



点评 1+1

高校宿舍楼部分对外经营
优先保障学生权益是底线

近日,广东财经大学多名即将入学的硕士新生向媒体反映称,接到学校通知男生将入住的28栋宿舍楼和此前校方招生宣传的33栋研究生宿舍楼并不一致,“条件更差、费用更高”。同时,33栋宿舍楼部分房间被改造成了对外经营的公寓,学生认为该举违反规定。

经查阅,至今有效的广东《省属公办学校国有资产对外出租出借管理暂行办法》第二章第六条有规定,“学校应首先保证履行正常工作职责和事业发展的需要,严控资产出租出借行为,在不影响正常教学、科研和生活秩序的前提下,方可将闲置的国有资产对外出租出借”。此外,《广东省教育厅关于高等学校学生公寓的工作指南》第二章第八条也规定,“学生公寓不能兼做其他用途”。

澎湃新闻:
新生的“较真”绝非“斤斤计较”

一定程度上,新生“较真”能倒逼高校提升管理透明度。若学校能主动公开宿舍分配依据、定价标准,并建立常态化沟通机制(如听证会、意见反馈等渠道),或许能提前化解争议,而非等到舆论发酵后才被动应对。

对新生而言,较真是权利意识的觉醒,但需避免情绪化对抗,学会通过理性沟通推动问题解决;对高校而言,争议是改进治理的契机,需从“被动回应”转向“主动服务”,以透明化、人性化的管理赢得学生信任。

高校若能以此为镜,优化资源配置、提升治理水平,或许能让这场争议成为构建和谐师生关系的转折点——毕竟,教育的真谛,不仅在于传授知识,更在于培养能独立思考、敢于表达、善于沟通的“完整的人”。

新京报:
对外经营当经得起公益属性拷问

高校学生宿舍具有准公共产品的属性。如果学生反映的情况属实,校方则可能有违“以生为本”原则,还可能给公众带来学校“重经营轻服务”的消极印象。作为具备公益事业属性的高校,应避免出现这种情形。

公办高校不是市场经营主体,涉及学生权益的决策应经得起教育公益属性的拷问。此次宿舍争议事件也提醒,学生宿舍与商业公寓、公益事业与商业项目需有清晰的边界,而优先保障学生的住宿权益,是公众对高等教育的基本期待,也是高校需要恪守的底线。

红星新闻:
学校应以身作则充分释疑

招生宣传通常会展示学校最好的一面,这是人之常情。只不过,招生宣传能否和现实情况一一对应,主要还得看学校对待学生的态度。当新生真正入学时,是否一定就能为其分配此前宣讲所称“学校最好的宿舍”,恐难言必然。

在学生住宿需求尚未充分满足的情况下,学校将宿舍用于商业出租,是否合规?对相关情况充分释疑,既是对所涉学生负责,也是学校政策公开透明的应有之义。

高校是传道授业解惑之所,其对学生不满所做出的具体行动,也是学校教书育人能力的直观体现。当学校以身作则带好头回应学生关切,学生自然能从中找到正确的参照坐标。

“民航版12306”上线
能否终结加价套路

瞭望塔

□评论员 韩静

据央视新闻报道,近日,航旅纵横APP正式上线“民航官方直销平台”功能,用户可在单一界面完成多家航司直销机票的比价和购买。该平台的机票价格与服务政策完全由航空公司直接发布和运营。平台方不收取机票代理费。7月28日,国航、南航、东航国内三大航司分别发布致旅客的公告,均表示支持“民航版12306”直销平台购票,以确保旅客权益。

价格公开透明、无捆绑销售、无大数据杀熟、方便比价和购买……这样的机票整合及直销渠道不仅满足了消费者需求,也保证了客票的安全和监管。从人们对其“民航版12306”的定义中,就能读懂背后的支持与期待。

需要注意的是,“民航版12306”本质上仍是一个市场化产品。民航与高铁不同,后者票价受到国家管控,而民航票价波动较大,难以实现“全国统一价”。航旅纵横也属于第三方平台,代表不了“民航官

方”。这是由民航机票的充分市场化策略决定的。

不可否认,如今多了一个机票直销渠道无疑是件好事。航司直销意味着最不容易滋生第三方平台加价销售、捆绑搭售的乱象,同时也能借助平台“抱团突围”。但对于消费者来说,买到价格透明优惠、服务保障到位的机票才是最重要的。用户更需要真金白银的实惠。

有旅客发现,部分OTA平台的票价反而低于直销平台。这是否意味着直销并不代表最低价?这一方面与OTA平台(在线旅游平台)的让利补贴活动有关,另一方面也与航司不太可能打价格战有关。鉴于此,消费者仍需进行多渠道对比,选择性性价比最高、套路花样最少的方式购买机票。

“民航版12306”的出发点肯定是好的,但未来仍需加强管理、完善服务。除了要免去“中间商赚差价”,还应为广大消费者提供更可靠、可预期的购票环境,真正留住和吸引更多用户。即便做不到像铁路那样“官方统一”,服务的优质化、差异化、人性化也该应有尽有。

终结价格套路,希望“民航版12306”的上线能为市场注入源头活水,给民航售票市场带来新面貌、新气象。



航旅纵横界面截图

热点 话题

告别走马观花、“割韭菜”式的运营模式,让学生研有所得、游有所学,才是研学游该有的模样

“货不对板”的研学游,该补哪些课?

据《中国青年报》报道,暑假期间,随处可见参加研学游的学生。研学本为丰富假期生活、增长见识,可实际效果如何?中国青年报社社会调查中心的一项调查显示,58.8%的受访家长感到孩子参加研学游的收获不多。过度宣传名不副实(55.6%)、溢价过高(52.2%)、水平参差不齐(50.7%)被指研学行业三大问题。加强对研学市场的引导和规范,71.3%的受访家长希望整顿从业者乱发证,形成资格认证统一管理规范和标准。

早在2016年,国家层面就曾提出将研学旅行纳入中小学教育教学计划,同时也发布了《研学旅行服务规范》,对研学旅行的服务提供方、人员配置、研学旅行产品、服务项目以及安全管理等几大类内容进行了详细规定。

近年来,得益于政策和需求的双轮驱动,发展有方向、行为有规范、市场增动力,研学游逐渐成为经济、教育、文旅融合发展的新业态,其重要性不言而喻。

而随着市场蛋糕越做越大,热度上去了,价格上来了,问题也随之而来。比如,一些经营主体管理无序,一放了之,后勤得不到保障;再比如,有的研学游机构热衷于文化游,“抄作业式”一哄而上,导致名校游变“校名游”、博物馆游变“到此一游”、精品课程变“拍照打卡”……诸如此类同质化、空心化、粗放式的“品控”,正在稀释研学游的“含金量”。

客观地说,对于适度“溢价”,家长们或许并不排斥,研学游既延伸了课堂,也弥合了暑期“带娃难”的时间差,花费也在情理之中。归根结底,缺“研”少“学”、重“游”轻“学”,无异于本末倒置,高价叫卖、货不对板,更有坏口碑、“赚快钱”之嫌,怪不得家长纷纷吐槽“不值得”“没收获”“研学忧”。

就当前国内多数研学游来说,其底层逻辑在于“教育+旅游”,将探究式学习同花样文旅融合,以开阔学生视野、培养实践技能,达到寓教于乐的目的。所以,做好研学游,关键在于告别走马观花、“割韭菜”式的运营模式,在游与学二者之间做

好平衡。一方面,要从学生群体的需求出发,以教育元素为本位,与书本知识相呼应,科学规划合理路线,制定精品课程,让学生研有所得、游有所学;另一方面,也要积极借势文旅东风,整合旅游资源,充分利用高校、博物馆、红色遗址等场所,打造开发精品基地和研学路线,让学生走出去,更好地用脚步丈量祖国大好河山。

同时,要严格把好“准入关”,对经营主体运营资质、从业人员行为规范、研学项目品质把控等形成统一管理规范和监管,严厉打击价格虚高、货不对板等行为,让更多优质的研学游挤出“水分”,惠及更多家庭和孩子,充分发挥其独特教育价值。

这些都是当下许多研学游需要补上的一课,应该看到,要想实现从研学游到研学“优”,抱着营销的心态搞噱头、博眼球是行不通的,把握好研的基础、学的本质、游的形式,打造出更多寓教于乐、融“教”于“游”的精品路线和匠心课程,才是行业发展的常青之道。

评论员 李福

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghhpl@163.com