

十家店里至少一家卖的是冒牌

商标已注册,“东北大板”厂家来济高调打假

从2014年3月进入济南市场,一种叫做“东北大板”的雪糕、冰淇淋凭借其独特的营销模式,已经火爆了2年。不过,“人怕出名猪怕壮”,随后市场上出现了各式各样的“大板”雪糕。近日,“东北大板”生产厂家黑龙江省大庆市红宝石冰淇淋有限公司济南办事处负责人收集证据,高调打击“傍名牌”的“大板”。

本报记者 孟燕 实习生 赵倩云



一层蜡纸包装的“东北大板”。 本报记者 孟燕 摄

主打怀旧,“土掉渣”的东北大板爆红

进入4月,省城气温不断升高,各大品牌冷饮也打响了新一轮竞争战。从2014年开始,仅有一层蜡纸包装,主打“怀旧、小时候味道”的“东北大板”雪糕火遍了各大城市,成为冷饮界的一匹黑马。

近日,记者走访省城多个社区小型超市、街边小卖部发现,冰柜中均有“东北大板”售卖,品

牌包装各不相同,售价均为3元一支。

在山师东路一家小超市门口,放着写有“红宝石”显著标识的小冰柜,冰柜顶部还标着“真材实料、传统味道”。“这是正宗的东北大板雪糕,大庆红宝石厂出的,有纸包装的,也有塑料袋装的,都是3块钱。”店老板介绍。

记者注意到,纸质包装仅裹了一层奶油色蜡纸,方方正正,有4个口味。正面写着红宝石东北大板,背面还印着“本品有假赔偿100万元”。塑料袋包装为全封闭,有透明塑料袋和白色不透明塑料袋两种。“小冰柜是免费给的,一个月还给补60块钱电费,对我们这些小店挺有利的。”老板强调。

不进大商超,营销模式辟蹊径

“我们是从2014年3月开始进入济南市场的。”8日,“东北大板”生产厂家黑龙江省大庆市红宝石冰淇淋有限公司济南办事处销售经理陈强认为,“东北大板”无疑是这两年最畅销的雪糕,在济南地区冷饮市场占有率在25%左右。

“从销量看,2015年比2014年增长了40%。目前济南共有500台小冰柜,夏季销售旺季一个小冰柜每天能卖出500支东北大板。”陈强表示,“根

本不用打广告,就这样火起来了。”

在销售渠道上,“东北大板”也是另辟蹊径。“不少人质疑我们为何不进大型超市商场,其实最开始我们就放弃了大多数品牌最为看重的超市和便利店渠道,转而主攻分布广、流动人口多的书报亭和杂货铺,并以独立冰柜形式展示。”陈强坦言,商超渠道有高昂的进场费,成本较高,同时也和“东北大板”的定位不同。

不过,陈强表示,“东北大板”

已经推出了高端系列产品,已经进入了南方一些大城市的大商超。“济南目前还没有。”

此前,济南市食药监部门认为,“东北大板”纸包装没有完全密封,包装不合格。陈强解释,这种是家庭装,每十支一袋包装在大透明袋里。“有段时间我们也换过全封闭包装,但是反馈并不好,又换回来了。还是那种方方厚厚的简单包装让人有食欲。”

“10家里至少有1家卖的是仿冒”

对于火爆的“东北大板”,市场上出现了各式各样的“模仿品”,包装相似的“东北大板”、“大板”雪糕不断出现。

在泉城广场附近的一家小商店,店主向记者推荐了一种“东北老式大板”雪糕,红色透明包装,生产厂家为宏宝莱食品股份有限公司。

在奥体西路尚品燕园小区一家小超市,记者见到了一种黄色蜡纸包装的御冰坊“东北大板”菠萝口味雪糕,生产厂家为肥城市幸福食品有限公司。

记者采访发现,对于不同的

“东北大板”,普通市民并没有特别偏好。“光知道‘东北大板’好吃,来了就买。根本不会看是哪个厂家生产的,好吃就行。”市民郭女士坦言。除此之外,市场上还有蒙古大板、关东大板等各种“大板”雪糕。

“这些产品冲击了我们的销量,10家店里至少1家是假的,消费者容易混淆。”陈强表示,济南市场是从今年3月份开始打假,“我们收集了证据,已经向历城、天桥、高新等工商或食药部门投诉举报。”

陈强向记者出示了商标注册证。早在2012年3月,红宝石公司就

注册了“大板”商标,2015年6月又注册了“东北板”。记者了解到,红宝石公司曾在2014年将“红钻石”东北大板告上了法庭。北京丰台区法院依据反不正当竞争法规定,判定“红钻石”为侵权行为,并认定“东北大板”属于反不正当竞争法所规定的知名商品和特有名称。

“不是说同行的产品有质量问题,但是我们已经注册了商标,他们就不能随意使用,这是侵权。”陈强表示,雪糕冰淇淋等冷饮属于快消品,希望相关部门及时查处,他们“耗不起”。

济南育贤一幼有个“童话研究室”

幼儿三年里精读108本图画书



在济南有这样一所幼儿园,这里的孩子从小班、中班到大班,每周都会精读一本图画书,三年精读108本。108本图画书由幼儿园“童话研究室”的七位女老师历时四年精心研究选定。作为全省唯一的幼儿园“童话研究室”,迄今已经运行7年,老师们将一颗颗童话的种子,“种”在了孩子们的心田里。

文/片 本报记者 李飞

“种植”童话 七年前成立研究室

种植花、种植树,你听说过“种植”童话吗?将一颗颗珍贵的童话种子,轻轻地播撒在一个个幼小生命的心田里,然后呵护和滋养,等待着有一天它破土而出……

这个神奇的地方就在济南市育贤第一幼儿园,这里的老师们每天都在为孩子们“种植”童话。

2009年,育贤一幼“童话研究室”成立。在著名儿童文学作家、儿童阅读推广领军人梅子涵教授的指导下,“童话研究室”迅速聚焦图画书阅读。从那一刻起,“童话研究室”的老师们便与童话结缘,与图画书牵手,开启了“种植”童话之旅。

童话研究室共有7名女老师,分别是:马宁宁、焦德艳、郭延慧、谷巧雯、王玉、黄俊杰和孟珑。每个人都在各自的领域为童话种子的生长发芽“浇水施肥”。

“种植”童话最初对老师也是个全新的挑战,为此幼儿园购买了大量的图画书,由黄俊杰老师带着几位成员一起阅读,感受并体会童话的内涵,并定期进行教研,聆听专家讲座,来提高自己的阅读素养。

“阅读除了改变孩子,更重要的是先改变家长。”焦德艳老



育贤一幼“童话研究室”的7名女老师经常在一起进行“童话”教研。 本报记者 李飞 摄

师组织成立了家长读书沙龙;郭延慧老师面向全体家长,开展“我讲童话给你听”活动,定期在综合活动室给家长讲童话故事。“童话故事那么简单,给我们听有什么意义?”一开始,家长们不理解,报名的也少,但听着听着他们就开始期待,最后活动室都坐不下了。郭延慧记得有一次讲中国原创图画书《团圆》时,很多家长听得热泪盈眶。“家长觉得阅读是一种享受后,他们自然而然就会让孩子也喜欢阅读。”

历时四年 为孩子选定108本书

如何将童话的种子种在孩

子们的心田里?答案是精读图画书。但茫茫书海,哪些书才是孩子们需要的?小班、中班、大班的孩子年龄特点不同,每个年龄段的孩子适合读什么样的图画书?

从2011年至2014年,历时四年多时间,“童话研究室”的几名老师如大海捞针般研究选定了108本图画书书目,其间不断调整修改,最终打磨成型。

为何是108本?幼儿园教导主任马宁宁介绍,每周为幼儿选择1本图画书,每学期共18本,从小班到大班三年便是108本。

除了每周读一本图画书,老师们还尝试将108本书纳入幼儿园课程,逐步构建幼儿园图画书课程体系。“每一本图画书都由

老师用相机一张张拍下来,做成PPT,并精选了108首适合的背景音乐。”

谷巧雯老师则将自己录制好的童话故事放给孩子们听。她说,每个班里都有几个小调皮,但在听故事的时候一反常态,安静地坐在小椅子上,聚精会神地聆听。“多给他们些时间,多给他们讲些童话故事,慢慢的顽皮的孩子也会变得好教养,甚至优雅起来。”

除了听故事,老师们还开辟故事分享时间,试着让孩子们轮流上台给大家讲故事。从一开始的胆怯到简单模仿老师,到大胆自信地自我展示,再到讲自己的原创故事,孩子们不断尝试着自己挑战、自我超越。

受益一生 阅读成为孩子的好习惯

如今,在育贤一幼,阅读已成为常态。每天第一个走进班级的小朋友,很自然地将图书区的图书分发到每个座位上,陆续到来的小朋友轻轻拿起图书翻阅,晨间阅读已经成为孩子们的良好习惯。

当老师拿起一本图画书时,孩子们便知道故事时间到了,很自觉地安静下来,准备迎接一个新故事。一个故事讲完,总是强烈要求再讲一个,童话故事拉近了老师和孩子们的距离。

就这样,每天“童话研究室”的老师和孩子们坚持着晨间阅

读、午睡前阅读、离园前阅读、餐前聆听童话、餐后个性化阅读等,让阅读无处不在,让童话萦绕耳畔,使阅读如同幼儿的吃饭和呼吸一样日常化、生活化。

孟珑老师还开展了亲子剧场活动,把童话内容编成剧本,邀请家长和孩子一起排练,用表演的形式,让书本的内容变得形象、生动。王玉老师组织了图书漂流活动,让图画书在全班甚至全园都流动了起来。

“孩子们爱上了阅读,语言表达能力和自信心都有了很大的提高,家长也意识到了读书的重要性。”马宁宁说,培养阅读的兴趣,幼儿园这三年是非常珍贵的时间,孩子们也将一生受益。

据了解,“童话研究室”的老师们还将走出幼儿园,让更多的孩子感受阅读的乐趣。今年世界读书日当天,幼儿园和济南市儿童少年馆合作,孟珑老师将为现场借书的小读者主讲童话故事《我不知道是谁》;5月份母亲节期间,谷巧雯老师同样到济南市儿童少年馆主讲童话故事《我讨厌妈妈》,并与小读者互动。

“孩子长大的过程假如没有书,那他的世界将是苍白的,就不会形成健全的人格和良好的个性。”园长范丽娜表示,幼儿园精心为孩子们创设温馨、丰富的阅读环境,挑选一本本优秀文学作品,引导孩子学会阅读,爱上阅读,做好孩子们阅读的领路人,让“阅读之花”在孩子们的成长路途中绽放。