

城事

广州首批“中本贯通”新生报到

716分考生为何选择读中职? 考生、家长这样说

7月23日,广州市轻工职业学校(下称“广州轻职”)进行第一批次录取考生注册,首批中职学校与本科高校“3+4”七年一体化培养(下称“中本贯通”)新生正式报到。高分入读“中本贯通”,考生和家长为何这样选? 716分考生陈同学的妈妈接受记者采访时表示,是“安心的选择”。

■ 采写:新快报记者 徐绍娜



■ 广州轻职第一批次录取新生注册现场。

“中本贯通”培养改革试点的开展,是今年广东职业教育改革的亮点之一。在广州中考第一批次的录取中,两所试点中职学校40个招生计划在638分及以上100%完成,表现十分亮眼。其中,广州轻职机电技术应用专业最高出档分达716分,最低分655分,平均分669.3分,大幅超出普通高中第三梯度线(627分)。

广州市轻工职业学校校长黄艳表示,“中本贯通”班对接的广东轻工职业技术大学机电专业今年夏季高考本科批次录取分数线为

539分,排位在全省9万多名,将此排位对应广州中考,考生排位大概要在17000名,分数702分。这意味着,选择普高的考生在中考要达到702分并在高中奋斗三年后以相当的水平参加高考,才能被广轻大机电专业录取。为此,“中本贯通”班对于考生而言,是很有远见的一种选择。

“这个录取成绩我们比较满意,对学校来讲也是一种压力,办学质量要更高,才能够对得起广大学生和家长的选。”黄艳介绍,学校将从5个方面对“中本贯

通”班进行打造。她将带领团队参与班级管理,学校与对接高校及企业三方共建师资队伍,以保障教学需要。课程设置上,中本衔接也制定了完善的7年一体化人才培养方案。黄艳透露,学校还将启动科教城校区的一号楼作为“中本贯通”班的专属学习空间,“中本贯通”班及升本班的教学会有独立的场地,宿舍也会通过楼栋和楼层的安排,来打造一个独立生活空间。学生管理方面会更加优化,以保证学生在校学习能更加专注。”

声音

● 考生 “‘中本贯通’给了我一个新的升学路径”

来自广州白云实验学校的甘宇辰以682分的成绩被广州轻职“中本贯通”班录取。他是在父母的建议下选择的“中本贯通”,做决定之前还是犹豫了许久。“最纠结的地方在于担心我选择了这个专业,但万一分数超很多,会不会错失更好的机会。广州的这个政策,给了我一个新的升学路径。”面对一些不理解的声音,他表示并不在意,希望中职三年先扎实学好文化课、打好专业基础,三年后再较高下。

中考成绩669分的黄绍珉同学也选择了广州轻职的“中本贯通”班。他直言被录取很开心,“报‘3+4’是想着有一个保底,可以上本科,感觉会比普通高中少些压力。而且学完技能还可以上本科,选好一点的专业,感觉挺不错的。”

● 家长 “孩子能自食其力是家长最朴素的愿望”

今年以716分入读广州轻职的陈同学成为媒体关注的焦点。陈同学的妈妈表示,报“中本贯通”最看重的是三年后能升全日制本科,“这是教育上的一种创新,近几年高考竞争激烈,这是另外一种出路吧。”她坦言,自己以前对职业教育的认知也是有偏差的,但深入了解之后,是可以安心下来的。“职业教育培养出来的孩子,手艺和经验都是自己的。”她笑言,“期待孩子以后能找到一份好的工作,自食其力就好,不要啃老,这是作为家长最朴素的愿望。”

同样支持孩子高分报读“中本贯通”的考生家长何先生说,“中本贯通”除了有就业前景上的考虑,也希望是更有利于孩子成长的选择。他表示,适合的路就是最好的路,希望孩子未来能把技术学好。

关注

拼好饭启动“万家品牌”计划

汉堡王、老乡鸡等超5000个知名品牌已加入



■ 骑手在南城香外卖窗口,拿取拼好饭与品牌定制的套餐。

■ 新快报记者 郑志辉

7月22日,美团拼好饭宣布正式启动“万家品牌”计划,将为全国1万家知名餐饮品牌提供流量倾斜、联合定制服务和品牌扶持等资源,共同服务好消费者。目前,入驻拼好饭的餐饮品牌已经超过5000个,包括汉堡王、老乡鸡等品牌,各项资源投入已助力商家实现订单利润双增长。

7月上旬,美团宣布即时零售日订单量超过1.5亿,其中拼好饭日订单量已超3500万单,蜜雪冰城、塔斯汀、华莱士、正新鸡排增速位居前列。据美团披露,过去一年,知名品牌上线拼好饭运营的门店数量同比增长64%。拼好饭已成为过去5年行业增速最快的创新产品,也是餐饮品牌最确定性的增长路径。

与传统外卖模式不同,拼好饭通过标准套餐、聚集订单、集中配送,帮助商家打造“人气”餐品,获得更稳定集中的单量。商家可以集中力量打造“爆款”,通过规模效应提高效率、降低成本。

“南城香作为北京最具有代表性的



社区品牌,拼好饭触达了很多过去我们无法触达的消费者。”南城香品牌市场部负责人汪伟介绍,该品牌4款产品在拼好饭上日销近万单,比如麻辣豆腐,因为非常下饭而成为打工人的最爱。产品核心就两种原材料——肉末和豆腐,因为有稳定的销量,他们在上游找到了稳定的合作伙伴,规模扩大了三四倍,原材料价格更低,既保证质量,又可以

把省下的成本让利顾客。

蜜雪冰城最早于2021年与拼好饭合作,从最初的冰鲜柠檬水,到如今十几款热销产品如奶茶、果茶均已上线拼好饭,接下来咖啡、圣代等新品也在定制设计之中。蜜雪冰城拼好饭运营负责人介绍说,拼好饭给品牌带来了更下沉的需求,同时更好满足“单杯起送”这个核心场景,带来了新的增量。

“像蜜雪冰城一样,从品牌上线,再到更多产品上线。我们将进一步把过去与5000多个品牌联合定制的经验向所有品牌开放,共同探索更多合作可能。”拼好饭相关负责人表示,拼好饭启动“万家品牌”计划,将引入1万家知名餐饮品牌,通过数据运营、消费洞察等能力,联合商家定制产品、设计套餐,给消费者带来更多高性价比的品牌套餐。

据介绍,拼好饭设立了“爆品一口价”品牌专区,用户可在拼好饭首页位置,直达附近品牌门店,选择相应套餐。对于品牌商家来说,品牌专区可以带来更稳定的流量和复购,也有助于新品首发、爆款营销等更多玩法。

在引入品牌餐饮商家的同时,拼好饭也将结合用户需求和评价数据,推荐更多消费者身边的品质餐饮小店,鼓励消费者探索附近有品质的、愿意为用户创造价值的中小餐饮商户,为特色小店带去稳定的客流。

“作为创新型产品,拼好饭致力于在商家增收、消费者省钱的前提下,通过深入改造供应链,来为消费者提供实惠的品质套餐。”拼好饭相关负责人表示,未来,拼好饭将与更多餐饮品牌伙伴,以联合定制实惠套餐的方式,帮助餐饮品牌触达年轻消费者,同时,也能让消费者以更具性价比的价格点到大牌餐品,实现实惠外卖的品质升级。