

记者跟随国务院第六督查组前往调查

以教育信息化为名牟利须严查

针对国务院“互联网+督查”平台上,有一些学生家长反映当地部分学校以“智慧课堂”“教育信息化”等名义,向家长推荐平板电脑,并以“上课要用”“布置作业”等理由变相强制学生购买等问题,近期有媒体记者跟随国务院第六督查组前往这些地方进行调查。

记者调查发现,在浙江省某市实验初级中学,家长被变相强迫购买了6500元一套的“平板教学”系统,包括平板电脑、相关的教辅软件和上课所需要的流量包。这款平板电脑网上查不到参数、价格等任何信息,只能通过学校渠道购买。虽然学生也可以自带平板电脑,但很可能因为无法通过所谓的“学校检测”,所以“表面上好像可以自备平板电脑,但结果都是用学校买的平板电脑”。

不仅在该校,在当地其他几所中学这种现象也普遍存在。督查发现,从2014年至今,该市已有22000多名初中生参加“平板教学”。以人均购买平板电脑硬件设备3000元计算,加上捆绑销售的教辅软件和流量包,当地参加平板教学的初中生共花了1.1亿元左右。

当地学校以及教育行政部门辩称,家长是自愿购买,交易行为和与学校无关,但实际上却是掩耳盗铃。学校将是否购买平板电脑为标准进行分班,买了平板电脑的同学被分到实验班,没买的同学就被分到普通班。这种方式哪有什么自愿可言,显然就是以分班胁迫学生购买平板电脑,而当地教育主管部门的官员竟称之为“家长自愿”。

这一系列的行为不仅严重违背了“平等接受教育”的原则,也违反了有关学校收费以及价格管理的规定,加重了家长的经济负担。教育信息化本是改进教育方式、提升教学效果,推动教育教学改革的重要抓手。但

一些地方通过所谓“校企合作”的方式,指定家长购买相关平板电脑,看似是为了给学生提供更好的学习手段,实则是一种强迫性交易。到底是为了推动教育信息化,还是学校通过数字设备采购牟取私利,都值得深入调查。

针对家长反映的有关学生被当作敛财工具的投诉和举报,当地教育行政部门却置身事外,不履职、不作为,导致有关问题未能及时解决,这就更让人怀疑其背后是否形成了利益关联。当然,在推进教育信息化的过程中,此类事情也不是第一次出现。实际上,在线学习、教育信息化不能简单成为教育工具信息化。明明口头或者书面就可以布置作业,却非要在班级群组或者专用的App、数字设备上布置,这是典型的本末倒置,是对教育信息化最浅薄的理解。

而以教育信息化为名,行敛财、牟取私利之实,更应当严查。《中共中央国务院关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》提出,在促进信息技术与教育教学融合应用的同时,要加强信息化终端设备及软件管理,建立数字化教学资源进校园审核监管机制。要防止在教育信息化的推进过程中,滋生暗箱操作等腐败现象,防止加重家庭经济负担,避免产生新的家校矛盾,完善数字设备、数字化资源进校园的审核机制。

(光明日报)



花样跳绳 悦动校园

10月22日,安徽省淮北市淮纺路小学花样跳绳队的学生在大课间练习花样跳绳。

为丰富校园文体生活,近年来,安徽省淮北市淮纺路小学在全校普及推广花样跳绳等特色体育运动项目。花样跳绳融合舞蹈、体操等时尚元素,配以动感的音乐,深受学生的喜爱。据了解,该校花样跳绳队成立于2012年,多次在国内国际相关比赛中获奖。

新华社发

郁德发:金牌营销操盘手的风采

在扬子空调

他创造了市场营销的经典案例

1994年前后,扬子就是滁州工业经济的代名词;组建地级市后,扬子是全市工业的一面旗帜。1991年初夏,扬子集团飞速发展,集团一次性招聘1000多名新员工,24岁的新员工郁德发被分配到扬子空调器厂担任销售员。

与其他品牌空调的销售员坐在办公室打电话、坐等客户上门有所不同,扬子空调厂的销售员都是主动出击,开拓市场,客户都是靠着勤奋,双脚“跑”出来的。

“当时我二十出头,还是一名毛头小伙,但靠着扬子品牌为我提供了前所未有的机遇,扬子精神激励我拼出一片天地。”

郁德发在扬子的第一个工作岗位,是负责山东区域销售,在扬子精神“苦、严、实、快”的工作风格的熏陶下,凭借着勇于拼搏,永不言败的精神,让他迅速打开了局面,第一年完成销售额并及时回款3000万元,此后年年超额完成公司下达的销售目标。

在山东区域做了2年业务员,由于业绩突出,被公司提拔为山东办事处经理,1998年,郁德发被调往“九省通衢”的武汉开疆拓土。

扬子空调器厂的老员工们不会忘记这样一个故事。扬子空调在湖北市场基础较为薄弱,1998年在开拓武汉中商时,前五名企业都要交20万元的入场费并以代销的模式合作才能进场销售,郁德发凭着敢闯敢干的锐气和勇于拼搏、不畏艰难的精神,不仅没有缴纳20万元入场费,还为厂里带回120万元的订单,并且是预付款,这在当时市场基础薄弱的情况下,创造了扬子市场营销的经典案例。

岁月淡去了曾经的记忆
却抹不去烙在他心头的“扬子精神”

2001年前后,“扬子改制”走上改了又改的漫漫长路,员工面临下岗分流。正值而立之年的郁德发决

定转战浙江,加盟坐落在宁波的奥克斯集团。

奥克斯集团连续多年位列中国企业500强,在2020中国民营企业500强榜单273位,与大多数行业领军企业一样,奥克斯空调在诞生之初,最大的困惑就是如何打开市场。

奥克斯空调营销团队决定首先主攻县市级市场。“在做福建市场时,冰凉的矿泉水,硬硬的白面包,这就是我们的一日三餐,一天要在路上跑三四个县市区,为了抢时间,总是想尽办法摸透所有的路线图,举着手牌,拦截过路的大巴车。苦、严、实、快,这是在扬子多年练下的硬功夫、真本事。”郁德发向记者描述了2001年他跑市场的往事。

对话郁德发,“团结、实干、竞争、夺魁”的扬子精神,“苦、严、实、快”的工作作风,他如数家珍。以宣中光为代表的老一辈扬子人,不仅创造出了巨大的物质财富,而且创造出了宝贵的精神财富——“扬子精神”,这也一直是他在奥克斯拼搏进取的力量源泉。

“老一辈扬子人为了扬子的发展做出过怎样的奉献和牺牲,我们应该牢记历史,把扬子精神传承下去,不断发扬光大。”郁德发说。光阴荏苒,岁月淡去了曾经的记忆,却注定抹不去烙在他心头的“扬子精神”。

保持扬子“苦、严、实、快”的工作作风,郁德发想尽一切办法拓展市场;就像越王勾践一样,卧薪尝胆终于打开了市场之路。2001年,奥克斯“霸王之气”开始显现,以“市场不可失,条件可以谈”的营销策略主动出击,借助事件营销和名人效应打响知名度。

此后几年,奥克斯空调从与功夫巨星李连杰合作,率先在业内推出微电影《无可挑剔》,携手好莱坞大片《变形金刚4》,到与中国南北极科学考察队四次牵手,联手《中国好声音》,助力莘莘学子深耕高校空调市场,再到开启“互联网直卖”等等,每一次成绩卓越的营销,都体现出郁德发敢为人先的营销创新能力,体现出了他敏锐的市场洞察力与团队领导力,展示了他金牌营销操盘手的风采。

从最初的默默无闻,到如今家喻户晓的金牌“健



原中国扬子集团扬子热水器有限公司销售经理

中国奥克斯集团副总经理、行业营销总经理 郁德发

康空调”,郁德发和奥克斯空调凭借敢闯敢干、锐意进取的拓荒牛精神,实现20年销售额千倍增长的目标。

1970年初冬,郁德发出生于凤阳县板桥镇的郁家庄,这里距离大名鼎鼎的小岗村只有12公里。敢为人先、百折不挠,这是小岗人的秉性,也是郁德发的秉性。

如今,担任宁波奥克斯高科技公司、宁波三星医疗电气股份有限公司副总经理的郁德发,事业成功之后,不忘反哺家乡,数次为家乡公益事业捐款捐物。

坚守初心,敢于挑战和改变自己,以稳健的步伐努力向上前行。讲述郁德发的故事,其实就是讲述一个关于创业梦想的故事。(钟成玉/文 唐玉恒/图)

