

## 《“高考父子兵”要去上大学了》追踪

# 45岁上大学,“我自信满满”

本报9月13日讯(记者 于荣花) 8月15日,本报报道了《“高考父子兵”要去上大学了》一文,13日一早,“高考父子兵”中的父亲王宝峰赶往西安,准备15日的开学报道,他的儿子王旭东已于八月下旬左右入校。

13日下午,记者电话联系到王宝峰,“我们马上就要到西安了。”电话那头传来王宝峰爽朗的笑声,“15号我去学校报到,这两天还有当地媒体要采访我。”

当问及有没有担心年龄的差距

会给自己的大学生生活增添很多烦恼时,王宝峰笑着说:“我自信满满,因为我画了30多年的国画,底子好,我的专业又是国画,学习肯定没有问题。”说到开学后如何积极表现,王宝峰告诉记者,“我到了学校之后还要争先进呢,军训的时候我就要积极一些,争取做我们班的领队。毕竟我之前是军人,是西安陆军学院毕业的。”

考虑到年龄的原因,跟新同学沟通会有难度,王宝峰本来准备大

学期间要租房子住的,“但是我现在改变想法了,我要跟他们一起住集体宿舍。一是为了更好地融入那个集体,跟同学更好地交流,要像复读的时候一样跟同班同学打成一片;另一方面是在学校有更多的机会跟教授们一起学习,更好地提升自己的画画水平,这才是最重要的。”

王宝峰告诉记者,他的儿子王旭东已经早他半个月左右进入厦门大学进行深造,45岁的王宝峰也将在15日正式成为大一新生。



## 三箱多假手帕纸被依法没收

本报9月13日讯(通讯员 高健 记者 于荣花) 乍一看包装跟“心相印”纸巾很像,仔细观察却发现,外包装上打印的编码、网址、生产商代码都是伪造的。9月13日,彭李派出所工商执法人员在滨州学院金座购物广场超市内查处了三箱多的冒牌“心相印”手帕纸。

13日上午,彭李工商所接到群众举报,说位于滨州学院内的金座购物广场超市内卖的“心相印”手帕纸是假冒伪劣产品,希望工作人员能进行查处。上午11点左右,记者跟随工商执法人员来到滨州学院的金座超市。

在超市内,记者发现,商品展示柜里摆放着几条粉红系列的“心相印”手帕纸,每条10小包,标价为2元钱。从纸巾外包装看来,跟平时见到的“心相印”手帕纸很像。“不仔细辨别是看不出来的。”“心相印”纸品驻滨州办事处工作人员张先生告诉记者,该超市所售的此种手帕纸外包装上可以明显地看到他们打印在包装上的生产日期和编码,“其中编码是不对

的,我们根本就没有这个编码,这是他们生产假冒产品的厂家自己造的。”

张先生告诉记者,“还有一个很重要的一个辨别方法是,这个手帕纸的正品售价在超市里在6元左右,这个却只卖2元钱。”张先生打开其中的一包手帕纸,抽出来之后发现,纸张表面有很多细小的白色粉末,“正规厂家生产的此类手帕纸是多层的,这个只有薄薄的一层。而且很容易撕烂,表面也很粗糙。”

随后,工商执法人员检查了该超市的仓库,发现了三箱库存,每箱45条。“加上仓库外的一部分,总共是三箱零25条。”工商执法人员告诉记者。在对该超市进行营业执照检查的过程中,工商执法人员还发现,该超市营业执照上所标注的超市名称和店主姓名与现在的超市名称和店主信息并不相符。

彭李工商所工商执法人员依法没收了所售手帕纸存货,并将以“涉嫌无照经营和销售假冒伪劣商品”进行处罚,“情节严重的话还要予以取缔。”工商执法人员说。

## 安全上学

明德小学今年购置了4辆校车,接送偏远村的学生们上学。校车接送孩子上学安全又放心,成了惠民县姜楼镇许多学生家长最高兴的事。 本报通讯员 赵秀峰 高立国 记者 王晓霜 摄影报道



## 教辅材料五花八门,仅一科就达几十种

# 咋买辅导书,家长犯迷糊

本报9月13日讯(记者 张牟辛子) 新生开学后,为孩子挑选教辅材料和工具书成为家长最头疼的事情,面对市面上种类繁多教辅书,不少家长挑花了眼,也犯了愁。

近日,学生开学后,家长们纷纷利用中秋和周末的假期到书店为孩子购买工具书和教辅材料。12日,记者在位于黄河三路的新华书店里看到,前来购买工具书和教辅材料的家长络绎不绝。新华书店的工作人员告诉记者,学生开学后教辅资料和工具书卖的特别好,“因为新课本也拿到了,具体学些什么也都清楚了,而且老师们也会给一些买书的建议,所以都赶在现在来买了。”另一位工作人员也表示,现在卖的最多的就是英汉词典一类的,有时候还会断货。

在众多前来购书的家长中,记者

看到一对夫妇手里拿着纸条正在为孩子挑选英汉大词典,这对夫妇告诉售货员,孩子今年上高中,怕自己买错了,所以特意写了这张纸条,点名要哪一种,照着来买就行了,“但是没想到同一种还有这么多的版本,而且还有3个大小不同的型号,这可该买哪一本呢?”最后在书店工作人员的推荐下,该家长买了现在大多数高中生购买的一本英汉大词典。

在教辅书的书柜上,记者仔细数了数,初中仅英语教辅书就有65种,高中的英语教辅书共有61种,英汉词典有68种,就连小学的奥数辅导书都有16种。一位正在为孩子挑选教辅书的家长表示,这么多的教辅书和工具书,花样还这么多,“都挑花眼了,不知道该买哪一本。”现在为了孩子学习,有些家长们一次性购买了3、4本厚厚的

工具书,记者在书柜上看到仅一本英汉大词典的定价就是98元。在另一家新华书店内,一位给孩子买教辅资料的家长表示,多买几本比较全面,孩子用起来也很方便。

针对家长和学生纷纷购买教辅资料 and 工具书的情况,记者咨询了滨州市滨城区第一中学的徐楠老师。徐老师告诉记者,现在市面上的教辅资料和工具书的确非常多,但是现在学校里不允许卖给学生的课本以外的学习资料,“有些工具书可能学生在学习中的确需要,所以才会购买,但是一定要根据自己的需要来购买这些工具书,以免造成不必要的浪费。”对于种类繁多的教辅资料,徐老师表示,学生在购买教辅资料之前,可以先和该科目的老师进行沟通,听取老师的建议,并结合自身的实际情况来购买。



## 私设电子广告屏做广告也违法

本报9月13日讯(通讯员 王晓平 董海 记者 于荣花) “在自家的门口发广告也违法?”面对执法人员的询问,一脸雾水的酒店老板不解地问。近日,邹平县工商局在开展的整治违法广告专项行动中,查处了一起酒店未登记擅自在其经营场所利用电子显示屏发布广告案。

7月底,邹平县工商执法人员在巡查中发现,一酒店门外有电子显示屏,并且还有流动字幕广告显示,并做不定期更换。经工商工作人员调查后得知,该酒店为扩大宣传、招揽生意,于两个月前在酒店门庭外设置了电

子显示屏,但是并未进行《户外广告登记证》登记。当执法人员依法对酒店老板进行询问、记录材料时,酒店老板竟不知此行为已经违法,并提出质疑:“在自家门口发广告也违法么?”

近日,该局执法人员根据《户外广告登记管理规定》第十八条“未经登记擅自发布户外广告的单位和个人,由工商行政管理机关没收违法所得,并处以三万元以下罚款,限期补办登记手续。逾期不补办登记手续的,责令停止发布”的规定,责令酒店老板立即停止违法行为,限期补办登记手续,并依法做出了相关数额的罚款决定。



## 中秋一过,螃蟹身价暴跌

本报9月13日讯(记者 朱耕平) 俗话说:“八月十五,菊黄蟹肥。”中秋时节是吃蟹的好时候,螃蟹价格也是随着人们购买热情的高涨一涨再涨。但中秋刚过,螃蟹价格就一路下滑,有的价格甚至比节前便宜了一半。

中秋节刚过,一些大型海产品批发市场和水产品摊前的人流量减少了很多。9月13日,记者在滨州六街水产批发市场了解到,半斤一个的螃蟹,在中秋节当日还卖90元一斤,现在就降到70元一斤了。

一家专门批发螃蟹的摊主刘女士告诉记者,从9月6日开始,水产市场上的螃蟹就开始涨价,到中秋节前两天,因为买螃蟹送礼串门的增多,螃蟹价格也随之一路飙

升,差不多半斤一个的母梭子蟹,价格从55元左右一斤猛涨到120多元一斤。而中秋一过,螃蟹价格一降再降,13日她家的梭子蟹就已经降到了70元一斤。

当记者询问价格会不会继续下降时,刘女士告诉记者,降价是必然的,“中秋过了,螃蟹价格会一直往下降的,如果想买便宜的螃蟹自己家人吃,还是不要选择今天了,再过一两天来,保准少花很多钱就能买到肥螃蟹。”

另一家专门经营螃蟹等海产品的经理告诉记者,他们家肥母螃蟹已经降到60元一斤,大小螃蟹一样钱,不过越大的螃蟹肉越少,相比小一些的就划算了,现在买螃蟹比中秋节前便宜,而且也更肥了。

## 滨州车市:王者风范

# 2011款登峰版CR-V上市品鉴会

本报讯 据悉,2011年9月10日,东风本田滨州鸿达店将在4S店内隆重举办2011新款登峰版CR-V上市品鉴会,并诚邀新老车主朋友共同鉴赏全新2011登峰版CR-V带给您的行业标杆全新体验。

此次上市的全新2011登峰版CR-V,新增多项智能配置,精湛的工艺融合了人性化尊贵的感受设计和多项前瞻的高端科技配置,使其性价比更加突出,将继续引领风潮,牢牢占据城市SUV销量第一的王者地位。

作为国内城市SUV品类开创者,CR-V上市即引领风潮,诞生便风华绝代,一直占据城市SUV领头羊地位。得益于东风Honda精品战略,CR-V上市以后以品质稳扎稳打,奠定了城市SUV市场的坚实基础。“群众的眼睛是雪亮的”,好的产品消费者用购买来表扬,当前,CR-V不仅已经连续4年摘得全国SUV销量冠军,而且在全国众多城市成为保有量冠军,从品类开创者到全国销量冠军,区域保有量冠军“双冠王”,这在国内车市并不多见,从这个意义上说,CR-V树立的不仅仅是城市SUV

行业市场标杆,还是中国车市的行业市场标杆。

市场优势源于品质优势。在C-NACP和J.D.Power的相关评选中,CR-V取得了SUV产品中的最优结果,荣获J.D. Power中国新车质量调研报告第一名,及C-NCAP安全碰撞史上最高分——50.6分(满分51分)。“销量第一、安全第一、省油第一、质量第一、魅力第一、环保第一、保值第一”七个NO.1的光彩成绩,铸就了CR-V强大的产品力和良好的用户口碑,使得CR-V不仅在和其他SUV竞争对手相比时拥有绝对领先优势,同时还抢走了不少中高级轿车的潜在用户。可以说,七个NO.1的光彩成绩成就了CR-V的产品价值标杆。

CR-V不仅仅是一款车,更是一种生活形态。在上市之初,CR-V就以轿车的舒适性、MPV的大空间和SUV的通过性“一车多用”功能诉求满足消费者多种生活形态的需求。随着城市SUV市场的逐渐发展,CR-V在车主心目中,不仅仅局限于功能上的满足,更是情感上的共鸣。超过

40万的CR-V车主所代表的热爱生活、懂得生活、保持年轻心态的生活方式,成就了CR-V城市生活标杆。

2010年,SUV市场首次突破百万辆,开始摆脱小众市场桎梏,成为消费者购车首选之一,而根据成熟汽车市场情况,SUV车型一般占据15%汽车市场份额,可见国内SUV市场上升空间依然巨大。作为代表城市SUV主流审美价值观的CR-V,也必将凭借市场先行者和领先者地位树立的行业市场标杆,产品价值标杆和城市生活标杆三大优势,以及“双冠王”所形成的强大口碑,继续引领市场主流。恭迎阁下莅临,共赏品质魅力!9月购CRV登峰版更有6重大礼相送!

## 花月佳期婚纱店

婚纱,礼服出租、出售,量体订做,新娘化妆,跟妆,皇冠项链,发箍。

地址:黄四湖九、十路之间路北 电话:13954398594 彭经理

