

双元制助推职业教育 产教融合提速

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见》(以下简称《意见》)提出,要发挥职业学校培养高技能人才的基础性作用。

随着与普通教育同等重要的地位得到确认,职业教育将肩负起建设与发展我国经济结构转型需求相匹配的人才供给的重任。新修订的《中华人民共和国职业教育法》(以下简称“职教法”)更是充

实了大量鼓励支持企业参与和举办职业教育的内容,涉及岗位设置、办学经费、教育费附加、税费优惠、政府补贴等方面。

《中国经营报》记者了解到,借鉴德国双元制(要求参加培训的工作人员要通过两个场所的培训合格之后才能上岗工作)教育模式,企业办学正在成为新的发展趋势。而对纳入产教融合型企业建设培育范围的企业兴办职业教育符合条件的投资,可依据有关规定按投资额的30%抵免当年应缴教

育费附加和地方教育附加。

北师大未来教育研究中心学术委员马学雷认为,以往“两张皮”的现象主要是因为职业教育的办学体制所致,应进行办学体制的结构性改革,向“政府统筹领导、企业办学、行业指导、社会参与”方向靠拢。同时吸收德国双元制职业教育的精华,以企业为办学主体,让举办者有动力去进行校企合作、产教融合。他还认为,目前一系列利好政策及其相关法律都陆续为产教融合、校企合作保驾护航。



今年以来,职业教育正迎来新的风口。

视觉中国/图

职业教育焕新

业内专家认为,接连出台的相关文件及法律,都彰显了我国发展高质量职业教育体系的决心。

今年以来,职业教育正迎来新的风口。5月1日,新修订的职教法开始施行,明确了职业教育是与普通教育具有同等重要地位的教育类型,强调深化产教融合、校企合作等内容。

7月,人力资源和社会保障部向社会公示了新修订的《中华人民共和国职业分类大典》,围绕数字经济、绿色经济、制造强国和依法治国等要求,专门增设或调整了相关中类、小类和职业,并首次标注了数字职业(标注为S)。

9月,新版《职业教育专业简介》强调全面贯彻新发展理念,服务产业转型升级需要,展现职业教育专业升级与数字化改造的最

新成果,覆盖新版专业目录全部19个专业大类、97个专业类的1349个专业。

此外,《意见》中提出要加大技能人才培养力度,到“十四五”时期末,技能人才占就业人员的比例达到30%以上,高技能人才占技能人才的比例达到1/3,东部省份高技能人才占技能人才的比例达到35%。

业内专家认为,接连出台的相关文件及法律,都彰显了我国发展高质量职业教育体系的决心,而职业教育也将实现由参照普通教育办学向相对独立的教育类型转变,进入提质培优、增值赋能新阶段。

此前,教育部职业教育与成人教育司司长陈子季曾表示,“我国已建成全世界规模最大的职业教育体系,2021年高职学校招生557万人,相当于十年前的1.8倍。”

21世纪教育研究院院长熊丙奇认为,“最大规模的职业教育体系并不等于最大规模的技能人才培养体系。‘大力加强新时代高技能人才建设’,旨在解决困惑职业教育发展、高技能人才培养的职业教育与技能人才的地位和质量问题,提高中国职业教育的吸引力,推进中国人才培养结构、质量与社会需求紧密衔接。”

校企合作“破冰”

近年来,在政府部门及相关企业的推动下,产教逐渐走向融合,校企合作也在破除职业教育的冰障。

由于职业教育的“出口”还未完全打开,发展空间仍受到一些限制。“我刚就业那会儿可以说,考上了北京大学的张华和进了中等技术学校的李萍,都有光明的前途。”今年五十多岁的于才志告诉记者。

于才志用自己如何凭手艺进入工厂并在单位支持下去学习最先进的技术、最终成为管理者的经历,他建议道,“职业教育要发展,首先要考虑和普通教育的发展空间是不是一样,包括升学、加薪落户等。”

实际上,近年来,在政府部门及相关企业的推动下,产教逐渐走向融合,校企合作也在破除职业教育的冰障。

浙江机电职业技术学院智能制造学院就是一个典型案例,据相关负责人介绍,其以具有“工匠精神”的区域产业人才为根本目标,打造“精工制模”专业文化,与知名

行业龙头、规模企业建立长期、稳定的实训基地,早在2020年学院与相关企业签订了现代学徒制人才培养协议,现与海康威视桐庐生产基地联合开办了“海康星火班”。

银座幼教党总支书记、董事长袁霞亦提到,对学前教育领域来说,学生如何学以致用、教师了解最前沿的产业信息非常重要。基于学校和企业双方这一需求,银座幼教先后与山东各大院校开展了订单班、定向培养等合作项目,比如建立“产业学院班”直接导向就业,甚至掌握办学权、与院校共建附属幼儿园,实现校企资源的有机结合,共同培养社会发展需要的优秀幼教人才。

职业教育机构也参与了这场“破冰”行动,保障职校学生与普通教育学生有平等的升学与就业、发展机会。

据了解,中公教育、德国IB教育、尚高乐教育近日也正式签署职

业教育战略合作框架协议,围绕双元制模式深入开展中德职业教育合作,共同拓展大专院校托管运营、专业共建、产业学院建设业务。中公教育还表示,将选择“医疗护理”“养老”和“新能源汽车”等专业作为首批引进课程,通过开展本土化二次研发及师资培训,联合院校进行双元制办学。

中国教育科学研究院研究员储朝晖则认为,产业和教育的融合还需要建立规范的法制市场去促进,让职业学校成为市场的主体,如此一来,生源、教育等问题都能迎刃而解。“校企合作”要从深层次破冰,就要对现有的职业教育的管理体制进行改进。

南京农业大学规划院上海分院院长孙文华指出,市场催生的新型职业由于刚开始不一定能得到社会较高的认可度,更需要培训,也需要地方政府引导、多元社会力量参与。

双元制展开

孙文华认为,德国的双元制体现了校企合作的优势互补,学校提供理论,企业提供实务。

《意见》指出,目前在健全高技能人才体系方面,鼓励各类企业事业组织、社会团体及其他社会组织以独资、合资、合作等方式依法参与举办职业教育培训机构,积极参与承接政府购买服务。

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。

他认为,要想真正实现双元制的展开,当下办学体制应向政府统筹领导、企业办学、行业指导、社会参与方向改革,尤其企业应该成为办学主体,这样能够充分激发企业参与职业教育的积极性。

据记者了解,双元制职业教育的实施主体和地址有两个,即职业学校(一元)和企业(一元),职校学生必须经过两个场所的培训,一是职业学校,其主要职能是传授有关的专业知识;二是企业等校外实训场所,其主要职能是让学生在企

业实际应用场景里接受职业技能方面的专业培训。

孙文华认为,德国的双元制体现了校企合作的优势互补,学校提供理论,企业提供实务。

中国社会科学院研究员王鹏告诉记者,双元制从布鲁士时期开始,让“工程师教育”,既解决学校培养的人才“不接地气”的问题,又能够促进相关工业的发展,真正意义上实现了社会需求跟人才之间的匹配。这种职业教育体系利于形成终身教育,促使技能人才在工作后也有机会不断地提升,最终成为高技能人才。

而高技能人才的输出也源于高端制造业的需求。日前,学大教育集团与腾讯云计算(北京)有限公司正式达成战略合作。据悉,此次合作双方将就新职业资格证书深入开展产业学院建设、定向人才培养、技能证书和培训、举办职业技能大赛等多元化业务合作。

业内人士张立指出,借助职业技能竞赛关注度高、影响力广、带动性强的特点,发挥其在促进技能人才工作的“杠杆”效应,可以撬动起更多资源、力量投入技能人才工作,达到为经济转型和产业升级提供强大的技能人才支撑的效果。

据了解,高技能人才培养模式还包括校企双制、校中厂、厂中校等方式,名师带徒、技能研修、岗位练兵、技能竞赛、技术交流等形式。“德国职业教育的精髓在于以企业为主体,学生是跟企业签订合同,企业有将理论学习部分交给哪一个学校的选择权,共同来招收学生。其间学生大多数时间都是在企业学习,30%的时间才是在学校。”马学雷表示。大多数职业教育受访者希望,进一步建立技能人才继续教育制度,使职业教育也能够成为终身教育,促进技能人才的知识更新与技术创新、工艺改造、产业优化升级要求相适应。

“十一”城郊民宿火热 第三季度餐饮消费逐步复苏

本报记者 孙吉正 北京报道

国庆七天长假落下帷幕,“十一”黄金周作为下半年最重要的消费旺季,在今年露营项目火热的推动下,相关消费市场呈现出不同的景象。

携程发布的《2022年国庆假期旅游总结报告》显示,今年国庆期间各地倡导居民“就地过节”。本地游、周边游、短途游主导国庆假期旅游市场。国庆7天内,本地、周边旅游订单占比达65%,本地周边人均旅游花费较去年国庆增长近30%。

根据多家商家公布的信息来看,今年国庆期间绝大部分民众选择了城郊游。基于此,今年的“十一”黄金周迎来新一波民宿热潮。《中国经营报》记者了解到,在北京、上海周边的各类旅游民宿,即便涨价超过三成,依旧被一抢而空。相比之下,传统的酒店则依旧延续此前的状态,依旧以餐饮为着力点,以吸引本地居民消费。

“餐饮行业在经历了上半年的低谷之后迎来了反弹,各个品牌方均结束了阶段性的战略收缩,开始逐步恢复扩张。从各大品牌的动作来看,在第三季度无论是商家还是消费者都在逐步恢复对市场的信心。”昭邑零售商业咨询总经理刘晖表示。

本土民宿火热

“早在国庆之前,我们的房间已经预约完了。”京郊的一名民宿经理告诉记者,相比之下,今年“十一”黄金周民宿价格有所上扬,平均一套院子价格为3000元每晚,平均涨价幅度超过了3成,但消费者的预约热情依然不减,受限于跨地区旅游的诸多限制,城郊民宿成为今年大众出行的选择之一。另外,今年以来,各地区的省内民宿也迎来了一波热。

途家民宿数据显示,国庆期间,乡村民宿预订量占比近五成。北京市怀柔区、延庆区、大理自治州大理市、丽江市古城区、厦

门市思明区、北京市密云区、上海市崇明区、舟山市普陀区、北京市平谷区、房山区是国庆民宿预订热门地区前十名,其中,北京有5个郊区上榜。

另据上述数据显示,北京地区的乡村民宿预订量同比2021年增长九成,环比9月同期增长近2倍。房型选择上,适合一家老小、朋友聚会的独栋类的民宿开始增多,同比去年增长六成。房车营地为主题的民宿预订环比增长5倍以上,成为新兴的热门出游方式。携程数据显示,2022年国庆假期北京本地周边订单量占比为

76%,本地周边酒店人均花费同比增长21%。

“今年国庆虽然以本地周边游为主,但市场上随之也兴起众多本地游新玩法。例如酒店+X系列套餐,景区+X套餐,都是在景区和酒店的基础上叠加丰富的娱乐因素,匹配高质量服务,为消费者带来多层次的旅游新体验,迎合旅客不远行也有新探索的假日旅游需求。此外,短途高铁游、郊野露营、到地参团、当地一日游、轻户外等新玩法,也逐渐成为大众假日旅游的高频选择。”携程研究院行业分析师方泽茜向记者

表示。

不少高端酒店、民宿也拥有了目的地属性,对用户的出行决策产生了显著影响。近期,美团平台上酒店套餐的预订量环比提升近2倍,本地周边的住宿搜索热度环比提升约80%,其中,北京四合院、上海老洋房等具有城市特色的民宿浏览热度增长了213%。

根据木鸟民宿节前发布的《2022国庆民宿市场预测报告》数据显示,受休闲度假及探亲访友需求等因素带动,“十一”黄金周民宿市场稳中有升,“十一”黄金周订单预计将达到2019年同期的1.7倍。

此外,假期前一周的数据显示,平台上带有“采摘”“亲子”关键词的民宿浏览量明显增长,搜索热度比上周增长超过170%,受市场供需情况及用户入住时长增加影响,数据显示,平台客单价比上周增长32%。

今年国庆,在周边游趋势带动下,露营经济持续火爆。携程数据显示,国庆期间,露营旅游订单量同比增长超10倍,其中本地订单占比近八成,市外周边订单占比15%。人均露营花费为650元左右,相较中秋露营人均花费30%左右。

餐饮消费逐步恢复

除了出行之外,餐饮行业也是“十一”黄金周消费的重头之一。今年上半年,一二线城市餐饮行业受到了不同程度的影响。

根据《2022北京餐饮业观察报告》显示,随着北京地区疫情防控形势稳定,有序恢复堂食服务,使得餐饮业有所回暖。不仅如此,伴随着7月暑期的到来,餐饮企业纷纷抓住暑期档进行营销,外加北京发放消费券等举措,起到了拉动消费、提振经济的作用。截至8月24日,建行生活平台参与北京餐饮消费券商户中,正餐、轻餐占比分别是80.84%和19.16%,累计线上外卖优惠券核销超80万张,涉及订单金额约占24.40%;累计线下

堂食优惠券核销超100万笔,涉及订单金额约占75.60%。

另外,上述报告显示,从线下受理商户来看,发放消费券期间,平台参与消费券活动商户品牌在平台交易笔数、金额均为正增长,正餐交易金额占比约65%。

海底捞、呷哺呷哺等餐饮连锁品牌相关负责人告诉记者,目前国内主要的市场均恢复了正常营业,且伴随着“十一”黄金周,翻台率也开始有着明显的上升,但具体数据需要等待三季度报方能知晓。

记者注意到,近一段时间内,诸多餐饮企业开始宣布停止收缩,进一步扩大门店的覆盖范

围。海底捞在9月份宣布停止关门,并开始重启部分已关停门店。老乡鸡也在第三季度宣布将进一步在二线城市扩张。从上述企业的动作不难看出,国庆档作为第三季度的主力消费时段,餐饮企业均予以看好和加码。据海底捞负责人介绍,国庆前三天全国海底捞门店较上周末同期翻台率提升超30%,接待人次增长超40%。海底捞到家业务的下单高峰就开始了,9月30日到10月7日,全国的海底捞社区营运业务接单超过19万笔,同比增长率超195%。

刘晖告诉记者,餐饮行业在经历了多次曲折之后,绝大部分品牌

均开始设立专门的预制菜、外送部门,以达到两条腿走路的效果。从长远来看,堂食必然是主要的利润来源,但外送业务也是应对不确定性的主要应对手段。

“对于现在的餐饮行业来说,需要抓住政策和形势的机会,进一步扩大营收和利润,以减少上半年带来的损失。”刘晖表示。

记者注意到,在“十一”黄金周前夕,各地为了刺激和鼓励大众消费,相关政府部门均联合当地的零售、餐饮企业推出了10月消费券活动。例如,上海通过各类线上活动,消费者使用消费券可以“满300减100”。

根据美团方面公布的信息,平

台支持本轮“爱购上海”消费券核销的商户已超过15万家,和首轮活动一样,美团搭建了“爱购上海”电子消费券优惠专区,上述15万家商户按照外卖、堂食、酒店、门票等分类,并设置50~110元金额不等的优惠包,让消费者可享受折上折的优惠。

“餐饮行业在经历了阶段性的低迷之后,主要还是在于提振商户的信心和积极性,目前各地政府不断出台相关政策还是为了鼓励商户能够重拾对市场的信心。‘十一’黄金周作为今年最后一个消费高峰期,将直接决定今年整个餐饮板块的消费总量,以及之后春节档的消费信心。”刘晖表示。