



市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



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 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

“高报师”泛滥背后是信息稀缺



全国各地陆续发布高考成绩，志愿填报成了考生和家长关注的“头等大事”。近年来，越来越多人“求助”志愿填报服务。有调查机构的数据显示，88.1%的高考生愿意选择高考志愿填报服务；2022年中国高考志愿填报市场付费规模为8.8亿元，预计2023年达9.5亿元。

然而，有媒体调查发现，许多教育培训机构推出了“高报师”考证服务，花几千元就可以获得相应证书，报考条件甚至仅需满足“大专及以上学历”“年满18周岁”即可。有网友调侃：高考落榜的孩子在辅导成绩好的孩子填报志愿。

很难想象，如果一些家长和考生花了钱，

找了这些速成的“高报师”来做志愿填报的军师，掉入深坑的风险有多大。

志愿填报有了市场化的服务，这是好事，但是一个服务产业的发展，必然要经历一个规范化、标准化的过程。从媒体的调查来说，一些所谓的培训机构、服务机构，与其说是在顺应市场需求，不如说是在钻市场空子。

眼下的市场状态是，培训机构通过考证想赚学员的钱，学员化身“高报师”后想赚考生及家长的钱，这看似形成了一个产业闭环，但这个产业链的价值大打折扣。

的确，高考志愿填报比之往年，已经有了更加丰富的渠道选择。在智能手机时代，智能填报的软件也有很多，这些APP搜集整合各地各高校的招生简章、分数线、往年录取信息、专业相关信息等，进行大数据整合，甚至

能够预测录取概率。但同样的问题也在显现：各种APP良莠不齐，有的信息和预测并不准确，给不少考生造成了困扰。

而从另一个角度来说，“高报师”太多，还是因为志愿填报信息太稀缺，人们就跟盲人摸象一样，压根不知道某个专业适合不适合，而高校出于自身利益考虑，其公布的信息显然也只会“捡好的说”。总的来说，还是供给太稀缺造成的。

因此，有关部门在治理和规范市场的同时，也可以在志愿填报信息服务上多下功夫。当正规的，尤其是校方的、官方的高考志愿填报辅导服务多起来、优起来，一些焦虑的考生和家长也就不必盲目地求助于市场了。

翟礼《光明日报》



时事乱炖

“博物馆热”需因势利导

当前，年轻人中“博物馆热”持续升温。社交媒体上，越来越多的年轻人分享打卡博物馆的体验，线下打卡展览、线上云逛博物馆成为年轻人的一种休闲、社交、生活方式。据有关平台统计，关注博物馆信息人群中，18~30岁的占比近50%。（6月27日《光明日报》）

“博物馆热”之所以能持续升温，首先源于传统文化的强大魅力，毕竟博物馆中的文物藏品，无不是优秀传统文化的精华，每一件背后都有厚实的底蕴，以及前世今生的精彩故事，能给参观者带来独特的体验与感悟；其次是源于互联网的传播方式，它打破了博物馆的封闭，既丰富了传播的内容，也极大缩短了人们特别是青少年与博物馆之间的距离，在获得流量的同时，还激发了越来越多青少年线下参观博物馆的热潮。

毫无疑问，“博物馆热”是积极、可喜的现



穿越 王恒/漫画

象，无论是对加强传统文化的传播，促进传统文化传承，还是增进传统文化认同，增强文化自信，都有十分积极意义。

当然，“博物馆热”也要防止“唯流量”的不良倾向。时下的“博物馆热”，短视频传播的助推作用十分明显，文博是流量题材，甚至

是流量竞争新的热点，热点之下就有可能产生价值取向的跑偏甚至是扭曲，失去传播文博知识、传统文化的严肃性，掉入“泛娱乐化”的陷阱，反而有损传统文化的传播与传承。如将传播文博当成短视频“增粉”的噱头，导致盲目跟风，诱导青少年刷屏打卡，将传统文化当成流量道具，舍本逐末。

可见，“博物馆热”也需因势利导。一方面是不断丰富博物馆线下参观的体验性，增强参观者特别是青少年对传统文化的吸引力，在对文物的内在价值、历史文化背景进行深度挖掘阐释的基础上，精心策划展览，更接地气地讲好文物故事，融入更多互动参与元素，使得更具趣味性、系统性。另一方面则是不断增强博物馆线上传播的权威性，在形式上博物馆要成为短视频等内容题材的主力，主动讲好博物馆故事，生产更多的精品内容；在导向上要守牢文物博物专业性、学术性、科学性的主基调，维护传播文物知识的严肃性。 木须虫



热点冷评

谁来为校园食品安全兜底？

对于近年来学校食堂安全隐患频频进入公众视野，中国人民大学法学院教授刘俊海给出许多治理建议。比如，制定有关学校食堂安全管理的法律或行政法规、建立健全食品安全诚信体系等。（6月27日《法治日报》）

表面上看，似乎校园食品安全事故发生得很频繁，让公众很揪心，事实上基于全国学校数量（2021年为52.93万所），偶尔发生几件食品安全事故，仍然可以说是小概率事件。不过，事关数亿学生健康的事情，再小也不小。尤其像“指鼠为鸭”这种奇葩事经发酵之后，其负面影响远比实质伤害更甚。

在校园食品安全责任链条上，都有谁？我们可以看到一长串“身影”：家长、学校、教育部门、食堂承包者、食品供应商、食药监管部门等。其中，校方是“第一责任人”，这个环节的风险点在于食堂“外挂”，由上级指定或学校内定（自办），承包给企业或个人。一旦监管环节“漏水”，容易导致食品安全大堤“管涌”。有的地方还想出“校长陪餐”等主意，事实

证明也是象征意义大于实际效果。

包括教育局、食药监局在内的监管者是“第二责任人”，这个系统的短板在于：客观上存在人手不足，无法将“触角”伸入所有学校食堂，保持一种在线化、常态化的监管；主观上有的地方存在懒政现象，个别监管者甚至被收买，导致屁股坐偏，平时不闻不问，只在发生事故后替闯祸者“擦屁股”。退到第三层，由家长组成的家委会本来可助一臂之力，奈何制度供给不足、保障不力，难以使之成为可倚靠的左膀右臂。

那么，谁来为校园食品安全兜底呢？最终还是需要多方“联合作战”、众手托举。法律保障上，正如刘俊海教授建议的，可以考虑立法或修法；司法保障上，要对此类事故当从严从重处罚，决不姑息，以儆效尤；顶层设计上，为学校食堂建章立制，形成相对统一、便于监管的操作模式；行政执法上，把监管责任进一步厘清、压实；学校管理上，终端环节要多想办法，保证“密不透风”。

连海平

非常道

你看到的坏人，其实是你自己

万事万物都是人内心的投射，如果自己内心变了“质”，看谁都是坏人。大多时候，我们觉得别人不好，是自己理解还不到位，修行还不到家。学会站在对方角度，体谅别人的境遇。多一点换位，多一点理解，自然看谁都顺眼。设身处地的理解别人的难处与不易，尝试去包容一切，接纳一切，才是一个人最好的修行。别人就像是自己的一面镜子，你看别人像什么，你就是什么。看人不顺眼是格局还不够，看别人不好是修养还不足。 @新华社

微声音

厉害的人，都在打磨这4种能力

1.找准问题的能力。能否找准问题，是破局的关键。顺着问题揪出根结，对症下药，困难方可迎刃而解。2.控制情绪的能力。当一个人被情绪所控制时，很容易作出错误的决定。能控制好自己情绪，才能更冷静地处理好问题。3.懂得变通的能力。很多选择其实没有对错之分，懂得变通也是一种前进。学会变通，才能不负过往、无畏向前。4.持续学习的能力。成绩代表过去，学习力才代表未来。学习没有年龄界限。 @人民日报