪依然十分激动。

老人们怀疑被商家耍了

“我半个月前就看到报纸上说今天来领拐杖椅,今天早上五点钟我就起床,大老远地从浦口坐车过来,现在又说发不了,这不是骗人吗?我要他们退我的车费!”六十多岁的吴老先生气愤地说。

记者了解到,这里大多数数排着靠前的老人几乎都是在八点钟之前来到这里的,已经坚持站了近三个小时了,一位老人甚至从早上六点钟晨练时就等在这里了。附近一家小店的年轻老板笑着说:“别看这些大爷大妈年纪大了,遇到这种事,身体还真比年轻人能熬!”拥挤中也发生一些事故,一位七十多岁的老奶奶被挤

倒在地。记者见到她时她正捂着胸口叫疼,120 急救车赶到现场,但这位老人并不愿意上车,她说:“我要等那个店的负责人跟我一起去!否则我被扔在医院没人管怎么办?”

商家称要等开业才能送

记者通过旁边的超市找到了“加加健康家园”的后门,敲门后,两名形似保安的年轻男子将门开了一条缝,十分警惕。记者表明身份后得以进屋,店里一派繁忙景象,有的在刷墙,有的在运货。随后,商店的负责人王旭向记者解释了这件事情的前因后果。

“装修队原本跟我们说 28 号之前就可以完工,28 号我们就能开业了。于是我们在本月 15 号在很多媒体上发出了通知,28 号开业当天

免费发放拐杖椅。但按照实际的装修进度,28 号根本开不了业,后来我们也在各大媒体上作了更正,开业时间延至 29 日。但很多老人只看到了 15 号的报纸,都没有看过更正后的时间。”王旭说。

对于如何解决此事,王旭说他目前正在和职员商量,打算用一个扩音器再向老人做一个解释。至于目前出现的混乱情况,王旭则坚称跟店里没关系。“是装修队把进度拖下来了,我们也不想”。

“未装修完毕与派发拐杖椅并没有什么矛盾,为什么不现在直接打开门派发呢?”记者问。王旭语气坚决:“这怎么行?这是我们安排的一个开业噱头,无论如何,要到开业当天发放,这样才能吸引人气。”

快报记者 解璐

历时 2 个月,足迹遍布全国 23 个区域城市

惠普电脑“商用个性”席卷区域市场

9 月 18 日至 10 月 20 日,惠普将携其全线商用信息产品,包括台式机、笔记本和工作站,以及新品牌主张和个性化服务,走遍大江南北的 23 个区域城市。这是惠普自今年 6 月发布“惠普电脑 掌控个性世界”全新品牌战略之后,首次全国巡展。在此期间,通过丰富的渠道推广、产品展示和体验,以及促销活动,惠普全线商用信息产品、服务和解决方案,将全面演绎惠普电脑的商用个性化主张。

惠普在中国已经有了三个研发中心。其中,在 2004 年成立的惠普中国研发中心(CDC),正在帮助惠普规划和开发更加适合中国细分市场需求的产品和解决方案。作为 HP 在全球产品规划网络中的成员,CDC 为 HP 实现了更快的开发周期和上市时间,使产品具有创新技术和强大的竞争力。目前,惠普有 6 种型号的商用台式机 and 1 个型号的笔记本都出自 CDC 的设计。此外,去年 10 月底,惠普投资建设的新的

PC 生产线正式在浦东的上海惠普工厂竣工投产,而新生产线使惠普在中国的 PC 产能提升了一倍,这些为惠普 2006 年发力中国市场作了先期的铺垫。

面向不同类型的用户需求,惠普提出了全面的个性化解决方案。面向企业用户的惠普商用笔记本,倡导的是针对企业用户“3+1”概念,即“安全 360 度,易用 0 限制,可靠每 1 天+金牌全天候”,这是 HP 商用笔记本品牌力量的动力和源泉。HP Compaq nc2400 就是其中最典型的代表,她集移动性、易用性、安全性、可靠性于一身,是专门为高端移动商务一族而打造的最理想的个性移动商务经典。

惠普商用台式机提供完善的产品线供商业用户选择。其中,7 系列产品安全高效易于管理,让企业用户以更低的成本实现生产力的极大提升。例如:HP Compaq dc7600 作为目前商务领域中最高端并具有最先进技术的台式机产品,适合大型企业和行业用户。而 HP Compaq dX7200 则

凭借最新的可靠技术

和较低的初始购买价格满足了中小企业客户对性能和工作效率的苛刻需求。

惠普工作站产品的个性化主要展现在惠普特有的专业技术和设计方面,例如广泛的 ISV 应用,专业的图形显示卡以及机箱布线设计等等。这些优势和特点渗透到了惠普工作站广泛的系列产品中。

不仅如此,HP PSG 也提供了产品完全保养服务——针对电脑的不同阶段提供专业的帮助,从配置到保护,到升级,再到回收,在不同的生命周期,给予用户更好的保证。

创新的技术,个性化的产品,个性化的服务,是惠普电脑在激烈的市场竞争中还能不断保持稳步快速增长的原动力。通过此次区域巡展和在三四级城市的不断拓展,惠普的商务个性化将在商用市场掀起 PC 个性化潮流,给处于低潮的 PC 业以新的动力和活力。



"全、优、惠"-- 苏果抢占中秋市场月饼大战制高点

作为中秋的拳头商品,月饼渐渐成为了市场上举足轻重的角色。苏果超市全市四百多家门店早就开始了准备活动,选购月饼就去苏果,把苏果打造成月饼流通集散地,苏果在“品种全、质量优、得实惠”三点上下了大力气,用实际行动抢占中秋市场制高点。

月饼作为传统的欢聚美食,被人们赋予了“团团圆圆,和和美美”的吉祥意味。在去年引起热烈反响的“中

华月饼荟萃展”今年梅开二度,“月亮经济”频翻新花样,新式样,新口味的月饼层出不穷。就产地而言有:京式、广式、苏式、台式、滇式、港式、潮式等;就口味来说,有甜味、咸味、咸甜味、麻辣味;从馅料讲,有五仁、豆沙、冰糖、芝麻、火腿、水果等;按饼皮分,则有浆皮、混糖皮、酥皮三大类。

让美味更健康,苏果在采购时就将食品安全放在了重中之重的位置,从源头上杜绝假

冒伪劣、以次充好的月饼上柜销售。由于引进多家品牌月饼进场,再加上激烈的市场竞争,苏果的月饼价格非常有竞争力。桃源村、可欣可喜、冠生园、小苏州等月饼厂家届时将举办丰富多样的促销活动。而且在九月末,凡是在苏果购买月饼满一定金额,还可获赠电话卡一张。琳琅满目、薄利多销、质优价廉将成为苏果决战市场的利器,买称心月饼到苏果,得实实在在的实惠。

绿色消费时代

"隔离"概念启迪厨房健康科技新思维

在 2003 年的“非典”时期,几乎所有的人都记住了一个词“隔离”,看着电视里隔着玻璃把手贴在一起的亲人,我们都能体会到那隔离了身体却隔不断的爱!但正是这场灾难让我们的更加持久和永恒,同时,让亲人和危害隔离,成了家庭和社会一种崭新的“爱的思维”。于是美白隔离霜,孕妇防辐射服,防紫外线遮阳伞等应运而生。

在中国厨具行业多年来受困于技术瓶颈突破,行业概念多、功能少、价格居高不下,消费者健康实惠少;中国厨具劲

旅朗迪格林特整合行业企业优势资源,借助“隔离”思维研制出带有双风幕和负离子功能的健康型油烟机-----“厨房氧吧”

“厨房氧吧”系列油烟机有机整合了双风幕和负离子两项核心健康专利技术,双风幕可以在人体和油烟之间形成健康“防烟墙”,高效“隔离”油烟,防止人吸入油烟以及油烟粘在身体和厨房四壁,可有效提高油烟吸净率约 30%以上,同时,负离子技术能够在厨房释放大量的负离子,清除甲醛和油烟,净化空气,非常适合

现代敞开放式厨房和新装修厨房。隔离油烟危害,创造氧吧健康空间是这款机器的设计思路。

日前,朗迪格林特 160000 平方航母级工业园首期工程在中国厨具之都-----浙江竣工,开始规模生产以“厨房氧吧”油烟机为代表的包含燃气灶、消毒柜的“朗迪格林特”牌系列健康厨具产品,从而全面启动“全民健康厨房计划”

业内专家认为以“隔离思维”为原点开发产品必将大行其道,“氧吧健康厨房”的时代将从此开始!