编辑 赵天舒 美编 白杨 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

谁在做高考志愿填报的生意

伴随着高考的落幕,志愿填报成为考生和家长关心的头等大事。尽管教育部三令五申要家长不要轻易相信某些培训机构打着“高考志愿填报”的幌子收取天价服务费,但仍有不少机构推出各式各样的志愿填报服务。截至6月17日,北京商报记者通过梳理后发现,市场上提供高考志愿填报服务的机构报价从几百元到上万元不等。此外,互联网巨头阿里和百度也都推出了免费的AI高考志愿填报服务。免费之外,互联网巨头们对于教育行业的热情也没有减退。而家长和考生在依托第三方工具做出参考依据的同时,大数据能起到多大的帮助呢?

信息来源:教育部网站

从百元到过万元不等

经过在平台上检索,北京商报记者发现,能够提供高考志愿服务的机构不仅包括了专门机构,还涵盖一些校外培训机构。根据学而思·爱智康提供的高考志愿填报咨询服务报价来看,该机构把志愿填报咨询分为三个档次,价格从6789元至13985元不等,模式为1对1咨询。从该机构在平台上登记的信息来看,这是一家中小学综合辅导机构。

此外,北京商报记者也拨通了一家名为中青国培教育研究院的机构电话,相关老师表示,自己所在机构做高考志愿填报服务有20年的丰富经验“我们机构的填报系统是和南京大学合作的,包括专业测评、智能填报和最后院校录取跟踪的一套流程,给考生提供的志愿填报也都是1对1服务。”该老师说。据了解,该机构1对1服务共有两档报价“高级规划师是5800元,特级规划师是8800元”。据该老师描述,高级规划师的从业经验在三年之上,特级规划师有十年以上的经验。

这些大几千甚至上万元的志愿填报费用究竟值不值?所谓志愿规划师的从业经验又何从考证?为了解考生对上述志愿填报机构的态度,北京商报记者采访了刚刚参加完高考的山东考生李同学。李同学表示,如果有需要,会考虑在机构进行志愿填报“几千元的价格还可以接受,我看到很多传单写的都是上万元费用,这有点高。”李同学说。

据悉,为避免考生和家长上当受骗,教育部已于日前向广大考生和家长发布预警,提醒大家谨防“高价志愿填报指导”诈骗陷阱。同时,教育部还协调了相关互联网平台联合开展“点亮权威考试招生机构官网标识”专项行动,对各省级教育招生考试机构和属地高校注册的官方网站、微博等进行统一权威标识,便于广大考生和家长识别,获取权威的招生政策和服务信息。

互联网巨头不收费图啥

“现在我自己会有一些迷茫的感觉”,李同学向北京商报记者坦言,自己对各个院校、专业的分数线都不是很清楚,对各专业的就业率、工资情况、市场前景也不太了解,“我希望能得到系统化的整理,尽可能把自己的高考分数最大化利用,去到最好的学校或者专业。”

李同学的困惑和需求也是大多数考生的现状,一定程度来看,高考志愿填报打的也是信息战,尽可能多地了解院校和专业情况,了解志愿填报规则,才是考生最需要的。

而在信息和大数据等方面具备优势的互联网巨头,也早已瞄准了高考志愿填报市场。具体来看,两类浏览器产品均提供志愿填报服务。其中百度App上线了AI志愿助手,考生只需输入自己的地域、分数、选考科目,就能获得AI推荐的院校信息。除百度外,阿里巴巴旗下的夸克App也同样推出高考志愿填报服务,考生在完善地域、成绩、排名等信息后,同样可获得院校推荐,此外,考生还可以选择院校优先、专业优先、地域、办学层次等多种偏好。

值得注意的是,上述两家互联网浏览器所提供的服务均为免费形式。夸克App方面的工作人员也向北京商报记者表示,夸克App提供的高考志愿填报服务永久免费“夸克的高考智能填报服务是一款智能志愿助手,没有收费的打算。”该工作人员说。

免费午餐之外

在中关村教育投资管理合伙人于进勇看来,志愿填报是一项基于过去的历史数据和高校数据来开展的一项填报工作,机构之间的竞争没有特别明显的差异化优势“志愿填报的单项业务很难做成单独的产品或者公司,需要和其他产品结合起来,比如在线课程等。同时高考志愿填报还有一个特点就是集中使用,作为一个单独产品的话,服务周期太短了。”于进勇说。

那么从业务发展来看,互联网大厂提供的免费高考志愿服务意图何在,又能发挥怎样的作用?于进勇指出,高考志愿填报服务可以作为公司产品矩阵中的一部分,同时,这项服务可以用来引流,也可以辅助其他产品,或者进行市场开拓。

“互联网公司,特别是互联网巨头涉足教育领域的话,基本都是为教育机构提供一些通用的技术服务,包括人工智能、云存储、云计算等方面。”于进勇表示,在这些方向上的探索需要比较大的投入,教育行业很难去承担,但是如果是互联网企业来做的话,它们不仅负担得起,还能把这些技术应用到其他领域去。

除了技术支持,做教培机构营销交互的平台,也是互联网大厂可扮演的角色之一。“互联网公司搭建平台,机构们就可以在平台上去完成课程销售、用户互动这样的行为。”于进勇谈道。

国际关系学院教授储殷谈道“智能服务最大的好处是熨平了填报志愿中信息不对称带来的鸿沟,互联网改善了信息不对称的现象,但高考志愿填报是家庭中的大事,无论是学校和专业的选择都会影响孩子未来的职业发展,家长一定要通过多种途径了解志愿填报的有关知识,大数据和第三方平台的填报工具可以起到辅助作用。”

北京商报记者 程铭劼 赵博宇

新玩法层出不穷 铁路游由“老”转“青”

随着国内旅游的快速发展,铁路旅游也在悄然发生着变化。6月17日,国内首列高端旅游列车“呼伦贝尔号”正式开启预售模式。其实,此前已经有很多旅行社推出旅游专列,包括有从兰州开往敦煌的旅游专列、从京津冀开往巴州的旅游专列等。与此同时,这些旅游专列产品也在迎合市场,融合新的IP。业内人士坦言,过去的铁路旅游市场主要是以老年人出行为主,而如今,随着旅游市场不断年轻化,铁路旅游产品也为迎合年轻人群在持续升级,且产品质量也在不断提高。未来市场上谁的产品更有新意,谁就能赢得更多的客群。

铁路旅游市场扩容

随着我国社会的快速发展,铁路旅游也发展迅速,同时,各具特色的旅游专列也在源源不断地高调出世。

据了解,此次在“呼伦贝尔号”草原森林旅游列车推广会上亮相的“呼伦贝尔号”旅游列车每次可载客132人。值得注意的是,“呼伦贝尔号”草原森林旅游列车也是国内首列高端旅游度假列车,拥有世界上最大的火车包间,以高端化、国际化、跨空间、全季节为核心,集旅游观光、餐饮住宿、私人定制和线上线下互动于一体。

事实上,之前市场上也有不少旅游专列已经启动。据悉,中国铁道旅行社开行的“京和号”旅游列车就是从北京直达和田地区的唯一一趟旅游专列。迄今为止,“京和号”已经连续开行六年,累计有近1万人次通过这趟列车畅游新疆。除此以外,中国铁道旅行社还开行了东北、西北、新疆、西南、中原等方向的“自然景观游”“风俗风情游”“红色传承游”“人文景观游”“历史文化游”等主题旅游专列。

业内人士认为,近年来铁路旅游也在发展,并且已经成为市场上一项新的旅游形式。尤其是在出境游还未开放,而国内游复苏的背景下,铁路旅游也迎来了新的发展契机。同时,这种旅游形式也能够满足游客出游旅行的需求,带动周边地区的经济建设。

产品不断年轻化

过去一段时间以来,我国的铁路旅游非常受中老年人的欢迎。早在若干年前,家天下的“夕阳红”旅游专列就已经开启。

而现如今,年轻人似乎也对铁路旅游产生了浓厚的兴趣,而旅游企业也是在铁路旅游的“青年化”上费了一番心思。近日,“熊猫专列”引发了广泛的热议。中国铁路成都局集团有限公司推出了新型旅游专列“熊猫专列”,内外装饰都融入了熊猫主题元素,同时,车厢名字也和熊猫有关,比如“熊猫雅舍”“熊猫餐厅”“熊猫乐园”等。

数据显示,截至6月7日,在今年已开行的15趟“熊猫专列”中,涉及红色旅游目的地的就有7趟,共覆盖旅客1500多人次。

“今年,红色旅游也成为了主流,不少年轻群体会选择红色教育基地来感受令人震撼的红色历史。”有业内人士谈道。就在近日,兰州铁路局“环西部火车游·美丽铁路”红色研学专列从兰州西站开行。据了解,今年兰州铁路局兰铁国旅与地方政府部门、学校等相关单位对接,重点推出了红色研学专列、红色专列、旅游专列开行工作。目前,已共商开发红色之旅线路35条,接待师生1000余名。

中国铁道旅行社集团有限公司相关负责人刘运来表示,在未来的铁路旅游中,还要把文化元素贯穿到列车的始终,可以把车上的内容以及景点相结合,同时这也是未来铁路旅游发展的前景之一。此外,随着疫情的好转,大家外出的需求是很旺盛的,铁路旅游同样未来可期。

提升品质成关键

人们对于旅游品质的需求在不断提升,而铁路旅游的产品也需更新换代。据了解,此前,中国铁道旅行社还开行了为期5天的“环西部火车游”旅游专列,火车配有双人床和独立卫生间的高级软卧家庭房,还有年轻人所需要的会客厅、健身房、娱乐室等。当火车抵达景区后,旅客可携带随身物品下车游玩,等到游览结束后再回到车厢休息。由此可见,游客对于如此便利、高质量的铁路旅游也是日渐青睐。

与此同时,铁路旅游也越来越受游客们的欢迎,不仅是旅游专列,观光专列也将纳入游客们的旅行计划中。在今年4月,京能集团实业投资部部长刘德江在媒体座谈会上表示,京西观光专列预计于今年底开建,力争明年春季开通。后续车站随项目建设推进分期实施,挖掘沿线文旅资源,打造特色主题列车。北京商报记者还了解到,京西观光专列其中“一线”定位为旅游专线,兼具通勤功能,以市场化方式脱网独立运营,其沿线经过王平村矿区、大台矿区、木城涧矿区、千军台矿区。

刘运来还谈到,提升旅游品质是非常重要的,要迎合消费者的需求而创新、变化,同时还要更多地注重文旅的融合。在未来,通过文化元素的增添以及硬件的升级,铁路旅游会更加适合各个年龄层的游客。

资深旅游专家王兴斌认为,我国铁路发展得非常快,所以铁路旅游是未来的一种趋势,预计在暑期以及未来,会有更多的游客选择铁路旅游。同时,王兴斌还谈到,现在看来,在铁路旅游中,交通方式要怎么去更好地和景点、住宿、餐饮、购物场所有机结合,还需要时间去解决,而铁路部门也应和其他相关部门联合,在更多有条件的地方开展旅游。

在业内人士看来,未来随着铁路旅游快速增长的趋势,铁路旅游也会迸发出更多新的产品,同时,推出更具有特色的定制化服务以及个性化的产品,也是未来铁路旅游能否赢得年轻客源的关键。

北京商报记者 关子辰 吴其芸

优化完成?《赛博朋克2077》重新上架

下架近6个月后《赛博朋克2077》终于将重新回归索尼的游戏平台。当地时间6月16日,其母公司CD Projekt RED(CDPR)的监管信息显示《赛博朋克2077》将于6月21日重新上架索尼PlayStation商店。

一些媒体也就此消息联系了索尼方面。索尼给出的答复是《赛博朋克2077》确实会在6月21日正式回归PS商店。届时,玩家就可以正常购买和下载游戏了。

喜欢玩游戏的人对《赛博朋克2077》应该不会陌生,这款游戏曾是2020年最受玩家期待的游戏之一,在去年12月首发,登陆PC、Xbox、PS4等平台。虽然该游戏人气很高,但玩家普遍抱怨游戏Bug过多,最终在舆论压力之下,索尼下架了《赛博朋克2077》,并提供全额退款。

在《赛博朋克2077》发布前,CD Projekt一度是波兰市值最高的企业。得益于该游戏的预订量和早期销售,CD Projekt 2020年利润达到了创纪录的11.5亿兹罗提(约19.76亿元人民币)。然而《赛博朋克2077》的惨败严重损害了CD Projekt在玩家和投资者中的声誉,该公司2021年Q1净利润为3248万兹罗提(约合人民币5645万元),同比大跌65%。

此前,CD Projekt副首席执行官Marcin Iwinski承认游戏没有达到预期标准。据媒体报道,该公司内部员工认为,这款游戏开发过于仓促,并且公司在营销上投入了大量成本,却忽视了游戏开发本身。

不过对于此次重新上架,据CD Projekt在监管公告中透露《赛博朋克2077》推出了多个更新和热修复,解决了大量的游戏崩溃问题,修复了很多游戏中的Bug。

但是,考虑到基础版PS4依旧会因为性能问题无法完美运行《赛博朋克2077》,索尼还是不推荐大家用基础版的PS4进行游戏,等到游戏回归PS商店,CD Projekt尚未对游戏问题进行完美修复之前,索尼更加推荐广大玩家用PS4Pro和PS5去玩《赛博朋克2077》。

BOS Bank SA的分析师Tomasz Rodak表示《赛博朋克2077》重新上架索尼游戏商店有助于游戏营销,但在这款游戏的新版本推出之前,可能不会对公司的盈利产生太大影响。

今年一季度,CD Projekt的收入只比去年同期增长了2%,净利润却从1610万美元下降到了约890万美元。在去年一季度,CD Projekt的主要收入来源于《巫师》系列,尤其是《巫师3》Switch移植版。Nowakowski在财报电话会议上坦称,公司并没有计划为配合《赛博朋克2077》重新上架而进行大规模宣发。

“《赛博朋克2077》很难回到之前的水平,因为游戏在去年12月18日就已经下架,而现在已经6月份了。所以老实说,在游戏发布6个月后,我们几乎不可能让销量回到发布当月的水平。这是闻所未闻的事情。”Nowakowski说“如果有人认为我们能够通过某种形式的市场宣发,让游戏销量回到去年12月的水平,那是不现实的。”

Bernstein Autonomous LLP的分析师Matti Littunen表示,相比《赛博朋克2077》的销售数据,CD Projekt应更注重如何挽回口碑。

消息传出后,CD Projekt在华沙证券交易所的股价一度上涨逾6%,但很快就回吐了全部涨幅。

值得一提的是,在本月初特斯拉Model S Plaid的发布会上,CEO马斯克着重介绍了这款新车型的“更加完美的数字娱乐体验”。

而在短短28分钟发布会流程中占据不小比重的这一环节中,出现在车载屏幕上的游戏正是《赛博朋克2077》。

北京商报综合报道