

每天上百人挤爆疾控中心,被咬20年也来打针

谈“犬”色变,苏州人抢着打疫苗

上月末,苏州发生了几起狂犬病死亡事件,死者有的是只被狗咬破一点皮,有的则是病毒潜伏五六年后突然发作。一时间,苏州人谈“狂犬病”色变,当地疾控中心更是迎来了前所未有的疫苗接种高峰。

最多一天240多人排队,9成是被宠物咬伤

“医生,我要打几针?”“被狗咬了个血印,需要打疫苗吗?”……下午1点30分,记者还没踏进苏州市疾控中心狂犬病注射科大门,便听到了阵阵咨询声。10平米左右的登记室里挤了近10位市民,很多人直接趴在一旁的长凳上填写登记表。注射室内,每隔一

两分钟就会有人进入,护士拿着针筒的手几乎没歇过。

帮女友跑上跑下缴费的贺先生此刻已是满头大汗,他告诉记者,女友只是被小猫挠破点皮,但为了安全起见还是决定来打一针。

苏州市疾控中心预防医学诊疗部主管医师庞晓俊告诉记者,苏州近期接连出现狂犬病死亡病例,这使得前来接种狂犬疫苗的市民翻倍增长。“平均每天超过100人,人数最多的时候一天有240多个,5个医生连轴转也来不及。”庞晓俊说,在这些接种者中,90%以上都是被宠物咬伤的。

70%是亡羊补牢,20年前被咬也来打针

在排队等待接种疫苗的人群中,近期被咬伤的并不多。特意请

假和老婆一起护送女儿前来打疫苗的赵先生告诉记者,女儿在半年前被邻居家的小狗咬到腿。“当时只留下一个红印也就没当回事,前几天听说发生了几起狂犬病死亡事件,这才开始担心。”赵先生坦言,尽管早已过了48小时最佳注射时间,女儿也一直很健康,但打针总比不打好,算是求个心安。

在接种疫苗现场,多数人都和赵先生的女儿情况相似。庞晓俊告诉记者,近期前来接种疫苗的市民中,约70%被咬的时间超过1个月,有的甚至是五六年前被咬的。当天上午,他们就接待了一个在20年前曾被狗咬伤的外地妇女。“她说那天在电视上看到有人狂犬病潜伏了6年才发病,所以非常担心。我们好说歹说,才把她劝了回去。”

狂犬病发病率不高,专家呼吁理性注射

对于近期狂犬疫苗的“接种潮”,庞晓俊呼吁广大市民要保持理性。据介绍,狂犬病主要是动物咬人时,牙齿上所带唾液中的狂犬病毒侵入人体后,从而感染被咬者。该病一旦发作,病死率100%,但该病的感染率并不高。此外,狂犬病潜伏期一般为1个月到1年,长达十多年发病的极少。一般来说,狂犬病病毒携带群体主要是哺乳动物,被鸡、鸭等禽类啄伤后,并非一定要打狂犬疫苗。

不过庞晓俊强调,被狗、猫等哺乳动物咬伤后,应该尽快到医院注射狂犬疫苗。在疫苗选择上,要尽量使用同一厂家、同一批次。 快报记者 何寅平

20多万颗珍珠串制五彩“海宝”



快报讯(记者 陈泓江)昨日,上海世博会城市最佳实践区苏州馆——相城主题周活动举行开馆仪式。高清视频展播、“相城十绝”系列图片实物及工艺体验展、水乡文艺服饰展演、特色旅游纪念品等一亮相。

有着“中国民间文艺之乡”美誉的相城区,首次携民间文艺“相城十绝”走上世博大舞台,尤其是古代“皇室三大贡品”将集中亮相世博。除了“皇室三大贡品”,现场抓人眼球的还有“珍珠版海宝”(上图)。该“海宝”高65厘米,由涓滴珍珠超人计晓明耗资数万元,花一个半月时间采用20多万颗粉红、白色、紫色的珍珠串制而成。一位游客称,珍珠“海宝”与海蓝色的“海宝”相比,“珍珠‘海宝’白白胖胖,晶莹剔透,别有一番趣味。”

借种生子续香火 耿耿于怀家终散

为了承继香火,徐州一男子在没有生育能力的情况下产生“借种生子”的念头,并安排妻子和别的男人发生关系,先后生下一女一男。有了孩子后,男子心里有疙瘩总觉得戴了顶“绿帽子”,经常打骂妻子。忍受不了的妻子起诉离婚,但就两个孩子的抚养权双方发生争执。

1996年,22岁的张梅经人介绍认识了李刚并结了婚。2000年,结婚4年的张梅生下一个女儿。为了传承香火,2008年张梅又生下一个儿子。按理说,这一家的小日子应该很美满,可谁知在儿子出生后,李刚对张梅却经常打骂,张梅忍受不了便起诉到徐州市新沂法院要求离婚。因为两个孩子的抚养权,双方相持不下。法官综合考虑后,倾向于把两个孩子判给男方。但在征求张梅意见时,张梅坚决不同意,并表示,“孩子不是李刚的!”

原来,1998年张梅和李刚结婚2年却一直没怀孕,到医院检查后才知道李刚没有生育能力。为了不断李家的香火,李刚想出“借种生子”的办法。后来,虽说有了“儿子”传宗接代,但李刚心里总是有个疙瘩,见到张梅也总觉得扎眼。于是,两人经常吵架,甚至有家庭暴力的发生。

近日,该案经新沂法院审理,将两个孩子判给了女方。(文中人物均为化名)

摊派买月饼,中秋节不好过

超市:供货商买月饼是自愿的;律师:此举涉嫌强买强卖

中秋节赏月吃月饼本来是件高兴事,可对于常州明都超市的供货商们来说却成了“月饼劫”。原来,他们遭遇超市强制摊派月饼。对于摊派一事,超市有关负责人却予以否认。

供货商:不买月饼扣货款

“每年都要买他们的月饼,不管买不买,月饼的钱都要从货款里扣除,这是赤裸裸的强行摊派!”昨天上午,江苏明都超市的供货商李先生愤怒地说道。

李先生是常州一家公司的老板,他们公司负责向江苏明都超市供应日用品,和超市签了五六年的协议。按照协议规定,李先生的货款由超市定期结算。可是,每到中秋节李先生就特别苦恼,因为明都超市又催他“拿”月饼了。“如果不买,钱就从货款里扣,不然就不给结账。钱在人家手里,月饼是必须买的。”李先生一阵叹息,“今年总店给的任务是50盒,不过超市的各个环节还会给我们加派任务,像各个门店、业务人员,甚至仓库库管人

员都会给我们任务,加起来一共有80多盒。每盒月饼是168元,每年‘被买’月饼就要花掉上万元。”据李先生介绍,所有与明都超市有业务往来的商家都被强行摊派了月饼,据他统计,大概有100多家。

一提到月饼另一家供货商张女士就冒火。“我们又不是专门销售月饼的,这些月饼一个都卖不出去,只能当做福利发给员工或者送给亲戚朋友。”

“我们跟超市的关系虽然是合作关系,但如果想在超市做生意就要听人家的安排,否则肯定做不下去。不买他们的月饼,他们会把你的产品放在角落里或者撤柜,甚至不跟你结账。”张女士苦笑。

超市:是供货商自愿买的

究竟明都超市有没有向供货商强行摊派月饼?昨天下午,记者联系上明都超市采购部的一位姓杨的负责人。在记者说明来意后,她立即表示:“不可能,这是绝对没有的事情。”

这位杨姓负责人告诉记者,他们所有的月饼销售只对门店有指标,不可能把任务强加在供货商身上,“我们和供货商是合作关系,不可能向他们强行推销月饼。不过也有供货商会从超市拿

月饼,但那是他们自愿的,不存在强行推销的问题。”这位负责人还表示,如果有人强行向供货商推销月饼,供货商可以向他们反映,一经查实将立即处理。

不过,记者在明都超市某门店采访时,一位店员告诉记者,他们每年都有卖月饼的任务,但不能向消费者强行推销,只好让供货商帮忙买几盒。这位店员向记者透露,“其实向供货商推销月饼是圈里谁都知道的事。”



图中月饼礼盒和月饼券正是供货商被强制摊派的

调查:月饼上柜无人问津

昨天下午,记者走访了两家明都超市。月饼专柜已经搭了起来,其中荣诚月饼成了整个专柜的主角,价格从几十元到上百元不等。在月饼专柜,记者看到了月饼券上指定的168元装的荣诚月饼,每盒月饼一共有九个。

虽然各式各样的月饼礼盒让人眼花缭乱,但是专柜前却冷冷清清。记者在专柜前等了

十几分钟,没有看到有人前来询问。不过,从李先生提供给记者的月饼券上的编号显示,已经编到了13577,提货地点为明都超市各直营连锁店,截止日期为9月22日。在月饼券的背面印有江苏明都超市有限公司的名称、电话,记者数了一下,一共有46家门店。

律师:摊派涉嫌强买强卖

昨天下午,记者就此事采访了江苏圣典律师事务所黄律师。黄律师认为,强行向供货商摊派月饼的做法涉嫌强买强卖,这种做法违反了《合同法》,有损公平,属于违法行为。因此供货商可拒绝接受,也可向有关行政机关举报。黄律师表示,超市利用了供货商弱势心理,强行施压给供货商,这种强行摊派月饼的行为虽然让供货商很苦

恼,但是他们却不敢利用法律途径保护自己,只能忍气吞声。

随后,记者又从常州市工商局了解到,目前还没有供货商向他们举报明都超市的这种强买强卖行为。工商部门表示,如果遇到这种强行摊派行为,供货商可到所在辖区的工商管理部举报,或者拨打投诉电话12315。

快报记者 周青 晁静 文/摄

“首届中国工业产品质量信誉论坛”在京召开

格力电器等15家企业代表签署“全球质量承诺书”

9月2日,“首届中国工业产品质量信誉论坛”在北京京西宾馆隆重召开。论坛上正式启动了“中国工业企业全球质量承诺活动”,格力电器、海尔集团、贵州茅台等15家企业代表首批156家企业郑重承诺并倡议全国工业企业履行质量承诺,为全球消费者提供满意产品和服务。

中共中央政治局委员、国务院副总理张德江出席会议并发表重要讲话。

为铸造质量信誉,弘扬中国制造

精神,国家工信部、发改委、商务部、海关总署、工商总局、质检总局、国资委等七部委联合举办“全球质量承诺倡议活动”,倡导中国工业企业恪守责任、诚实守信、重视质量、珍视信誉,为中国制造在全球消费者面前树立良好形象。

全国人大代表、格力电器总裁董明珠作为广东企业的唯一代表在“全球质量承诺书”上签字。董明珠表示,“确保产品质量安全是每个负责任的企业应尽的义务,也是‘中国制造’对全球消费者的基本承诺。作

为全球空调行业的领军企业,格力电器始终恪守吃过的‘工业精神’,以‘不拿消费者当试验品’为企业信条,坚持实行‘精品战略’,把产品质量当做打造百年企业的基石。

2010年3月,格力电器在北京发布了中国企业界第一份“中国创造之路”倡议书,时隔4个月,格力电器在北京人民大会堂发布三大“国际领先”的核心科技,再次以实际行动展现了格力电器坚持技术创新和精品战略,致力于为全球消费者提供一流产品与服务的决心和信心。

变频发力推动 美的空调行业居首

今年上半年美的空调及零部件实现收入258.55亿元,同步增长39.85%;冰箱及零部件实现收入56.02亿元,同比增长99.16%。至此,美的空调以258.55亿元收入水平,以及39.85%的增长率,位居行业之首。

美的空调收入和增长率水平双双取得骄人成绩,变频空调和中央空调市场份额上升是其中的关键因素。“美的的成功来自我们真正掌握了变频核心技术,并通过变频产品的销售改善了整体产品结构,并有力拉动了销量的大幅增长”,

南京美的制冷产品销售有限公司总经理何方龙表示,美的空调凭借2010年在变频空调上的发力,其变频市场的份额从前一年的27%升至35%,连续两年稳坐变频空调市场头把交椅的位置。而且,美的电器在中央空调市场的占有率很高,是国产中央空调第一品牌。

未来空调行业的竞争,更多的会聚焦于产量规模上的较量,而美的早已提前布局,将扩大产量和规模优势,主动出击以赢得未来市场竞争。

顾晨