

# 莫把严管校外培训当“空调”

## 市场监管

对校外培训机构的监管绝不是一次心血来潮的专项整治,而是要给行业定方向、立规矩。校外培训机构必须明白,只有摆脱价格战、虚假宣传等顽疾,才能健康发展,真正成为学校教育的有益补充。

校外培训机构最近比较慌。近日,中央全面深化改革委员会第十九次会议审议通过了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,指出校外培训机构无序发展,“校内减负、校外增负”现象突出。会议还明确提出严禁校外培训机构随意资本化运作,不能让良心的行业变成逐利的产业。

条条说到了家长的心坎里,也打在了校外培训机构的“七寸”上。然而,目前还有部分机构心存侥幸,也有家长猜测,会不会“雷声大、雨点小”,严管成了“空调”,只吹风、没动静?

这种侥幸心理和犹豫观望可以收起来了。对校外培训机构的监管绝不是一次心血来潮的专项整治,而是要给行业定方向、立规矩。校外培训机构必须明白,行业野蛮生长的阶段已经过去,接下来将是规范发展的成长期。

早在2018年,中央全面深化改革委员会第三次会议就审议通过了《关于规范校外培训

机构发展的意见》,提出要以建立健全校外培训机构监管机制为着力点,构建校外培训机构规范有序发展的长效机制。从2018年起,多部门联合对校外培训机构进行了专项整治。

新冠肺炎疫情发生后,在线培训机构在资本推动下迅速扩张。企查查数据显示,目前我国约有45.4万家教育培训相关企业,仅去年就新注册了8.25万家,为近10年来最高。毫不夸张地说,每一家培训机构都是家长的钱包“养”起来的。然而,他们回报学生和家长的,却是越来越严重的焦虑贩卖,越来越越高的学习内容,以及越来越明目张胆的虚假宣传。问题屡禁不止,还有愈演愈烈之势,以致今年全国两会期间校外培训机构

话题备受关注。

对比中央深改委两次会议精神可知,整顿校外培训机构的发力点已调整为内外联动。特别是此次会议“对存在不符合资质、管理混乱、借机敛财、虚假宣传、与学校勾连牟利等问题的机构,要严肃查处”,“根本之策在于全面提高学校教学质量”,“各级党委和政府要强化主体责任”等提法,明显看出话说得更重,问题点得更透,提出的措施更系统。一套组合拳打下来,有望改变“校内减负、校外增负”的现状。

校外培训市场未来怎么发展,不仅要领会新提法,还应注意新措施。

就在中央深改委此次会议的同一天,北京出台了《北京市学科类校外培训机构预收费管理办法(试行)》,明确要求预收费机构采用银行

存管模式开展资金监管,存管资金拨付须与授课进度同步、同比例。此举显然有助于防止培训机构卷款跑路,也在一定程度上限制了培训机构挪用学费进行无序扩张。业内普遍认为,这一思路可成为范本,向全国推广。

此前,北京市海淀区市场监管局还发布了《教育培训行业广告发布重点内容提示书》,严格限制行业广告投放。市场监管总局及北京、重庆等地市场监管部门多次顶格处罚校外培训机构,让全社会收到了“动真格”的信息。

整顿行业乱象,无疑有利于行业长远发展。这些年,为了让用户数、复购率等资本重视的指标好看一点,培训机构同样在“内卷”。比如,2020年培训机构营销支出占收入比重普遍在30%至50%区间,个别机构的这一比重竟高达81.6%,收支如此畸形,企业谈何发展?

只有摆脱价格战、虚假宣传等顽疾,校外培训机构才能健康发展,真正成为学校教育的有益补充。教育行业要培养千家万户未来的希望,决不能让资本决定孩子学什么、怎么学。

余新

# 为民生政策做“体检”

曾金华

日前,北京市财政局发布文件明确,于2021年8月前对全市医疗卫生和社会保障领域46项民生政策开展绩效评价,重点评价分析资金投入情况、绩效目标的实现程度以及落实“六稳”“六保”任务的实际效果。笔者认为,这种增加“体检”环节的做法,有利于推动民生政策和项目落实落地,使其真正成为民心工程。

我国每年一般公共预算支出达20多万亿元,加上政府性基金预算、国有资本经营预算,财政支出规模更加庞大,各项支出特别是民生支出的效果如何,一直备受关注。近年来,我国全面实施预算绩效管理,“花钱要问效、无效要问责”的意识不断增强。受新冠肺炎疫情疫情影响,我国财政收支矛盾加剧,此时更要提高预算绩效水平,管好用好财政资金,把钱用到刀刃上、花出效益来。

我们注意到,各地在实施民生政策中,越来越注重对实际效果的评价。比如,此次北京市集中开展民生政策绩效“体检”,对7项医保领域相关政策、7项人力资源与社会保障领域相关政策、14项民政领域相关政策等,从政策“目标相关性、执行效率性、实施有效性、公平性、效果可持续性”五个维度进行全面评价。

再如,近年来各地加强就业、创业培训,在这方面投入不少,但是否真正发挥了促进就业的作用?安徽省在实施创业培训“马兰花计划”中,将创业培训成效纳入就业工作绩效评价体系,定期对培训机构和创业服务机构进行跟踪抽查评价,及时掌握创业参与率、创业成功率等情况。

各地强化质量跟踪问效的做法,能够避免宝贵的财政资金“打水漂”,切实把钱花在刀刃上、紧要处,实现保居民就业、保基本民生等政策目标。

“绩效”从理念到全面实践,需要一个过程。尽管各地在实施预算绩效管理中开展了大量工作,但尚有一定差距。比如,绩效管理的广度和深度不足,一些领域财政资金低效无效、闲置沉淀、损失浪费的问题还存在等。为此,要继续让绩效的理念深入人心,将绩效理念和方法深度融入预算编制、执行、监督全过程,特别是要着重对社会关注度、持续时间长的重大政策和项目进行绩效评价。

值得强调的是,绩效好不好,关键要看人民群众的获得感,应该大力推进绩效信息公开透明,主动向社会各界公开,自觉接受社会监督。同时,可引入第三方机构参与到以绩效评价为主的预算绩效管理,强化预算管理,提升绩效评价的独立性和可信度。

朱慧卿作(新华社发)



## 驾考作弊害人害己

不识字、年龄大,也能直接通过驾照考试?日前,安徽省合肥市公安局破获一起利用无线通信设备在驾照考试中作弊的案件,抓获17名犯罪嫌疑人。驾照考试关乎驾驶人及他人生命安全,本应被严肃对待。然而,个别考生贪图一时便利,某些不法分子贪图一己私利,在驾考中动起歪脑筋,此类作弊行为可谓害人害己。对此,有关部门应加大执法力度,严厉查处驾考作弊不法行为;驾考考生也应摆正心态,重视驾考学习,切不可心存侥幸。

(时锋)

## 老牌火锅如何“香”下去

吉蕾蕾

数据显示,老牌火锅呷哺呷哺的经营业绩持续下滑,净利润从2018年4.62亿元降至2020年183.70万元。由此,不少人对老牌火锅的出路表示担忧。

呷哺呷哺成立于上世纪90年代末,创立的吧台式小火锅模式,堪称“分餐制”的典范,同时又兼具快餐特色,特别是亲民的价格使其迅速崛起。当时,为了吃一顿呷哺火锅,消费者排队两三个小时都是常事。

一度红遍天的老牌火锅为何不那么“香”了呢?

一方面,火锅行业技术依赖度低、可复制性强、毛利高,吸引了不少创业者加入。除了网红店不断涌现,各路明星也纷纷投资开店,导致老牌火锅企业的市场份额不断被侵占,市场竞争日益激烈。

另一方面,受新冠肺炎疫情影响,进出口食材管制加强,火锅原材料成本增加,有的火锅品牌在菜单价不变的情况下,采取减少分量的方式,导致性价比降低、抱怨声高涨。

此外,消费者的味蕾越发挑剔,个性化需求旺盛,单纯的辣味已渐渐失去对消费者的吸引力。

为了抢占市场份额,分散单一品牌经营的风险,一些老牌火锅企业纷纷扩建子品牌。有的在产品供应上也试图另辟蹊径,增设奶茶、烤串等,甚至有的还在夜间推出了鸡尾酒等产品的供应。不过,效果并不理想。

火锅口味、菜品、配料选择余地多,始终受消费者喜爱。但是,餐饮行业发展日新月异,老牌火锅企业如何在坚守中不断创新,谋新思变,已成为持续发展的重要课题。

首先,安全与品质是餐饮行业的立命之本,火锅也不例外。尽管火锅行业对厨师的要求不高,但对原材料以及冷藏保鲜、清洗消毒等环节要求始终不能松懈。同时,还要确保在底料、调料、菜品的提供上更加丰富多元,根据时节的变化,适当推出时令产品。

其次,要不断创新服务,提高用户体验。餐饮行业是典型的服务行业,服务质量的好坏也直接关系到回购率。老牌火锅企业不能倚老卖老,应在服务质量上坚持用户至上的同时,还要不断挖掘和创造消费者新的需求,进一步吸引消费者。

再次,要积极开展数字化布局。当下年轻的消费群体,不仅对线下餐厅有着多元化、个性化的需求,同时也热衷于网购消费,老牌火锅企业要主动拥抱数字化变革,不断完善线上消费场景,更好满足消费者用餐需求。

本版编辑 马洪超 原洋  
投稿邮箱 mzhjgc@163.com

## 大宗商品保供稳价意义重大

胡麒牧

高,但在国际大宗商品市场供给侧寡头垄断和定价机制金融化的背景下缺乏定价权,价格易涨难跌,容易被国际金融资本和寡头供应商狙击。

当然,国内制造业的很多细分产业存在的产业集中度低、产品附加值不高等问题,国内一些游资散布不实信息,对大宗商品进行炒作等,也在一定程度上对大宗商品价格上涨起着推波助澜的作用。

一是我国率先走出疫情实现复工复产,在海外制造业停摆的情况下,大量制造业的海外订单回流中国,拉动了中国制造业对大宗商品的需求。

二是为应对疫情和恢复经济,美国出台了史无前例的量化宽松计划,带来了全球流动性泛滥,在大宗商品金融属性增强的背景下,大量资金涌入国际大宗商品市场,助推价格上涨。

三是我国对大宗商品的海外依存度较

4月份消费数据看,目前国内消费尚未恢复到疫情发生前的水平,如果消费品价格出现大幅上涨,将进一步制约居民消费意愿。另外,还须警惕大宗商品价格上涨通过PPI向CPI传导,防止输入性通胀风险。

从全球大宗商品产地和制造业分布的空间格局来看,短期内难以改变大宗商品对外依存度居高不下的现状,但这并不意味着我们只能被动接受国际大宗商品价格上涨给我国制造业带来的利润挤压和给宏观经济带来的运行压力。

我们应统筹降碳和发展的关系,保障国内资源的合理开发和国产大宗商品的供给;应积极发展循环经济,提高废钢、废铜等可循环替代品的使用比例,通过关税调节来促进废钢、生铁、废铜等产品的进口;应通过产业政策引导制造业走高质量发展之路,一方面积极开展国际产能合作,另一方面通过提高出口关税控制初级加工品的出口,抑制不合

## 多方联手推动煤价回归合理区间

林子文

今年以来,国内部分大宗商品价格持续上涨,煤炭价格更是“一路高歌”。尽管当前正值消费淡季,但煤炭现货价格依然在上涨,一些煤炭主产区重现拉煤车排队抢装现象。

按理说,价格受供求关系影响,煤价上涨跟当前经济复苏的大背景有很大关系。但从这一轮煤炭价格变动情况看,资本炒作和非理性预期在一定程度上助推了煤价飞涨。

今年以来,各地各部门扎实推进统筹疫情防控和经济社会发展,国民经济延续稳定恢复发展态势。前4个月,规模以上工业增加值同比增长20.3%,带动全社会用电量增加和煤炭需求稳步回升。从供给看,随着安全生产和环保政策执行力度进一步加大,煤炭企业法治、环保等意识不断增强,许多煤矿严

格按照核定产能安排组织生产,煤炭超产能生产现象明显得到遏制。今年4月份,全国原煤产量3.2亿吨,同比下降1.8%,连续两个月同比下降。此外,国际煤炭进口同比也明显下降,前4个月我国进口煤炭9013万吨,同比下降28.8%。

虽处消费淡季,但消费需求有所回升,且供给相对紧张,加之四五月份又是用煤企业补库存的传统月份,这些因素都推动了煤炭价格上涨。不过,这轮煤价变动的背后,也受其他因素扰动。从外部环境看,受全球经济复苏推动和美元超发等宽松货币政策影响,国际煤价和国际海运运费延续涨势,形成输入性价格上涨动力。特别是动力煤期货价格的上涨,影响了市场预期,扩大了现货价格波动

幅度。从国内市场看,在供给略有偏紧的格局下,部分煤炭生产企业和煤炭贸易商共同追涨,一些炒作力量进一步推升了煤炭价格。

事实上,我国煤炭产能规模目前已达39亿吨,2020年末全国发电装机容量220058万千瓦,清洁能源装机容量稳步增长,市场能源供给总体是有保障的。为应对气候变化,如期实现碳达峰、碳中和目标,我国必然会以更大力度控制煤炭消费,进一步提升清洁能源消费的比重。而且,从2016年起,我国已经实施了煤炭中长期合同制度,多家煤炭、电力龙头企业已签订了中长期合同。这些签订中长期合同的供需大单,在市场运行中扮演着“稳定器”“压舱石”“风向标”的作用。因此,煤炭价格的持续上涨是缺乏基本面支

撑的。

从政策角度看,国务院常务会议连续“点名”大宗商品价格上涨,明确指出要发挥我国煤炭资源丰富优势,督促重点煤炭企业在确保安全前提下增产增供,增加风电、光伏、水电、核电等供应,做好迎峰度夏能源保障。国家发展改革委办公厅也已发文要求煤炭产运需各方要认真履行已签订的中长期合同,并按均衡原则将中长期合同分解到月,合理安排发运、接卸计划。随着这些政策的实施,期货市场的焦煤、动力煤主力合约应声回落,现货价格逐步回归供求基本面也已为时不远。

无论是急涨还是急跌,都非市场理性表现。经历过上一轮“黄金十年”和“产业寒冬”的煤炭企业,对此理应有更深切体会。有序保障供给,遏制价格不合理上涨,推动价格回到合理区间,才能实现煤炭产业上下游行业的共赢,提升各行业整体效益。倘若放任“煤超疯”重演,一旦市场供需格局逆转,煤炭价格进入新一轮“跌跌不休”,煤炭企业叫苦不迭的日子恐怕也就不远了。毕竟,“出来混,总是要还的”。

洞见

(作者系中钢经济研究院首席研究员)