

一个只有 200 多平方米的教学点,居然同时注册了两个教学单位 “苏州夏恩”里又冒出个“苏州洪恩”

上海商人唐春蓉在苏州投资了一个英语培训中心“苏州夏恩”,全权委托苏州商人马骏打理。经过几年的努力,中心有了起色并开始盈利,双方的矛盾也随之产生。唐春蓉说,马骏为将中心据为己有,利用教育部门的把关不严,在中心教学地址上私下注册另一中心“苏州洪恩”,导致原中心经营陷入绝境;而马骏说,投资人唐春蓉看到“苏州夏恩”经营有起色,就想把他一脚踢开,另行注册不得已。主管部门则说,审批没有错,唐要是不能,可以通过行政诉讼等法律途径解决。

快报记者 罗斯文 文/摄



“苏州夏恩”的外籍老师正在上课

合作

投资人找着了经理人

唐春蓉投资的培训中心全名叫苏州夏恩英语培训中心(以下简称苏州夏恩),注册于2001年8月,是一个聘用外籍教师小班授课,进行口语技能的非学历社会力量办学机构。

“夏恩英语”是个外国品牌的非学历教育机构。唐春蓉于2001年向“夏恩英语”中国总部购买了苏州地区的独家代理权。中心注册地为苏州市吴中区胥口镇,发证机关为苏州市吴中区教育局。

由于苏州夏恩开张半年不见起色,2002年5月,有意办学的苏州商人马骏便找上门来,表示只要条件适当,他有能力将苏州夏恩经营好。

经过磋商,投资人唐春蓉同意将苏州夏恩交由马骏全权经营管理,并达成了五五分成的口头协议。2002年6月,得到授权的马骏走马上任,并将教学点迁到了位于苏州市干将东路649号的凤凰楼。

协议

教学点所有权双方各一半

马骏是苏州本地人,有较

好的经营经验和人脉关系,他接手苏州夏恩后,如唐春蓉在第一次工作总结中说,“充分发挥了市场经营和市区人脉关系方面的特长,不仅使苏州夏恩在干将路上站住了脚,而且在苏州有了较大知名度。”

2004年,在苏州有“较大知名度”的苏州夏恩开始盈利。由于当初的合作只是口头协议,为了进一步明确合作中的责、权、利,使投资者和经营者都能放心,2004年4月7日,唐春蓉与马骏签订了一份书面协议,作为当初口头协议的延续。协议除了规定“中心”经营所得利润按五五分成分外,还规定双方对合作创办的教学点各自拥有50%的所有权。协议的有效期为三年(自2004年1月1日起至2006年12月31日止)。

矛盾

“苏州夏恩”里又冒出个“苏州洪恩”

唐春蓉与马骏的矛盾是从2006年1月的一次查账开始的。据投资人唐春蓉反映,马骏在履行合同的两年时间内,违反合同第4条的规定,拒不向委托人唐春蓉提交财务报表,同时达50万的资

金去向不明。

更为离谱的是,马骏作为苏州夏恩的经理人,公然违反合同和苏州夏恩培训章程,利用苏州夏恩的资源和相关材料,在苏州夏恩的教学点干将东路649号,秘密报批成立了与苏州夏恩业务完全一样,并存在竞争关系的苏州洪恩英语培训中心(以下简称苏州洪恩)。

唐说

这是一场“阴谋”

唐春蓉说,由于她与经理人马骏的合作协议在2006年年底到期,马骏实施了一场用“苏州洪恩”取代“苏州夏恩”的“阴谋”。具体做法是:马骏利用自己掌握苏州夏恩公章的便利,用苏州夏恩的场地、员工、教学设备等,制作了一套“苏州洪恩”报批所需的相关材料,并因此获得了教育主管部门的批准。

另外,马骏从2006年1月4日开始,便在苏州夏恩“违规”购买使用“洪恩”的教材,2006年2月9日便秘密注册了他自己的“苏州洪恩英语培训中心”。

唐春蓉说,更为恶劣的是,马骏在给苏州夏恩续签租

房合同时,故意将一年期的租约缩短为半年,却将他自己的“苏州洪恩”在原址上续签了为期三年的租房合同。而更换为“洪恩”教材、用“苏州洪恩”续签租房合同,用的都是“苏州夏恩”的钱。

由于马骏在给苏州夏恩续签租房时,只租了半年,2006年6月30日租约到期,房东要求清场时,付了房租却没有租房合同的苏州夏恩,不得不紧急寻找教学场地,培训中心一度乱了套。

而原本租了三年场地的苏州洪恩,也并没有依约距场,而是把培训中心设在了距“苏州夏恩”约300米远的干将东路436号,另行开张。

马说

我也有权这样做

7月5日中午,记者来到了马骏开张的“苏州洪恩英语培训中心”,马骏在接受记者采访时说,他与唐春蓉合作的矛盾,的确是从2006年1月开始的。

马骏说,他之所以要另行注册一家培训中心,是因为他与唐春蓉的合作协议很快就要到期,他预感到合同到期后,唐春蓉肯定不会和他

再合作,所以他要给自己留条后路。

关于在“夏恩”更换“洪恩”的教材,马骏说,更换教材是因为“洪恩”的教材比“夏恩”的便宜,且更适合“夏恩”的教学,作为苏州夏恩的负责人,他有权这样做。而他为自己注册的“苏州洪恩”,是因为他早就想办一个自己的培训中心,想来想去还是觉得“洪恩”比较好,所以就注册了,这与更换“洪恩”教材没什么必然联系,更谈不上早有预谋。

质疑

一个 200 多平方米教学点注册了两个教学单位

根据江苏省教育厅关于《非学历教育民办教育机构设置的基本要求》相关规定:举办冠名“中心”的教育培训机构,“中心”校舍建筑面积不得少于500平方米……

从马骏提供给教育部门的报批材料中,记者看到,苏州洪恩英语培训中心的办学地址,的确与苏州夏恩英语培训中心的办学点相同,都是苏州干将东路649号。而“中心”的组织机构、设施设备、人员配备等要项,都来自于苏州夏恩。唯一不同的是,投资人发生了变换,及“洪恩”与“夏恩”的一字之差。

又气又急的唐春蓉去找苏州洪恩的审批单位——苏州市教育局理论,以把关不严为由,请求取消苏州洪恩英语培训中心办学许可证,并列出了马骏制作虚假材料“骗取”办学许可证的诸多“罪状”。

而苏州市教育局审批人则认为,马骏报批苏州洪恩的资料是齐全的,他们的审批也是符合程序的,所以他们没有错,而苏州洪恩的办学许可证

自认也不能取消。

对于这种“解释”,唐春蓉表示不能接受——一个面积只有200多平米的教学点,同时注册了两个教学单位,就很可能说明问题。审批人员只要稍微能到现场查看一下,就什么都清楚了。

回复

如不服可行政诉讼

7月4日和5日,苏州市教育局负责审批的发展规划与财务处副处长陈宪,和负责管理的社会职业教育处处长顾洪两人肯定了批准“苏州洪恩英语培训中心”的正确性,理由是:马骏所提供的报批材料齐全,“我们应该认可”。

至于设施、设备和师资力量等其他报批要项的内容是否真实?陈副处长说,“这就好比有人拿着身份证到酒店去登记住宿,酒店按照要求将顾客的身份证进行登记,至于身份证是真是假?就不是酒店的事了。”

不过,顾处长对此的解释有所不同,她说,苏州市在审批非学历民办教育许可方面,有一定的灵活性,比如在设施设备、师资力量方面,他们有两种做法,一是这些东西原来就有的;而是先做计划,等获批后再落实,但开班时一定要到位,在“苏州洪恩”的审批上,就是采用这种先做计划的灵活做法。因为在教学许可获批之前,就要求申请人做到样样齐全,万一一批不下来,岂不给申请人造成损失?这也是人性化办公的一种体现。

对于唐春蓉提出取消苏州洪恩英语培训中心办学许可证的要求,两位处长依然表示,他们的做法没有错,唐要是不能,可以通过行政诉讼等法律途径解决。

斥资千万“节能补贴”

万和联手苏宁、五星、国美等共掀节能风暴

2007年7月1日,《家用燃气快速热水器和燃气采暖热水炉能效限定值及能效等级》(以下简称“能效新国标”)正式实施,同时,中国最大的燃气热水器专业制造企业、“能效新国标”的起草单位之一广东万和集团联手苏宁、五星、国美等几大家电卖场巨头开展全国性的“节能补贴”普及冷凝式节能燃气热水器活动,凡到苏宁、五星、国美等卖场购买达一级能效标准的万和A9冷凝式燃气热水器的消费者,均可以按不同区域与型号的补贴标准而获得每台600-800

元的节能奖励。

据万和营销总监官培谦介绍,万和首批生产的A9冷凝热水器近2万台现已在各大卖场上架,预计用于推广A9冷凝热水器的“节能补贴”将达千万元。而从各大卖场反馈信息得知,补贴幅度高达600-800元使万和A9冷凝热水器的实际购买价格与非冷凝产品相差无几,引起消费者强烈关注,正掀起一股“节能”热潮。

据悉,7.1正式实施的该标准把燃气热水器的能效等级分为三级,其中1级能效最高,热效率值不低于96%;2级热效率值

不低于88%;3级热效率值不低于84%,不符合国家能效标准的燃气热水器将禁止上市销售。国家燃气用具质检中心常务副主任王启向媒体透露,目前能达到燃气热水器国家能效标准一级水平的只有冷凝式热水器,该热水器已经是国际市场的热点,并且是国内高效热水器的发展方向,受技术、工艺、成本等因素制约,目前在全球,冷凝技术都属于燃气热水器中的高端技术,只有少数的几个企业掌握。

据了解,万和是国内最早研究冷凝技术的企业,2001年11月,经广东

省科技厅鉴定,我国第一台冷凝式燃气热水器诞生在万和,经过几年来的不断探索和改进,去年,万和研制成功热效率高达105%的冷凝式热水器,在全球处于领先水平。而万和A9冷凝式热水器是一款更贴近消费者沐浴感受的高能效产品,采用了独特的智能恒温技术,使热效率高达98%的同时,保证出来的热水温差在+1度之间,体现了社会效益和个人体验的最佳结合,是这次“节能补贴”运动中的主力军。

据悉,万和是国内最大的燃气具专业制造企



小天鹅“数字水魔方”直逼高端洗衣机市场

小天鹅集团的新品“数字水魔方”在全球同步销售,这款新品在性能上兼顾了波轮、滚筒、搅拌三大类洗涤模式的长处,且具备极高的性价比。有业内人士认为:小天鹅推出此款产品,其市场目标是直逼高端洗衣机市场。

“数字水魔方”是小天鹅重点打造的一款新品,其数字智能变速技术,可根据不同衣物、不同脏污程度进行四档洗涤速度、三档脱水速度的智能调节;数字模糊记忆控制程序,将自动记录用户自编的洗衣程序,再使用时可恢复上次用户设定的全部信息,方便用户使用;零缠绕的“水魔方”与传统波轮洗衣机相比,磨损降低了30%,达到了滚筒及搅拌的双重功效。同时,智能洗涤、12档水位控制、预约洗涤功能,搅拌洗、自洁、快洗等洗衣程序,更为科学地满足了不同的需求。

1 EBOHR 依波表	2 武汉晚报	3 金利来钻石	4 钱江晚报
5 M&G 晨光文具	6 美肤宝	7 浙江日报	8 浙江日报
9 天王表	10 浙江都市报	11 浙江都市报	12 浙江都市报

开创央视九个第一的
金牌栏目

★ 7月20日

首播: 周五19:30
重播: 周六12:30
周日18:05

欢迎登陆 www.qixinran.com 参与商标竞猜及中奖查询。丰厚奖品等着您!

★本节目由北京其欣然协办
Email: lucky52@qixinran.com
电话: (010)82015522
传真: (010)82018669

13 三轮电动车	14 三泰都市报	15 北方新报	16 信报
17 天坛	18 十三点	19 TSD 纺织造字机	20 山西都市报
21 天坛	22 新新	23 山西都市报	24 现代快报
25 新新	26 新新		

“铸作人·铸天下”多媒体互动主题活动启动啦!
此次活动是其战略合作伙伴(CCTV《幸运52》总代理)联手国内十家报纸、电台、电视台、网站共同推出的一档大型竞猜活动。该活动面向全国一百个中心城市,在川益女报话报的“吃辣族”人群的基础上,评选具有中华传统文化之美、健康风采的辣作人,以及具有品牌价值的辣名厨、辣名菜,弘扬中国民间优秀传统“辣文化”,倡导健康热情、知辣知火的快乐生活方式。本栏目“辣作竞猜”将予以配合,现诚邀全国各城市知名辣品企业参与,详情咨询010-82015522转8810

- 一、BROU腕表中文名称叫什么(1-2)
- 二、致力于打造“结婚钻戒第一品牌”的钻石品牌是(3-4)
- 三、以“书写创意”为己任,致力打造世界级的文具品牌是(5-8)
- 四、“越洗越水嫩,越洗越滋润,水嫩肌肤洗出来”是哪个品牌的广告语(7-8)
- 五、“大粮良品,王者之选”——深湖著名手衣品牌是(9-10)
- 六、湖南省城市发行量最大的综合性日报是(11-12)
- 七、“踏平坎坷于脚下”产于天津的电动车品牌是(13-14)
- 八、内蒙古地区发行量最大的都市报是(15-16)
- 九、独有呼吸科技设计的运动鞋品牌是(17-20)
- 十、在江苏地区发行的城市主流日报是(21-24)
- 十一、“被爱的人,幸福的家”是哪个家纺品牌的广告语(25-26)

★本节目奖品由以下企业提供:

依波精品公司
网址: www.cbwatch.com.cn
电话: 0755-26419502

上海晨光文具
网址: www.mg-pen.com
招商电话: 86-21-57470278