

跳涨的MBA学费

MBA学费的逐年上涨已不是一件新鲜事，但今年跳涨得有点多。北京商报记者近日调查发现，部分2023年MBA项目学费出现大幅跳涨，其中，上海交大安泰MBA（非全日制）学费由45.8万元涨至51.8万元；深圳大学MBA项目学费由19.8万元涨至29.8万元，且并非个例。知情人士透露，MBA学费跳涨并非学校“拍脑门”的决定，按照教育部的要求，MBA项目的学费测算有明确的公式构成，紧跟现代化模块设置、师资力量升级、调研项目的提升都是MBA学费涨价的因素。

学费跳涨不是个例

据北京商报记者梳理，在已披露2023年MBA项目学费的学校中，部分MBA项目学费出现大幅涨价。其中，深圳大学2023年MBA项目学费共计29.8万元，比2022年学费上涨10万元。深圳大学管理学院网站显示，该MBA项目的学习方式为周六、日全天上课，国家法定假日及寒、暑假休息。学制3年，1.5年课程学习，1.5年完成学位论文。

上海交通大学安泰非全日制MBA项目同样迎来涨价，学费由2022年的45.8万元上涨至2023年的51.8万元，学制2.5年。该MBA项目工作人员告诉北京商报记者，学费在每年的8-9月公示，一般每两年调整一次。

复旦大学2023年非全日制MBA项目的学费为49.98万元，学制2.5年，相比2022年的学费未出现上涨。但复旦大学MBA项目“微信公众号”历史消息显示，2020级复旦MBA（非全日制）项目收费为41.98万元，向前对比学费仍呈上涨趋势。“MBA项目学费大行情都在涨。”当北京商报记者以学员身份进行咨询时，复旦MBA项目的相关老师直接表示，如果想要争取学费的话，建议尽快报名。“我们可能还会调整学费。”

除上述已披露的2023年MBA项目外，目前仍有大量院校尚未发布招生简章。但参照去年学费数据来看，2022年至少有超过15所院校出现了MBA项目学费上涨情况。

新增模块、师资变化导致涨价

事实上，学费上涨已经不是MBA项目今年才出现的现象，但从采访获得的信息看，虽

然MBA学费上涨，但涨价行为并非校方“一拍脑门”的决定。

“学费在上涨前需要有成本测算文件上报，经有关主管部门审批通过后方能实施。”据北京某知名高校老师透露，无论是MBA还是MPA，学费的成本测算有着专门公式，其中课程模块设置、师资力量、招生规模在成本公式中都有着不同占比和计算系数。这也成为MBA学费上涨的重要因素。不同的招生规模肯定导致不同的项目成本，而且今年很多学校都开始紧贴实际调整课程模块。”

据上述老师介绍，以今年她所在的高校为例，MBA项目中，数字人民币、“元宇宙”等热门话题均被纳入课程模块，且授课老师均为外聘，还伴有明确的培养方向，相关成本也必然上涨。

北京商报记者也注意到，今年学费上涨的某知名MBA项目，所邀请的授课老师既有来自国内知名院校、北美、欧洲等地的知名大学教授，也涵盖跨国公司高级经理等行业企业人员。课程模块设置包括必修和选修两类，必修包括方法论基础、管理核心课程等，选修包括海外交流、海外游学等。该项目2022年招生简章显示，非全日制MBA项目的计划招生人数为500-700人。

社群搭建等隐形成本也被纳入

除了教学成本外，MBA教育在校友资源社群搭建、学生职业发展上的成本也不容忽视。“优秀的MBA项目会加大对学生职业发展方面的资金投入，并且随着MBA项目毕业生、即校友的增多，这部分成本也会逐年累积变高。这部分成本的上涨会带动学费的逐年上涨。”MBA China网创始人兼CEO张诗华表示。

同样以上述MBA项目为例，该项目的课程结构就包含了学员在毕业后的终身学习服务，如提供免费课程进修、行业实践课及校友论坛等。同时，该MBA项目还设立了创业基金，资助在读学生及校友创业。

MBA教育领域资深从业者王鹏指出，知名院校的MBA项目不仅拥有很强的培养力量，名校的光环优势仍然是广大考生选择的重要因素，这也是MBA项目学费上涨的关键；对职场人来说，MBA等管理类专硕是为数不多的学历提升渠道，考核和报考要求都相对简单宽松。”

从近几年的MBA教育发展来看，MBA项目已不再是一小撮院校的“专享”。据北京



商报记者不完全统计，目前全国已有超200所院校开设MBA项目。

“目前院校开设MBA项目呈下沉趋势。”王鹏表示，MBA项目第一梯队为名校作为试点，第二梯队再到地方重点院校，第三梯队为具有局部特色优势的院校。除了部分学费较贵的MBA项目课程外，也有部分院校的MBA项目定价较低。如某院校非全日制MBA项目学制为3年，共计学费仅6万元。

从几万元学费到几十万学费，MBA项目学费为何出现这么大差别？高学费的MBA项目又贵在哪？张诗华表示，不同MBA项目的教学成本差别较大。以师资来举例，有的院校教师是青年教师，但有的院校会选择邀请在业界学界都广受认可的大牌教授甚至会向学生提供双导师制，由知名教授和行业大咖一起授课，成本会比普通青年教师高很多。”

报考人数不断攀升是底气

尽管目前MBA学费居高不下，甚至还呈现逐年上涨的趋势。但不少职场人报名MBA的热情仍日益高涨，且报名原因更加复杂。长期担任管理岗位的刘明（化名）已在

体制内工作多年，他告诉北京商报记者，自己最近在职场生涯也遇到了瓶颈：“我本身也是重点大学毕业，但在单位晋升过程中发现对学历的要求还是挺高的，我原本的学历可能不太够用。”

“我比较希望能够通过读MBA实现现有事业上的突破。”刘明表示，自己更青睐于非全日制的MBA项目。“这样既不影响我平时的工作，也能实现学历提升，让我在工作与职称评定中更受认可。”刘明表示，目前自己已经开始向相关机构咨询信息，准备报名。“从地区来看，我比较关注北京这边的学校。”

和长期在体制内工作的刘明不同，今年35岁的张宁（化名）将大部分职场生涯奉献给了互联网企业。“我在一家头部互联网‘大厂’工作了十年，今年我对自己的工作规划做了调整，准备去新城市、新领域探索一下工作机会。”张宁表示。

重新出发的张宁很快就面试到了心仪的工作，一路过关斩将之后，她却折戟在最后一轮面试。“前面都很顺利，但最后一轮面试的时候，HR告诉我已经把offer发给了别人。”张宁坦言：“我私下里也打听了自己为什么被‘刷下来’，他们只是很隐晦地建议我去考个MBA。”

据张宁透露，自己的学历是二本“也是这次面试让我意识到，尽管我已经有了十年工作经验，但当遇到一些特别好的机会的时候，MBA经历就成了关键加分项。”目前，张宁已开始咨询了解各类MBA项目，为自己增加职场竞争力。

张诗华在接受采访时说，MBA学费近年来出现上涨，部分院校学费高昂，一方面是由于MBA教学等方面的成本较高；另一方面是由于MBA的报考人群在增加，竞争更加激烈，让商学院涨学费更有底气。“这也说明了当下MBA教育的价值得到了大家的认同。”张诗华表示。

“目前有两类学员出现了增长，一类学员希望通过MBA提升学历，发挥如积分落户、评职称等方面的作用；另一类学员是在现有阶段希望对管理知识进行‘补血’，或者部分学员也是在为升管理岗未雨绸缪，做好准备。”王鹏告诉北京商报记者。

北京商报记者 赵博宇

中秋假期“2小时度假圈”成主流

在就地过节的倡导下，周边游、本地游成为人们出游的首选，同时，中秋机票裸票平均价格也创近五年来新低。9月8日，北京商报记者从多家OTA平台获悉，在短途旅游的带动下，“2小时度假圈”成为主流，民宿市场也迎来预订小高峰。接下来的“十一”黄金周，预计“2小时度假圈”仍将进一步走热。

本地景区预订量增超2.3倍

中秋3天假期，“2小时度假圈”成为主流。飞猪发布中秋旅游消费观察显示，近一周，飞猪平台上中秋本地酒店预订量环比上一周增长超1.7倍，本地景区门票等度假产品预订量增超2.3倍。旅游产品的预订周期进一步缩短，这也意味着越来越多的消费者选择临近出行才去预订旅游产品。

今年的中秋旅游消费呈现出显著的小半径特征。本地游玩时间相对延长，推动近郊的高星级酒店、亲子酒店走俏。飞猪数据显示，中秋高星酒店预订呈现量升价低态势，消费者可以更实惠的价格预订品质酒店。近一周，中秋高星酒店预订量环比上一周增长1.3倍，客单价环比上周小幅下降。

不仅如此，随着高温褪去，户外旅游重回“C位”。携程平台此前数据显示，截至8月30日，中秋假期露营GMV对比端午同期增长58%，延续清明以来的大热趋势。同时，秋季也是远足出游旺季，携程平台近一周户外类产品预订量环比增长超过92%。

尚游汇董事长钟晖认为，本地的文商旅消费供给充足，其实也吸引了很多游客留在本地过节。

精品民宿备受追捧

在短途旅游的带动下，精品乡村民宿也倍受消费者青睐。

据小猪民宿发布的《2022年中秋旅住预测数据报告》，截至9月2日，一周内通过小猪民宿预订中秋期间民宿的订单环比增长近139%。作为开学后第一个假期，不少家长计划中秋假期带娃出游，预计自驾游、家庭亲子游的产品将显著增长，亲子房搜索热度环比增长178%。

另外，木鸟民宿发布的《2022中秋民宿市场消费趋势报告》显示，周边短途游成为用户中秋假期预订民宿首选，预订量达到端午假期的2.3倍。乡村民宿迎来预订高峰，预订量达到今年端午假期的2.5倍，京郊民宿、崇明岛民宿预订量有一定增长。

除了到京郊游玩、入住民宿，中秋佳节也少不了外出赏月，夜游也成为了中秋假期的关键词。携程平台上，近一周“赏月”关键词搜索热度环比增幅超过423%，山岳、湖泊、海岛、江河、古镇、海滨成为烘托“C位”明月的最佳布景地。同时，赏月夜游是中秋节文旅消费的亮点，主题乐园夜游、乘船夜游、城市夜游观光、夜场灯光秀等适宜赏月的夜间旅游项目受到消费者垂青。

机票价格创近五年新低

由于暑运旺季刚刚结束，距离“十一”黄金周仍有20天，中秋国内航线机票价格降至洼地。根据去哪儿平台数据，今年中秋机票国内支付订单裸票平均价格（不含机建燃油附加费）为556元，较暑期降低二成，为近五年来最低。

同样，携程方面也表示，中秋期间单程含税机票价格为770元，较暑运期间单程均价963元回落两成，低于当前国庆824元的均价，9月整体机票均价也保持在750元左右的水平。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云看来，中秋假期只有3天，大家更青睐于选择本地游、周边游，认为短途旅行是一个相对保险的出游计划。

此外，多家旅游平台还提醒旅客，9月10日-10月31日，乘坐飞机、高铁、列车、跨省长途客运、跨省客运船舶等交通工具需查验48小时内核酸检测阴性证明，建议广大乘客提前做好相关准备，确保出行顺畅。旅途中请做好个人健康防护，配合交通部门健康检查的要求，落实疫情防控措施。

北京商报记者 吴其芸

北京61场儿童剧蓄势登台

“神兽归笼”后的第一个节庆假期，不少家长发愁中秋节该往哪儿去。9月8日，北京商报记者从北京市文旅局官方网站了解到，中秋假期期间，北京市各大演出剧场准备了包含儿童舞台剧、儿童木偶剧、儿童话剧等类型的61场演出活动，既有如《父与子》《白雪公主》这样的经典IP改编作品，也有像《大象来了》这样的原创剧目，更有多场亲子音乐会正蓄势登台。此外，许多剧场还准备了丰富的亲子活动，让大、小朋友在游玩中欢度中秋。

为迎接中秋假期的到来，北京各大剧场准备了丰富的节目，等待着与大、小朋友的见面。据北京市文旅局日前发布的北京商业演出信息，自9月9日晚间起，共有包含儿童舞台剧、儿童木偶剧、儿童话剧等类型的61场演出活动将登上舞台。

在儿童舞台剧方面，奥特曼系列舞台剧《奥特英雄：父与子》的羁绊将在朝阳剧场、北京剧院演出，奥特曼英雄与怪兽将轮番登场，展现奥特宇宙的战斗故事。未来剧院则将上演《最爱的，是我》《小猪佩奇之完美的下雨天》，呈现温馨世界。

与此同时，许多“小乐迷”关注的音乐会、音乐会正蓄势待发。儿童音乐剧《神奇校车·气候大挑战》将在北京欢乐谷华侨城大剧院上演。北京音乐厅的《国乐也潮燃》北京儿童中秋音乐会、天坛南门剧场的《冰雪奇缘》经典动漫名曲视听亲子音乐会、中国木偶剧院卡酷剧场的《月光》中秋节亲子音乐会等儿童音乐会的观演热度也在持续升温。

儿童京剧也同样不容错过。《童戏社·八戒变变变》将于9月10日、11日在繁星戏剧村伍剧场演出。

中国木偶艺术剧院在大型纪实性史诗木偶剧《大象来了》和大型童话木偶剧《白雪公主》之外，还策划了八达岭夜长城《大象来了》互动式闪演《长城》驻场演出等一系列活动。此外，剧场还创建了木偶博物馆供观众参观，推出的演出系列文创产品也种类丰富。

北京市此前发布的《演出场所疫情防控指引》提示，进入演出场所的观众需逐人测温、北京健康宝扫码验码，不能以亮码代替扫码，并查验72小时内核酸检测阴性证明，在剧场演出厅内不得饮食。在各大剧场的官方网站和微信公众号中，也有相应的防控要求在持续更新，可作为观众的出行参考。

据首都之窗显示，第十届北京惠民文化消费季正式启动后，好戏首演、会馆有戏、戏剧体验日、大师讲戏等多项重点活动将连台亮相，覆盖百家剧团、千场演出，惠及百万观众，助力文化市场复苏繁荣。数十家演艺剧院和表演团体将向市民释放大量优惠票，最低可至3折。

而随着演出行业的发展，儿童剧也在其中深耕内容，不断提升剧作质量。据《2021年全国演出市场年度报告》，2021年儿童剧演出总场次1.32万场，票房收入12.01亿元，儿童剧市场正呈现出大项目精彩、小项目精致的状态，与此相对的是制作粗放、内容粗糙、以“哄孩子”为主的项目正逐步被淘汰。

演出行业分析师陈磊认为，国内剧目创作需要与素质教育建立关联，在演出中传达知识、输出正确价值观，达到寓教于乐、提升儿童艺术素养的效果。同时，在创作过程中也不能忽视家长的观演需求，要平衡好儿童的接受度和成熟观众的体验感。

北京商报记者 郑蕊 韩昕媛