

民生视点

热捧“高考状元”折射教育功利化

尽管各地教育部门三令五申,要求规范高考成绩发布,一些地方特别强调不准炒作“高考状元”,但这样的一纸通知相比强大的逐利冲动,显然没有什么约束力

成露

这几天,伴随各地高考成绩陆续发布,一些地方又开始热炒“高考状元”。尽管各地教育部门三令五申,要求规范高考成绩发布,一些地方特别强调不准炒作“高考状元”,但这样的一纸通知相比强大的逐利冲动,显然没有什么约束力。

热炒“高考状元”主要表现在几个方面:高校争夺、地方奖励和商家炒作。早在高考分数出来之前,各个高校就已经做好抢夺“高考状元”大战的准备,各种优惠政策五花八门,比如广东某高校就开出了今年广东省招揽“高考状元”的最高价12万元,同时免缴四年学费。西安某高校则拿出上百万元专款,鼓励各地高考尖子生报考该

校。还有地方的高校今年也分别提高了“高考状元”奖学金,纷纷向“高考状元”抛出诱人的橄榄枝。很多地方的“高考状元”们也可以从当地教育部门和他们的母校拿到奖励,毕竟,在很多人眼里,一个地方能培养出一个“高考状元”,就可能赢得更多的关注,提升一个

地方、一个中学在全省的知名度和吸引力,而这对于凝聚人气和资本非常重要。无法回避的一个事实是,在商家的追捧和包装下,“高考状元”已经成为消费目标,做广告、代言产品,他们所具有的市场潜力正在被全力挖掘。据说,有的“高考状元”去店铺买糖,也被商家挂出“热烈祝贺我市高考状元在

我店购买糖”的横幅广告来促销。

3年前,重庆市曾试图将“禁止学校炒作‘高考状元’”写入《重庆市国家教育考试条例》,最终因为争议较大,“管不了,也管不好”而取消;1年前,江苏省教育主管部门下令禁止公布高考排名,却引出了一堆“疑似状元”;今年高考前夕,海南、广东、江西、江苏等省市的教育部门又先后发布规定,禁止宣传炒作“高考状元”,但效果并不乐观。

每到高考季,热捧“高考状元”之风就禁而不断的根本原因,源于功利的巨大驱动力。热捧“高考状元”,既跟当前社会的浮躁症有关,又折射出教育功利化的趋向。

一些高校不惜重金争抢“高考状元”,有的其实就是借“高考状元”拉抬学校名气的指数,人为地制造“名校”之轰动效应,有的就是借录取“高考状元”的人数来彰显一所大学的知名度。一些中学热炒“高考状元”,在某种程度上也是突显自己的办学成绩,进而提升学校的地位,网罗更多的优质资源,吸引优秀生源。在一些地方,哪个学校出了

“高考状元”,几乎就成为择校的风向标,“择校费”立刻水涨船高,各方的青睐和资源倾斜纷至沓来,学校所在的地方教育部门、政府官员也因此贴了一层金,增加了政绩砝码。而商家呢,贴上“高考状元”的标签,开拓了市场,赢得了面子,挣了银子,何乐不为?

热炒“高考状元”虽然更多的是一种功利行为,但由此带来的却是严重的不良反应。由于热炒“高考状元”带来了实实在在的益处,在某种程度上势必加重一些地方牢固坚守应试教育的阵地,依然视考试、考分作为衡量学生素质的指挥棒,不仅会误导素质教育改革,还会进一步加重教育的功利性,加重择校热。

其实,要给“高考状元”降温,问题的关键不在于制定多少条“禁令”,发布多少个“通知”,也不在于媒体公不公布状元,而在于各地能不能真正推进素质教育,能不能均衡中小学的教育资源。如此,即使热炒“高考状元”,也不会成为家长们择校的风向标,最终热炒了择校,炒高了择校费,炒坏了教育公平,炒重了家庭的教育负担。

资讯速览

全国用户满意服务明星在京受表彰

本报讯(实习生周珉)由中国质量协会主办的“创建全国用户满意服务明星活动”6月19日在京召开,会议表彰了张润秋等98位用户满意服务明星、北京市非紧急救助服务中心等95个用户满意服务明星班组以及杜雨田等41位杰出管理者。

今年活动的创建主题是:“夯实服务基础,追求卓越经营”。中国质量协会会长陈邦柱指出,加快发展服务业,宏观上要构建有效促进服务业发展的政策体系,微观上则要打造各类服务行业、服务企业的优质服务能力。据悉,“创建全国用户满意服务明星”活动从2003年开始,至今已举办了七届。该活动旨在以人为本,推动企业构建和不断完善卓越的服务管理系统,培养和打造卓越的服务人员,不断为客户提供卓越的服务,使我国的服务企业更具竞争力,进一步促进我国服务业整体质量的全面提升。

使用com域名存在安全隐患

本报讯 近日,中国的域名投资人Hanson通过海外域名交易网站购得的三个域名(BQ.COM、Ycw.com、Usd.net)未经任何司法程序被境外机构强制收回,损失约数百万元人民币。据悉,这已非一起孤案,中国用户使用com域名的巨大隐患是缺乏安全性和公平性。

据了解,从中国用户手中收回域名的过程中,未让其做任何申诉或者履行司法程序。业内人士表示,即使象征性的提供中辩程序,中国用户也很难去应对海外的申诉流程。面对接连不断的“域名劫持”、“域名盗卖”等各类侵害域名持有者合法权益事件,有关专家建议中国的互联网用户,应优先选择国内的域名注册商注册和保管域名,他们能对中国用户提供更及时、优质的服务。(于雷)

新乡600多家中小企业获贷款

本报讯 在6月22日举行的支持中小企业发展推进会上,郑州中信银行等15家银行业金融机构与新乡市615户中小企业签订合同贷款,涉及金额90.58亿元。这些资金将支持和帮助中小企业更好地成长。

为了助推新乡市中小企业更好更快发展,有效强化河南省银行业机构对新乡中小企业的扶持及交流融资力度,促进地方经济金融和谐、繁荣发展,新乡市政府与河南银监局举办了此次会议。这将有有效解决当前中小企业面临的融资难、贷款难、担保难、结算难等问题,各银行业机构将积极为中小企业办理各种电子银行服务,制定中小企业个性化金融产品,建立高效的贷款审批机制,全方位、多层次支持服务中小企业发展。(李梅)

百名“长江宝宝”看世博

本报讯 粉红的帽子,白色的卡通T恤,日前,一支统一着装的由众多可爱宝宝和家长们组成的近200人的游客团队,在世博园里分外引人注目。这支特殊的“宝宝世博参观团”由上海长江医院组织发起,团里的小伙伴们有个共同的名字叫“长江宝宝”。

据悉,这些宝宝分别来自福建、安徽、吉林、四川、贵州、河南等全国各地,“宝宝团”里最小的宝宝仅仅51天,最大的5岁多。此次活动本着“欢乐世博,健康六一”的宗旨,特地在全国范围内征集了100名近年在长江医院出生的宝宝,邀请父母带着宝宝一起游世博,享受完整家庭的欢乐。(文青)

“斯巴鲁生态环保之旅”启动

本报讯 近日,由中国野生动物保护协会和斯巴鲁汽车有限公司举办的“2010年斯巴鲁生态环保之旅”活动在京启动,“2010年斯巴鲁生态环保之旅”首站活动也随之开始。

中国野生动物保护协会与斯巴鲁汽车有限公司自2008年共同成立“斯巴鲁生态环保基金会”以来,连续3年出资100万元进行基金运作,并设立了“斯巴鲁生态环保奖”,用于表彰在生态保护方面做出卓越贡献的集体、个人。今年的“斯巴鲁生态环保奖”,除用于“斯巴鲁生态环保奖”评选,还将在各地保护区建立永久性环保设施和特别紧急生态保护基金以挽救在突发自然灾害中受到威胁的动植物。(魏文)

“导致中国汽车设计师水平低不仅是教育问题,主因是汽车企业没有给设计师提供一个良好的发展平台。”

汽车设计师的职业期待

本报记者 于宛尼

“我的命运比较有趣,凡是我亲手从头到尾设计的车型都没有量产,我想一辈子能够设计一款‘挑战者’也就足够了,以后我不会再独立设计一款车型。”6月20日,全国五一劳动奖章获得者、北京市劳动模范、阿尔特汽车技术有限公司设计总监陈群一提起当年的故事,仍旧无法掩藏遗憾的痛楚。

镜头切换到2000年的北京国际汽车展上,由北京吉普产品部潜心5年自主研发的一款名称为“挑战者”的车型大放异彩,这款被称为“中国第一个自主设计制造的越野车”广受好评。

一位身形单薄的年轻人在展台上用电脑为观众展示汽车设计的过程,并把一些签名的造型效果图送给热情的观众。他就是时任北京吉普设计造型组组长的陈群一,这款车的外形主设计师。

然而,业界的认可没有给北京吉普更多信心,有关这款低端SUV的量产工作被否了。2003年的一天,陈群一孤单的背影抱着沉重的背包,带着他的荣誉证书,黯然步出北京吉普的大门。

也许,陈群一的命运太过多舛,但他的故事也折射出当今在中国作为一名汽车设计师的艰难。

汽车设计的精髓是文化

汽车设计师是从事汽车创意、设计、制作等工作的人员。陈群一说,“汽车设计师不是封闭在实验室里冥思苦想的钻研者,而是充满灵感、艺术创造者,必须具备画家、演讲家、经营者、工程师、推销员的多重气质。”

而同样在汽车行业摸爬滚打多年的广州汽车总设计师肖宁认为,汽车设计的精髓是一种文化的体现,要让厂家和消费者都能得到满意的“解读”。

在业内人士看来,一名合格的汽车设计师=30%的科学家+30%的艺术家+10%的诗人+10%的商人+10%的推销员+10%的事

业家。

据介绍,设计汽车大概分为五步,首先是草图,把车的大致轮廓勾画出来,设计者的设计理念在这里表达出来。

接下来是完善草图外加设计说明。第三步就是精细描绘,一般汽车的外形在这部分就被定下来。

第四步是内饰设计。第五步是模型制作,一般是1:5模型,这部分一般由设计师亲自出马,可以对自己作品有更好的控制。

肖宁笑称,汽车设计师的作品是与领导、消费者相互博弈的产物。因为每一个设计方案都要通过高层确定后,才开始1:1的模型制作,并在这一阶段进行定案。接下来是三维坐标测量,测量出来的数据输入电脑,进行三维模型的制作。至于底盘,一般汽车公司都有现成的平台方案,引擎会视情况而定。出来的样车一般还要经过风洞、碰撞、路面测试等才能最终上市。

中国汽车缺乏中国设计

2009年,中国汽车产销量突破1300万辆,并一举超过美国成为最大的汽车消费市场,然而,我国的汽车设计人才却极为匮乏。一份研究报告披露,北京汽车行业现有高级工程师不足500人。而在美国一个通用汽车集团就有高级研发人员几千人。

汽车市场完全开放之后,中国的汽车业竞争会越发白热化,国内国外品牌的各类型汽车会为争夺中国汽车市场这块蛋糕而发生激烈的竞争,而适合中国市场、中国国情的汽车最终会左右成败的关键。所以汽车市场的竞争会演变为汽车设计的竞争,汽车设计人才的竞争。

“目前国内的汽车设计还处于半模仿、半发挥状态,国产汽车能在市场上占一席位,凭的不是优良的设计,而是低廉的价格。”中国著名汽车设计师董瑞丰说。

陈群一不回避地说,在此阶段的中国汽



车展,成为中国汽车设计师展示成果的一个舞台。

车企业,一般都会面临着模仿、外包、收购等选择。由于信息技术在汽车设计中的广泛运用,使得模仿创新为主的汽车研发设计工作变得更加方便和快捷;技术“搭便车”的无障碍性,使得以拆卸模仿为主的“逆向研发”,成为中国汽车业主要的研发方式。

“走进4S店你会发现,越来越多的汽车都拥有这些特点:后排腿部空间、加长的轴距、节能三缸发动机、视频显示器、MP3插口等有科技含量的配置,以及相对保守的配色方案、大量镀铬装饰。这些虽体现了中国消费者的偏好,但也表明,中国的本土设计师还停留在这些简单的小改、小革上。”肖宁说,“每个热爱中国汽车产业的人都知道,这不是长久之计。”

阿基米德说:“给我一个支点,我能够撬起整个地球。”在21世纪的商业竞争中,“设计”也许就是那个支点。

中国汽车设计需要多方支持

记者曾经和上汽集团的设计总监马征有过一次偶然的聊天,“在中国做汽车设计师或工业设计师需要努力和运气,有太多太多的诱惑与无奈可以让你离开这个行业。”马征刚从中央工艺美术学院(现清华大学美术学院)毕业已有20个年头。但如今,这所中国顶尖设计学校培养的汽车设计师,却并不多,大多数人选择进入其他领域。

马征认为中国的设计院校教学水平还是不错的,但是为何这些毕业生真正在汽车厂里工作的没几个。比如清华美院交通工具设计专业的毕业生一届有15个人左右,但真正能在汽车厂里坚持做下来的只有三四个。

“导致中国汽车设计师水平低不仅是教育问题,主因是汽车企业没有给设计师提供

广东省消委近日发布的最新调查显示,纸杯抽检不合格率高达八成

一次性纸杯呼唤国家标准

本报记者 李秀玲

如今,每逢节假日、亲朋聚会、迎来送往,很多人都喜欢拿出早已备好的一次性纸杯招待客人。但是,很多人也许并没有想到这些纸杯的质量,如果?会给自己的身体带来什么影响?广州市消委会最新公布的抽检结果显示,一次性纸杯的质量达标率仅为21.4%。

一次性纸杯的使用率之高及产品本身合格率之低,让很多消费者颇为震惊,令人又一次将关注的目光集中到了小小纸杯上。

抽检:样品达标率仅7.1%

据了解,本次比较试验的28批次纸杯样品,均是由广州市消费者委员会工作人员以消费者的身份在广州各商场、超市随机购买,委托国家轻工行业纸浆质量监督检测广州站,依据相关企业生产标准,对纸杯产品的外观、容量等项目进行测试。

结果显示,28批次纸杯样品达标率仅7.1%,内在质量达标率为21.4%。其中有9批次样品杯身挺度不达标;有19批次样品脱色试验不达标;有24批次样品标识标注不符合标准。

广州市消委会发布的信息显示,质量不达标的纸杯主要存在杯身挺度不够从而使人体容易烫伤、杯身有荧光性物质残留危害人体健康、杯身油墨容易脱落进入人体等严重问题,另外产品标识标注不符合标准的问题也普遍存在。

此前社会相关部门所做的检测均表明,国内市场上一次性纸杯合格率一般都很低。

选购:市民挑选多凭手感

广州纸杯质量堪忧,那么北京市场上销售的一次性纸杯质量如何?

6月20日上午,记者到北京市的几家超市、小商品批发市场进行了调查,发现市面上



小小纸杯质量令人忧心

销售的纸杯质量良莠不齐。

在北京市西城区一家超市,记者看到这里摆放的纸杯品种不下10余种,同样是100只装的价格从几元钱到二三十元不等,这些纸杯包装上面有的标着原浆纸制作,有的标着竹纤维制作,上面大都有“质量可靠,放心使用”等字样。而在一些批发市场销售的纸杯看上去就粗糙了许多,有的标注不全,有的摸上去软软的,闻着还有一股刺鼻的气味。

2009年5月,国家质量监督检验检疫总局发布了《关于开展食品用纸包装、容器等制品生产许可证无证查处工作的公告》。根据规定,从去年9月1日起,所有食品用纸包装、容器等必须通过QS(企业生产)许可证认证才能使用和上市销售,否则,将予以查处。但实际上,很多消费者并不知道这样的规定。

一位正在购买纸杯的张女士告诉记者:

“我买纸杯首先是摸摸是否厚实耐用,然后就是看纸杯外面的图案,质量差不多,就选一个自己喜欢的图案,至于是不是有QS标志,我还从来没注意过。”

走访几家超市后记者了解到,多数市民在选购纸杯时都是用手摸一摸,只有少数消费者会闻一闻纸杯有没有异味,很少有消费者买纸杯时会刻意去看是否有QS标志。

专家:不合格纸杯危害大

国际食品包装协会常务副会长董金狮在接受本报采访时介绍说,目前我国一次性纸杯销售量已达到每年80亿只,且以年增长40%的速度上升。很多消费者之所以喜欢用一次性纸杯,是认为它便宜、卫生又环保,甚至把它看成是一种生活的时尚。

但事实恰恰相反,使用一次性纸杯是既不卫生、不便宜也不环保,不是什么生活的进

步,而恰恰是消费行为的倒退。

董先生算了一笔账,如果一个杯子一角钱,100个杯子就是10元钱,那1000个杯子呢,如果算一下长远的账,这种杯子就不便宜了。如果换成瓷杯,外加一个几百元的消毒柜,看似一次性投资多了一点,但长远看,还是便宜的。

至于卫生,董先生介绍说,现在普遍使用的纸塑杯,外面是一层纸,里面是一层淋膜纸,这是一种内聚乙塑料膜。聚乙烯是食品加工中最安全的化学物质,但如果选用的材料不好或是加工工艺不过关,在聚乙烯热熔或涂抹到纸杯的过程中就会产生裂解变化,产生有害物质。

另外,有些企业违规使用工业塑料,为了增加杯子韧性和刚度,添加增塑剂,卫生状况难以保证。许多地下工厂和小作坊制造的纸杯有害物质超标。如果一次性纸杯使用的是劣质纸浆,在生产过程中还需要添加荧光漂白剂,有致癌危险。

此外,纸杯上花花绿绿的颜色也是“元凶”。据国家印刷装潢制品质量监督检验中心公布的资料显示,很多纸杯厂家采用非食品级油墨,含非常容易挥发的苯,而苯有致癌的危害。

针对一次性纸杯有的没有保质期,有的保质期一年,有的两年,有的甚至三年的情况,董金狮说:“同样是一次性纸杯,为什么保质期相差那么大?”一次性纸杯的保质期与纸杯本身质量、包装质量以及储存条件等有关,储存不当就会导致发霉。

更应指出的是,原浆纸本身就是巨大的资源消耗品。生产一次性纸杯,连同一性纸杯子、一次性餐盒,每年需要砍伐难以计数的树木,排出难以计数的造纸废水,用掉难以计数的化工原料……如果仅仅考虑到便利和“提

高生活质量”,将来势必付出更高的环境资源代价。

董先生建议消费者慎用一次性纸杯。如果要用纸杯,也应选择杯壁厚实、硬挺的,且最好只装冷水,千万不要购买“三无”纸杯。

呼吁:应制定国家标准

“目前国家备案的纸质食品包装企业有2000多家,没有备案的小作坊估计要加个零。”来自国际食品包装协会的权威数字显示,“即使在备案的2000多家企业中,也只有200多家拥有许可证,绝大多数企业都没有获证。”

现在,一次性纸杯只有行业标准,没有国家标准,而行业标准只是推荐性的,不具有强制性,这种状态是导致一次性纸杯市场鱼龙混杂的直接原因。例如,目前我国的纸杯生产企业大都执行QB2294-2006行业标准,但在这个标准中,对油墨的使用并没有要求,于是有些企业就钻空子,为了降低成本,使用有毒劣质油墨印刷纸杯,导致使用了含有苯、甲苯等有毒溶剂的劣质油墨纸杯得以堂而皇之地流入市场。

国家已对食品用纸包装加大监管力度,但对一次性纸杯的监管还需加强。按照国家相关规定,凡加工塑料餐具、容器、食品包装材料,不得使用回收塑料。但由于目前一次性纸杯还没有统一的国家标准,有的企业使用回收的废纸生产,有的企业为节约成本,甚至使用回收的废弃聚乙烯、医疗垃圾及装过农药、油漆等有害物质的包装材料作为纸杯的再生加工原料。

为此国际食品包装协会常务副会长董金狮呼吁,国家有关部门应尽快出台一次性纸杯国家标准,以规范行业健康发展,让消费者能够放心消费。