



封面评论

天价高考志愿填报服务能创造多少增量价值？

□蒋璟璟

热点锐评

酒店“盲盒”已成双输局面

□楷隶

近日，酒店行业迎来营销节点。后疫情时代的酒店营销更为活跃，电商购物狂欢节双十一、双十二之外，一些新兴的节假日也成为了酒店大促的节点，不少酒店养成了“逢节必促销”的营销习惯。不过，在几乎全行业都参与的营销狂潮之中，一些酒店出现了营销“后遗症”，今年以来，预售券和盲盒的新玩法成为投诉“重灾区”。(中新社)

今年以来酒店行业强势复苏，在五一等节假日，更是录得强劲业绩数据。从某种意义上说，所谓的“报复性消费”，正在酒店行业加速体现。而与此同时，各式各样的新问题，也越来越多地暴露出来。

相比于以往，酒店营销如今有了更多的选项，除了传统的会员卡、积分优惠等等，最近越来越多的酒店，选择了诸如“盲盒”“预售券”等方式吸引客户。只是，从现实反馈来看，“酒店盲盒见光死”“预售房券兑换难”之事时有发生，并且其发生概率还不低。一方面，不断尝试“新手段”；另一方面，却没有后续的支持保障。由此，必然会严重影响消费者的体验，甚至是侵犯权益。

之所以造成如此局面，成因当然很多。首先应该意识到一点，此类“营销”动作，往往涉及到酒店、线上平台等多方，其中沟通不畅、衔接失当在所难免；而除此以外，更重要的原因在于，这类的营销手法作为一个新事物，本身就是不成熟的。其最大的缺陷在于粗枝大叶缺乏“精算”，无法实现供需关系的动态评估与平衡。一个典型的例子是，临期预售房券经常陷入挤兑。预售券集中在热点时段兑换，阶段性的需大于供，让酒店无力招架，让消费者郁闷不已。

值得注意的是，如今很多酒店已经陷入了为了营销而营销，为了求新而求新的怪圈。跟风玩“盲盒”玩“预售券”，却是只管“卖”不管后续，这约等于就是“一锤子买卖”的短视挖坑，注定行之不远。

“考得好更要报得好”“名师指导弥补分数不足”……临近高考，各种高考志愿填报广告铺天盖地。记者调查发现，虽然费用不断提高，一对一的辅导甚至出现了数万元的高价，但从从业人员水平和指导质量参差不齐，有的“规划专家”其实仅仅培训三四天就上岗了。(新华社)

在数年的市场实践之后，如今这门生意已经有了丰富的产品线，无论是“填报志愿软件”还是“高考志愿规划师”等等，每每都宣称自己有独门秘籍，俨然神乎其技。然而，相比于法律、医学这类专业化、学科化、正规化知识，所谓的“志愿填报服务”，更多还是经验性的、不成体系而充满随机的。其是否“有效”？能否提供超额价值？

形形色色的高考志愿服务，貌似玄乎深奥，实则其核心架构是很简单的。其一，就是信息梳理，也即把那些零碎的、分散的高校招录记录加以汇编整理；其二，则是需求匹配，通过检索触发、个人分析、“大数据筛选”、AI决策等方式生成“志愿填报方案”。综合来看，这波操作形式大于实质，整体所提供的“功能增量”相当有限。毕竟，传统的“高考志愿填报指南”“录取资料汇编”等已经做了很好的信息集纳，如今定价不菲的“志愿填报服务”未必高明到哪里去。

哪里去。

能不能通过购买高考志愿填报服务来实现“报得好”？这本身就是充满争议的！所谓的“报得好”，必然是高度主观化的、没有统一标准的。既然“报得好”无法准确定义，那么又如何判断是否“报得好”呢？当然了，在现实中，家长们心心念念的“报得好”，大致还是指向了两方面的诉求。也即，指望“低分捡漏”避免“高分低就”。很遗憾，市面上的“高考志愿填报服务”，往往是求稳有余“惊喜不足”。为了规避纠纷，其往往推荐最保守方案来保证成功率。

一顿操作猛如虎，一看填报方案“二百五”。能力不够，飙戏来凑。于是我们看到，在收费万元的一对一志愿填报辅导中，还包括了兴趣测试、性格测试、人生规划等内容，一波流程走完，离题万里，却似乎是“值回票价”了。或许，说到底，所谓的“志愿填报服务”根本就与“志愿填报”没太多关系，从本质上说，这更像是“心理安抚服务”“焦虑纾解服务”。其最大的实际作用，就是让家长“心理踏实点”，就是让家长能问心无愧“为孩子尽力了”。

因为“为了孩子”，因为已经心慌意乱，所以家长们失去了价格敏感、失去了决策理性。泥沙俱下的“高考志愿填报服务”乘虚而入、趁机收割，自然赚得盆满钵满。

新华热评

抓住“关键少数”才能管好“绝大多数”

□孙少龙

6月1日，《中共中央关于加强对“一把手”和领导班子监督的意见》公开发布，《意见》把党章党规中的有关规定进一步细化、具体化，突出对“关键少数”特别是“一把手”的监督，是党中央完善党和国家监督体系、推动全面从严治党向纵深发展的重要举措。

“一把手”是党的事业发展的“领头雁”，在增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”上必须作表率、打头阵。“一把手”担负着管党治党的重要政治责任，其违纪违法最易产生催化、连锁反应，甚至造成区域性、系统性、塌方式腐败。强化对“一把手”监督，是党风廉政建设和反腐败斗争的现实需要。

从实践情况看，“一把手”权力集中、责任重大、岗位关键，监督难度也更大。个别“一把手”长期手握要权，习惯性地把自己凌驾于组

织和集体之上，变成“一霸手”，甚至把分管工作、领域变成不受集体领导和监督的“私人领地”，严重污染本地区、本单位的政治生态。

抓住“关键少数”，才能管好“绝大多数”。破解对“关键少数”监督的难题，要强化党委（党组）主体责任，形成一级抓一级、层层抓落实的监督格局；要强化日常监督，敢于咬耳扯袖、红脸出汗，做到抓早抓小、防微杜渐；要坚持和完善相关制度，创新方式方法；要聚焦薄弱环节、明确监督责任，确保监督措施可操作、可执行。

防止“一把手”变“一霸手”，更需要“一把手”本人敬畏纪律与规矩，做到自尊、自爱、自律，摒弃“官本位”思想，时刻牢记自己人民公仆的身份，才能发挥“关键少数”的关键作用，做到以上率下、气正风清。 据新华社

微评论

非机动车越线抢行成风，怎么刹

□鲍南

媒体调查发现，在北京市内的许多路口，非机动车越过停车线等灯、闯红灯、逆行的现象比比皆是，观之令人心惊。

如何勒紧非机动车任性的“缰绳”，宣管结合、教育处罚两手抓是必由之途。针对目前电动自行车“练两把”就上路的情况，应当在上牌环节就加强相关法律法规的教育，让车主掌握基本的道路安全知识；在管理上则应针对电动自行车已经成为主流交通工具的现实，在红绿灯信号、道路设计等方面进行针对性改造，在路权上给予更多关注。在做好“疏”的同时，处罚上的“堵”也应与时俱进。就目前来看，不仅警力资源难以做到所有路口全覆盖，而且相应的违法成本也仅仅是20元罚款，难以形成真正的制度威慑。对此，我们应当在高效的追踪监控和有利的处罚方式上进行更多探索，尽快实现发现一起、处罚一起，让法律长出牙齿。

总之，对于非机动车这个牵扯多方利益的交通方式，相应管理不能是“突击式”“运动式”，应当秉持系统思维。在制度建设、执法方式、惩罚机制等方面同时发力，才能给这种交通工具装好“刹车”。 据北京日报客户端

麻辣观点

去协和看感冒很牛吗

□熊建

前不久，北京一家医院的医生说了一档事，耐人寻味。

有一个外地患者对这位医生说，我很牛。医生问他，你怎么牛？他说，我得了感冒是去协和看的。医生回怼道，那你真牛，你得了感冒完全可以在当地看，干吗坐飞机来北京到协和看？把看病当成一种炫耀吗？

这位医生的质疑背后，凸显了某些人一种扭曲的心态，就是把优质医疗资源的获取，当成显示自己身份和地位的象征。骨子里还是一种特权思想在作祟：你看，我得了个芝麻绿豆大的病，都能去协和这样的大医院看，我多厉害！

这种思想观念确实需要纠正。不过，从病人角度看，希望能在北京的大医院看病、做手术，心里更踏实，是可以理解的。但得了感冒发烧这种病也去协和，挤占了稀缺的优质医疗资源、耽误了更需要专家的病人不说，拿大炮轰蚊子，本身就是浪费弹药。

有人可能说了，感冒也能死人，让大医院的大专家看，消除隐患，能更放心。如果是定点合同医院，这道理能说通，但专门从外地赶过来到协和看感冒这类常见病，确实浪费社会医疗资源。大家如果都抱着小病大治的思路，“全民上协和”的状况就不会改变。

这就会导致，一方面，大医院里本就人山人海的聚集性医疗难以避免，分级诊疗更是无法推进，另一方面，基层医疗机构业务则相应萎缩。如此一来，既影响优质医疗资源发挥最佳效益，也影响服务体系整体效率，并且推高了总体医疗费用，加重了患者负担。

医疗卫生这个瓶子里的水目前是不满，但这些年来水位一直在很快上升。医改这些年下来，各地纷纷出台措施，有的推进县乡医院一体化，有的探索建立医疗集团，有的政府出资订单式培养大学生村医……千方百计推动优质医疗资源下沉，建立符合国情的分级诊疗制度，增强了民众在医疗卫生方面的获得感。

希望这些进步能给那些有点儿小毛病就想着上协和的人一点启示、一点信心。

据人民日报海外版

招标公告

四川日报报业集团拟购买一批防暑降温饮品，欢迎符合相关条件的生产商或经销商参加投标。投标有关内容如下：

一、招标项目名称：

四川日报报业集团员工防暑降温食品采购。

二、招标内容：

标段一：防暑降温食品(有机绿豆)

标段二：防暑降温食品(冰糖)

标段三：防暑降温饮品(袋泡解暑茶)

投标人可根据自身情况选择一个标段或多个标段进行投标。

三、投标人资质要求：

标段一、二、三：

1.具有合法的生产或经销资格；

2.具有相应的生产或供货能力；

3.具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

4.参加招标活动前三年内在经营活动中没有违法记录；

5.具备法律、行政法规规定的其他条件；

6.可同时参与多标段投标。

四、报名携带资料：

1.投标单位若非法定代表人直接报名的，

需出示投标单位的授权委托书，收加盖单位鲜章的原件；

2.投标单位的企业法人营业执照副本、法定代表人身份证明，若为生产厂商，须提供食品生产许可证、卫生许可证或食品经营许可证；以上证件验原件，收加盖单位鲜章的复印件。

3.提供2018年至2020年合同金额不小于3万元，且与所投产品一致的业绩证明(合同复印件或供货单)。

五、报名时间及地点：

时间：2021年5月28日至2021年6月3日，上午9:00至11:30，下午2:00至6:00。

地点：成都市红星路二段70号四川传媒大厦12楼B区总经理办。

六、投标截止时间：

时间：2021年6月10日下午17:30

地址：成都市红星路二段70号四川传媒大厦12楼B区总经理办

七、联系方式：

联系人：

廖老师 联系电话：028-86968193

潘老师 联系电话：028-86968864

四川日报报业集团
2021年5月27日