

早教市场热浪滚滚 诱人“蛋糕”有多大？

■本报记者 李 润

“绝不能让孩子输在起跑线上。”类似的“育儿话”已经被很多父母视为“真理名言”。“如果从孩子出生的第三天开始教育，那么就已经晚了两天。”有的家长甚至如此“不甘落后”。在各大网络平台关于早教的讨论版上，越来越多父母开始让孩子接受早教，而绝大多数家长也是抱着一种“跟风”的心理。多数早教机构抓住家长心理看到这样一条“发财路”，犹如雨后春笋，纷纷进场掘金。

如今，在国家“全面三孩”政策的开放下，早教市场这块诱人的“蛋糕”到底有多大？市场前景如何？记者走访漳州各大早教机构，进行深入调查。

家长热捧 早教机构跑马圈地

创办于1998年号称“让每个孩子享受适合的爱与教育”的早教机构红黄蓝教育在漳州万达广场开业6年来，一直深受家长们的欢迎，前来上课的婴幼儿可谓络绎不绝，同在万达广场的还有金宝贝早教中心“同台竞争”。

近年来，早教园、早教中心、亲子俱乐部等各类早教机构相继在漳州涌现。“80后”和“90后”作为当今社会的生育主角，因为观念新且舍得投入，推动了近几年早期教育市场的快速膨胀。

早教正在利用家长怕输的心态，迅速跑马圈地。0—3岁婴幼儿早期教育曾经是一个模糊的领域，父母就是孩子的第一任启蒙老师，哥哥姐姐就是孩子学习和模仿的对象。而在市场细化、术业专攻的今天，早期教育不再是单靠家庭来支撑的领域，庞大的市场需求让诸多机构纷纷涉水早教市场。

康女士是一家事业单位的工作人员，目前正在为宝宝物色合适的早教机构，康女士告诉记者，在宝宝0—6个月时，曾参加早教机构做活动免费的亲子活动，效果不错。目前宝宝一岁半，正处于学说话的阶段，她打算物色一家权威有特色的机构，来加强孩子在语言等方面的培养。

问及为什么送孩子去早教机构，康女士表示，自己工作繁忙无法抽出充裕时间陪伴孩子，家里老人溺爱孩子，和孩子相处方式单一，不利于个性培养和潜能激发，也不利于孩子全方位健康成长。记者了解到，越来越多的家长都有着和康女士一样的看法，对幼儿的教育开始倚重于早教机构。

费用不菲 教学内容大同小异

在一些早教机构的宣传材料上，记者看到“开启智力”“激发潜能”“培养宝宝社交力”“启发宝宝想象力”“在游戏中提高婴儿情商”……这些五花八门的词汇让许多家长常常目不暇接、怦然心动。

昨日，记者以宝宝家长的身份进行咨询后发现，各早教中心的价格各异，一般是40分钟到90分钟一节课，收费最低的一家每节课98元(课时较短)，最高的要300多元。如果选择最短课时和最便宜的价格，

一年最少也要四五千元。有的早教中心还推出各类“课时套餐”，报名的课时越多，打折的力度越大，价格越优惠。

如此不菲的价格，早教到底都教些什么内容呢？记者来到某早教中心，这个早教中心面积有四五百平方米，大厅里摆着一些彩色小桌子和小椅子，墙上摆满图画书、小玩具、画板等。正好有个教室正在上课，透过一面玻璃窗，记者看见孩子和家长正围坐在地上听课。“这是亲子互动课，可以从各种动作中锻炼孩子的肢体协调能力和智力发育。”该中心工作人员介绍道。

记者走访发现，早教机构开设的教学项目名称繁杂，大致可分为艺术、体能、语言、认知等几大类别，为了体现专业性，其中一部分课程以国外著名的幼儿教育专家命名。虽然课程叫法不一，但内容及形式趋同。

缺乏规范 师资水平参差不齐

“我给孩子报了一家品牌早教中心，当初报名的时候，他们说有全国知名的专家授课。可是上了十几次课，从没见过什么专家，上课的老师大都是年轻的小姑娘。”市民陈女士说，据她了解，一般早教机构的老师都是通过招聘来的，大部分没有专业背景，稍作培训就可上岗，水平参差不齐，早教机构的老师收入并不高，人员流动比较快，也有个别早教中心拥有研究生学历的老师，但数量很少。

有家长告诉记者，老师上课的时候都会通过一些益智玩具，让孩子和家长互动。课后，老师会巧妙地与家长推荐这些玩具或者图书，比如市面上几十元就能买到的东西，到了早教中心至少得上百元。

记者了解到，我国目前还没有将0—3岁的婴幼儿早期教育纳入教育体系，最早的幼儿教育是从3岁开始。一位业内人士告诉记者，部分早教机构的教育资质、所设课程内容以及师资水平都缺乏相应的规范。记者在早教中心询问一些家长，给孩子进行早教是否有效果时，很多家长表示“我们也不知道，就当给孩子玩玩吧”。除此之外，有些家长也表现出了对于婴儿时期的早教没有相应的规范表示担忧，“一旦出现各种突发情况，这些非专业人员是否知道怎么处理？”

效果疑义 特色服务挖掘市场

据了解，漳州早教市场兴起并走入人们视线，



小朋友正在早教中心接受早教教育 本报记者 吴丽燕 摄

始于近五年，经过几年市场的洗礼，只有少数几个比较知名的品牌早教机构存活下来。目前，市区规模比较大的早教机构不到10家，而那些藏身于新村、小区内的小机构大概有几十家左右。

这块诱人的“大蛋糕”到底有多大？“根据行业数据，走进早教中心的家庭只有10%左右，另外90%的市场开发空间还很大。”业内人士认为，尽管一些家长对早教是否有效果仍存在疑义，但任何一家早教机构负责人都不会否认这块市场的潜力。家长对教育的投入向来不吝啬，有特色的早教服务将成为挖掘新市场的关键所在，早教无疑是一个前景广阔朝阳产业。

婴幼儿早期教育最早起源于欧美，在我国发展已有20多年时间。相较于一二线城市，目前漳州的早教市场仍处于刚起步阶段，因此提升空间还很大。“这是一块最具潜力的广阔天地，现有的早教机构应该细分市场，联手把整个市场做大做强，实现互助互惠互利共赢。”有关负责人表示。

游客提供更好的文旅产品，讲好城市文化故事，不要给外地游客留下“盛名之下其实难副”的尴尬，从而削弱游客的旅游情感体验。第三，要放大一个地方人文精神，这就需要无论在城市的规划上，还是在营商环境的打造上都要满足更多人的期待，因为软环境也是城市的硬实力。

“问君何不乘风起，扶摇直上九万里”——借助网络社交的宣传，用多元的推广手段从不同的视角呈现一个城市的魅力，同时，挖掘城市的内涵，提升自己旅游产品的核心竞争力，打造良好的旅游产品 and 市场，只有双向持续发力，“网红”城市才能成为“长红”城市，才能在旅游业的竞争中闯出自己的一片新天地。

读者论坛

uzheluntan

S 声音

hengyin

年终考评不应流于形式

■杨玉龙

眼看着又到了年底，不少企业和单位张罗着年终考评。年终总结是对自己一年所做的工作做个梳理，以便来年更好地开展工作，但是从现实来看，有的显然正在流于形式。有些职场人代写、抄袭年终总结，将其当做“交差了事”的任务。如此，不仅让考核评价失去了其本身价值，也浪费了人力及资源。

年终考评不应流于形式。毕竟，有效的考评能增强员工上进心。职业规划师表示，一次有效的年终考评，能增强员工的工作激情和上进心。具体来看，对于不少企业员工而言，年终考评与等级挂钩，上下一个等级就可能意味着一笔数字不小的年终奖悬差。而且，从长远来看，积极有效的考评机制也有利于凝聚人心，促进事业的发展。

规避年终考评流于形式，关键是用单位要科学设置相关考评机制。此前就有媒体指出，企业的年终考核不是只有到了年终才应该考虑的阶段性工作，而应该是贯穿全年的全过程管理。事实上确实如此。亦如有专家所言，企业进行年终考核要采取差异管理和全程管理的管理方式。而这样的考评机制才有利于公平且更彰显出

力度。

年终考评不仅是在考员工，更是对用人单位人力资源管理的考评。比如通过设置合理的年终考评机制，员工全年的表现通过数据、同级、上级评价打分等方式呈现，为企业确定员工的奖惩待遇或升迁安排提供科学依据，如果运用得当，而不是将考评结果束之高阁，就能够达到考评之功效。反之，只停留于为了考评而考评，势必会让员工厌倦、反感、抵制。

当然，对于员工自身而言，也应该正确对待年终考评。最为基本的应该善于总结，根据一年来的学习及工作情况盘点，对自身存在的问题也有所总结，重点是下一年的工作也要有思路。而不是让代写、抄袭，沦为年终考评的主旋律。可以说，对待年终考评的态度，也是自身对待职业生涯的态度，对此不能大意。

总而言之，年终考评对用人单位及职场人来说都是一年中的大事，对此需要认真对待。对于公司人事部门而言，通过年终考评，为企业提供了总体人力资源质量优劣程度的确切情况，获得员工晋升和发展潜力的数据；对员工个人而言，在总结中找到不足并明确下一年工作，这都是不可或缺的。故此，年终考评就应该一板一眼搞好。

给直播打赏浇浇理性的“凉水”

■戴先任

近年来，随着网络直播的兴起，一些主播靠打赏赚得盆满钵满，但围绕直播打赏产生的各类纠纷也日益增多。

给直播平台、主播带来丰厚收益的打赏行为，因没能得到有效规范，从而衍生了不少乱象。诸如有“9岁女童打赏主播花光家里10万彩礼”“90后”出纳挪用4826万元公款，一年多时间打赏主播2000多万元”等等，类似问题屡见不鲜。

为了获得更多打赏，主播往往会通过各种方式刺激、诱导网友打赏，比如有的直播间会将赠送礼物的粉丝进行排名，赠送高额礼物的粉丝会获得主播额外的关注和点名互动……这些刺激手段就更容易让网友进行激情打赏、高额打赏等非理性消费。

要防范这种非理性消费，就要做好相应防控，要采取有效措施让双方都变得理性起来。早在今年2月，国家互联网信息办公室等七部门联合发布了《关于加强网络直播规范管

理工作的指导意见》，要求必要时设置打赏冷静期和延时到账期。而如果用户的打赏频次和金额超过设定的阈值，平台就会进行提示，建议用户冷静一下；管理规定也将会要求平台对单笔打赏的最高额度加以限制，从而限制高额打赏；对于未成年入打赏行为，则通过人脸识别技术进行遏制。

要让直播打赏的授受双方都理性起来、冷静下来，主播、平台不至于唯利是图、不择手段，网友也能理性打赏、理性消费。通过直播打赏设置冷静期等措施，实现行业规范；通过完善相关法律法规，加强司法惩戒与保护；广大网友也不要盲目消费。这样才能有效遏制激情打赏、高额打赏和未成年入打赏等非理性消费，从而给造成一些用户盲目消费、狂热打赏的直播打赏浇上理性的“凉水”，有利于保护好广大用户的合法权益，也能避免未成年入成为直播打赏利益相关方的“猎物”。让直播打赏不再是一场冲动消费，这样也有利于行业的长远发展，符合行业的长远利益。

期待“小哥学院”多起来

■费伟华

想提升技能、学历却苦于没时间，这是不少新就业形态劳动者碰到的现实问题。如今，随着杭州西湖区西溪街道和浙江开放大学联合打造的“小哥学院”的成立，“小哥”们可以自由选择线上或线下课程，进行自我提升。

随着人们生活水平的不断提高，新就业形态劳动者群体越来越大，然而，据西溪街道联合浙江开放大学进行了问卷调查结果显示，快递、外卖从业人员中，中专及以下学历占总调查人数的72.05%；有意愿参与各类培训的人占总调查人数的68.69%；有70.22%的人表示阻碍继续教育的原因是没有时间。

一方面，新就业形态劳动者在不断增加，另一方面，由于新就业形态劳动者的文化层次偏低，又影响了新型服务业态质的提升。再加上，新就业形态

劳动者迫切需要自我学习和发展的，却缺少了学习的时间和平台。如何化解这个矛盾？笔者以为，杭州西湖区打造“小哥学院”的做法，为我们提供了有益的样本。

“小哥学院”的建立，让新就业形态劳动者有了专门学院，采取集中上课和点单选课的形式，方便新就业群体就近就便接受教育，不仅使他们随时随地都可以学习，补上教育的短板，而且还开展了专科、本科学历教育，组织职业技能培训与考证，个性化优化成长等课程，满足了新就业形态劳动者群体搭建了沟通交流的互动平台，让他们在互帮互学中共同提高，进一步增强文化自信和自尊，成为自我提升的快车道，从而促进新型服务业态的健康快速发展。

“网红”城市内外兼修方能“长红”

■樊树林

丁真走红后让理塘声名大噪，“北上广曹”让曹县出圈，《漠河舞厅》带火漠河……一个个“网红”目的地接棒出现，给旅游行业带来了新的方向。但是，如何在突然爆红之后红得长久，变“网红”为“长红”，是一些旅游城市面临的重要课题。

(据12月10日《工人日报》)

在互联网已经嵌入社会公众生活的当下，一个“网红”人物的出现，一个网络歌曲的传播都能让人让一个地方成为“网红”打卡地，吸引国内外游客纷至沓来，对城市旅游经济的发展起到了推动作用，城市旅游发展理念也随着互联网正在进行重构。

在我们对“网红”效应推崇膜拜的时候，也要注意许多“网红”也是“来也匆匆，去也匆匆”。因此想要城市“网红”变“长红”，一直保持较高的关注度，不仅要在营销上进行创新，更要通过内部挖掘潜力，不断强筋壮骨，只有内外兼修，城市的核心竞争力才能得到提升，城市旅游才能做大做强。

将自己的风景和人文在更大范围内叫响、让更多的人熟知，对一座城市发展旅游业来说十分重要。纵观北京、重庆、广州、成都、杭州、西安等城市之所以能够成为公众认同高的城市，除

了通过网络达人的宣传而获得流量外，更是依靠丰富的自然旅游资源、丰沛的人文和历史文化。

真正打造一座具有“网红”潜力的城市，是一个宏大的课题。一方面，城市管理者不能在一首歌、一个“网红”带来的知名度上陶醉，而是要抓住这样的机遇，认真去解读“网红”的背后密码，通过组织开展代言人为城市代言、投资拍摄电影以及吸引更多网络达人宣传的方式，将流量持续放大。另一方面，要立足旅游经济的长足发展，进一步挖掘区域内的历史文化景观，打造点、形成链、扩成面，为

对网络流行语，应有“让子弹飞”的态度

■关育兵 文 杨 靖 画

不断涌现的网络用语，显然在不断汇入这条河流，但究竟是沉入河底，还是成为河流的活力？有语言专家指出，“我们理应相信汉语历经数千年而不衰，自有其强大的自我净化和发展功能，自会取其精华去其糟粕。”大可让“子弹再飞一会儿”。这样宽容的态度，是值得称赞的。

有的网络流行语，飞着飞着，就自然坠落了。比如，曾经的“你OUT了”“886”“法海你不懂爱”之类消失的网络用语，就是如此。有的则会“转正”，比如“给力”一词，《人民日报》的头版标题就使用了网络用语“给力”，这成为标志性事件，此后，许多网络用语开始出现在主流媒体中。

对于不适宜的网络用语，必须予以强力纠偏，这是文明的进步。《咬文嚼字》负责人表示，“评选流行语，不仅仅是在选择一个工工具性符号，也是在对孕育其中的价值信息做出符合社会文明道德规范的甄别。我们坚决遏阻庸俗、暴戾语言的传播，倡导建设健康文明的语言环境。”《咬文嚼字》在评选流行语的时候，就表明了自己的观点：

不反对部分网友使用它们，但绝不赞成让它们进入年度流行语榜单。这样的态度，是更多的媒体应该坚持的。网络用语可以不断涌现，但作为语言规范代表的媒体，则应在其成为普遍使用的时候，再予以使用。

有语言学家表示，“语言的生命在使用者中间，评选可以基于自己的价值和准则，但不能决定语言的存灭。”的确如此。如果网络用语能经历这样的“劫难”仍被长久而广泛地使用，那其最终还是会汇入语言这条河流的。倘若不能，那就证明其最终还是语言的渣滓。

当然，哪些网络用语可能“转正”，还是有规律可循的。符合汉语结构规律、符合汉语语法规范，准确、鲜明、生动和具有普遍性，是网络用语能够“转正”的共同特征。对于这些网络用语，媒体可以适时使用，否则，还是慎用吧！

道听图说

aotingtushuo



12月8日，《咬文嚼字》杂志社编辑部发布“2021年度十大流行语”，“yyds”“绝绝子”等被排除在外。今年的“十大流行语”，是一场不止于“流行”的评选。《咬文嚼字》主编黄安靖说评选标准具体表现在三方面：反映年度特征、坚持价值原则、秉承规范理念。

(12月11日《工人日报》)

语言是交流的工具。凡是因应人们的交际需要而产生的，都可称之为语言，因为她满足了人们交际的需要。但一种语言，能否生存和发展，则在于能否获得更多人的认同和使用。这在语言学中，有一个生动的比喻：语言是一条河流，不断有旧的渣滓沉于河底，最终消亡，也不断有新的河流汇入，让这条河流保持活力。