



两会聚焦职业教育 行业数字化、线上化进行时

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

职业教育已然再一次成为了两会热词。

2022 年《政府工作报告》中提到,2021 年超额完成高职扩招三年行动目标。2022 年将继续改善职业教育条件,完善产教融合办学体制。

而在今年两会期间,不少人大代表和政协委员也将目光放在了

职业教育“热潮”

在这背后,是政策端将职业教育发展放在了前所未有的高度。

中国政府网 3 月 2 日公布的数据显示,2021 年全国高职院校扩招 139.41 万人,加上 2020 年扩招的 157.44 万人,两年共计扩招 296.85 万人,超额完成 2020 年中国《政府工作报告》提出的两年“扩招 200 万人”的目标。

在这背后,是政策端将职业教育发展放在了前所未有的高度。记者注意到,早在 2014 年,国务院便印发了《关于加快发展现代职业教育的决定》,提出企业要发挥“重要办学主体作用”。此后,不少地方也发文鼓励企业和社会力量投资参与举办职业教育。

2019 年,国务院发布《国家职业教育改革实施方案》,明确提出“经过 5~10 年左右时间,职业教育基本完成由政府举办为主向政府统筹管理、社会多元办学的格局转变,由追求规模扩张向提高质量转变,由参照普通教学模式向企业社会参与、专业特色鲜明的类型教育转变。”

2021 年,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》,为职业教育发展提出了一揽子制度安排,明确到 2025 年,职业教育类型特色更加鲜明,现代职业教育体系基本建成,技能型社会建设全面推进;到 2035 年,职业教育整体水平进入世界前列,技能型社会基本建成。技术技能人才社会地位大幅提升,职业教育供给与经济社会发展需求高度匹配。

其中,鼓励上市公司、行业龙头企业举办职业教育,鼓励各类企业依法参与举办职业教育,尤为引

职业教育上,为职业教育发展建言献策。

《中国经营报》记者注意到,近年来,国家多次发文鼓励职业教育发展,为行业成长带来了优良的政策环境。

而在市场当中,不少企业已经向职业教育抛出了橄榄枝,在“双减”政策落地之后,多家企业纷纷向职业教育转型。

市场规模也在逐年扩大,根据中商产业研究院最新发布的数据,我国职业教育市场规模总体呈逐年增长态势,2019 年中国职业教育市场规模 5760 亿元,预计 2022 年市场规模将突破 8000 亿元。

不过仍要看到的是,在不少代表和委员的声音中可以看出,职业教育的发展仍面临一定的问题,亟待解决。



职业教育已然再一次成为了两会热词。

本报资料室/图

人关注。

而 2021 年,已经超额完成了高职院校扩招三年行动目标。《政府工作报告》指出,2022 年将继续改善职业教育条件,完善产教融合办学体制。

而 2021 年的《政府工作报告》关于职业教育的表述为,“增强职业教育适应性,深化产教融合、校企合作,深入实施职业技能等级证书制度。”

北京民办教育协会副会长马学雷认为,“完善产教融合办学体制”就是要从结构上来改变职业教育到底是由谁来办的问题,从而提高职业教育的育人质量,进而获得社会的认可。结构决定功能、性质和质量。

21 世纪教育研究院院长熊丙奇告诉记者,关于推进产教融合,建立现代职业教育体系,是近年来职业教育发展的重点,从现实

来看,也面临着一些难题,其中最主要是产教融合“一头热”,企业没有积极性,这是亟须解决的问题。

不仅仅是政策支持,作为市场端也在及时响应,相关企业的动作尤为迅速,在“双减”政策落地之后,多家企业纷纷向职业教育转型,一些互联网企业也加入了举办职业教育队伍。

熊丙奇认为,市场主体进入职业教育领域,培养高端职业技术人才,利用自身的人才、资源、应用场景去提升职业教育质量,对职业教育发展是一种利好。而这也是企业、机构要保持的初心,实际上培养高端人才的职业教育需要师资建设、实训基地建设等,是很难赚钱的,因此市场主体进入职业教育领域,不要想着去做“大生意”,而是要想着如何提高整体职业教育质量。

职业教育的两会声音

据人社部数据,我国制造业高技能人才只占技能人才总量的 28%。

尽管职业教育拥有极为广阔的发展空间,但不可否认的是,目前整个行业仍然面临着一些问题,并且已经得到了人大代表和政协委员的重视。

首先是人才缺口问题,据人社部数据,我国制造业高技能人才只占技能人才总量的 28%,与发达国家相比仍然有较大差距。据《制造业人才发展规划指南》预测,2025 年我国制造业十大重点领域人才缺口约 3000 万,缺口率达 48%。

对此,全国政协委员、中华职业教育社副理事长苏华认为,应稳步发展职教本科,促进应用本科转型。扩大职教本科规模,加快本科层次职业教育试点,优先遴选符合条件的“双高计划”高职院校建成职教本科学校,加快推进地方普通本科学校向应用本科学校转型,积极鼓励独立学院转设,建设一批职教本科学校和应用本科学校。

苏华建议,中央财政和各省

“双师型”教师队伍建设和实训基地建设专项经费。

同样提到职业教育经费投入的还有全国人大代表、云南工商学院执行校长李孝轩,据联合国教科文组织测算,职业教育办学成本是普通教育的 3 倍左右。当前,职业教育总体经费和生均投入均显不足,已成为职业教育高质量发展的突出短板。

对此,李孝轩认为,一方面优化财政性经费支出结构,另一方面出台符合当前国情的引导性、激励性政策,鼓励引导社会力量投入职业教育,激发行业龙头企业举办职业教育的内生动力,应该成为优化当前职业教育经费政策、扩大职业教育经费投入的重要手段。

此外,全国政协委员、人民银行上海总部副主任兼上海分行行长金鹏辉认为,技术工人社会地位不高、收入水平偏低,现代职业教育体系建设还不完善等是当前我国职业教育发展中面临的问题。因此,如何构建符合时代发展的职业教育发展体系、营造发展职业教育良好的市场环境,尤其是引导金融和社会资本进入职业教育发展市场尤为重要。

除此之外,职业教育还面临

着被“歧视”的情形。“‘大有可为’的职业教育,为什么‘想说爱你不容易’。原因在于,职业教育被长期污名化,被认为是‘失败者’的教育。”3 月 7 日,全国政协委员、上海中华职教社常务副主任胡卫在“委员通道”上如此表示。

全国人大代表、成都市政协副主席杨建德在两会上建议,将“职业技术”院校改为“应用技术”院校。他认为,职业教育院校社会认可度低与其身上“职业”标签有关,所以,将“职业技术”改为“应用技术”更容易被老百姓接受,也更有利于职业教育的发展。

胡卫认为,挺起职业教育的脊梁,当务之急就是要破除体制障碍。“横向要融通,实现职业教育、普通教育、专业教育的横向贯通,为学生的发展搭建平台;纵向要畅通,要打通断头路,畅通职业教育的升学渠道。建立职教高考制度,使其成为职业本科、职业专科招生的主渠道,普通高校甚至一些名校的技术技能类专业也可通过职教高考遴选学生;在就业、落户和薪资待遇等方面,要让职教毕业生享有与普通学校毕业生同等待遇,从而扭转对职业教育的认知,缓解家长的焦虑。”

在线职业教育迸发

早在 2019 年在线教育受到资本热宠时,职业教育便受到了一定程度的启发。

记者注意到,早在 2000 年左右,便出现了职业教育,彼时在经历改革开放之后,市场经济得以发展,需要更多职业技能强的人,职业教育应运而生。但那时的职业教育还是以线下为主,而如今的职业教育还是以线为主,而线上化、数字化无疑是职业教育发展的方向。

早在 2019 年在线教育受到资本热宠时,职业教育便受到了一定程度的启发,彼时,在线职业教育品牌开课吧开始聚焦数字化人才在线教育。2020 新冠肺炎疫情爆发,在线教育迎来了快速发展期,职业教育的众多企业也成为了在线教育的重要参与者。

2021 年,跟谁学更名为高途集团,在其官网上,聚合了语言培训、大学生考试、财经、公考、教资、留学、管理、医疗等多类型职业教育业务;作业帮旗下不凡

课堂 APP 正式上线,开设了实用英语、教师、财会、公考等主流职教品类;网易有道成立有道成人教育事业部,将有道精品课的成人学段课程整合到网易云课堂。

在线职业教育也受到了资本的追捧。据网经社旗下电商大数据库“电数宝”(DATA.100EC.CN)监测数据,2021 年我国在线职业教育有 36 家平台获得融资,融资总额超 61.9 亿元。

香颂资本执行董事沈萌告诉记者,教育越来越受到社会的广泛重视,而职业教育更是在就业多样化、就业压力明显的当前越来越重要。职业教育与学历教育不同,没有强制性压力,但却受到市场需求变化的推动。在线职业教育与被严格控制的基础设施基本相同,一样具有互联网的时空无关性,可以最大化教育内容的边际效益,容易短期内形成规模、

走向资本市场,给资本最大的回报机会。

“但同时也要看到资本主导的在线职业教育是以资本需求为导向发展,而非职业教育消费者需求,这可能就会出现在线职业教育内容的同质化和窄化,不足以真正从消费者的角度设置内容或者因为不便在线化而不设置有益于消费者的内容。”沈萌说。

马学雷表示,职业教育可以简单分为学历职业教育和职业教育培训,职业教育培训在重要文件中也有相关表述,是鼓励的方向。目前来看,在线职业教育最可复制的就是考证,但单纯的考证不一定符合职业技能培训的鼓励方向。因此,未来既能侧重职业技能培训,又能利用一些先进技术实现标准化、规模化、低成本,要在商业模式、在线技术及领域选择等方面突破。

两会关注葡萄酒行业 打造“中国葡萄酒”IP 正当时

本报记者 蒋政 郑州报道

“建议加大品牌扶持力度,做大做强‘中国葡萄酒’IP。”在今年召开的全国两会上,全国人大代表、张裕董事长周洪江在议案中如此表述。

《中国经营报》记者注意到,虽然张裕在去年前三季度的营收和净利润出现增长,但国产葡萄酒的产量已经连续 9 年下滑,同时,消费者对于国产葡萄酒的认知不足。

中国酒业协会葡萄酒行业分会秘书长火兴三告诉记者,包括国产葡萄酒在内的中国酿酒行业,产品结构都在不断向上优化。同时,国产葡萄酒需要链接第一二三产业,相对负担较重。近些年协会协调各种资源,通过高品质、大品牌、强文化等三个维度建设中国葡萄酒品牌。整体来看取得了一些成果,但做强中国葡萄酒没有捷径可走,需要一步一步脚印向前推进。

建议政策支持

我国酿酒葡萄种植和葡萄酒生产是少数能够连接第一、第二和第三产业的板块。

相关数据显示,我国酿酒葡萄种植和葡萄酒生产主要分布在新疆、宁夏、甘肃等 26 个省区市,2021 年种植面积约在 120 万亩左右,带动约 150 万人就业。整体来看,国产葡萄酒的发展还有很大挖潜空间。周洪江提到,中国葡萄酒行业与酿酒葡萄种植业发展存在一些困难,比如优质种苗较为缺乏,葡萄酒

打造“中国葡萄酒”IP

上述多位两会代表委员均提到,希望能够加大品牌扶持力度,做大做强“中国葡萄酒”IP。争取国家和相关部门设立葡萄酒推广专项扶持资金和品牌建设基金,大力推广“中国葡萄酒”这一公共品牌。

河南地区主营国产龙头葡萄酒企业产品的经销商告诉记者,大多消费者认为葡萄酒是舶来品,进口葡萄酒更好。同时,葡萄酒的话语权,或者说是消费者市场培育,始终在进口葡萄酒企业那里,国产葡萄酒缺乏系统的话语体系。

“要想改变这种现状,需要付出很大的教育市场成本。这个过程会很漫长,但又是必须要走的路。”该经

植环节机械化程度低,种植酿酒葡萄农户收入偏低,消费者对国产葡萄酒认可度和消费信心不足等。

全国人大代表、天明集团董事长姜明也提到,我国酿酒葡萄优良品种选育工作投入不足,同时引进国外种苗手续繁琐、要求较高。同时,葡萄酒种植环节机械化程度较低,剪枝、采收、植保以及我国特有的越冬埋土等均以手工操作为主,不仅成本高,而且面临劳动力短缺的情况。

销商表示。智德营销策划创始人王德惠日前撰文提到,中国大部分葡萄酒商是贸易商,很多酒庄刚刚起步,还处于投入期,资金相对有限。

多位业内人士提到,国产葡萄酒经过多年发展,自身品质并不输给进口产品。仅从产区来讲,2021 年 5 月,《宁夏国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》出台,提出用 5 年时间打造千亿级葡萄酒产业的发展目标,标志着宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业进入国家战略。

2021 年 7 月,新疆发布《关于加快推进葡萄酒产业发展的指导意见》,葡萄酒成为新疆“十四五”

据媒体报道,全国政协委员、宁夏回族自治区工商联主席何晓勇建议,将通过提案,呼吁专项支持宁夏国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设,将葡萄酒由工业产品列入农产品范畴减免消费税,给予葡萄酒产业相关生产农机补贴。

周洪江建议,政府支持企业保底收购,农民才敢持续规模地种植某种作物;其次,企业在政府的帮助下,除了要投资引进机械化、智

时期十大重点产业之一,将加快推进新疆葡萄酒产业高质量发展。

2021 年 10 月,烟台印发《烟台市葡萄酒产业链“链长制”实施方案》和《关于推动烟台葡萄酒产区建设的实施方案》,以打造世界知名葡萄酒产区为目标。除此之外,中国酒业协会正在推进小产区认证工作。2021 年 12 月 28 日,房山酒庄葡萄酒产区,通过中国酒业协会中国葡萄酒小产区认证,成为继新疆玛纳斯、烟台蓬莱、河北昌黎葡萄酒产区之后,全国第四个荣获该认证的产区。

火兴三表示,葡萄酒讲究“出身”,酿酒葡萄所处的产区对最终产

能化、数字化设备和技术。从农民种植、企业经营到推动消费,每个环节都做好了,产业才能良性循环,乡村才能全面振兴。

一位在广西拥有葡萄产业基地的行业人士告诉记者,农民种植酿酒葡萄,最终还是要看收益,收购上的保底对于种植环节非常重要。而对于种苗育种、机械化投入,都需要大量的资金支撑。只有龙头企业才能持续投入。若有政策上的支持,对于行业的发展会有

品影响很大。我们通过小产区认证,可以让该产权品牌鲜明,产品特点明确。目前还有包括新疆、云南等多个地方正在洽谈这一事宜。

而在消费者培育方面,整个葡萄酒行业都在摸索中前进。周洪江认为,应该采用葡萄酒中国鉴评体系标准,结合国家市场监管总局食品质量检测 and 海关进出口检验检疫,对中国市场流通的葡萄酒产品进行感官评价,塑造适合我国国情的葡萄酒消费者和生产者之间的品质和价值沟通语言。

当下,我国葡萄酒行业已经达成共识,确定每年 6 月为“中国风土,世界品质——中国葡萄酒回馈

很大的促进作用。

火兴三提到,中国酒业协会一直都在协调相关资源,同各部委沟通,从顶层设计和规划上传递行业的诉求。仅从当下来看,我国已有地区出台相关政策给予扶持。2 月 8 日,《宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业高质量发展“十四五”规划和 2035 年远景目标的通知》正式发布,当地将出台土地、财政、金融、保险、税收等若干政策,支持葡萄酒产业的发展。

中国食品产业评论员朱丹蓬告诉记者,打造“中国葡萄酒”IP 是一个系统工程,既要有产业链的完整度,还要在科研上持续投入,并且在服务体系上有很高要求。

“葡萄酒产业整体的特征就是大品类小品牌。我们目前希望做大品牌,一个是企业自有品牌,另外一个就是产区品牌,并通过对中小酒庄扶持,提升其管理能力和经营水平。同时,在品牌文化推广、品鉴体系等方面,用中国标准来评价中国市场的葡萄酒。”火兴三说。