

山东

山大与济南市政府签署战略合作框架协议, 校长徐显明表示——

“山大中心在济南, 不会变”

本报济南1月18日讯(记者 杨凡 通讯员 王海华)山大将开建青岛校区的消息让各界对山大未来的发展方向强烈关注。18日, 山东大学与济南市政府战略合作框架协议签署。济南市委副书记、市长张建国和山东大学校长徐显明代表双方签字。徐显明表示, 山大中心

在济南, 不会发生变化。追溯山大发展历程不难看出, 济南和青岛两个城市对山大有着格外重要的意义: 1901年, 山东大学诞生于济南。1928年, 济南惨案发生后, 山大从济南迁到青岛。1958年, 山大又从青岛迁回济南。在济南复办半个多世

纪后, 山大重新规划建设青岛校区, 预计今年春天开工, 2013年招生。山大未来的中心会再次发生变化吗? “这个协议的签署, 表明了山大对待济南的态度。”山大校长徐显明在签署与济南市政府战略合作协议时表示, “山大现在地处济南, 山大的中心在济南, 这

是历史的选择, 也是未来的选择, 这个中心不会发生变化。”根据协议, 双方将打造以创新驱动为特征, 政产学研结合的济南山大名城名校合作新模式, 实现市校一体化发展。双方商定在发展战略和规划, 战略性新兴产业、服务业发展, 现代农业, 科技合

作和创新平台建设, 大学科技园建设, 人才培养和教育合作, 医疗卫生, 社会文化事业等九大领域开展紧密合作。其中, 济南市将山东大学的发展纳入全市“十二五”国民经济和社会发展规划, 全力支持山东大学创建世界一流大学。积极对接山东大学的教

学、科研、人才优势, 加速科技成果转化。山东大学将全面参与济南市的社会经济发展, 从学科建设、人才中心培养、科学研究等方面全方位与济南市的总体发展战略接轨, 密切配合济南市经济和社会发展的需求, 促进省会现代化建设。

来买东西也得交管理费

日照一果蔬批发市场规定真“牛”, 连收据都要收0.1元工本费

本报日照1月18日讯(记者 王倩)市民到市场上买水果, 竟然也要交购买总额2.5%的管理费。日照金阳果蔬批发市场的这一项管理规定让顾客感觉很“牛”。

18日上午, 日照市民王女士到金阳果蔬批发市场购买水果。经过一番挑选之后, 王女士选中了红毛丹、圣女果两种水果, 批发商给出的价格为红毛丹8元每盒, 圣女果16元每箱。

王女士交钱时, 批发商开了一张24元的收费单, 并让王女士到市场收费处交费。王女士递给收银员25元钱, 对方只找了0.2元, 就在她纳闷之时, 工作人员称, 0.8元是买方手续费和工本费, 他们所提供的单据上也都有说明。

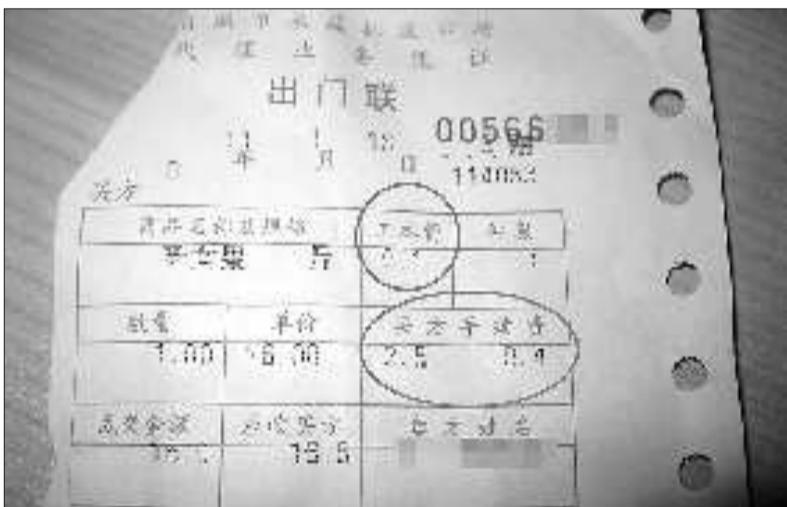
王女士仔细看了看单据才发现, 单据上果真有“买方手续费”和“工本费”栏。当她要求工作人员解释时, 工作人员只说“都是这样收费的, 手续费买方按2.5%收, 卖方按3%收, 这就是市场管理费。”

记者在一张单据上看到, 单价为16元的圣女果收取2.5%的手续费0.4元。其中还有一项收费项目为“工本费0.1元”, 成交金额为16元, 实收买方16.5元。

金阳果蔬批发市场工作人员告诉记者, 市场就是这样规定的, 无论买卖双方, 都得交手续费, 买方按2.5%交, 卖方按3%交, 这就是市场管理费。此外, 每张交费单据还要交0.1元的工本费, 这也是出门凭证。每张单据只能开一种水果, 买几种水果就要开几张单据。

记者在市场上看到, 春节临近, 不少居民到市场上批发水果备年货, 也有一些附近居民图便宜到这里买。但是不管是批发还是零买, 都要交纳手续费。不少人在得知购买水果也要交纳手续费后表示不能接受, “跑了这么远, 就是图便宜, 我们就不明白为什么买东西还要交管理费?”

也有市民算了一下, “交了手续费, 还是比外面水果的价格要低一些, 这可能就是市场‘牛’的道理。”一位交完费用的商贩无奈地说: “交钱也得来, 要不去哪里批发? 交的钱只能转嫁到零售价上。”



批发市场为顾客开的单据, 里面含有工本费和买方手续费(圈内)。记者 王倩 摄

物价部门: 没有这么个收费项目

对于到金阳果蔬批发市场买东西都要交手续费的情况, 日照市物价局收费管理科相关人员表示, 目录上并没有这个收费项目。

日照市物价局收费管理科工作人员介绍, 自从取消工商部门的集贸市场管理费后, 市场上就没有什么行政事业收费项目了。记者所提到的“买方(卖方)手续费”, 他们目

录中也没有这个收费项目。这种收费现在属于市场行为, 具体归哪个部门监管, 并没有明确规定。

记者了解到, 日照市人民政府在今年1月6日下发了《关于稳定居民消费价格总水平, 保护群众基本生活的通知》, 其中第二条“促进市场流通”第6小条明确提出, “降低市场经营费用, 进一步规范和降低集贸市场

摊位费和超市进场费, 支持市场减免业主经营费用。”

据了解, 金阳果蔬批发市场属于日照较大型的水果批发市场, 平时来市场批发的大多是一些小商贩, 他们每次都要交纳这些费用。大家表示, 虽然是市场经济了, 但这种收费方式确实有点霸道, 因为要想不交只能不买才行。本报记者 王倩

我省救助 30万特困家庭

本报济南1月18日讯(见习记者 李钢)18日, 由山东省慈善总会和济南慈善总会联合发起的“情暖万家”——特困群众生活补助项目在济南举行发放仪式。全省慈善系统共支出善款14999.5万元救助全省特困家庭316006户。

困难群众可携带本人身份证及村(居)慈善联络站开具的贫困证明, 到乡(镇(办事处)慈善分会报名, 并填写《特困人员救助申请表》。

重点优抚对象 生活补助提高

本报济南1月18日讯(记者 刘红杰 通讯员 王海红)近日, 省财政落实资金近7500万元, 再次提高了重点优抚对象抚恤和生活补助标准。

据介绍, 残疾军人(含伤残人民警察、伤残国家机关工作人员、伤残民兵民工)的残疾抚恤金、烈属的定期抚恤金、在乡退伍红军老战士的生活补助标准, 约提高了10%。

提高在乡复员军人生活补助标准, 使其生活达到当地农村居民平均生活水平; 提高符合条件的带病回乡退伍军人、参战退役人员、涉核人员等生活补助标准; 提高建国前加入中国共产党的农村老党员和未享受离退休待遇的城镇老党员生活补贴标准。

热点追踪



养元·六个核桃 “智者大成”!

“智者先机而作, 智者见机而行, 智者专一专注”。河北养元公司就是这样一支独具慧眼、勇于担当的智者团队。一个敢于并善于从平凡中奋起的行业先锋。

“六个核桃”作为河北养元公司的创新品牌, 以技术创新和精准定位, 发起并引领了一场深刻的消费变革: 推动植物蛋白饮料完成了升级换代; 以好喝、有益大脑健康、方便、适用人群广泛的产品特点, 将人们食用不便的核桃干果成功融入了现代生活, 缔造了中国饮料史上“六年, 从0到15亿”的销售传奇。

用脑的常态化和日趋激烈的社会竞争环境, 使得人们的健脑意识迅速增强, 这种消费变化成就了养元·六个核桃的“大成”。

市场经济的快速发展和日渐成熟, 使竞争成为一种社会常态, 无论是企事业单位领导、职员、白领, 还是在校的学生, 都面临着激烈的竞争, 都需要经常用脑。这种生活变化使得人们的健脑意识迅速增强, 并产生了很强的消费新需求。

核桃又称“万岁子”, 在杏仁、花生、松子、榛子等众多干果中, 以营养价值领先和有益大脑健康, 享有“干果之王”的美誉, 历来为经常用脑人群所推崇和厚爱。传统中医学的“以形补形”理论也进一步说明, 核桃形似人脑, 有益大脑健康。科学研究结果表明, 核桃有益大脑的真正原因是核桃仁中富含磷脂, 磷脂在体内通过转换能够起到活跃大脑神经的作用, 从而使人体保持充沛的精力和良好的记忆力。养元·六个核桃很好的满足了人们经常用脑带来的消费新需求, 自然受到了人们的普遍欢迎和热烈追捧。

技术领先, 专业专注, 是六个核桃“大成”的一个重要原因

据专家介绍, 核桃虽好, 但直接吃核桃却不是最佳的食用方法, 直接吃核桃会有“辣儿涩”、“难咽”、“费时”、“营养得不到全面吸收”等问题, 养元·六个核桃的异军突起, 一个重要原因就是其通过技术创新解决了人们直接吃核桃的这些问题。

河北养元公司是中国核桃乳饮料行业的先行者和领军者, 多年来一直专注于此, 在业界素有“核桃饮

品专家”的美誉, 其2005年自主创立的[5+3+2]核桃饮品生产工艺, 不仅有效解决了核桃的“涩”和“腻”, 而且使丰富的核桃磷脂更有益大脑吸收, 从而将人们食用不便的核桃干果, 变身成为“既好喝, 又营养, 还方便”的日常饮品。正是由于养元公司的专一、专注和专业, 才成就了六个核桃的快速崛起。

央视黄金时段热播的六个核桃广告, 对六个核桃的“大成”起到了很好的助推作用。

中央电视台黄金时段热播的

六个核桃广告, 以唯美的画面、著名主持人“鲁豫”的倾情推介、中国驰名商标的信任状, 很好的提升了六个核桃在人们心目中的品牌形象, 也使得六个核桃的销售愈加的大爆, 这也难怪在街头巷尾、餐馆酒店、超市卖场, 甚至学生的课桌里, 都随处可见六个核桃的身影。以至于现在连上幼儿园的小孩都知道“经常用脑, 多喝六个核桃”。

时下春节即将到来, 无论是看望领导、师长, 还是亲朋好友, 养元·六个核桃都是智者“聪明的选择”。