

察者看台

大学校园服务不必无微不至

■周卫国

女儿在北方上大学,读大二。十一月初,她的微信发出“不用出寝室啦!”的欢呼。原因是女儿所在的大学 SYU 服务站发出通告:校园拥有配送服务啦!SYU 服务站通告中声称:你是否还在发愁学校服务中心太远?取快递太累?吃饭人太多?南北院送东西太折腾?校园配送服务,现在上线啦,为你解除烦恼。从今天起,上课点单,下课就到,低至 1.5 元每单。现在 1 元钱就能获得,还有送货上楼服务,相当于免费送货上门,还不抓紧办理!下面是同学们的点赞,“期待呀”“终于不用出寝室了”“这服务我爱了”……

我作为父亲,面对这则消息时却莫名在心里一慌。不知是不是也会有别的父母亲与我一样,面对日益升级的校园服务,面对校园无微不至的关怀,不知是该高兴还是该担忧?

现在的大学,围绕建设一流大学的目标,硬件、软件都有了极大的提高。校园服务更加按照人性化、市场化、优质化,把学生的衣食住行娱乐等,都纳入服务的范围,服务更呈高档化、精细化、全

覆盖的趋势。有的大学校园公寓还按照设施水平区分星级,按条件好坏差异等级收费,学生公寓的条件向宾馆看齐,校园生活社会化保障,市场化运营。

对于正常的消费者,更全面、更优质、更周到的服务是好事。但从事实与现实的角度,大学生,并不是一个真正意义上的消费者。一个简单的事实是,大学生的第一身份是学生,首要的任务是学习。大学学习,既包括科学技术、人文知识的学习,也应有生活技能、自理能力的学习,生活习惯的养成。

学生本质还是一个学习者。数年的大学生活,离开家到校园,多数是独立生活的开始。十八九岁的年纪,真正离开家庭,步入大学生活,其任务不单是学习,掌握系统的知识,还有一项重要的任务是培养健全的人格品德,掌握独立生活的能力。生活技能、生存能力,是看不来、听不会,需要动手体验、亲历学习、重复巩固。

有一句俗语:天下没有免费的午餐。所有服务都是要有成本的,需要付费的。校园的学生,消费能力不完全,消

费观念不成熟,消费习惯不定型。多数学生大学期间的学费生活费,还依靠父母和家庭,他们并没有额外消费、过度消费的能力和资格。在保证基本生活的基础上,节约开支,自己多动手才是正道。

而太过于周到的校园服务,只要肯付费,都能服务上门。笔者看来,这般服务實在是“太周到、太贴心了”,却把学生养懒了、养闲了。

家乡有句俗语:勤快婆婆养出懒媳妇。现在的校园过度精细全面周到的服务,方便是方便了,对于学生并非是好事儿。一者夺去了动手学习的机会,二者增大了生活成本支出,三者养成不良消费习惯。利弊相权,可能是商家高兴、学生喜欢,但从学生成长成才和长远来看,则是弊大于利——方便了现在,失去了锻炼,丢掉了长远。越是周到细致的校园生活服务,越有可能培养出来的是头脑发达、四肢不勤的学生。

大学校园,升级服务,优质服务,还要聚焦学业,分清主次。教学服务当然先进、全面、优质、精细就更好,而生活服务,不必追求无微不至,适度够用就行。

新闻漫话

网售“特供”“专供”涉嫌虚假宣传

■杨玉龙

近期,部分电商平台出现以拼音缩写等“暗语”方式使用“特供”“专供”等标识销售、宣传商品问题,扰乱市场秩序,欺骗误导消费者。针对上述问题,国家市场监督管理总局近日组织开展清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品专项行动。专项行动将开展到 2021 年 2 月底。

一般来说,“特供”“专供”是指某一商品或物资对某一地区、某类人群具有特别用途而特别配送的。由于这种特殊性,有一些商家便以“特供”“专供”等标识销售和宣传自己的商品,暗示质量不一般、背景“有来头”。其实,这种商业经营手法

是对消费者的误导,也是对公平竞争机制的损害,更不利于形成风清气正的社会环境。

从法律层面讲,经营者不得利用广告或者其他方法,对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者等作引人误解的虚假宣传,“特供”“专供”涉嫌网络虚假宣传。治理这一问题,市场监管部门要持续开展对“特供”“专供”商品网络交易和广告的日常监测,建立长效机制,保持常态打击模式。

同时,电商平台也应强化自律。网购不是“法外之地”,电子商务平台经营者承担形式审查、协助监管以及对违法经营的查处和报告等责

任和义务。所以,电商平台应尽到法律责任,既要加强对商家行为的监管,更有必要做好相关消费警示。此外,商家须依法诚信经营。靠虚假宣传牟利,终难逃法律惩治。同时,消费者也应增强防范意识,不迷信“标识”,防止某些消费套路。



有话就说

“办酒钱”变“助学金”彰显大爱情怀

■吴 玲



耄耋之年,江苏连云港的王树梅作出了一个决定,取消了原本要办的 80 岁寿宴,将计划用来办酒的钱捐出去。11 月 7 日,记者从江苏海洋大学了解到,11 月 4 日下午,王树梅奶奶在儿子朱信群的陪同下,来到江苏海

洋大学,为 10 名家庭经济困难、品学兼优的学生发放 2 万元的助学金。同时,朱先生决定,今后要持续资助这 10 名学生直至他们大学毕业。

老人取消寿宴,捐出“办酒钱”为 10 名家庭经济困难、品学兼优的学生发放 2 万元助学,引发爱心接力的连锁效应,凝聚浓浓助学情。老人的助学情结,是爱心是美德,传递满满的正能量。老人捐资助学献爱心,不仅仅是经济上的扶贫,更体现精神上的资助和心理上的慰藉温暖人心。他的行为也必将深深影响着我们每一个人。

乐施好舍,扶贫济困,助人为乐是中华民族传统美德。善行的大小,爱心

的深厚,并不决定你拿出多少钱,干出多么轰轰烈烈的事情,而是决定于对所施对象境遇的影响和改变。

“办酒钱”变为“助学金”爱心善举最动人。老人助学情怀是大爱情怀,每个帮助过别人的人,都会尝受到帮助是甜甜的味道、幸福的滋味!每个人都离不开他人的帮助,也离不开帮助他人,和谐社会需要“人人为我,我为人人”的善良厚道,心存美好,心存善良。唯有爱在彼此间传递,才能让爱在社会流动开来,爱心流动循环就会创造爱心奇迹,传递人间大爱。只有大家心心相印,守望相助,我们的社会才会更加和谐温暖和幸福。

世相浅见

本栏点评 晓 伟

1.近日,知乎上一则微信群聊截图引发网友热议。截图中有人发言:“今年公司效益良好,利润有较大增长。公司决定,允许员工自愿申请每月降低待遇的 10%。”据报道,发言者为广州某公司创始人徐某,该截图对话的员工已离职。多名该公司员工透露,“自愿降薪”为公司的服从性/忠诚度测试,类似测试在公司每年都会发生。

点评:其实,如果是公司经营确实出现困难,可以通过跟员工协商一致的情形下,作出薪资调整。但该公司表述是“公司收益良好”,这种情况却要求“自愿降薪”,显然不合常理,也可以被视为违反《劳动法》。所谓的类似测试,还与现代法治社会格格不入,也侵犯了员工的合法权益。对于这类现象,相关劳动监察等监管部门有必要介入,及时予以叫停和纠正,支持和帮助员工依法维权,绝不能让类似企业文化肆意侵害员工利益。

2.护国寺、大白兔、张小泉、片仔癀……这些耳熟能详的老字号是一代中国人的集体记忆,对许多人来说有着特殊意义。但是时代在变,许多老字号却有些跟不上变化步伐。据有关数据统计,商务部认定的 1128 家中华老字号,只有 10%的企业发展势头良好,40%能维持盈亏平衡,剩余 50%都是惨淡经营或者持续亏损。

点评:创新是灵魂,是生存之道。对于老字号来说同样如此,别被老字号的名声所累,认为老字号就不能出新品,不能改变原有的味道或特点。顾客的偏好多种多样,而且不同时代人们的偏好也有所不同,因此老字号应该主动求变,不断在创新中发展。老字号有了创新,就有了发展的底气。对于有着几十年甚至上百年历史的老字号来说,传承和发展是挑战。作为企业,老字号只有积极参与市场竞争、遵守游戏规则,才能赢得市场。

3. 中国青少年研究中心日前发布调查报告显示,近七成受访未成年人使用过短视频,初中学生用过短视频的比例更高。未成年人如何看待短视频的内容?数据显示,29.7%的未成年人认为多数短视频内容低俗,31.4%的未成年人认为短视频采用的青少年模式用处不大,54.9%的未成年人赞同 14 岁以下使用短视频应征得父母同意或有父母陪伴。

点评:2020 年 10 月 17 日修订的《未成年人保护法》明确规定,网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务;网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。落实“青少年模式”,护航青少年健康成长,父母理当尽到监护职责,不能任由孩子沉溺网游或直播。掌握先进技术的网络平台更应尽到法律责任和社会责任,充分发挥技术优势,切实履行保护未成年人权益的责任。

今日论坛

少一些“苏洵的烦恼”

■刘奂明

笔者近日读了一篇专栏文章《不拘一格选用人才》,讲述了苏东坡之父苏洵因反感选考模式而不愿应诏的逸事,因此对打破陈规创新人才选拔机制满怀期待。

从古代科举考试到现代的高考,都是普通人改变命运的非常重要的途径。对现代人来说,拿到大学毕业证并不意味着从此一劳永逸,因为就业之途依旧荆棘丛生,还要经过一场又一场大考才可能进入理想岗位。

考试固然算得上一个比较公平公正的选才用手段,但毕竟也存在一些局限性,容易让那些不善于考试的特殊人才被埋没。当年华罗庚以初中学历被清华大学数学系主任熊庆来邀请到清华工作,假如按通常的套路来,这样的奇才连报考清华大学的资格都不具备。

古今中外像华罗庚这样的奇才毕竟是少数,但因为墨守成规千篇一律“逢进必考”,导致一些在某些方面“偏科”或学历不高甚至没有学历的人才被拒之门外而怀才不遇,这也是比较令人遗憾的。

重学历轻能力、重文凭轻水平的选拔人才套路必须被打破,让人才脱颖而出才能叫人真正心服口服。