



高校辅导员成“服务员”不值得提倡

高校辅导员又上热搜了。这次不是因感人故事出圈，而是半月谈一篇《“无限责任、万能兜底”，高校辅导员怎么成了服务员？》再次揭开这个群体的“伤疤”。

有辅导员自嘲，干了十几年，胆子越来越小，压力越来越大；也有人毫不客气地说，大学生已是成年人，现实却把他们当婴儿，要求辅导员像保育员。两句话拼凑出当下辅导员群体的真实处境。把辅导员当“服务员”，将他们的能力沦为“万能手”，这真的值得宣扬吗？答案显然是否定

的。这不仅是对其职业的矮化，更是对高校思政教育本质的背离，必须及时纠偏。

此前，《普通高等学校辅导员队伍建设规定》明确列出了辅导员的九大职责，排在首要位置的就是“思想理论教育和价值引领”。辅导员作为一份铸魂引才的工作，其专业性绝不是“服务”二字就可以承载。

现实中，将“有限职责”放大为“无限责任”，“辅”被异化为“服务员”，“导”被不断挤压到边缘。所有没人接的活、没人兜的底、没人管的“万一”，

最后都流向辅导员。“责任甩锅”的背后，是典型的懒政思维。也就是说，部分部门将事务性工作向下转移，美其名曰“协同”，实质是“转移”。责任人免责化倾向愈演愈烈，基层一线人员分身乏术，最终只能求得“无责”，连本职工作都难深耕，更别提发展。

更隐蔽的伤害来自考核。考研率、竞赛获奖、就业数据……这些显性指标与辅导员绩效直接挂钩。而思政教育、价值引领这些“隐性”核心工作，反倒被挤到边缘。当考核指挥棒一味追求即时可见的“成

果”，辅导员只能从“铸魂”转向“凑数”。这不仅是职业价值感的迷失，更是育人本质的异化。

有人一针见血指出问题根源：“往往是因为没有教育智慧，所以才会想用琐事的执行来证明自己有用，误把苦劳当功劳宣传，才导致辅导员工作被卷成了现在这个样子。”话虽刺耳，却直指要害。当一个人无法在核心价值上获得认可，就只能用“忙”来自我证明。但忙到没时间思考、没空间成长、没精力育人，更遑论发挥思政教育主力军的作用，这种“忙

究竟是谁的胜利？

一个成熟的职业生态，不该让从业者靠自我感动撑撑。辅导员需要的不是“万能工”的虚名，而是“育人工”的尊严。让他们真正回归思想理论教育和价值引领的本位，思政教育的质效才能实实在在提上去。否则，再多的“24小时在线”，也不过是一场疲惫的自我证明，而真正输掉的，是学生的成长，是思政教育的未来。

■李意一

住院检测报告系伪造，伤的不只是医疗公信力

3月24日，中山大学附属第五医院的一份情况通报，把一桩藏了两年的医疗荒唐事摊在了公众面前。患者住院的一项检测报告，时隔两年后才发现是伪造的，引发舆论一片哗然。

患者把身体交给医院，把样本递出去，是把对健康的期盼交了出去。他们不懂复杂的医学流程，分不清院内检测和外送检测的区别，只相信穿白大褂的人，相信三甲医院的牌子。

可在这件事里，这份信任被随意搁置。医院没开展相关项目，医生没有走正规的外送流程，反而私自把患者推

给了个人，费用直接转给私人，样本脱离了医院的监管链条，每一步都在踩红线，每一步都在消耗患者的信赖。

我们常说医疗无小事，每一份检查报告都是诊疗的重要依据，容不得半点马虎。伪造报告的人已经被法律惩处，可医院的管理漏洞，不该被一句歉意轻轻带过。外送检测不是医院的盲区，更不是监管的真空地带。样本怎么交接，机构怎么遴选，费用怎么结算，报告怎么核验，本该有一套严丝合缝的流程。可在当时的中山五院，这些流程成了摆设，制度挂在墙

上，却没落在行动上，才给了不法分子可乘之机。

医生的一次违规操作，背后是医院管理的长期松懈。或许是日常监管不够严格，或许是对医务人员的行为约束流于形式。患者不会去深究医生和第三方有没有利益纠葛，但他们信任的医生，却把自己引向了一场骗局。这种伤害，比疾病本身更让人不安。看病时的安全感，一旦被打破，再想重建就难了。

事件发生后，医院出台了新的管理办法，做了培训，也在积极处

理后续事宜，这些补救措施值得肯定。但医疗安全不是事后修补，而是事前筑牢防线。三甲医院承载着公众更高的期待，更应该在每一个细节上守住底线。外送检测的闭环管理，不应该是事件曝光后的应急之举，而是日常工作的基本准则。从样本出库到报告回收，每一个环节都要有人管、有人核、有人负责，不能让任何一个环节出现空白。

医疗行业的公信力，是靠无数医护人员用心守护、靠一家家医院严谨履职一点点积累起来的。一次管理失守，一次信任辜负，就可能

让多年的积累打折扣。患者要的不是完美的医院，而是靠谱的医疗服务，是每一份真实可信的报告，是走进医院时的毫无顾虑。

这件事给所有医院提了醒，制度不是用来应付检查的，而是用来保护患者的。监管不是一句口号，而是要渗透到诊疗的每一个细枝末节。别让患者在看病时还要提心吊胆，别让信任在一次次漏洞中被消磨。守住医疗安全的底线，守住患者托付的真心，才是医院最该做好的事情。

■罗登廉

“中园石化”被查，监管不能总靠舆论“点火”

近日，“中国石化”加油站因标识酷似“中国石化”引发舆论关注。其不仅中文名称仅一字之差，英文缩写“SNOPEC”与中石化的“SINOPEC”也高度相似，再加上红底白字的整体装潢风格，极易让消费者混淆。随后，该加油站被市场监管部门立案调查并责令整改。

这一事件看似是一起普通的商标侵权案件，实则折射出企业商业伦理、市场监管效能与公众维权意识等多重议题。

商业标识是企业的重要无形资产，知名品牌形象的形成离不开长期投入与积累。刻意模

仿不仅构成对原创企业的不正当竞争，更是对消费者知情权与选择权的侵害。即便该加油站的工商登记合法，也不能为其“搭便车”行为提供正当理由。

纵观市场，从“康帅傅”到“雷碧”，从“粤利粤”到“太白兔”，这类靠模仿起家的企业，或许能在短期内获利，但终将被消费者识破、被市场淘汰。

从监管层面来看，网友的质疑不无道理：该加油站经营已有十余年，为何一个明显存在模仿嫌疑的标识能够通过审批，并在如此长的时间里相安无事？这暴露出市场准入与日常监管中可能存在的漏洞。

一方面，工商登记与商标监管之间的信息壁垒亟待打破；另一方面，对“傍名牌”行为的日常监管力度有待加强，不少山寨品牌在注册时看似合规，却在实际经营中通过整体装潢、视觉设计等手段打“擦边球”。

市场监管的难点，正在于如何区分“合法注册”与“违法模仿”的边界。单看“中园”二字或许并不违法，但当名称、外观设计、装修风格等要素组合在一起，形成整体性的混淆效果时，便已触碰法律红线。

这种“组合式侵权”之所以屡禁不止，根源在于它在每个单点上都

看似合法，却在整体上构成了对消费者的误导。监管部门的及时介入，正是对这种变相侵权的有力回应，也体现了对消费者权益的实质性保护。

此次监管部门在舆论发酵后迅速介入值得肯定，但更应思考如何将这种监管效能常态化、前置化，而非依赖媒体曝光与舆论压力才采取行动。

对企业而言，应坚守商业伦理，靠模仿他人品牌标识获取短期利益终究不是长久之计，真正的竞争力源于产品品质与服务创新；对监管部门而言，需进一步完善商标保护机制，加强事中事后监管，尤其

要打通登记注册与商标保护之间的信息壁垒，压缩“傍名牌”行为的生存空间；对消费者而言，也应提高辨识能力，积极举报不正当竞争行为，共同维护公平有序的市场环境。

品牌诚信是市场经济的基石。从“中国石化”到层出不穷的各类“山寨品牌”，这些案例一再提醒我们：保护知识产权、维护公平竞争，不仅需要法律法规的完善，更有赖于监管效能的提升与企业自律意识的增强。唯有如此，才能让真正用心经营的企业获得应有的市场回报，也让消费者享有清晰透明的消费环境。

■田浪屿



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

社委会
方智平 江单李青
黄春宏

编委会
江单李青张邦毛
董哲梅任重

专家委员会
李增勇 张华勇 龚德贤
黄浩 朱文强

顾问 | 方智平
名誉社长 | 李克炎
社长、总编辑 | 江单
常务副总编辑 | 李青
副社长 | 钱正云 张存猛
副总编辑 | 周应文 董哲

采访中心
主任 | 董哲(兼)
编辑中心
主任 | 罗阳
评论新闻中心
主任 | 张颖
经济新闻新闻中心
主任 | 黄道华
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安
群众工作中心(内参部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄浩(兼)
融媒体中心
主任 | 金松
新闻影像中心
主任 | 罗明荣
经营中心
副总监 | 严明川
品牌战略中心
主任 | 骆闻
先锋文化出版中心
总编辑 | 唐吉民
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心/《思想者》编辑部
主任 | 艾华林
思想者电台
主编 | 郭园

驻境外记者
台北记者站 | 黄昭蓉
马来西亚分社 | 郝璞琰
越南分社 | 邓集根
吉尔吉斯斯坦分社 | 陈永强
老挝分社 | 崔永利