

“干净专业组”成2026高招标配

当“专业盲盒”被打开,考生如何应对志愿填报“新考题”?

今年的志愿填报中,“干净”无疑是最高频出现的词汇。不少高校纷纷用“干净”来形容自己的专业组设置。到底什么是“干净的专业组”?这一变化对于考生的志愿填报又会带来怎样的影响?多位招生专家在接受记者采访时表示,专业组的“提纯”是高校招生理念的一次重大进步,它让志愿填报回归到了“学生本位”。但利好之下,更需要冷静分析、精准定位,方能在这场关乎未来的选择中,赢得最心仪的“入场券”。

教育部一纸文件,各高校纷纷给专业组“提纯”

今年各高校专业组之所以纷纷“变干净”,首要原因来自教育部的一纸文件。2026年1月,教育部印发《关于做好2026年普通高校招生工作的通知》,其中一项核心要求引发广泛关注:高校要优化招生工作方案,原则上按专业开展招生,严控大类招生的数量和规模。在实行院校专业组投档的省份,则要求进一步优化专业组设置,将关联度高、培养要求相近的专业编入同一专业组,合理控制同一专业

组的专业数量,提升考生专业志愿满足率。

所谓“干净的专业组”,正是对这一政策要求的直接回应:专业组内包含的专业数量少,方向聚焦,冷热专业不再捆绑招生。这意味着,考生被投档到一个专业组后,调剂到完全不感兴趣的专业概率被降至最低。

这一政策出台的背景,直击了以往大类招生中的痛点。过去,部分高校为了拉升某些冷门专业的分数线,采取“冷热搭配”的策略,将热门的人工智能、计算机与冷门专业捆绑在同一个专业组内。考生一旦分数不够高,极易被调剂到心仪之外的方向,这也是考生和家长在过去几年最为诟病的一点。

在政策与生源竞争的双重作用下,江苏高校纷纷行动起来。如,苏州大学在江苏省普通类本科批共设置38个“小而精”专业组,其中历史类13个、物理类25个,36个组内专业数量不超过6个,17个组甚至只有1个专业。南京航空航天大学在全国范围内实行“保志愿、零调剂”政策,其在江苏投放的普通物理类专业组,进档后直接满足第一专业志愿。南京信息工程大学

32个专业组中,有29个实现填满即“零调剂”,占比超过90%。

考生的“定心丸”与填报的“新考题”

专业组“变干净”,对考生和家长而言,最直接的影响就是大大降低了志愿填报的焦虑感。“在孩子上高三之前,我就听说了专业组的问题,还认真学了,想着我们家高考的时候肯定用得到,比如可以‘避雷’某些专业组。”金陵中学一位高三家长在接受记者采访时表示,拿到今年的高校专业组安排,顿时觉得“功课白做了”,“这不一目了然嘛,还焦虑个什么?”

细化专业组,确实让考生在填报时心里更有底。这种“干净”的专业组设置,本质上是一种信息透明化,它让分数和专业的匹配更加直观,减少了信息不对称带来的博弈成本。同门类、小而精的专业分组,让每个专业组的培养方向、学科特色高度统一,考生可以根据自身分数、兴趣和职业规划,精准锁定目标组别与专业。

有观点认为,摒弃冷热捆绑的招生模式,也在倒逼高校放弃

粗放式招生套路,靠专业实力、办学口碑吸引生源,推动高校回归因材施教、深耕学科的教育本心。

然而,机遇总是与挑战并存。“干净”的专业组也为志愿填报带来了新的课题。过去通过“冷热捆绑”来拉升低分专业录取线的做法失效后,每一个“干净”专业组内部的分数线将更加真实地反映该专业的受欢迎程度。这意味着,热门专业的竞争可能会更加激烈,分数线可能会被进一步推高。考生在享受“不调剂”的安心时,也必须正视一个事实:想进入一所顶尖高校的王牌“干净”专业组,你需要拿出更具竞争力的位次。

面对“干净”专业组,如何精准填报?

面对2026年江苏高招专业组普遍“提纯”的新形势,考生和家长在正式填报志愿时,必须调整策略。记者综合多位招生专家的意见,整理出以下几点核心建议:

彻底转变“冲学校”的惯性思维,坚定地树立“选专业”的导向。过去由于存在被调剂的风

险,“先进学校再想办法转专业”是很多考生的无奈之选。如今,在教育部政策推动下,绝大多数高校在提供“干净”专业组的同时,也配套了极为宽松的转专业政策。例如,南京航空航天大学转专业“零门槛”,无成绩排名与挂科门数限制,提供多次转专业机会。苏州大学实行“不挂科即可申请转出”,转出不设比例、无人数量限制。在这样的背景下,考生应当将精力集中在研究不同专业组的录取位次上,结合自身兴趣和职业规划,精准锁定目标专业组。

要充分利用“位次法”,但切勿刻舟求剑。在“干净”专业组成为主流的第一年,往年的录取位次数据依然具有重要的参考价值,但必须结合今年分组的变化进行修正。专家建议,考生和家长要重点参考高校招办发布的权威预估线。例如,苏州大学招生负责人给出了较为明确的位次参考:历史类从2000位次到6500位次,物理类从10000位次到40000位次,都有对应的专业组可供选择。这些基于最新分组情况的预估,比单纯查阅往年数据更可靠。

扬子晚报/紫牛新闻记者 杨甜子

守护每一份信任,共筑美好生活

利安人寿:消保为民,绘暖心画卷

暮春时节,石家庄鹿泉区谷家峪村香椿飘香。利安人寿河北分公司的志愿者们身着红马甲,与村里大嫂并肩掌勺,为一桌桌白发苍苍的老人端菜盛饭;同一时间,天津一户普通家庭的客厅里,客服专员正俯身用手语与聋哑人的监护人比划,逐条确认保单贷款细节;山东枣庄,一位因工坠落的工人卧床不起,利安人寿上门办完手续,次日清晨20万元理赔款已悄然到账。这些散落在不同角落的细碎瞬间,串联起同一条心跳:让保险的温度,真正抵达每一个需要它的人。

2026年是“十五五”规划开局之年,也是纵深推进优化消费环境的关键节点。在保险业迈向高质量发展的新征程上,消费者权益保护已超越单纯的合规要求,成为寿险公司核心竞争力的重要维度。利安人寿将消保工作从制度机制升华为企业文化的重要部分,从河北到四川,从北京到南通,覆盖残疾人、退役军人、老年群体、新就业者和青少年群体的消保行动,在利安人寿数十个分支机构渐次铺展。

六大投诉通道+极简理赔!

践行金融为民使命,筑牢消保根基

消费者权益保护是一项系统工程,公司坚持以客户为中心,高度重视消费者权益保护工作,高管带头,全员落实,强化消保意识,积极履行消费者权益主体责任,认真落实监管要求,高标准组织推进,确保教育宣传目标达成,以实际行动践行“金融为民”理念。

理赔服务方面,依托“利安人寿APP”,于2023年在南京市率先推出“指定医院试点快赔”服务,以“数据联动”实现极简理赔,让消费更省心。

畅通投诉通道方面,公司已开通官方网站、官方微信、客服热线、电子邮箱、利安人寿APP及各分支机构营业场所六大渠道,建立受理、调查核实、形成意见、反馈、结案的闭环工作流程,严格落实限时办结制度,坚持“事事有跟进、件件有回音”,全程保障客户知情权与监督权,确保消费者诉求有处说、有人接、快速办。

差异化消保模式!

“量身定制”服务路径,精准触达不同消费群体

金融消保的深层难点在于:不同群体面临的风险迥异,获取服务

的障碍各不相同。利安人寿在实践中探索出一条路径——不以一套方案覆盖所有人,而是针对每类群体的金融脆弱性“量身定制”触达路径,让保护精准“抵达”。

重建信息通道,让听障群体“看得见”权益。湖南分公司制作手语宣教视频《权益在手·沟通在心》《无声提醒·无障碍守护》,以手语解读消费者八大权益和“代理退保”风险,织密公司消保宣教知识网;天津分公司为聋哑客户提供上门理赔服务,配备盲文版《金融风险提示》与《常用保险手语手册》,以手语结合书面表达完成每一个业务环节的确认,完善特殊群体金融服务方式,提升公司客户服务质效。

流程让步于人,让退役军人“走得通”保障。山东济宁中支承保退役军人事务局“八一保”团体医疗保险项目,覆盖兖州、梁山、嘉祥、经开四个地区,针对残疾退役军人行动不便、材料整理困难等实际困难,公司开辟理赔绿色通道,简化理赔手续、统一伤残认定标准、集中批次处理,让制度服务于人,而非人去适应制度。

信任先行、知识跟进,让老年群体“守得住”钱袋子。老年群体的金融脆弱性往往源于信

任容易被利用,先建立情感联结再传递风险知识,是更有效的触达方式。河北分公司走进谷家峪,志愿者为老人制作农家美食、建立情感联结后,结合典型案例拆解“非法代理退保”“虚假理财”等陷阱;北京分公司进驻丰台区蒲黄榆第三社区,常态化开展金融知识普及,发放《金融知识普及折页》《老年人保险消费风险提示》等宣传资料,以互动问答将金融知识转化为老人听得懂、记得住的日常语言。

趁早播种,让青少年“长出”金融素养。青少年群体当前金融风险暴露有限,但金融素养空白期若不填补,成年后更容易成为欺诈目标。南通分公司联合街道社区走进城南小学,开展“同守国家安全 共防金融风险”主题普法宣传,引导青少年树立正确的保险消费观念,以金融力量守护校园安全,将消保工作向前延伸,防患于未然。

主动追访,让新就业群体“被看见”。湘潭中支走进货运集散地和快递网点,为货车司机、快递员、外卖员等“两司两员”群体送去定制金融宣教材料;四川分公司做客成都交通广播电台,以直播形式开展线上公益宣讲,围绕警惕代理退保、个人信息安全、金融消费者八项权利等主题,结合

典型案例提醒公众远离“全额退保”“保本高息”等陷阱,引导通过正规渠道投保维权,获得听众广泛认可。

566.89万人次!

消保宣教暖服务,以科技驱动守护每一份信任

保险的意义,不是在灾难来临前被想起,而是在最脆弱的时刻,成为那道稳稳的托举。

利安人寿持续开展消费者权益保护周、金融教育宣传周、敬老月等活动,围绕金融知识、风险提示、以案说险进行宣传。2025年,总公司和各机构走进学校、社区、养老院开展宣传教育活动,有效触及消费者566.89万人次;公司将坚持科技驱动,运用大数据、人工智能等技术提升消保管理的精准性和前瞻性,推动从被动应对向主动预防转变。

利安人寿消费者权益保护部负责人表示,“消费者保护工作只有起点没有终点”,公司将始终以消费者的获得感、幸福感、安全感为标尺,以更严的标准、更实的举措、更暖的服务,守护好每一份沉甸甸的信任,让保险真正成为人民群众美好生活的坚实屏障,为构建和谐健康的金融消费环境贡献力量。