

回归线下 开学经济升温

准备 上好“开学第一课”

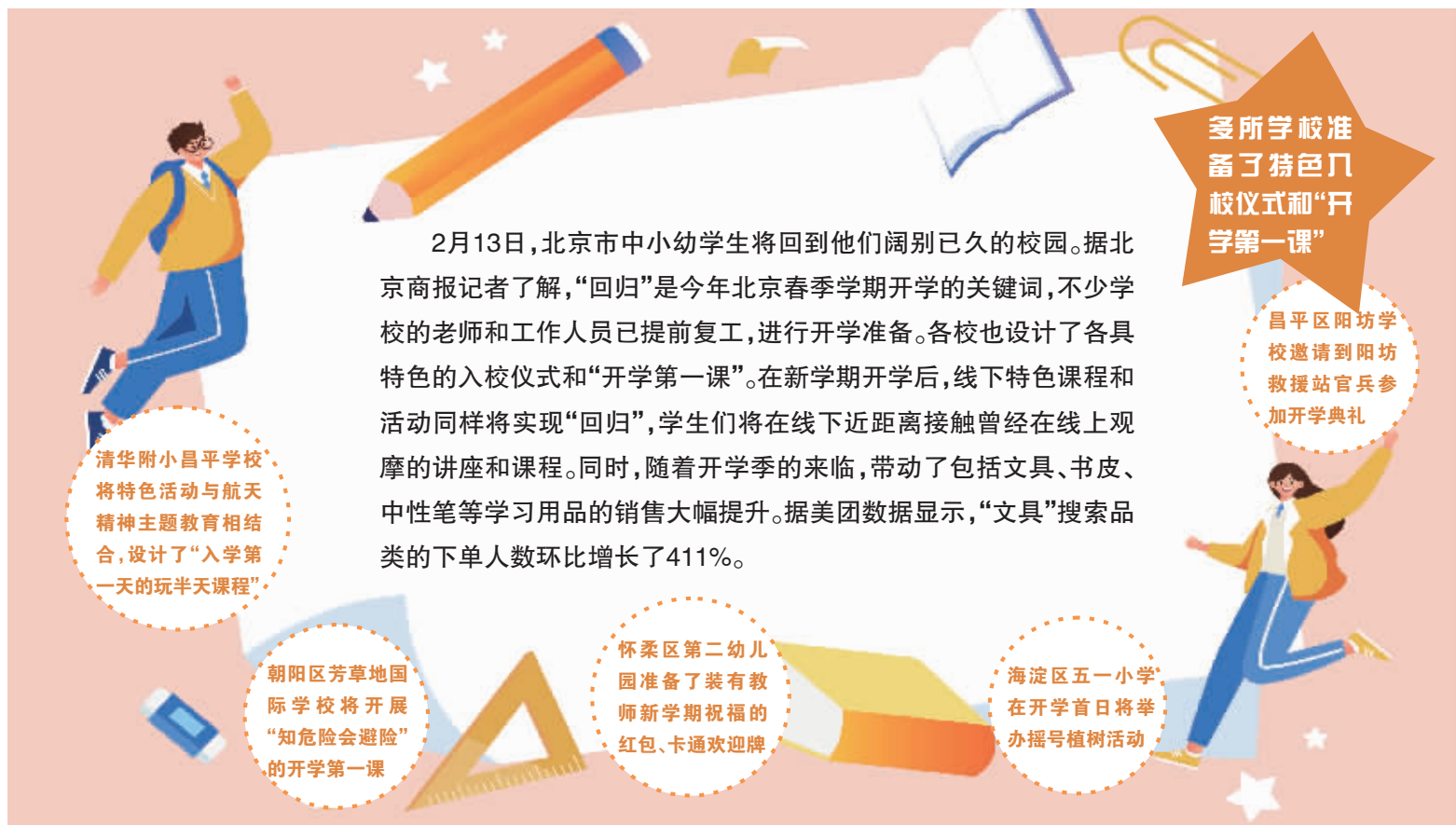
尽管2月13日才是正式开学日,但北京各中小学的教师和工作人员都已提前复工,做好开学前的准备工作。教室里已经到位的新教材、食堂里陆续开展的清洁整理工作、完成消毒的图书馆和操场……静悄悄的校园已做好准备,迎接孩子们的回归。

帮助学生回归校园,上好“开学第一课”至关重要。

北京商报记者从市教委了解到,目前,多所学校都准备了特色入校仪式和“开学第一课”。其中,海淀区五一小学在开学首日将举办播号植树活动;朝阳区芳草国际学校将与北京市交通管理局共同开展“知危险会避险”的开学第一课;昌平区阳坊学校邀请到阳坊救援站官兵参加开学典礼;怀柔区第二幼儿园准备了装有教师新学期祝福的红包、卡通欢迎牌,并在开学当天设置幼儿签到墙。

“新学期开学,我们主要关注如何缓解孩子们的焦虑情绪。”中关村第一小学中关村校区执行校长邓翼涛在接受采访时表示,中关村一小从寒假回顾、心理建设、新学期计划等维度,分年级设计了开学第一课。

而“新学期慢下来,不急于开展课程教学”也成为北京市中小学的普遍做法。举例来看,清华附中悦府小学开学第一天不按课表上课,而是组织和德智体美劳相关的“六个一”课程。中关村一小也将在新学期降低密度、难度和强度,上好体育课、课间操和体育社团活动。



清华附小昌平学校将特色活动与航天精神主题教育相结合,设计了“入学第一天的玩半天课程”。

朝阳区芳草国际学校将开展“知危险会避险”的开学第一课。

怀柔区第二幼儿园准备了装有教师新学期祝福的红包、卡通欢迎牌。

海淀区五一小学在开学首日将举办播号植树活动。

多所学校准备了特色入校仪式和“开学第一课”。

昌平区阳坊学校邀请到阳坊救援站官兵参加开学典礼。

变化 带领学生走出去

阔别校园近3个月,在帮助孩子回归校园,从假期平稳过渡到学习状态的同时,各学校还从教学上进行了创新。今年春季学期作为实施“乙类乙管”后的首个学期,北京市将全面恢复正常校园生活秩序。在这一过程中,学生们将迎来更多线下活动,接触到更多校外资源。

其中,清华附小昌平学校将特色活动与航天精神主题教育相结合,设计了“入学第一天的玩半天课程”,该课程将采用项目合作制,让学生进行跨学科学习。北京市润丰学校将利用新学期课后服务课程时间,为六年级开发专属拔尖特色的贯通课程,帮助他们更好过渡到初中生活。

中关村一小则将在新学期开学后重启学校的特色课程“小葵花自然之旅”。“过去几年,很多讲座和学习都是在线上完成的,这个学期开学后,我们将带领学生们走出去,到科

研院所线下参加讲座。”邓翼涛表示。此外,在新学期的课后服务中,中关村一小还将引入更多校外机构课程,涵盖科学、艺术、体育等多个领域。

市场 教育消费产业暴涨

“收费3元一本代包书皮业务火了”“开学季书皮销量暴涨”……不仅各中小幼儿园为开学做好了充足准备,开学季的到来也带

动了相关教育消费产业的商机,最突出的就是销量暴涨的文具市场。

北京商报记者通过走访学校周边文具店发现,部分线下文具店为迎接开学季已提前一周备货。店主赵先生表示,学生们最爱买的三类文具分别是笔、笔芯和作业本。“一般开学我们都要忙一个月,今年文具的进货价和往年变化不大。”据赵先生透露,今年文具店“小件”(写字笔、作业本)的销量要好过“大件”(书包)。“稍微贵一点的文具或学习用品家长都更愿意在网上买。”

在线上平台,文具的火爆销量似乎印证了赵先生的说法。北京商报记者发现,淘宝开设“开学买什么”的专题页面,部分文具品牌的热度已超百万。细分到文具品类来看,多款书包产品月销量过万。

美团外卖的相关数据也显示,今年开学季以来,用户对“文具”一词的搜索量环比增长了124%,下单人数环比增长411%。细分品类来看,书写工具订单量同比增长469%,纸张本册订单量增长623%,学习用品订单量增长723%。书皮、本册、中性笔成最热畅销商品Top3。

开学前,各大厂商也在扎堆推出智能教育硬件。据不完全统计,学而思智能学习机Xpad、小度学习平板Z20pro、科大讯飞T20pro均于最近一周面市。据抖音平台销售数据显示,部分学习机的上市时间不满一个月,产品销量已将近1万台。

家长李女士表示,开学前一天给孩子集中置办学习用品,已成为自家开学季的“传统”,“在这个时候多给孩子买些文具,既是一份仪式感,也能提醒他假期已经结束,回到校园要多收心。”

北京商报记者 赵博宇

Market focus

签名照背后的“代拍”灰产

近期,演员张颂文的一张拍立得签名照,以8000元的价格在二手交易平台成交,引发粉丝热议的同时,也给演员本人带来困扰。北京商报记者调查发现,明星的拍立得签名照,作为代拍业务的其中一项,与机场代拍、影视城代拍、演出现场代拍等业务共同构成“代拍”灰产的环节,职业代拍人通过某种渠道获得艺人行程,出售这些非公开的艺人照片,再从粉丝群体中获利。代拍价格与明星人气成正比,并且还有活动单场图集和长期包月跟拍等多种套餐,往往以电子版形式进行交易,而签名拍立得照片因其不可复制性,通常具备更高的价格。目前,已有多个艺人团队发文呼吁抵制代拍,有业内人士介绍,代拍严重影响了艺人和活动方的工作开展,但因其分散性、隐蔽性,阻止难度较大。

代拍可图可视频

快门之下的明星照片,随着饭圈文化的渗透面扩大,正在生成越来越高的身价,甚至衍生出了一条明星代拍的产业链。

近期,因电视剧《狂飙》走红的演员张颂文的一张拍立得签名照,在二手交易平台拍出8000元价格。该消息一出,迅速登上微博热搜,引发大批粉丝讨论。

代拍的火爆,离不开高利润的驱动,粉丝愿意一掷千金买下几张照片的需求,让无数职业代拍人日夜蹲守在机场和影视城。粉丝绵绵介绍,以前追过的某偶像团,出道初期,5张活动现场的电子照炒到过800元,有些粉丝要求图片独享,甚至愿意花1000元买断。

代拍生意分两类,一类是粉丝和明星“站姐”先提出需求,以雇佣的方式,在社交平台寻找代拍,由代拍前往粉丝指定地点跟拍,待艺人行程结束收图,按照约定好的价格结算劳务费;另一类则是,职业代拍人或跟艺人行程的粉丝,在艺人行程中跟拍,活动后放出模糊版现场图,再以商品形式出售高清图。

北京商报记者以粉丝身份,向职业代拍人咨询了某微博粉丝量超800万的艺人的代拍费用。对方介绍,机场跟拍库存图500元一组共20张,均为相机原图,送一个10秒的直拍视频;包月套餐6999元,一个月内该艺人全部行程,职业代拍人均会到场跟拍。

此外,该代拍也接受指定跟拍,但需要买方提供相应的艺人行程,定金500元,路费由买方承担,电子版照片、拍立得照片、

短视频均可拍摄,根据买方收图数量按张数结账。

而代拍常常提及的可图可fo不拆包,是指可以根据买方需求拍摄图片和直拍短视频(focus),但买方不能在图集内挑选,需要一次性买完。

晒图证明爱

“价格基本是从百元到千元每组不等,代拍的潜规则是付费即买断,意思是这组图就只有买主能够在社交平台发布,部分图集因为价格过高,还会出现多个粉丝拼单购买的情况。也有粉丝会用这些图制作成海报、日历等周边在饭圈内销售,而签名拍立得照片因其不可复制性,通常具备更高的价格。”粉丝陈乔如是说道。

对于代拍图片的质量问题,粉丝一诺介绍,其实粉丝和受雇佣的代拍之间因为质量而扯皮的情况非常多,但多数也就只能“挂”微博上让其他粉丝避雷。也因此,很多粉丝会选择直接购买成品图集。如果拍摄角度、光线等因素掌握得好,拍摄到影视剧、活动现场官方未公布的服装、角度,或是能够拍到CP向的图,单张图片的价格还会翻番上涨。

“以前是自己跟拍过几次,现在因为时间、财力都有限,就雇人或者买图,因为能持续产出,现在收获了一定规模的粉丝,还不时能接个广告,如果断更了微博流量就下去了,还有粉丝会问是不是要脱粉,不卖不行。”一诺说道。

北京商报记者也注意到,因为代拍涉及艺人行程信息,许多代拍人也“兼职”做着艺人信息的贩售生意。

乱象频发规范难

目前,张颂文已在微博对此事件回应:千万不要去花冤枉钱。有不少粉丝在相关话题下留言表达担忧,粉丝杨佳谈到,只要产生了交易市场,就会有代拍堵在机场,循着机会让艺人签名,再高价倒卖,让粉丝的喜欢和艺人的心意变成生意。

代拍背后的生意,让大批职业代拍人涌入拍摄现场,或聚集在明星行程途经的车站、机场,正在引发影视行业、艺人团队和粉丝群体的集体诟病。

1月末,偶像团体时代少年团粉丝曾为追星影响到机场的正常秩序,事后时代少年团发布声明表示,反对粉丝接送机、跟机及在机场等公共场合聚集拍摄、应援,并呼吁不要购买、传播代拍人员拍摄的机舱图、视频。2022年,演员成毅的个人工作室也曾发表声明,抵制一切偷拍、代拍、私生及倒卖个人信息等行为。此外,吴京、胡歌、杨幂等艺人也曾公开表示对代拍的抵制态度。

导演赵霞谈到,职业代拍人混在粉丝团体中间,艺人团队防不胜防,不仅影响艺人的个人生活,侵犯个人隐私,活动现场和拍摄片场的代拍图片、视频流入网络,还会干扰剧组正常拍摄,影响工作进度。

资深经纪人赵新月认为,代拍因为粉丝的追星行为而产生,这种需求的持续存在,让代拍永远有生意可做。职业代拍人的代拍行为基于商业目的而展开,但却没有取得艺人团队和艺人本人的授权,因此这种行为并不合法合规。但因其分散性、隐蔽性,阻止和维权难度较大,需要粉丝配合艺人团队共同抵制。

北京商报沸点调查小组