

2021年6月29日
星期二
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/刘洁

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美赫律师事务所
杨静 律师
安徽新华印刷
股份有限公司

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

高校录取通知书,以“匠心”赢得“人心”

吴睿鹁

时评
Shipin

“美出了新高度”“简直是神仙创意”……伴随高校录取季即将拉开帷幕,眼下,各高校的录取通知书纷纷刷屏,引发关注。作为与大学生的“初次见面礼”,今年的不少

高校通知书的设计理念,已远超“通知”的基本功能,向着拼颜值一路狂奔。一张小小通知书,方寸之间,通过灵动的人文设计,高校特有的大学精神跃然纸上,以“匠心”赢得“人心”。

6月28日,东南大学公布了2021年录取通知书样式,最大的亮点是它真的会发光!星空主题的外观,整体是饱和度和明度更高的蓝色外观,采取了磁吸式的开合方式。打开通知书,保留了自动唱起校歌的特色,依旧是“会唱歌的录取通知书”,同

时东大标志性建筑大礼堂也被点亮,象征着“从这里出发,点亮未来”。

启发性、尊重人性是现代教育的显著标志。而大学高等教育,不仅体现在教育所传播的知识上,更体现在教育所采取的细微环节上。仔细琢磨东南大学录取通知书,不难总结出“不忘初心”“新的起点”“人生价值”和“未来憧憬”等这样的字眼,这对于即将入学新生而言,无疑是人生一次难忘的经历,更是人生最为宝贵的一次人生启迪。

不少高校都在积极尝试创新,走心、有深刻内涵的通知书,已成为了提升大学形象的重要载体。镂空烫金、“繁星”罗布的外观设计,陈嘉庚的演讲摘要,鲁迅、陈景润的大师手记,出现在厦大百年校庆录取通知书上;南开大学录取通知书送嘉兴莲花种子;天津大学录取通知书有可温感变色的“天津

大学星”;同济大学录取通知书送3艘纸船;南航录取通知书送飞行器徽章盲盒;上海大学录取通知书送“未来芯”……纵观这些通知书,颜值高、分量重,具有纪念意义和收藏价值。正如网友所言:“现在一些高校的录取通知书简直是艺术品,很有收藏意义,这注定让人铭记一生。”

一张以“匠心”赢得“人心”的高校录取通知书,承载着学校的育人理念、治学特色和悠久历史,承载着众多学生及家庭的期待与梦想,更关乎这些学子们的人生未来。当然,对比众多高校的录取通知书,毕竟让人眼前一亮,回味无穷的还是少数,对于其它普通样式的大学录取通知书而言,同样丝毫不影响其价值,每一张大学通知书,都是通向人生未来的“通行证”,饱含着殷切的期望,对未来充满着一份自信。

时事乱炖

培训机构无证经营,严厉打击应成常态

刘天放

据安徽省阜阳市颍州区教育局微信公众号“颍州教育在线”消息,继6月21日查处“青柠教育”的违规行为后,6月26日,颍州区教育局再次查处一起违规组织“小升初”考试事件,并依法依规对该违规机构进行了严肃处理。

经查,好未来教育属无证非法培训机构。现场有70名小学生正在进行“小升初”考试,涉及语文和数学两门学科。工作小组当场查封了该机构涉及违规办学和违规组织考试的相关资料,要求其退还违规考试费用,并且下发了停办通知书,对其有无关联其他机构违规招生,将进一步核查清楚后另行处理。

打着可以为部分初中学校推荐生源的幌子,忽悠部分学生家长送孩子参加其组织的所谓“小升初”考试,竟然连合法资质都没有,可谓“双重违法”,对此给予查处,实属正当。正像颍州区教育局强调的,这

些乱象加重了学生与家长的负担,助长了社会焦虑情绪,破坏了颍州区的教育生态。

6月15日,教育部正式成立“校外教育培训监管司”。教育部增设新机构,制定相关管理政策,规范校外培训行为,这在我国教育史上还是首次,彰显了教育部规范校外教育培训行为的决心和行动。对于个别机构顶风作案,违规无证无照培训、组织入学考试、勾连学校牟利、夸大培训效果、虚构价格营销的培训机构,就是要严厉打击。

众所周知,校外培训机构一直饱受争议,违反规定办学的现象十分突出,出现了“野蛮生长”态势。因此,如何把校外培训机构好好管起来,需要进一步采取措施,弥补漏洞,完善管理。

阜阳发生的培训机构违规办学很典型。下一步,颍州区教育局将对无证机构实施“清零工程”,联系职能部门在七月份开展联合执法,彻底清零辖区内所有无证办学机



愿者上钩 王恒/漫画

构。但即使“清零”也要防止其死灰复燃,监管和执法力度需加大。而且,打击还应成常态,如此才能遏制校外培训机构“野蛮生长”的态势,让其不断走向正确轨道。

热点冷评

借“福岛”营销,是无底线借名炒作

罗志华

6月27日,有媒体爆出农夫山泉旗下的一款气泡水产品,在外包装与商场宣传中主打“福岛县产”的招牌。随后“@农夫山泉”通过官微回应称,农夫山泉拂晓白桃味苏打气泡水产品是一款风味饮料,产品配料中没有从日本福岛进口的成分。浙江建德市场监管部门表示,经核实,拂晓白桃味苏打气泡水原料没有从福岛采购。对此,网上评论认为,农夫山泉写出这样的宣传文案是弄巧成拙。(6月28日《现代快报》)

尽管这起事件的具体细节尚未明了,但至少有两点可以肯定。其一,该产品的外包装与商场宣传当中,的确出现了“福岛县产”等内容,且记者发现,农夫山泉官方微博公众号在4月1日的推文中,也的确将“产自日本福岛县”作为一款苏打气泡水的卖点。其二,农夫山泉迅速否认了其产品的配料来自日本福岛,相关监管部门也证实了这一点。

这两个确切的信息可以产生出这样的效果:前者引发了社会的广泛关注,导致农夫山泉及其相关产品的知名度大增,这可是花很大一部分资金也难以达

到的宣传效果,可谓不花钱打了一个大广告。但后者又将“福岛县产”可能导致的负面影响一干二净。并且,自2011年起,我国国家质检总局明令禁止从日本福岛县等12个县城采购进口食品、食用农产品及饲料。为自己口不择言洗白,也容易找到有力证据。既能取其利又能避其害,该产品说不定因此销量大增。

福岛核泄漏事故曾引发社会的广泛关注,近期又再起波澜,使福岛产食品是否被污染,成为国际社会关注的焦点,几乎所有的食品与饮料企业,均唯恐避“福岛”而不及,农夫山泉反其道而行之,当然极易引发社会广泛关注。然而,商品广告不仅要守法,而且要有正确的价值观,假如该企业果真借“福岛”的坏名进行营销,可谓不择手段,属于无底线的借名炒作。

借“福岛”营销,对于消费者也是一次伤害。别以为企业说什么,消费者就能信什么,想左右逢源,也面临偷鸡不成反蚀一把米的风险。有很多网友表示,农夫山泉有虚假宣传的嫌疑,以后购买气泡水会优先考虑其他品牌。

非常道

你说话的方式藏着你的运气

说话这件事,说得对,不如说得对。有时我们遇到的最大敌人,就是口无遮拦的自己。不轻易评价、善于聆听、尊重和体谅别人、懂得换位思考……好好说话没什么特殊技巧,不过是始终把别人放心上,有己所不欲勿施于人的体贴,和懂得将心比心的善良。

@人民日报

微声音

请不要打扰别人的幸福

每个人对幸福的感知都不同,没必要按照自己对世界的理解去定义别人的幸福。很多时候,你不经意的一句话,就足以摧毁别人来之不易的快乐。不轻易评价别人的人生,是对别人的尊重,也能反映出自己的修养。人活着,发自己的光就好,不要吹灭别人的灯。

@人民日报