

新版义务教育课程标准今年秋季启用 三四年级会写字减少了400个 另外——

三到九年级要会毛笔书法



阅读提示

三到九年级学生要求会毛笔书法,其中七到九年级的学生要能够用毛笔临摹名家书法;三四年级学生会写汉字数量减少了400个;在义务教育阶段的九年里,一个学生要能背诵优秀诗文240篇(段),总共认识3500个左右常用汉字。日前,教育部正式公布了义务教育阶段19个学科新版课程标准的具体内容。今年秋季新学年,新版课程标准将正式启用,中小學生將用上据此修订的新教材。

亮点1

在新版课程标准中,最受关注的无疑是新版语文课程标准。

教育部有关负责人此前曾表示,基于强化母语汉字的学习书写要求,新课标中,将强调学生对书法的学习,

解读

记者了解到,随着信息技术的迅猛发展以及电脑、手机的普及,人们的交流方式以及学习方式都发生了极大的变化,近些年中小学生的汉字书写能力有所削弱。

教育部有关负责人此前已经多次表示,为继承与弘扬中华优秀传统文化,提高国民素质,有必要在中小学加强书法教育。

根据教育部的要求,在义务教育阶段语文课程中,要按照新版语文课程标准

五到六年级能用毛笔书写楷书

并要求学校开设书法课。

记者注意到,在新课标中,对三到九年级的学生都提出了毛笔书法的要求。

其中规定,三到四年级的学生除

教育部多次表示加强书法教育

要求开展书法教育,其中三至六年级的语文课程中,每周安排1课时的书法课。

教育部要求省级教育行政部门要结合本地区中小 schools 书法教育的实际情况,对书法教育的课程安排、教学管理、教师任职条件及资源配置等进行规划,稳妥推进书法教育。

目前,不少省市已经表示所辖中小学将在2012年开设书法课。

根据教育部的要求,一至三年级

能用硬笔熟练书写正楷字,还要用毛笔临摹正楷字帖。五到六年级学生能用毛笔书写楷书,而七到九年级的学生,能够临摹名家书法,体会书法的审美价值。

着重培养学生硬笔书写能力,首先要能使用硬笔熟练地书写正楷字,从三年级开始,过渡到硬笔软笔兼学。

其中规定,学生要用毛笔书写楷书,临摹名家书法,并大致了解书法历史和汉字字体源流。

通过开设书法课,可以让学生从书法作品的内涵、章法、结构、笔法等方面鉴赏历代重要书法作品,培养初步的书法欣赏能力,提高审美情趣。

亮点2

三四年级会写字减少了400个

记者注意到,新课标规定,中小学生在义务教育阶段的九年里,要认识3500个左右常用汉字。

不过,和老版语文课程标准相比,新课标对小学生会写汉字的要求有所降低。

新课标规定,一至二年级的学生要认识常用汉字1600个左右,其中800个左右会写。在老课标中,一至二年级学生会写汉字的要求是800到1000字。

变化最大的无疑是三至四年级学生。在老课标中,要求这

一年级段学生会写2000个左右汉字,而新课标中,降低为会写1600个左右,减少了400个。

另外,从小学到初中的九年义务教育阶段,新课标规定学生要背诵240篇(段)诗文。

新课标推荐了136篇古今优秀诗文,推荐小学生背诵的,都是诗歌。包括《咏鹅》、《早发白帝城》等。

而七至九年级推荐背诵的篇目除了诗歌外,也有一些短篇散文。

追问

新课标教材秋天就启用

中小學生什麼時候能用上根据新版义务教育课程标准修订的新教材呢?

记者从教育部获悉,2012年

秋季新学年,新版义务教育课程标准将正式启用,届时,中小學生將用上据此修订的新教材。

据《法制晚报》

国内礼品市场年需求额近8000亿元



阅读提示

中国人尊崇礼尚往来,来而不往非礼也。于是,见面要礼,临别要礼,办事要礼,行商要礼,感恩要礼,图报也要礼。因此,超大规模的“礼品经济”诞生在中国,毫不令人意外。

礼品市场年需求额近8000亿元

礼品价格每年上涨,送礼的人越来越多。无论经济如何低迷,礼品经济没有寒冬。相反,越在寒冬,越需要为下一个春天投资。

人们最能明显感受到的或许是,以茅台为首的烟酒类品牌,其目标市场已经从大众市场转向了高端礼品市场。只有价格不断上涨,才能体现其身份的高贵,才能成为“有头有脸”的礼品。

中国礼品产业研究院执行院长张小鹏察觉到,礼品已经从前几年的实用用品居多,产生了品牌化、创意化、收藏化、定制化的趋势。与此相适应的是,礼品产业链也开始逐渐细分,产生了制造商、分销商、终端服务商、采购方、收受者、礼品回收方这一整条产业链。

中国人每年花在礼品上的钱有多少?没有权威的统计数据,因为这是一

一切皆可作为礼品

张小鹏告诉记者,大约5年以前,随着房地产行业发展火爆,家纺、小家电、餐厨用具是流行的礼品。近年来,电子产品大行其道,从摄像机、照相机到电子书、平板电脑。

在奢侈品消费中,礼品馈赠需求也是重要组成部分,这是中国奢侈品

预付卡回收产业链

付卡被越来越多地作为礼品馈赠他人。一份官方文件能从侧面印证预付卡在礼品市场上的走俏。2011年5月,人民银行等部门联合发文要求建立商业预付卡购卡实名登记制度。通知中还强调,进一步加大对收卡受贿等违纪违法行为的查处力度。

据《人民日报》报道,2011年,全国4万余名党员干部上交礼金礼券3.86亿元。

字画“变通”送礼

笔费等等。但是,“变通”的方式毕竟太多了。

“我在潘家园买了一把破茶壶,然后就说是明朝的,送到拍卖公司拍卖,然后就有人以一百万拍下来。这似乎不触犯任何法律,而且还十分高雅,只能说我眼力好、捡了漏儿,这叫以假为真。”郎永说。“我拿了一件乾隆的花瓶,摆在琉璃厂,你花1万块买了去,其实值100万,这叫以真为假。”

个跨越多行业、错综复杂而又相对隐蔽的市场。

张小鹏所在的中国礼品产业研究院,应用国家统计局、商务部、行业数据,对礼品行业进行了个体与团体分类统计测算,得出的数据是,个体的年礼品需求在5055亿元,团体的年礼品需求在2629亿元,相加得出目前国内礼品市场的年需求总额在7684亿元左右。

市场不同于欧美日韩的一个显著特征。根据战略咨询公司贝恩公司2011年12月发布的《2011年中国奢侈品市场研究》,2010年,中国消费者的奢侈品消费总额达约2120亿元人民币。2010年、2011年两年,送礼主导的消费占中国奢侈品消费的份额超过30%。

在北京家乐福慈云寺店,在门外专营“收卡”的一位女士告诉记者,她不仅回收家乐福购物卡,也同时回收其他商场、超市的购物卡。“超市卡不好卖,回收价比较低,商场的高一些。”据她介绍,卡收上来以后,要统一交给上线,分门别类后,再卖给有购物需求的人。比如1000元的卡,以面值的8.5折回收,转手9折卖给需要的人,能赚50元。

在古玩店和拍卖场上演过多少次这样的情节,我们不得而知。“我听到的一个故事是:两企业竞标一个千万的项目,对手送了领导一辆路虎免费试驾。这边企业没那么多钱,于是花几千块找人仿了一幅齐白石的画,拿到拍卖公司自卖自拍了一下,拍了八十多万,然后带着拍卖公司的付款凭证送给了领导,反正是一锤子买卖,拿下这个单子就行。”郎永说。



茅台刚性需求无限

经济学原理中有个基本的“需求定律”,它是说:“价格与需求量呈反向变动关系,即价格上涨时,需求就会下降。”比如一种酒价格上涨了,购买的人自然就会减少。

在北京西四环边上一条并不起眼的街道上,不足200米范围内就开着5家综合性的烟酒店。“这周围都是政府机关和部队大院,需求量大,所以每家生意都不错。”其中一家店主张为先说。

“老板,53度飞天要一箱,今儿能拿吗?”刚刚进来的顾客和张为先熟络地打着招呼。“有

倒是,但上次那个价恐怕不行了,整箱拿,最低2300。”

“送茅台永远不会错,就算领导不喝酒,也可以转送给他人,实在不行卖掉也行。”这位顾客说,“茅台虽然贵,但越贵越难买越要送,因为这会让领导和客户觉得更有面子,也显得你更有诚意。您看,这时候茅台多贵多难买呀,但我还是给您拎来了。”

“如果茅台200块一瓶,而且和牛栏山一样哪里都买得到,说不定销量反而不如现在了。”张为先半开玩笑地说。

据《中国经济周刊》