

2010年,全国有80所高校获得了自主招生权限。试想,这煌煌80座高等学府一旦都各起炉灶,结盟为阵,那还不形成烽烟四起、杀伐震天的“招生战国时代”吗?可怕的是,这些招考联盟的你争我夺,“北约”“华约”“卓越”集团间的对垒热战,都是把学生作为战利品绑在战车上的。

三大招考联盟热战 不能把学生绑在战车上



□快报首席评论员 西风

在说理之前,先说一个民间流传的俗故事:一和尚和一屠夫为邻,两人都贪睡,便相约早上互为提醒,不误正事。和尚早起了就去喊屠夫起床,屠夫早起了就去喊和尚起床。多少年过去了,两人皆作古,但是和尚去了地狱,屠夫成了来世佛。要问为什么?原来屠夫喊和尚是去化斋行善,和尚喊屠夫是去杀戮生灵。因果一样果却迥异。

拿这个寓言来看最近闹得轰轰烈烈的招考联盟“北约”“华约”大战,突然让我们有了一个联想。并不是有了良好的初衷,就一定能达到美好的愿景。一旦这个初衷引发了恶性结果,事与愿违的不幸就难以避免了。

现在,几乎绝大多数尖子生都知道,今后想要在国内上顶尖大学,也许谁都离不开“七校联考”。继清华、浙大等发起“七校联考”进行自主选拔考试外,5天前,北京大学、复旦大

学、香港大学等7所高校也宣布发起另一阵营的“七校联考”,直接针对2011年的高考考生。让人没想到的是,昨天,同济大学、东南大学等8所以工科见长的高校也结成了“卓越”联盟,加入到这一战团中。

刚开始听到顶尖高校结盟搞抱团联考,人们还来不及仔细品味,以为不过是学校之间争抢好生源的对垒戏,是校与校之间的事情,与学生关系不大,而且还有利好:因为一个联盟间考生只需一次考试,就进入多所高校的选才视野,不但打破垄断,也可免于多家、不同考试的奔波之苦。

但是经过几天的思维发酵,理性的人们发觉这种招考联盟的不断扩大,联盟之间的恶战升级,最终将带来应试教育的另一个恶瘤:一方面,这种联考的发展,不可避免将成为高考之外负担不轻的“小高考”,学生不但减不了负反而增加多重考试之累;另一方面,随着顶尖高校生源大战的联盟化、集团化,本来就如火如荼的填鸭式“县中模式”将愈演愈烈,素质教育更难以立足;还有一个问题,由于三个联盟间一旦设限“三选一”,考试时间一致,这就意味着优

秀学生不得不进行“选择性放弃”,这样,既破坏教育的公平性,也抑制人才的自由流动。

“‘北约’‘华约’我们都不赞成,我们是被形势逼的。”这是昨日一位新加盟学校的招生办公室主任对中青报记者说的话。很显然,在高校人士看来,“七校联考”也并不如他们描绘的那样有着怎样的进步意义。这说出了大实话。

我们知道,任何教育制度改革,出发点和目的都只有一个,那就是培养全面发展、具有现代知识结构和符合时代要求的素质型人才。应试教育的弊端已经告诉我们,依靠一次考试定终身的高校选拔模式,是达不到这个目标的。于是,在现有国情的条件下,国家赋予一些高校在高考选拔之外,根据自身情况进行适当的自主招生。然而,这么些年下来,自主招生这个经被某些学校念歪了。我们看到,除了这次“同床异梦”的联盟制,北大的校长推荐制,乃至权力寻租在自主招生中的“大放异彩”,辜负了教育放权的设计初衷,已经让所有渴望教育新气象的老百姓深深失望了。

前不久,北大11位教授联名给校长周其凤写了一封公开信,信中对北

大实行的“校长推荐制”仍然大行其道唯分数论提出质疑,要求改变北大现有的招生政策,尝试采用“高考成绩与本校专家面试相结合”的招生选拔方式。这一建议已赢得周其凤的共鸣(见新华网11月9日)。但看来,在“七校联考”同盟后来居上的今天,这一自主创新选拔人才的呼吁将淹没在一片“清战”声中。

2010年,全国有80所高校获得了自主招生权限。试想,这煌煌80座高等学府一旦都各起炉灶,结盟为阵,那还不形成烽烟四起、杀伐震天的“招生战国时代”吗?可怕的是,这些招考联盟的你争我夺,“北约”“华约”“卓越”集团间的对垒热战,都是把学生作为战利品绑在战车上的。

学生们成了教育GDP的贡品,那学生得到了什么呢?“在全球21个受调查国家中,中国孩子的计算能力排名第一,想象力排名倒数第一,创造力排名倒数第五”(11月24日《重庆晚报》)。这个排名还不足以告诫我们,高招“联盟热”该好好降温了?如果一切工作的出发点仅仅是为了多得到几个状元,多抢占几个地盘,而不是为了孩子们自由、幸福、进步,那“N校联考”就该果断叫停了!

新华通讯社重点报刊
第4051期
总第5017期
统一刊号
CN32-0104
邮发代号
27-67
主办
新华通讯社
出版
江苏现代快报传媒有限公司
即时互动网站
都市圈网 www.dsqq.cn
我能网 www.wonengw.com
地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501
96060短信互动平台
1.移动用户:发送短信、彩信至1065830096060
2.电信用户:发送短信到10659396060
3.联通用户:发送短信到1065596060
封面叠主编 杜讯贵
视觉总监 皮伦
头版责任编辑 王磊
零售价每份1元

●南京、苏州、无锡、常州、镇江、扬州、泰州、南通、盐城、连云港、淮安、徐州同步印刷

广汽传祺 借力亚运营销 精良品质成就国际盛名



2010年广州亚运会已经拉开帷幕,盛大的开幕式向亚洲人民展现了广州的风姿。绚丽的烟花,璀璨的灯火,向世人宣告了此次亚运会的盛世景象。为亚运筹备已久的羊城,迎来了45个参赛国家近万名运动员,42个大项476个小项的比赛。一场激烈而精彩的体育竞技盛会正式开锣。

体育馆内亚洲各国运动员精彩的比赛吸引着无数人关注的目光,每一次国歌奏起,都牵动无数人的心跳。与此同时,一场没有硝烟、相对更加激烈的“营销战”已在“场外”开战。继北京奥运会和上海世博会之后,广州亚运会成为众多企业关注的新焦点。亚运营销之战,早在亚运赛事开始之前悄然打响。

据了解,本届广州亚运会的赞助商数量和赞助金额都创下了历届亚运会之最,广州亚运会赞助商已达到53家,赞助金额超过30亿元。作为扎根于此、成长于此的广州本土车企——广汽集团,其赞助费达

到创纪录的6亿元,仅此已超过了上届亚运会所获的全部赞助。

广汽集团鼎力支持 多方保障亚运出行

作为本次亚运会的首家高级合作伙伴,广汽集团借亚运之机,以最卓越的产品和最出色的服务为亚运会效力。广汽传祺作为广汽乘用车首款中高级轿车,成功当选为亚运会指定礼宾接待用车,以其大气、时尚、动感、豪华的特质,为来自亚洲及世界各地的尊贵客人提供高品质的服务,同时展现中国汽车品牌的雄厚实力和高超技艺,为亚运会的接待工作加分。

据介绍,传祺是广汽集团基于世界先进“运动型行政级”车型的底盘平台技术及发动机技术,全新研发的战略车型。在开发过程中,传祺融入了广汽对市场的独到见解,整合了国际一流的零部件资源和制造工艺,秉承了广汽集团旗下中高级轿车一贯的精湛品质,拥有优雅流畅造型、卓越驾驭性、尊贵科技感

三大核心价值。大气、动感、时尚、豪华的造型,配以出众的动力总成和底盘技术,加上高水平的全面安全防护、豪华使用的多样配置和量身定制的人性化设计,使得传祺在产品力体验上超越了众多竞争对手。正因为此,传祺赢得了亚组委的青睐,荣膺亚运会指定礼宾接待用车。

为了更好地服务广州亚运会,有效确保亚运会期间所有使用车辆的顺利运行,早在9月3日,广汽乘用车就向亚组委交付了500辆亚运会指定礼宾接待用车——传祺,当日便投入到亚运相关保障工作。随后这500辆传祺伴随亚运圣火行走广东省,从中山首发,东至汕头,北达韶关,西行湛江,途经21个地级以上城市,最后抵达主办城市广州。在整个护航过程中,传祺通过其动力性、经济性及行驶可靠性充分展示出广汽乘用车人性科技、领先科技和绿色科技的产品特征。

10月28日,广汽乘用车首批两家授权销售服务店——广汽乘用车长佳店和广汽乘用车大昌行店隆重开业,标志着亚运指定礼宾接待用车——广汽传祺亚运服务保障系统正式投入运营。在亚运期间,首批销售店作为广汽乘用车亚运指定服务经销商,承担起了亚运综合保障中心的职责,为传祺提供配件供应绿色通道和全天候安保服务。在车辆配件方面,广汽乘用车销售店进行特别配件备货,与总库实现实时跟踪处理,建立起配件供应绿色通道及调拨渠道。

广汽集团总经理曾庆洪表示:“传祺能够作为亚运会指定用车,为亚运会这一全民参与的庞大工程出力,对广汽来说是既是嘉奖,更是激励,它表明传祺的品质与品牌口碑已经获得了行业市场和政府的双向认可,同时将激励广汽乘

用车生产出更优质的产品,提供更优质的服务,为做强民族汽车产业贡献力量。”

广汽集团布阵亚运 传祺借力亚运营销

盛大开幕的亚运会给广州市民带来一场期待已久的喜悦。经过6年多的筹备,广州人民努力的成果终于得以验收,而正在如火如荼进行的亚运会有足够的理由让他们感到扬眉吐气。东道主的自豪,中国队的努力冲金,本土运动员的强势表现,让人们沉浸在亚运的喜悦之中。而走在广州街头上,广汽传祺作为亚运会指定礼宾接待用车的靓丽身影,也让人感到惊喜。亚运会刚刚开始,广汽传祺凭借其尊贵典雅的气质、大气动感的造型、出色的性能、卓越的品质,已经受到了国内外嘉宾的交口赞誉。可以说,除了亚运冠军之外,广汽传祺也是亚运会的关注焦点。

11月13日,广州亚运会广汽传祺在天河体育中心南广场震撼开馆。广汽传祺馆,与中国移动、中国电信、王老吉等主题馆一起,成为了品牌亚运会的热点景观,为亚洲各国友人展示中国最为先进的科技产品。

对广汽集团而言,广汽传祺馆的开馆有着深刻的重要意义。从广汽乘用车全球工厂的筹建到落成,从传祺的规划研发到生产下线,广汽集团付出了多年不懈的努力。如今,广汽传祺馆的正式开馆,是广汽集团在汽车制造工艺的道路上取得的里程碑胜利,它反映了广汽人多年以来励精图治、开拓创新的奋斗过程,凝聚着广汽集团“至精·志广”的企业精神。

亚运会期间,广汽乘用车将通过广汽传祺馆,向国际发出声音,向来自亚洲各国运动员、

官员和贵宾展示中国先进的技术产品和提供最优质的服务;以传祺为核心,告诉各国好朋友,中国汽车已经实现了从“中国车”到“世界车”、从“中国制造”到“中国创造”的双重蜕变。相信到亚运会圣火熄灭时候,各国嘉宾记住的不仅仅是高耸入云的广州塔、气势恢弘的亚运村,同时还有宏伟壮观的广汽传祺馆、品质精良的广汽传祺轿车。

6亿资金“豪赌”亚运 广汽集团成竹在胸

广汽集团的“亚运营销”曾被认为是一场“豪华的赌博”,然而,业内知名汽车营销专家认为,广汽集团的6亿元赞助可谓有的放矢。首先,是500辆广汽传祺作为亚运指定礼宾接待用车首度出现在公众眼前,结合各项重大活动向社会展示出其出色的产品力与优秀的品牌力;其次,广汽集团一连串与亚运相匹配的营销组合拳,让亚运会同时也成为了广汽集团的主场,经此一役,广汽集团的品牌影响力将大幅提升。广汽集团总经理曾庆洪表示:“‘传祺’作为广州亚运指定用车,有望成为宣传的‘流动招牌’。”

广汽乘用车抓住2010广州亚运会的机遇,精心策划,通过一系列的亚运品牌营销活动,使传祺的品牌价值在叠加作用下不断放大。毫无疑问,广汽集团的“亚运营销”必将成为2010年中国汽车行业的经典案例。

