

新闻会客厅

泉州晚报社
兴业消费金融股份公司
INDUSTRIAL CONSUMER FINANCE CO., LTD.

延长研究生学制

□本期主持人:温文清

主持人:近日,“多所高校宣布延长研究生学制”的消息引发关注,宁波大学、华中师范大学、中央民族大学、江西财经大学等高校宣布将部分专硕研究生学制延长至3年。对此举,您如何评价?

本期嘉宾:刘天放、左崇年、鞠实

提高培养质量

□刘天放(教师)

近年来,随着高等教育普及,研究生教育逐渐成为培养高层次人才的重要途径。但传统的研究生学制较短,难以满足学生在学术研究和能力培养方面的需求。为了提升研究生教育的质量,高校开始尝试延长研究生学制。此外,用人单位对研究生的综合素质要求也逐年提高,促使高校调整研究生学制,以更好地适应市场需求。

延长研究生学制,特别在专业硕士方面,要正视专业硕士人才培养模式存在的局限,积极探索对策,在实践中不断完善专业硕士教育的制度设计和政策安排,让学制调整真正赋能“学质”提升。为此,要树立基于循证决策的就业、招生、培养一体化改革理念,进一步完善学业、行业双导师制度设计,完善校企协同育人模式,建立健全质量保障体系。延长学制还要综合各方面利害,做好培养计划的合理调整,避免“一刀切”,确保多出来的时间能够真正达到期待。

当前,延长研究生学制已成为高等教育改革的必然趋势。这一调整能为学生深耕学术领域、锤炼专业技能留出更充足的时间,也能为高校优化教学环节、完善培养体系提供缓冲空间,从根本上提升研究生培养质量。

缓解就业压力

□左崇年(评论员)

不可忽视的是,就业市场的压力为这场学制调整蒙上了一层“无奈”的色彩。延长学制在某种程度上成了有效的就业缓冲策略——多一年时间,能帮助学生避开当前的就业竞争高峰,还能通过系统化的实习安排和职业技能培训,显著提升毕业生的就业竞争力。

更深层的矛盾在于,若学制调整不能平衡学术培养与就业准备的关系,可能会陷入“两头不讨好”的困境。对于以就业为导向的专业,延长学制应更注重与行业对接——比如增加企业合作项目、引入职业导师制度,确保多出的一年能转化为实实在在的就业优势;若过度偏向学术,而忽视市场需求,则可能加剧“学历贬值”现象,反而加重学生的就业负担。

学制调整本身并无绝对的“对错”,关键在于是否有清晰的定位和配套措施。对于以学术研究为导向的学硕而言,延长学制应聚焦于强化科研训练;而对于侧重应用的专硕,则需灵活调整学制,将更多时间用于实践教学和行业实习,直接对接企业用人需求,通过差异化的学制设计,既能缓解短期就业压力,又能为市场输送真正适配的高素质人才。唯有如此,才能让延长的学制既成为学术深造的阶梯,也成为就业突围的跳板。

需要系统改革

□鞠实(公务员)

我国研究生培养质量不高,除了学制较短之外,还有多样表现。比如培养模式同质化严重,专硕与学硕在课程设置、培养内容上差异不大;还比如专硕的实践导向未凸显,一些工科专硕课程设置与学硕相近,实践课程占比低,学生无法将理论知识应用于实践,毕业后难以为快速适应企业需求。

教学环节薄弱也是突出问题。部分课程流于形式,缺乏深度研讨与前沿知识融入。一些高校教师授课照本宣科,教学内容陈旧,不关注学科前沿动态,导致学生专业素养提升有限。以计算机专业为例,技术更新换代快,若教师不能及时将新技术、新算法融入教学,学生学到的知识可能一毕业就过时。如果教学质量不改进,即便学制延长,学生也只是在低效学习中消耗更多时间。

此外,研究生培养与国民经济和社会发展需求存在落差,培养方向也未能精准对接市场,导致毕业生竞争力受限。一些高校专业设置不合理,盲目跟风开设热门专业,忽视市场需求变化,培养出的学生难以满足企业实际需求。若不优化培养方向、强化实践能力,延长学制反而可能加剧“学用脱节”问题。

提升研究生培养质量是一项系统工程,要想有效破解研究生培养质量不高的问题,不能只寄望于学制延长这一单一举措,而需系统性改革。

让城市拥有更多惊喜“彩蛋”

□曾于里



中国晚报优秀专栏

西街斑驳的老墙下,一只头戴簪花的胖仓鼠悄然“复活”。两年前,绘画博主葛多在这处不起眼的墙角留下这幅作品,吸引无数游客打卡。之后在雨水冲刷下,“簪花鼠”逐渐模糊。两年后,他专程返泉修补,在社交媒体上引发广泛关注。“簪花鼠”像一颗持续发光的“城市彩蛋”,成为泉州文旅的微型地标。

“簪花鼠”墙绘的现象级传播,揭示了“城市彩蛋”的独特价值。我们可以这么定义“城市彩蛋”,它是指隐匿于城市街角、巷弄、建筑缝隙的艺术化设计元素,通过不经意间的“发现”过程,激发人们的探索欲与惊喜感,让游客在探索中获得超越预期的体验。

当然,“城市彩蛋”不是孤立的艺术创作,它深植于地域文化土壤。比如“簪花鼠”的簪花元素,以及葛多此次泉州之行,受邀在洛阳古街留下了新的艺术足迹——8只形态各异、充满活力的小狮子,均与泉州的历史文脉深

度融合。游客在社交媒体分享打卡照片时,也是在传播城市的文化符号。

在情绪经济如火如荼的今天,“城市彩蛋”悄然丰富了城市所能给人们带来的情感体验。“城市彩蛋”的隐匿性设计天然具有“寻宝”属性,当游客在转弯处与这只憨态可掬的仓鼠偶遇,获得的不仅是拍照素材,更是一种发现宝藏的愉悦——就像孩子在草丛里找到一颗玻璃珠,成年人同样需要这种不期而遇的微妙快乐。在匆忙而琐碎的生活中,偶然撞见这样的小美好,像给紧绷的神经松了松弦,让人重新感知到城市里藏着的温柔与趣味。

这种以情感共鸣为特点的文旅产品设计,是当下文旅产业从“到此一游”向“深度参与”转型的鲜活注脚。

比如游客在寻找葛多在洛阳古街留下的8只小狮子时,不仅延长了停留时间,也在无形中加深了对当地文化的认知。洛阳古街的狮子彩蛋被游客逐一找出时,寻找的过程本身就已编织进游客的个人叙事,或许是和同伴为找到最隐蔽的那只而去掌,或许是对着某只狮子的俏皮神态笑出了声,这些具体的瞬间让旅行不再是流水账式的打卡,而变成了带有个人温度的故事。“城市彩蛋”让游客与城市的关系从“有意打卡”变成“不期而遇”,这种惊喜感与成就感,是传统观光

旅游难以提供的情绪体验。

“城市彩蛋”也为文旅传播提供了新思路。一方面,文旅传播的焦点未必是地标建筑的全景照片,也可以只是墙角一平方米的创意。“小而美”的介入方式,既避免了大拆大建对城市纹理的破坏,又以极低成本制造了记忆点,文旅部门只需为这种民间创意提供生长土壤。另一方面,文旅宣传不只是告诉人们“这里很美”,也可以让游客自主地去“发现美”。城市何妨多一些这样的“城市彩蛋”,当城市变成一个充满惊喜的“彩蛋盒”,游客的每一次探索,都是一次与城市的亲密对话、一次对在地文化的主动解码,城市形象在潜移默化中也愈发深入人心。

说到底,“城市彩蛋”的价值不只是成为网红打卡点,更是城市递给所有人的惊喜礼盒。用轻盈的方式化解游客与城市的疏离感,城市给人的印象便不是冰冷的建筑集合,而是能不断催生故事的生命体。那些藏在街巷里的“城市彩蛋”,终将让城市成为人们心中反复惦念的牵挂,让每一次重逢都生长出新的期待。



记者采访发现,某些电商卖家为制造商品热销假象,自导自演“买家秀”并炮制虚假好评,消费者被精心修饰的图文误导,陷入真假难辨的消费迷雾,购物体验如同雾里看花。虚假好评透支的是商家诚信,伤害的是市场生态,唯有真实才能赢得持久信任。

(余一/文 朱慧卿/图)

戳破“0元购”的虚假繁荣

□温文清



“卖出近1400单奶茶后,店员把当日约20杯无人领取的‘0元购’饮品,一杯杯倒入下水道。”这是近日发生在某大城市一家奶茶店里的真实一幕……随着国家市场监督管理总局紧急约谈了么、美团、京东等平台企业,各平台目前已执行三项整改:全面下线“0元购”类促销活动;大幅收缩免单营销范围;加强活动监测、价格管控及骑手权益保障,强化社会监督与信息透明度建设。一系列纠正动作,旗帜鲜明地传递出国家反“内卷”的信号——“内卷式”竞争,只有赢家,没有输家,它是与中国经济高质量发展背道而驰的。

一个阶段以来的“外卖大战”,本质上是一个向内争夺资源的“内卷式”竞争。依据美团、淘宝、京东三大平台官方宣布的即时零售订单量,三家单日全国外卖订单量总计超2.5亿单,创下了历史新高。随之而来的,

从消费者的角度来看,天上不会掉“馅饼”,如果真掉下来了,那一定是在“陷阱”。商家陷入了恶性竞争,以明显低于成本的价格销售,甚至“0元”赠饮,假以时日,最终消费者买到的一定是劣质的商品,因为一个行业中不可能所有的企业都在做“慈善”,企业不赚钱根本就不成立。

从企业的角度来说,任何一场“内卷式”的竞争,都是一家头部企业打压另一家头部企业或者其他腰部企业的策略,而一旦取得了市场优势,逼迫对手退出竞争以后,赢家就会采取另一套价格体系,最终损害的也是消费者。说白了,定价策略最重要的还是合理性,并非越低越好。

从平台的角度而言,几百亿元补贴和“烧钱大战”的背后是资本和垄断的冲动,暴露出资本无序扩张对行业生态的危害性。此前,国家已多次强调要整治“内卷式”竞争,然而一些平台和企业对来自宏观层面的警告置若罔闻,片面地认为“价格战”只是单纯的市场行为,并以“疯狂补贴”催生出一个个虚假繁荣的泡沫。这种无底限的价格战,给行业、经济环境,乃

至中国经济高质量发展带来了负面影响。

在当今时代及市场环境下,没有人会相信自由放任的“无形之手”,会将一个国家、一个区域、一个城市的经济自动地引向有序的发展。当大量“0元购”的饮料被倒掉的时候,当商家疯狂接单却赚不到钱的时候,当消费者非理智地加入“薅羊毛”大军的时候,我们就应该第一时间预判到市场失灵了,这时候,就需要政府和监管部门“有形之手”及时、果断地干预。

事实上,在很多经济学家看来,自由竞争的“无形之手”是一只有缺陷的手,当它的缺陷被资本有效利用的时候,就很可能变成一只肮脏的手。规范外卖平台行为,叫停资本“任性”补贴,加强监管,是对公平有序竞争的维护,是把外卖、餐饮行业从“玩家皆输”的零和博弈,拉回“多方共赢”的关键之招。

从宏观来看,资本是社会主义市场经济的重要生产要素,我们要规范和引导资本的发展。

戳破“0元购”的虚假繁荣,维护市场竞争,设立“红绿灯”,正是“有形之手”的关键作用,也是中国经济高质量发展的应有之义。



“体育外卖”走红 亟须“加道保险”

□贾启慧

在手机上下单一份“外卖”,送来的不是热腾腾的饭菜,而是一堂上门体育课。“时间地点你来定,器械计划我来备。”今年,一种名为“体育外卖”的上门培训服务悄然兴起,主要面向青少年及幼儿。这份“外卖”,按学员需求定制课程内容,由专业教练携带器材上门授课,凭借时间灵活、送课到家的优势,受到众多家长的青睐。(7月29日潮新闻)

专业教练带着器材上门,根据孩子情况量身定制课程,既省去接送奔波,又能解决体育培训的刚需,难怪会受到追捧。不过,在这股热潮中,我们既要看到创新服务的价值,也要警惕可能存在的隐忧。

最让人担心的是运动场所的安全隐患。居民楼的客厅、小区空地毕竟不是专业运动场地,一个简单的跳跃动作,在硬质地面上和塑胶场地上受伤风险截然不同。其次是教学质量参差不齐的问题。目前行业缺乏统一标准,有些所谓“专业教练”可能只是健身爱好者考了某个基础证书,能否科学指导青少年训练要打问号。此外还有社交缺失——很多体育项目本该是集体活动,长期“一对一”训练,孩子可能失去在团队中学会合作、竞争的机会。

要让“体育外卖”既方便又放心,需要多方共同“加道保险”。监管部门应当尽快明确准入门槛,对上门教练的资质、课程设置、安全规范等建立审核机制。平台企业不能只做“撮合交易”,而要建立教练黑名单,完善课程评价体系,必要时应该为课程购买意外保险。家长选择服务时则要“多留个心眼”,除了查看教练资格证明,最好提前确认训练场地条件,避免让孩子在危险环境中运动。我们乐见“体育外卖”解决运动培训的“最后一公里”难题,但也要防止便捷变成草率。

宣传婚恋“捞金术” 应加大打击力度

□刘效仁

浏览短视频平台发现,部分婚恋类账号和情感博主逐渐偏离正常婚恋引导轨道,呈现“剑走偏锋”的乱象,公开传授诸如“女生捞金术”“男生傍富婆指南”等功利性婚恋技巧。(7月29日法治日报)

婚恋账号本来可以发挥正向作用,比如宣传正确的婚恋观念,引导主流价值观,或者为大龄男女牵线搭桥,成人之美。然而,不少婚恋账号却热衷于发布“擦边球”内容博取关注,传授“捞金术”,鼓噪和宣传唯金钱是取的价值观,违背了公序良俗以及网络信息管理关于禁止宣扬不健康、非主流婚恋观等相关规定。此外,高价值卖的所谓“情感课程”则涉嫌虚假宣传,若账号内容明示或暗示用户参与诈骗、洗钱等,则可能涉嫌构成帮助犯罪或教唆犯罪罪等。

对传播金钱至上及畸形婚恋内容的婚恋账号,理当强化管理。相关平台应优化算法,加强对内容审核和巡查,对无底线博流量以及违规内容力争及时预判予以限流,并依据事实关闭和取缔相关账号。监管部门应加大对内容发布者法治教育的力度,对违规违法行为予以依法惩治,使其付出高昂的成本,从此知敬畏,知行止。网民亦当提升媒介素养,远离低级趣味,在网络互动中理智理性,不当无良婚恋内容的传声筒。

“帮信罪”须严打 宽严相济护青春

□史洪宇

7月28日,最高法院、最高检察院、公安部联合制发了《关于办理帮助信息网络犯罪活动等刑事案件有关问题的意见》,其中强调,对未成年人实施帮助信息网络犯罪活动等犯罪,应当坚持“教育、感化、挽救”方针,依法从宽处罚。情节显著轻微危害不大的,依法不作为犯罪处理;对被诱骗实施犯罪,参与时间较短、获利较少,犯罪情节轻微的,一般应当不起诉或者免予刑事处罚;对在校学生实施帮助信息网络犯罪活动等犯罪的,可以酌情从宽处罚。(7月29日澎湃新闻)

随着互联网的高度发达,利用电信网络实施诈骗、开设赌场、洗钱等犯罪活动日趋增多。一些涉世未深、风险意识不足的在校生便可能被犯罪分子盯上,出借或者出售自己的银行卡、手机卡、微信号等给犯罪分子,犯罪分子再以此实施“网赌电诈”犯罪。这些在校生就触犯了“帮信罪”,即帮助信息网络犯罪活动罪。

一些涉及“帮信罪”的在校生,主观恶性并不大,比如可能只是在寻求兼职过程中,误入犯罪分子精心设置的圈套。如果不问缘由,一概举起刑罚大棒,显然与宽严相济的刑事政策不相符,也不利于护佑青春成长、维护社会稳定。

在从宽处理涉“帮信罪”在校生的同时,还应做好综合治理。如尽到全面充分的宣传引导义务,要求银行、电信运营商、网络平台等企业担负起应有的社会责任,充分利用技术手段在校生与电信网络犯罪之间构筑一道防护屏障,让在校生成为科技进步的受益者,而非在险象环生的网络世界中沦为“电诈网赌”犯罪的“工具人”。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为:

qzwbp@163.com