

过期啤酒瓶，一瓶竟用六年

菏泽市场很多啤酒瓶超期“服役”；超期酒瓶易爆炸、市民选购时应仔细查看

本报菏泽6月21日讯(记者李贺) 夏日,啤酒销售进入旺季,但很多啤酒瓶存在超期“服役”现象,过期酒瓶更容易引起爆炸,消费者购买啤酒时,应该注意。21日,记者来到菏泽市区多家超市调查发现,许多啤酒酒瓶存在超期“服役”现象,其中一个酒瓶生产日期为2006年。

近日天气愈发燥热,很多市民喜欢喝啤酒消暑。市民李先生发现,他从超市买来的一个啤酒酒瓶竟是2008年生产。啤酒瓶爆炸事件时有发生,对于啤酒瓶的超期“服役”,李先生颇为担心。

21日,记者来到菏泽市区几家超市调查,发现大部分酒瓶是2010年、2011年生产的,有少数酒瓶是2010年前生产的。在市区一家超市,记者发现一瓶啤酒的酒



啤酒瓶底部标有该瓶子的生产年份,消费者购买时注意查看。

瓶是2006年生产,这个酒瓶竟然用了6年。

很多品牌啤酒瓶都存在超期服役问题,其中很多“超龄”瓶子存在明显磨损、老旧状况。许多超期酒瓶底部的突出部位,绿色的玻璃经摩擦,泛白的痕迹清晰可见。记者随机采访几名购买啤酒的市民,他们表示只知道啤酒的保质期一般是180天,因此在选择啤酒时,只注重品牌和生产日期,对于啤酒瓶的使用年限从来没有关注过。

酒瓶超期服役是否有危险?记者查阅资料后发现,旧啤酒瓶经多次回收利用,会导致酒瓶材质老化,安全性能降低,易发生爆裂,伤及顾客安全。因此市民在选购啤酒时,应注意查看酒瓶底部的生产日期。万一啤酒瓶发生自爆现象,消

费者应尽量保存碎片及现场,第一时间同经销商或厂家代理商联系,并及时向有关部门进行申诉、投诉,查清事实,分析原因,最大程度挽回损失。

据了解,1996年国家出台了《啤酒瓶GB4544—1996强制性标准》,对啤酒瓶的耐内压力、抗热、抗冲击等指标进行详细规定。规定要求啤酒生产厂家必须使用B型防爆酒瓶,每件产品应在瓶底以上20毫米范围内打有专用标记“B”,以表明是盛装啤酒的专用瓶。同时应在该区标明生产企业的标记,生产的年、季。

该标准建议,“B”瓶的回收使用期限为两年,这也就是酒瓶的“保质期”。因为是“建议使用两年”,相关部门在对“超龄服役”的啤酒瓶查处时也缺乏依据。



东明35万亩“麦茬瓜”

一个月后将大量上市

6月21日,东明县大屯镇一位农民正在给大田西瓜选果。据悉,东明县是全国闻名的“中国西瓜之乡”,年种植面积40万亩,主要生产大田西瓜。大田西瓜就是小麦行内套种的“麦茬瓜”,今年该县种植大田麦茬瓜35万亩,目前全县大田西瓜长势喜人,全部进入座果期,一个月后将成熟上市。本报记者 崔如坤 通讯员 王恩标 摄影报道

学生未放假,培训班打响生源抢夺战

发传单、送赠品,培训班称“再不下手就晚了”

本报菏泽6月21日讯(记者张歆然) 距离小学生放假还有两周时间,各兴趣班、培训班就开始到城区小学门口扎营坐镇,招揽生源。“放假前两周内,是宣传、招生最佳时机。”培训班举办者普遍认为,再不“下手”就晚了。

20日上午11点,记者在菏泽市实验小学北校区门口看到,美术班、乐器班、小记者班、作文班……各类兴趣培训班应有尽有,都摆上桌椅、宣传展板。尽管暑假还没开始,菏泽市场上各种校外暑期辅导

班的宣传广告已经铺天盖地,打响生源争夺战。

快放学时,培训班工作人员开始忙着向周围家长发传单,“看看吧,舞蹈、声乐、乐器都有,暑假期间价格优惠。”一家少儿美术培训班还在展板前放上印有美术作品的T恤和书包,称报名的学员都会免费赠送。一家作文培训班的招生人员小黄告诉记者,放假前一周和放假后的一周是报名高峰,所以必须提前着手开始宣传。

据小黄介绍,多数前来咨询的家

长是因为孩子作文成绩不好,“特别是上二年级以后有了看图作文,很多学生写起来比较吃力,家长就想让他们参加培训提高一下。”

“参加这些兴趣辅导班是对孩子综合素质的提升,但一定要尊重孩子的意愿和兴趣。”菏泽学院科学教育系副教授渠东玲认为,尽量让孩子们过一个快乐、轻松的暑假,“多数小学生的兴趣点是多变的、不固定的,如果孩子参加兴趣班,不一定以后就非要走这条路,不要给孩子增加过多的压力。”

董官屯镇

百余名计生子女中考加分

本报巨野讯(通讯员 王广华) 截至目前,巨野县董官屯镇人口计生部门共为全镇162个农村独生子女和二女户家庭审批办理了2012年度中考加分证明手续。

据了解,董官屯镇党委政府不断完善计生引导机制,坚持把关爱独生子女和关爱女孩,作为推进农村人口计划生育的一项关键措施来抓,不断加大农村独生子女和二女户家庭的奖扶力度,制定了9项关爱独生

家庭和两女孩家庭的优先优惠政策。即优先审批办理中考加分证明手续;优先救助在校读书的大、中、小学独生子女和两女孩家庭;优先落实独生子女奖励政策;优先承包地头荒、鱼塘、坑塘等;优先落实扶贫济困“一帮一”结对;优先贷款发展农业生产和创办企业发展三产等;优先在维护合法权益方面提供法律援助;优先提供免费生殖健康检查和妇女病普查治疗等。

做“代步车专家”

2012款景逸5大升级获好评

继以“XL加大号”宽适空间开启“城市代步”新体验,成为自主大两厢家轿细分市场领跑者后,风行景逸近期又推出了全新升级的2012款。新款景逸经过5大升级、29项优化,使代步生活再上一个新台阶,备受消费者好评,被誉为“代步专家”。尽管2012款景逸刚刚上市,各地车友已开始争相订购、试驾,各经销商处呈现一派热闹景象。

据了解,“XL加大号”的超大空间设计是景逸家族的优势基因,其以宽敞舒适的享受颠覆了对传统代步家轿“局促”“蜗居”等不佳形象。

例如,其轴距长达2685mm,已经达到帕萨特等B级车标准。驾乘者不论高矮胖瘦,都可以在车内获得最舒适的坐姿。其后排腿部空间近半米,乘客可以轻松翘起二郎腿。在此基础上,2012款景逸从省油、安全、性能、配置及舒适5大方面,进行了系统性品质升级,共实现了29项优化。升级后的2012款景逸,配置更高、性能更高、油耗更低,使城市大众的日常生活由此再迈上一个新台阶。

比如,在油价破“8”的当前,2012款景逸的超低油耗让广大市民倍感舒心。2012款景逸通过增配自动起停系统

(STT)和电动助力转向系统(EPS),使百公里油耗从原来的6.8L降低至6.2L,达到了国家节能惠民补贴标准。

2012款景逸包括了“城市家庭代步家轿”景逸XL和“城市风格家轿”景逸LV,乘联会数据显示,今年1-4月,风行景逸的平均月销量始终保持在6000台以上,高居自主大两厢家轿细分市场销量冠军,“代步车专家”的美誉堪称名符其实。而随着景逸SUV这款“城市代步SUV”的上市热销,景逸的代步车专家形象也有了新的内涵。

(王坤)

菱智1.6L升级置换,疯狂抢购进行中

获悉,国内首款小排量商务车菱智1.6L的升级置换活动受到消费者的热情欢迎,活动开展以来,菱智1.6L的销售显著提升。有升级置换需求的消费者对菱智1.6L发起了疯狂的抢购。

据悉,该活动开展以来,众多基层公务用车消费者均来到风行汽车菏泽恒驰4S店咨询,很多客户都是开着面包车前往当地4S店,却驾着全能商务车菱智1.6L回家的。乘联会的数据显示,4月份,菱智1.6L共销售5589台,再创月销量新高,也助力风行菱智品牌蝉联商务MPV市场销量冠军。随着“升级置换”活动的不断深入,菱智1.6L的销量

仍在继续攀升。

菱智1.6L起售价5.68万元,主力车型售价在6-8万元,专为那些经济实力有限,却希望拥有体面生活的个体老板及私营业主量身打造,能够帮他们实现载人、拉货、家用等多重用需求,同时也为县、乡(镇)及县属的基层政府单位、事业单位的基础公务接待提供了更体面的选择。

国际流行的子弹头造型,使菱智1.6L的形象更体面、大气。其轴距为2800mm,车身尺寸为4645mm×1695mm×1940mm,比传统微面足足长出近半米,辅以9种座椅组合,实现了超大舒适的驾乘空间,真正的多功

能灵活使用。菱智1.6L搭载血统纯正的三菱4G18S1发动机,最大功率83kw/6000rpm,动力强悍,转速在3000rpm时即可输出最大扭矩138N.m,这种低速高扭的特征非常适合在国内道路上使用。

超高的“性价比”加上贴心的升级置换活动,进一步提升了菱智1.6L的良好市场口碑。通过众多参与活动的消费者现身说法,使菱智1.6L的人气不断飙升。前来置换、购买菱智1.6L的消费者日日看涨。风行汽车工作人员兴奋地说:“5月,菱智1.6L的销量有望达到6000台。”

(王兆峰)