

规范高考志愿填报服务市场

法治时评

特约评论员 胡建兵

2026年高考季,全国报名人数达1290万人,庞大需求催生高考志愿填报服务市场,“高考志愿规划师”培训与服务热潮持续升温。然而,部分机构以“0基础入行”“21天速成”“教育部官方认证”等虚假宣传招揽学员,更有网红机构短期收割巨额资金,行业乱象引发社会广泛关切。

当前,多地高考改革落地,志愿填报规则更趋复杂,一对一服务费用动辄数万元,

但从从业人员专业能力良莠不齐,部分人员仅培训三四天即上岗,引发大量服务纠纷。实践中,部分机构为追求成功率,诱导考生高分低就,漠视考生兴趣与长远发展;更有不法分子利用家长焦虑心理,散布虚假信息、实施诈骗,严重扰乱招生考试秩序。

需明确的是,“高考志愿规划师”并未列入《国家职业资格目录》,教育部已多次发布警示,有关部门从未发放过该类职业资格证书,机构所谓“认证证书”均不具备官方效力。此类机构从业人员多为临时招募人员,仅按固定话术提供辅导,难以具备政策解读、院校研判、生涯规划所需的专业素养与综合能力。

行业乱象根源在于标准缺失、监管滞后。当前市场机构冗杂、服务标准不一,多数机构宣称“百分百成功率”,却通过格式条款转嫁风险,将决策责任完全推给考生与家长,所谓“个性化方案”多为模板化产物,甚至存在隐形加价、中途更换师资等侵害消费者权益行为。

为整治行业乱象、保障考生权益,相关部门需强化协同监管,加快制定行业准入标准、服务规范与收费准则,严厉打击虚假宣传、证书造假、合同欺诈等违法行为,对违规机构依法从严查处并公开曝光。同时,应健全公共服务体系,整合招生考试机构、高校、中学资源,通过线上线下渠道提供免费公益辅导,依托官

方信息平台发布权威数据,消除信息不对称。

考生及家长需理性看待志愿填报服务,摒弃“高价即专业”的认知误区,自主研判个人志向、兴趣特长与发展规划,结合国家战略需求科学选择。确需委托服务时,应严格核验机构资质,要求明示服务流程、评估依据与退费规则,在合同中明确院校专业约定及违约责任,留存相关凭证以备维权。

高考志愿填报关乎考生学业发展与人生走向,绝非简单的分数匹配游戏。唯有通过监管规范、行业自律、理性选择多方发力,方能净化市场环境,让志愿填报回归教育本质,为考生公平升学保驾护航。

眼见不一定为实

最近,一款网红切丝刀凭借夸张的广告特效、炫酷的产品演示,引起不少网民关注和购买。但消费者收货后发现,刀具实际使用效果和广告画面相差甚远。“谁能想到它的广告视频竟然是AI生成的,切丝刀不仅不能切丝,用起来都很费劲。”家住河北的王女士说。记者调查发现,当前AI虚假广告花样繁多,尤其是运用AI特效夸大产品功能,误导消费者。

新华社 王鹏 作



让民生保障更“合身”

孟繁哲

事件:

我国有1000多万名外卖骑手,如何帮助更多骑手社保?有的平台推行“先缴后补”,按参保地社保缴费基数下限补贴50%参保费用;有的平台分类施策,为全职外卖骑手缴纳五险一金,为兼职骑手提供意外险和健康医疗险。这些探索,有助于更好保障外卖骑手权益,受到广泛好评。

点评:

劳动法规定,用人单位和劳动者必须依法参加社会保险,缴纳社会保险费。不过,外卖骑手中有大量兼职、短期过渡、跨城市流动就业的从业者,劳动关系难认定,如何缴纳社保一直是个难题。平台企业为符合标准的骑手补贴灵活就业养老和医疗保险,为更多灵活就业行业提供了有益参考。

我们常说,面对问题要有有解思维,不要轻易说“不行”,而要多想“怎样才能行”。民生需求日益多样化,精准思维就是求解的一个重要方法。

以精准思维求解,重在提高决策的科学性、针对性。比如,血液透析患者每周需治疗多次,但由于基层血液透析服务存在短板,不少患者只能反复奔波大医院。近日,《基层血液透析室(中心)建设与服务指南(试行)》公布,提出不少有针对性的举措,更好满足患者需求。补齐共性短板,兼顾个性差异,精打细磨政策“颗粒度”,才能防止“一刀切”,让民生保障越来越“合身”。

以精准思维求解,更要增强改革的前瞻性、系统性。比如,为了破解群众办事难,上海推行“一网通办”改革。高效办成一件事并不是终点,而是起点,在此基础上,破解申请繁琐等问题,市区两级共826个政策项目实现“免申即享”;破解群众跨区域办事难,长三角政务服务“一网通办”协同立法于今年5月1日起在沪苏浙皖同步施行。惠民政策从“有没有”迈向“好不好”,要顺着“痛点”找“病灶”、除“病根”,探究同类问题的共性规律、适用对策。靠前一步、多想一层,才能让惠民举措真正暖心贴心。

精准,不仅在制度设计,更在扎实落实。浙江台州椒江区万济池菜场装上了中央空调与新风系统,夏天买菜不用再挤一身汗了。湖南长沙地铁完成盲文牌标准化改造,让视障乘客能更便捷、安全地识别站点信息、规划出行路线。民生工作往细处想、往深处走,才能做到群众心坎上。在细微处下足“绣花功夫”,一点一滴累积起来就有大进步。

惠民政策从出台到完善,再到形成制度、法治护航,很难一步到位。这就需要治理者增强战略信心、秉持历史耐心。长期护理险从首批15个试点城市率先探路,到国家试点扩围至49个城市全面实践,当前已覆盖约3亿人,累计惠及超330万失能群众,基金支出超千亿元。国家组织药品集中带量采购从11个试点城市、25个品种起步,到如今已开展10余批次,覆盖400多种药品,一轮一轮扩面提质。做好民生工作如同做衣裳,量、裁、试、改,急不得也停不得。在实践中打磨,在推进中完善,才能让政策红利更好惠及群众。

“十五五”规划纲要提出,“实施更加公平普惠、精准有力的社会政策”。民生工作做得好不好,不仅要看保障覆盖了多少人,也要看服务是否贴合不同群体乃至个体的具体情况。让保障精准触达个体,让暖心服务渗透日常细节,群众的获得感、幸福感、安全感就能更加充实、更有保障、更可持续。

从一杯茶饮看中国服务出海又出圈

罗珊珊

最近,霸王茶姬在韩国同步开出3家门店,掀起一阵购买热潮。在巴西圣保罗,蜜雪冰城首店门前早早排起长队,蜜雪冰城自有IP(知识产权)形象雪王,身着10号足球球衣,与消费者友好互动,本地消费者占比已达95%。截至2025年底,蜜雪冰城海外门店数约4500家。喜茶陆续进入美国、英国、澳大利亚、加拿大等市场,过去一年海外门店数量实现近6倍增长。

从茶叶原料的传统货物出口,到标准化服务、本土化运营、东方文化体验的全方位走出去,以中式茶饮为代表的中国服务品牌集体出海,折射出中国与世界双向互动的深刻进阶,更是世界视角下中国形象、中国气质、中国魅力的蝶变升级。

长期以来,世界认识中国,始于“中国制造”的硬核出海。过去数十

年,中国出海的核心标签是服装、家电、机械设备等实体货物,重产品、轻体验,重硬件、轻文化,世界看到的是勤劳务实、产能强大的工业中国,却少有对中国生活方式、文化内涵、国民气质的深度感知。货物贸易搭建了中国与世界联通的桥梁,但单一的商品出海,难以传递立体、鲜活、有温度的中国形象。

服务消费是最接地气、最具亲和力的文化传播方式。服务出海的深层价值,在于带动中国文化温柔出圈,让世界重新读懂中国。货物出海,传递的是商品价值;服务出海,传达的是国民自信与大国气度。新一代中国出海品牌,坚守自身文化内核,凭借标准化的服务体系、精细化的运营能力、差异化的文化特质立足全球。

蜜雪冰城推行“全球标准+区域定制”的运营模式,以成熟的连锁运营体系、完备的供应链管理,保障产

品和服务品质,同时将自身IP形象雪王与当地文化融合创新,让中式茶饮自然走进当地消费者的生活。在印度尼西亚,很多小朋友学会的第一句中文就是“你爱我,我爱你,蜜雪冰城甜蜜蜜”。而喜茶更注重潮流与年轻化的表达,根据不同城市的文化背景、消费习惯和生活节奏,持续创新产品内容、包装设计和空间氛围。

一杯新式茶饮,承载着延续千年的中华茶文化,以年轻化、潮流化、日常化的姿态走进全球年轻人的生活。从“成为中国人”的审美热潮到中式茶饮火爆出圈,世界看到了一个兼具底蕴与潮流、开放与包容、务实与浪漫的鲜活中国。平视中国、向往中国、来到中国,成为国际社会的新趋势。

一杯茶饮,见证中国文化魅力。未来,随着更多中国服务品牌扬帆出海,根植于中华沃土的生活方式、文化理念、发展智慧将不断走向世界。中国,也必将以更加开放包容、自信昂扬的姿态,与世界各国双向奔赴,让新时代的中国故事,在全球舞台绽放更动人的光彩。

张剑东与胡松强债权转让通知暨债务催收联合公告

根据张剑东与胡松强签订了《债权转让合同》(协议编号:2026001),张剑东将其所合法拥有的本公告项下债权(包括债权及担保权利)依法转让给了胡松强,张剑东告知债务人及各担保人义务承担人,从公告之日起向胡松强履行相关义务。胡松强作为上述债权的受让人,现公告要求债务人及担保人义务承担人,从公告之日起向胡松强履行主债权合同及担保合同等相关法律文件项下约定的偿付义务或相应的担保责任或法院判决书所确定的义务。特此公告。

张剑东联系电话:13486087600
胡松强联系电话:13806647346

序号	债权人	借款人名称	裁判文书
1	浙江兆隆合金股份有限公司	罗魁民、罗利群	(2016)浙02民初480号民事判决书

张剑东 胡松强 2026年6月11日