

明确教育惩戒边界 让教师“敢管愿管会管”

“教育惩戒权”的靴子落地了。日前，教育部颁布《中小学教育惩戒规则（试行）》（简称《规则》），《规则》指出，在确有必要的情况下，学校、教师可以在学生存在不服从、扰乱秩序、行为失范、具有危险性、侵犯权益等情形时实施教育惩戒。

值得注意的是，《规则》第一次以部门规章的形式对教育惩戒做出规定，系统规定了教育惩戒的属性、适用范围以及实施的规则、程序、措施、要求等，旨在把教育惩戒纳入法治轨道。

关于教育惩戒权的讨论，可以说是扰攘已久。2019年7月，中共中央、国务院发布的《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》就曾明确，相关部门将制定实施细则，明确教师教育惩戒权，标志着教育惩戒权在教育制度的顶层设计层面正式获得认可。

与之前征求意见稿相比，这次的试行稿吸纳了各方意见，回应了社会关切的教育热点问题，比如明确了教育惩戒的禁忌，

7类“不当教育行为”被明令禁止等。此前征求意见稿中设定的三类惩戒方式，一般、较重、严重等，在试行稿中也被沿用。在师生与家校关系需要明确厘清，教育惩戒与体罚界限又存在模糊地带的背景下，《规则》的内容无疑为众多学校、一线教师提供了一部实操手册。

一直以来，关于学校如何教育学生，坊间与学界存在不小的争论。一方面，老师殴打、体罚学生的新闻不时曝出，每每刺激公众神经；另一方面，很多老师也吐槽，现在的孩子太娇惯，不敢管教。此前有的案例也引发了社会对教师必要惩戒权的讨论。

诸多情形表明，教育惩戒面临的最大问题就在分寸的拿捏和把握，如何拿捏好适度惩戒的分寸，既能达到教育的目的，也避免沦为变相体罚，就需要掌握好惩戒的边界和尺度。不痛不痒固然起不到作用，但也要力避“过犹不及”。此前不少体罚事件，老师都会说是“为了学生好”，然而，当

有的老师用拳脚“教育”学生的时候，实际上已经背离了教育的目的。

这次《规则》对于惩戒给出了明确的界定，还制定了清晰的惩戒措施，这就让教师在行使惩戒权时有了明确的依据，避免教师因“尺度不清”而对学生滥施体罚，也能用合理惩戒让学生得到良好管教。

此前就有小学校长称，教师在使用教育惩戒权时，应做到“以教育为目的，心中有爱”。这实际上也揭示出教育惩戒的目标和归宿，那就是如《规则》所明确的：教育惩戒不是惩罚，而是教育的一种方式，教育惩戒的首位属性是育人，而非惩罚，是学校、教师行使教育权、管理权、评价权的具体方式。

眼下《规则》马上就要试行，各地各学校也该做好准备，赶紧行动起来，形成一定的解读声势，让师生和家长都了然于心。这个普及的过程，也是调适各方关系的过程。若传达到位，了解及时，必将会有效消

除教育惩戒带来的“不适感”。而到《规则》正式施行时，各地也需做到无缝衔接，避免因准备不足或心怀抵触而使《规则》悬空，兑现不了制度善意。

需要看到的是，明确了教育惩戒权，不等于鼓励“不该惩戒也惩戒”，或者是惩戒起来“轻重失调”。教育强调弹性的春风化雨、春雨润物，明确教育惩戒权不等于放松对体罚的禁止性要求，这是中央一以贯之的政策精神。

在此之外，《规则》给出了教育惩戒的原则、措施、程序等，但具体落实到位还需各地、各学校在实践中积极探索，不断完善、健全教育惩戒的实施、监管和救济机制，让老师们真正敢用、愿用、会用、慎用教育惩戒。

说到底，一个良好的教育生态，需要教育参与各方的共同努力。既然如今已经有了关于惩戒的细则，各地也宜赶紧做好准备，使其完满落地推行。

（据《新京报》）

不妨对商家“惠民补贴”活动打打假

进入冬季，朋友圈里经常能看到一些“惠民补贴”广告，还列出了具体优惠的家电机型及价格。但记者调查发现不少问题。

过去，家电、汽车下乡和以旧换新等活动中，我国的确推出过惠民补贴措施，消费者确实从中受益了。近年来，一些电商平台也推出了数额巨大的购物补贴活动，在一定程度上也降低了消费成本。不过，并不是每次“惠民补贴”购物活动都是真惠民、真补贴。

有的知名品牌电器虚标原价，优惠后看似补贴力度很大，实则与同容量的知名品牌相比价格并不低，名为“优惠”实为忽悠。有些品牌和机型，从商标到外观都涉嫌仿冒名牌产品，即使其所谓“惠民补贴”力度再大，最终消费者也是吃亏。

某些商家之所以打着“惠民补贴”旗号销售商品，是因为过去真正的惠民补贴给消费者留下深刻印象，商家要利用这种好印象来推销；也是因为绝大部分消费者都有省钱心理，其中有些人却对商品的真正价格并不了解。

站在维护市场秩序、保障消费者合法权益的角度，建议对市场上的各类“惠民补贴”活动进行摸排调查，对真正的补贴活动应公开名单给予鼓励，对虚假的惠民补贴则应该打打假。无论城市还

是农村消费市场，都不能允许商业欺诈行为。

商家通过虚构价格进行所谓“惠民补贴”的销售活动，涉嫌虚假宣传、价格欺诈，既违反《广告法》，也违反了《价格法》《消费者权益保护法》。有关部门只有严格依法打击这类违法经营活动，才能维护消费者权益并促进市场公平竞争。

至于“以次充好”的经营行为，还侵犯了知名品牌企业的利益。这既需要受害企业站出来维权，更需要有关部门及时介入调查，以相关侵权事实和法律法规为依据，让不良商家付出沉重代价，使其不敢、不想故伎重演。

此外，有些以“爱心慰问”名义进行促销的活动，也隐藏着不少“假”，如经营资质涉嫌造假、产品商标信息不实等。对于这些假冒的“爱心慰问”，应彻底揭露其真面目，让公众看清楚，以呵护真正的爱心企业。

“惠民补贴”是一个让人觉得温暖的词儿，一旦变味，对真正的惠民补贴活动会造成不良影响。所以，凡是号称“惠民补贴”的促销活动，有关方面都应该进行“体检”，从产品价格到质量，从企业到品牌，都应逐一调查。当然，消费者群体也应擦亮眼睛。

（据《钱江晚报》）

纳入失信系统



记者从甘肃兰州市自然资源局获悉，兰州市近期下发《关于进一步规范国有建设用地使用权出让价款追缴制度》，对土地出让价款追缴程序进行了优化和更新，欠缴土地出让金的单位将被纳入失信系统。

新华社发

为何非去付费自习室不可

根据时间付费，从而获得自习室座位使用权——近年来，付费自习室遍地开花。自习室每个座位配有储物柜、插线孔和台灯等设备，同时提供免费 WiFi、热水、咖啡等服务。

付费自习室的火爆自有原因。

面对严峻的就业形势和就业压力，各种考试成为提升自我竞争力的重要方式，学习需求日益上涨，不论是准备考研、上网课、写论文的学生，还是考公、考证的白领，自习室都具有较强的实用性和针对性。

引发的争议是：是否有必要花钱上自习？学生可以在图书馆自习，但对白领来说，要约到公共自习室十分困难。数据显示，全国公共图书馆数量3196个，平均每43.9万人共用一座图书馆。公共自习空间不能满足学习需求，催生了付费自习室的发展。

不可否认，付费自习室的收费并不便宜。调查数据显示，目前付费自习室日均

价格集中分布在20元以上，消费者对付费自习室的价格接受区间集中20元以下。

目前来看，类似“二房东”的商业模式影响

成本高居不下，付费自习室实际价格与消

费者心理预期价格相差较大。

那为何不在家自习呢？

与其说考试党是在花钱买空间，不如说是在买学习氛围。24小时的沉浸空间，是居家无法做到的，更为难得的是“学友”陪伴——备考不再是一个人的孤军奋战，有志同道合的朋友一起奋勇向前，便会少一些孤单与迷茫，这也是一种激励与鼓舞。

还有一部分是为“它律”买单，即氪金式自律——花了大价钱自习，不学习钱就白花了，所以每分钟都不能浪费，真可谓“浪费时间就是浪费金钱”。为强迫自己学习进收费自习室，为早睡早起买监督服务，为健身办私教会员卡……消费后用心疼钱的心态来逼迫自己自律，不自律就“肉疼”，是否也算另辟蹊径呢？

与之形成鲜明对比的是，在武汉方舱医院病床上捧书阅读的“方舱医院读书哥”。正如他在接受采访时说：“‘家里蹲’模式或许限制了我们与现实空间的接触，但读书能让我们打开新的世界。”有些空间是自己塑造的，学习氛围也是自己提供的。有条件去图书馆或自习室固然可喜，特殊情况下仍需记得，精神力量是最好的“避难所”，更是时刻存在的“免费自习室”。

下半年考试较多，自习人增多，上半年考试淡季，自习室上座率也随之降低。

从现状来看，付费自习室功利性学习居多，学习并没有被看作是一种“常态”，而是一项“大工程”，需要“开工”的时候才特地制造条件。要从付费自习室反思，学习应当是一种时刻进行的生活方式，要消除“只有在付费自习室才能学习”的心理障碍，功利性学习之外，要锻炼不断利用碎片时间广泛涉猎的能力。

（据《南方日报》）

让养老驿站“负面清单”发挥更大威力

建立驿站服务责任片区、建立驿站管理“负面清单”、明确驿站“十个严禁”、建立驿站退出机制……今后，北京1005家社区养老服务驿站的运营将更加规范。近日，北京市多部门联合发布《北京市社区养老服务驿站管理办法》，对北京市养老驿站的运营提出了更加明确的要求。

为整合现有养老服务、适应未来发展

需求，为老年人提供个性化、精细化的养老服务，北京市近年来探索建立了“驿站式”养老服务模式，旨在加强养老场所建设，并辐射到社区，为居家养老提供服务。为此，北京祭出“禁止欺老骗老虐老者”“禁止推销金融产品”“禁止收取高额会员费”等“十个严禁”，就是要以负面清单的管理方式，倒逼社区养老驿站步入市场化、制度化、规范化的良性发展之路。

“十个严禁”的负面清单，既是养老驿站有序经营的原则底线，也是不可逾越的

规矩红线。这不是要束缚、限制和掣肘养老服务，而是要把正其以人为本、依法合规的经营方向。只要不违反负面清单，驿站可依法自主开展各类市场化养老服务。这无疑有利于激发养老驿站经营者的积极性。

鉴于当下养老驿站多采取公建民营、公办民营的运营方式，要确保“十个严禁”切实发挥好令行禁止、落到实处的管控功效，不仅需要经营者敬畏规矩、自觉遵守的自律自重，还需要来自政府部门从严监管，让“十个严禁”长牙齿、带高压、易操作、有威慑。

通过由政府多家部门联合出台的管理办法，北京市为确保“十个严禁”落实的確推出了配套监管举措。比如，在之前明確界定养老驿站从事日间照料、呼叫服务、助餐服务、健康指导、文化娱乐、心理慰藉

六大功能基础上，要求全面开展驿站服务质量星级评定，将消防安全、食品安全等安全管理情况也纳入评定指标体系，并将驿站星级评定结果与运营补贴挂钩；建立和完善驿站准入机制和退出机制，对违反负面清单及相关禁止性规定者和出现特别严重失信情形并被纳入养老服务机构信用黑名单等4类情形，及时终止运营委托协议，更换驿站运营方。

落实养老驿站“十个严禁”负面清单，被服务对象不能只当被动的看客。应支持老人及子女、家属勇于监督、积极维权，对违反“十个严禁”、损害老人权益的越线行为要敢于举报。监管部门要疏通被服务对象表达意见、反映呼声和提出建议的渠道，在实施相关考核和星级评定时，尤其要尊重和保障被服务者的话语权和监督权。

（据《北京青年报》）

快评

继续执行“75%”政策很必要

元旦、春节假期即将到来，文旅部近日提醒，减少不必要的出行，不前往国内中高风险地区旅游。此外，相关负责人再度明确，继续暂不恢复旅行社及在线旅游企业出入境团队旅游及“机票+酒店”业务，继续执行“75%”政策。

点评：

“75%”政策，即景区接待游客量不超过最大承载量的75%，剧院等演出场所观众人数不超过座位数的75%，上网服务场所、歌舞娱乐场所、游艺娱乐场所接纳消费者人数不超过核定人数的75%。

目前国内出现多点、零星、散发病例的背景下，继续执行“75%”政策很有必要。在疫情发生之初，正是由于对居民提出了出门必戴口罩、少聚集、一米线等要求，才在疫情防控中切实降低了疫情传染、扩散的可能与风险。当前，疫情还未真正过去，越是关键时刻，越是不能松懈，越是要把防控堡垒筑得更加牢固。

暂时“让出25%”，是为了更美好的相聚。要让人们感知美好，一方面需要继续严格执行“75%”政策，另一方面也要创新方式，以“云相聚”“云出游”等方式，让不能回家过年的人可以感受家的味道、年的味道。

（据《广州日报》）

旧车市场设“速办”解决问题效率高

据报道，北京市旧机动车交易市场启动快速解决消费者诉求的全新模式“诉（速）办”，快速调解处理二手车消费纠纷的“两员两办一中心”也同时揭牌启用。所谓两员，是指诚信经营风险防控管理员和“诉（速）办”专员。

点评：

旧机动车交易市场每天发生的消费纠纷不是一件两件。以前，消费纠纷只能向市场投诉或拨打政府热线，核实处理过程较长，不可能马上解决问题。而大部分消费者离市场较远，往返一次不容易，往往“跑断了腿、磨破了嘴”也未能及时得到解决。而“诉（速）办”和“两员两办一中心”可以做到即诉即办，马上调解处理纠纷，不只是方便了消费者的投诉，也可把消费矛盾化解在萌芽状态，维护了市场和谐。以此而言，这种快速解决消费纠纷的全新模式，不只适用于旧机动车市场，也值得其他大市场借鉴。

（据《新京报》）

为民服务不能只是被动“接招”

“早晨6点开始就在室外排队，这大冷天谁站外面一个半小时都冻透了。就不能换一下工作思路吗？”近日，外地某市最低气温跌破零下20摄氏度，这条“市民吐槽清晨排长队缴纳社保”的微博登上热搜。为此，该市社保局回应：社保局全员提前1小时上班，中午不间断服务，积极应对业务高峰。

点评：

问题出现之后，相关部门及时予以改进，值得肯定，但“亡羊补牢”不如“未雨绸缪”。说到底，服务百姓的目的就是为他们排忧解难。也许，老百姓的困难我们不一定都能“未卜先知”，但很多困难并非无法预判，就像大雪天在门口铺一条防滑毯，并不是等有人滑倒了才想起来。

服务群众，既要想在前也要做在前，多思群众之苦、多想群众之忧、多解群众之难，敢于担当、迎难而上，一项一项抓落实，一件一件去解决。事实证明，多做一些“未雨绸缪”的小事、善事，就能少一些“亡羊补牢”的难事、尴尬事，从而进一步提升群众的获得感、幸福感和安全感。

（据《天津日报》）

套牢



想为简历“贴金”却高价办了“山寨”证书；追求高薪工作却陷入“美容贷”骗局；加入“兼职群”却上了当，甚至成了电信网络诈骗帮凶……记者调查发现，一些不法分子盯上急于找工作的年轻人，通过各种手段非法牟利，为刚刚步入社会的菜鸟设置了诸多陷阱。

新华社发

体彩开奖公告

第11349期

排列三 1 4 2 1 4 2 5

排列五 2 1 8 2 6 2 1 8 2 6 5

全国中奖情况

玩法 奖级 中奖注数 每注金额

排列三 直选 7086注 1040元

组选6 21826注 173元

排列五 直选 17注 100000元

合计 0注

本期奖池奖金：1448119562.43元

体彩开奖公告

超级大乐透第20023期

出球顺序 11 26 23 04 30 01 06

开奖结果 04 11 23 26 30 01 06

全国中奖情况

奖级 中奖注数 每注金额

一等奖 基本 5注 1000000元

二等奖 追加 1注 800000元

二等奖 基本 76注 144157元

三等奖 追加 18注 115325元

三等奖 基本 181注 10000元

四等奖 基本 1226注 3000元

五等奖 基本 17095注 300元

六等奖 基本 32623注 200元