

话还不会说,就要学英语

3岁娃娃花万元学英语遭质疑

本报9月20日讯(记者 王笑) 每课时200多元的“一对一”英语辅导竟在两岁的孩子中火热起来。20日,记者走访多家英语培训机构发现,还有家长带着2岁左右的孩子到英语培训机构报名。对此市民质疑,连普通话都讲不利索的孩子就学英语,学习效果令人堪忧。

市民林女士的孩子只有2岁零8个月大,为了让孩子赢在起跑线上,林女士打算给孩子报幼儿

英语培训班,先学学字母找找感觉。日前她所看中的幼儿英语培训课程每堂课220元,一次2个课时,按照林女士每周末均要上课的计划,一个月下来其学费就要3500多元。林女士告诉记者,她还花了几千块钱买了各类幼儿英语教材和点读机等供孩子学习英语,光在孩子的外语培训中就花费了不下万元。

20日,记者从岛城多家开设幼儿英语培训项目的机构获悉,

学龄前英语培训报名火爆,课程期期爆满,而在参加学习的孩子中,3到4岁大小的低龄宝宝并不在少数。在香港中路某英语培训机构外,前来咨询课程的张女士称,起初觉得让孩子早点接受英语教育很重要,但自己陪3岁半的孩子上过一堂英语课后才发现,全英文的课堂教学连自己都听不懂,更别提一头雾水的孩子了。

采访中多位岛城市民表示,三四岁的孩子连话还没说利索就

开始学英语,学习效果令人堪忧。过早的学习英语是否会对母语汉语的接受造成影响?例如,出现孩子混淆英文字母与汉语拼音等问题。对此某培训机构少儿英语部的孙老师称,对于3岁左右孩子的英语学习还是要以兴趣培养为主,并且要结合孩子自身的接受能力,切不可盲目贪多,此外家长还可通过播放英文歌曲等方式为孩子创造环境,让孩子在生活中轻松实现英语学习。

路费只要低于差价
市民热衷外地淘宝

本报9月20日讯(记者 孟艳) 为了买件皮衣,连续多趟到海宁皮革城,招远皮革城看料子,砍价格,为了买婚纱多次跑到江苏去淘宝。近日,记者采访发现,由于一些地方的特定产品价格较低,除去来回路费,购物差价也能达几千元甚至万元,吸引越来越多的市民到外地购物淘宝。

20日,市民李女士打算24日去烟台招远皮革城购买早看好的皮衣。李女士表示,她在皮革城看好一件水貂皮大衣,原价3万元打4折,还有商量的余地。“大约1万元能拿下来。”李女士说,这次去招远就打算把这件大衣买下来。“这个水貂皮大衣,在青岛的海信广场,阳光百货也标价3万元,但最多打8折。”李女士说,虽然外地购物路费近2000元,但是水貂皮大衣的差价在1万多元,还是非常值得的。

记者采访了解到,除了差价较大的皮衣外,只要是某个地方特定的产品有了名气,就会吸引不少市民前去淘宝。青岛国际旅游集散中心副总经理刘增平表示,随着市民消费观念的转变,外地购物也越来越流行,就好像现在人们非要花上能买好多斤樱桃的车费,去樱桃园吃樱桃一样,市民购物也想体验现场感。

葡萄酒 教你酿

20日上午,在青岛葡萄酒博物馆出口,参观的市民可以领到免费的酿酒葡萄,工作人员还现场讲解自酿葡萄酒的方法。当日,市民通过品尝鲜食葡萄和酿酒葡萄,学习葡萄酒的酿酒方法,了解葡萄酒文化。

本报记者 杨宁 摄



市南区特色餐饮成全国样板

荣膺全国首个文化餐饮示范区

本报9月20日讯(记者 刘玉彩 通讯员 张旭霞) 21日上午10点,伴随着颁牌仪式的结束,中国饭店协会将正式授予青岛市市南区全国首个“中国文化餐饮示范区”称号。这标志着市南区在餐饮业“转方式、调结构”,推动特色文化餐饮发展工作走在了全国前列,市南餐饮形式上海纳百川,特色上百花齐放,规模上区域集聚,成为“中国文化餐饮”的领航者。

全国百强餐饮
市南有7家

在市南区30多平方公里的行政区域内,星罗棋布着3000多家或大或小的餐饮机构,汇集了众多国内外知名特色品牌,拥有正餐、快餐、茶楼、果饮、休闲酒吧等丰富的餐饮业态,集中体现了岛城的餐饮特色,积淀了丰厚的餐饮文化内涵。

从2008年开始,适逢奥帆赛举办之际,市南区打造出“旅游看奥帆基地,美食到市南名店”的服务品牌,开展了一系列年度文化餐饮名店的评选活动。同时制定《市南区“文化餐饮名店”管理规范》,严格实施动态监管,不断提升名店的规范化服务水平,树立百家“文化餐饮名店”规范服务、绿色消费、健康餐饮的标杆形象。健全百家“文化餐饮名店”动态复评机制,健全社会监督机制,完善包店到人服务模式,不断

提升名店的品牌价值与档次;整合辖区商务、旅游、文化休闲等相关资源,持续推出名店、名菜、名师等行业品牌,形成了“一个主体品牌、多种特色品牌”的餐饮业发展格局;发挥行业协会桥梁纽带作用,先后开展绿色厨房观摩、餐饮业发展论坛等业界交流活动近10次,积极引导“绿色餐饮”和健康消费,鼓励餐饮企业建立绿色蔬菜培育基地;大力推广电子点餐、实时结算、物控管理、“五常法”经营等现代化餐饮运营模式,促进餐饮业的转型升级。

经过三年的培育,“百家文化餐饮名店”这一服务品牌已经深入人心,其中,已发展为全国百强餐饮企业7家,国家级品牌餐饮企业30家,省市级知名餐饮品牌50家,名店品牌含金量稳步提升。目前,百家“文化餐饮名店”实现区级税收占区域餐饮业税收总量的42.43%。在评选出的百家文化餐饮名店中,经营青岛风味为主的有59家,经营京菜、东北风味等其他北方菜系的有4家,经营川湘、闽浙、粤、台湾风味的有20家,火锅类有6家,共占名店总数的89%;经营各类异国餐饮11家,占名店总数的11%。百家名店菜系覆盖更广,更加注重健康和养生,呈现出特色鲜明、百花齐放的发展格局,满足了不同层次的美食消费需求。

餐饮品牌
处处飘文化韵味

在品牌方面,市南餐饮业注重打造自己特色品牌,引领全国品牌企业入驻市南。在菜品文化方面,市南区各餐饮企业各显神通,真材实料、精工细作,推出了风味独特的各色菜品。其中海梦圆大酒店公司建立了自己的有机蔬菜基地。在传承经典菜品的同时,现在市南区几乎每一家具有一定规模的企业都建立了自己的研发中心,适时推出创新菜肴。在店面装修方面,兰公馆、江宁会馆、中山路一号等多家店面装饰设计独特,新颖别致,从不同的角度传达着餐饮空间的文化信息,并为消费者带来了不同的情感体验。

在多元化方面,青岛与上海相同,也是一座海派城市。而海派城市最大的特点便是具有超强的吸纳能力。在继承和交融中,市南区餐饮业形成了海纳百川的文化特色。目前,市南餐饮已经涵盖了中国八大菜系和谭府菜、京菜、火锅等十余个流派,集聚了西餐、日韩、东南亚、南美等多种富有民族和区域特色的异国风味美食,吃最正宗的各地美食到市南,成为了岛城美食家的共识。在服务文化方面,就餐就是“吃服务”,成为打造文化餐饮名店不可或缺的重要一环。各企业争推亲情服务,中



国传统文化《弟子规》等被导入了企业文化精神中。

市南餐饮文化样板
将全国推广

记者了解到,青岛市70%以上的餐饮企业位于市南区,餐饮业高度集中成为市南区一大特色。目前,市南区已建成的“老街区”、“时尚闽江”、“佰优坊”三大主题商圈均以餐饮为主营业态。三大主题商圈呈现两极分布、中轴辐射格局,为发展特色餐饮提供了强有力的支撑,餐饮业的集聚发展又大幅提升了商圈的商气人气。同时,规划中的四大餐饮集聚区在市南区已现雏形,即西部旅游餐饮服务区,中部高级旅游酒店、酒吧集聚区,东部沿海高档商务酒店

集聚区,香港中路以北特色餐饮集聚区。四大集聚区主题鲜明,互通互融,形成了功能互补、梯次发展的大餐饮格局;以项目载体和主题商圈为依托,积极引进发展优势明显,辐射力强的知名特色餐饮企业,带动餐饮业结构优化和能级提升。银海大世界和奥帆基地形成了新的高档餐饮和异国风味餐饮集聚地,先后引进净雅、大宅门、俏江南、银座佳驿连锁酒店、采蝶轩等一批知名、高端、特色餐饮百强企业,为区域餐饮业发展引入更先进的管理服务理念,有力带动了整个行业发展能级的持续提升。

市南区突出“新、活、多”,深入打造百家“文化餐饮名店”,以文化引领产业高端发展的创新措施,引起餐饮界的

广泛关注,中国饭店协会高度重视,专门派专家组进行实地调研。专家组认为:市南区政府主导、文化引领、高端定位、规划先行,形式上海纳百川,特色上百花齐放,规模上区域集聚,这种“抓点、促线、带面”立体联动发展的做法,对引领未来中国餐饮业发展方向具有非常重要的借鉴意义,应向全国推广。结合考评专家意见,经中国饭店协会研究决定授予青岛市市南区全国首个“中国文化餐饮示范区”称号。

下一步,市南区将借助打造西部“青岛国际航空服务区”和“中山路”百年老街商业旅游区的有利时机,重点引导名店到西部连锁发展,加快提升西部餐饮规模和档次,实现全区餐饮业东西部均衡发展。