

今日论衡之

教育观察

□孔德淇

艺考改革祛虚向实 重塑文艺人才选拔逻辑

日前,中国传媒大学发布招生新政,取消戏剧影视文学、广播电视编导、戏剧影视导演等8个专业艺考统考、校考,全额纳入普通高考批次,凭文化课成绩录取;录音艺术、音乐学等6个专业取消校考,保留省级统考作为专业门槛。不止中传,央美、南艺、天美等顶尖艺术院校同步收紧校考规模,全国可组织艺术类校考的院校,从鼎盛时期的300余所锐减至34所。这场大刀阔斧的艺考改革,正在重塑国内文艺人才的选拔逻辑。(8月8日 中国青年报)

一段时间以来,艺考逐渐偏离发掘艺术专业人才的初衷,沦为部分学生规避文化课竞争的功利化跳板。不少文化薄弱的学生临近高三仓促转战艺考,试图依靠短期集训、模板套路应对考试,以较低文化课分数跻身本科。市场随之滋生大量速成培训机构,催生浮躁功利的不良风气。这种重结果、轻素养的选拔导向,让大批专业基础薄弱、缺乏艺术热爱的学生涌入文艺专业,不仅浪费教育资源,也制约了文艺行业的长远发展。

与此同时,传统分散化校考的弊端日益凸显。各校自主命题、阅卷评分,考核标准参差不齐、尺度不一,招考透明度不足,公平性饱受争议。为冲刺名校,考生辗转多地赶考,耗费大量时间与财力,普通家庭背负沉重负担。粗放的招录模式既难选拔优质艺术人才,也破坏了艺术教育的公平生态,艺考改革早已势在必行。

本次改革最大亮点在于摒弃“一刀切”,坚持分类施策、精准纠偏,厘清不同艺术专业的育人内核,清晰划分双重选拔赛道。对编导、导演、影

视制作等依赖长期文化积累的幕后创作类专业,取消艺考、纳入普通高考批次;对表演、纯美术等强实操、重天赋的专业,保留校考与统考通道,精准甄别考生艺术天赋与专业特长。

这一差异化选拔模式,还原了艺术专业的培养本质。文艺创作不是单纯的技法展示,更是文化认知、审美格局、思想深度的综合输出。靠短期集训速成的考生,往往缺乏文化积淀,入学后难以适应专业学习,从业后易出现作品空洞、思想贫瘠等问题。抬高文化课准入门槛,本质上是从源头提升文艺人才培养质量,为行业输送高素质人才。

改革落地最先迎来洗牌的,是浮躁的艺考培训行业。靠短期速成收割流量的培训机构失去生存土壤,盲目跟风报考的热潮将逐渐降温,考生得以理性审视自身选择。而统一的省级统考全面推行,规范考核标准、统一阅卷尺度,也有效杜绝招考漏洞,降低考生备考成本,让艺考招录更加透明公允。

当然,祛虚向实不等于唯分论论,抬高门槛亦不是否定艺术天赋。改革的核心是在教育公平与特长选拔间寻找最优平衡。各地高校需完善配套机制,保留顶尖艺术特长生破格录取通道,不让天赋被分数埋没;同时优化培养体系,补齐新生态能力短板,实现文化素养与专业能力双向提升。

艺术不是逃避学业的避风港,文艺创作始终需要厚重人文土壤滋养。本轮艺考改革,剔除的是投机养分的跟风者,守护的是心怀热爱的逐梦者。褪去功利外衣、回归育人本源,艺考方能持续培育兼具文化厚度与专业实力的新生代文艺力量。

2026年8月10日 / 星期一
责编 张齐 / 美编 刘栩 / 校对 周勇

“跑这一趟,值了!”

广东地理标志产品首次集中亮相粤菜师傅职业技能大赛系列活动

的美誉传递给更多普通市民,让地理标志产品走出茶圈,完成从“叫好”到“叫座”的跨越。

对于梅州客家酒企来说,这次系列活动是打破地域限制、走向更广阔市场的跳板。广东长乐烧酒业总经理魏锋介绍,他们一直在探索“餐酒结合”的推广模式,用长乐烧酒搭配客家鱼生,用客家娘酒入菜烹饪月子鸡。他认为,在当下竞争激烈的餐饮行业中,带有地标底蕴的特色产品,更能打动客户。

反响好 促进产业对接

展台前人头攒动,最热闹的是试吃区。增城丝苗米的电饭煲刚一揭盖,米香便混着蒸汽扑面而来。“粒粒分明,软而不黏,确实是好米。”一位外地游客直言,比自家常吃的大米更香、口感更好。

各类试饮产品前排起了长龙。品过地理标志认证的英德红茶后,不少游客都会不自觉地感叹一句:好香。有游客追问,为什么自家红茶没有这么香。工作人员解释,不是所有的红茶都能叫英德红茶,叫英德红茶的茶也未必地道。想买到地道的英德红茶,要看产品上有没有红色GI标识(地理标志产品专用标志)——而产品要获得该标志,需要经过严格的认证过程。

经过多轮沟通,珠海壹条鱼食品科技有限公司经理张泽振带来了好消息:多位粤菜大厨对他的白蕉海鲈很感兴趣。他说,推广效果很好,已经加了十几位厨师的联系方式,还认识了一位香港厨师,对方又介绍了香港的行业协会工作人员。接下来,对方计划带厨师团队到珠海参观工厂,研发白蕉海鲈的菜式出品方案。

“跑这一趟,值了!”张泽振说。

培育关口前移,这片沃土正源源不断储备新生代力量,静待良种破土而出。

落地之要,在于转化“成果”。创新不能止于灵感,必须经由技术反复打磨才能落地。在粤港澳大湾区,完备的供应链构成独特优势,产品迭代速度可达硅谷的十倍甚至二三十倍,但成本仅为硅谷的十分之一。这种超级生态让前沿技术得以快速验证、快速优化,支撑大疆、云鲸等企业实现从技术突破到产品出圈的跨越,在全球竞争中站稳脚跟。这是粤港澳大湾区的底气,也是创新成果能够喷涌而出的硬核支撑。

长远之势,成于共育“森林”。“深圳—香港—广州”创新集群已跃居全球第一,靠的不是单一企业、单项技术的突围,而是依托一体化发展的产业生态。如今,粤港澳大湾区深度融合三地创新

继续忽悠下去。

对此,各地市场监管部门闻讯介入,委托权威机构对网售“省气神器”能否干扰燃气表进行检测,既要用检测结果提醒消费者不要上当,也要用检测结果督促平台严肃处理,更要根据检测结果对商家违规行为依法处罚。

如果检测证实“省气神器”确实没用,商家就涉嫌虚假宣传和消费欺诈。监管部门可依据广告法等法律规定进行处罚,消费者也可依据消费者权益保护法规定要求“退一赔三”。如此将倒逼商家规范经营不敢忽悠。

假如检测发现“省气神器”确能干扰燃气表正常运行,则损害了燃气公司的利益,受害方和监管部门可依据计量

盼参与 看重这次机会

在粤菜产业文化交流活动的优质食材展销展区,众多粤产好物集中亮相。增城丝苗米、白蕉海鲈、英德红茶、长乐烧酒……乍看不过是寻常的米、鱼、茶、酒,可随便拎出一件,底蕴都深得让人意外。增城丝苗米的野生稻基因可追溯至几千年前;英德红茶1959年面世当年即扛起出口创汇的大旗;长乐烧酒所属的米香型白酒,位列中国白酒四大基础香型之一;而那尾白蕉海鲈,若非珠江口咸淡水交汇的独特风土,也长不出那口嫩滑无腥的蒜瓣肉。这些刻在产品中的独特基因,连广东本地人也未必全知,但讲出来,足以撬动一个产业。

这些产品有一个统一的名字:地理标志产品。广东地理标志产品数量位居全国前列。据不完全统计,广东省累计获批地理标志产品227个,拥有地理标志商标150件。

“我非常认可,也非常看好‘粤菜师傅+地标食材’的模式,这是地标产品高效精准落地的推广方式之一。”增城丝苗米企业代表、新塘粮食管理所有限公梁文杰说,粤菜讲究清、鲜、嫩、滑,丝苗米天生就是粤菜的“黄金搭档”。通过现场烹饪,米的香气与口感能直观呈现,让采购商和消费者“一眼看懂、一口记住”。

同样抱有殷切期望的,还有英德市怡品茗茶叶股份有限公司总经理邝少媛。她认为,“粤菜师傅+地标食材”是一次绝妙的双向赋能。过去,地理标志好茶往往局限于茶桌茶室,消费场景单一。当英德红茶遇见粤菜,消费场景有了新可能。“既可以制作茶膳,又可以用茶调味,甚至搭配餐后茶饮,拓宽了英德红茶的应用边界。”她期待借助粤菜师傅的影响力,将“世界高香红茶”

从土壤到森林 读懂粤港澳大湾区的创新逻辑

思想耀岭南

□李妹妍

大疆创新、云鲸智能、逸动科技……粤港澳大湾区为何能接连孵化出一大批科技独角兽企业?

这个问题,很多人都在问。在《思想耀岭南》最新一期节目中,香港科技大学教授、XbotPark机器人基地发起人、深圳科创学院院长李泽湘用这样一个比喻来回答:“教育是土壤,人才是种子,科技是成果,产业是森林。”这一比喻,不仅揭示了几家企业的成功密码,更勾勒出一套清晰可复制的创新逻辑。

创新之始,在于厚植“土壤”。对科

“省气神器”让燃气省一半? 对商家忽悠不应止于“业内提醒”

热点快评

□冯海宁

近日,一种号称能让燃气表少走字的“省气神器”在电商平台销售。实际上,这就是一款吸铁石,不少商家发布视频演示所谓的磁铁吸燃气表,能够让计量变慢的操作,打出“燃气省一半”的营销噱头。(据中国之声)

关于这种“省气神器”的作用,商家在网上吹得神乎其神——“让燃气表变慢99%”“一年省气两三万元”。也有不少买家表示“转速下降得很快”“省了很多钱”。这让一些人心动,想买来作弊以节省燃气费。

但有燃气从业者指出,“强磁可以让燃气表跑得慢”毫无根据,“带磁性的东西不影响最基本的走字原理”。有燃气安全技术专家也称“省气神器”没用,当燃气表受外界磁干扰,不是“走得慢”,而是干脆“不再走”。

虽然业内人士揭开了“省气神器”的骗局,对社会有一定提醒作用,但在网络信息碎片化的今天,有可能出现业内“提醒”与商家“忽悠”并存的现象。因为不是每个消费者都能看到这类专业分析,即使看到了也未必会相信,原因是权威性还不够。目前只见业内人士提醒,并未见到权威机构介入,更不见电商平台和监管部门严肃处理。如果权威机构和监管不介入,商家还可能

文/图 羊城晚报记者 吴珊 严艺文 见习记者 杨慧丽 实习生 邱思哲

8月8日清晨6时多,张泽振开车从珠海出发前往河源。车里装着冰鲜白蕉海鲈、一沓宣传册和一个二维码立牌。他要在10时前赶到几百公里外的河源万绿湖码头广场,与粤菜师傅和各路潜在买家见面。他知道,车里的白蕉海鲈是宝贝是国家认证的地理标志产品,独一无二。同一时间,河源古竹满山红荔枝种植农民专业合作社发起人叶浓青也早早来到万绿湖码头广场,他的任务是帮荔枝种植户寻找新思路,借助特色产品或渠道,把荔枝生意做得深做强……

当天,第七届粤港澳大湾区“粤菜师傅”职业技能大赛的配套活动——粤菜产业文化交流活动在河源万绿湖码头广场举行。其中,由羊城晚报与广东省地理标志协会联合主办的“寻味地标·粤厨至臻”活动惊艳亮相。这是广东地理标志产品(亦称“地理标志保护产品”,简称“地标产品”)首次在粤菜师傅大赛系列活动中集中展出,成为本届赛事推动产业融合的一大亮点。



地理标志产品白蕉海鲈新鲜出炉



现场展出的广东地理标志产品



活动现场