

构建新的“人货场” 教育企业入局乡村振兴

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日,人力资源和社会保障部有关负责人介绍,今年“三支一扶”计划招募3.4万名高校毕业生,引导鼓励高校毕业生到基层工作,招募名额向民族边疆地区、乡村振兴重点帮扶地区倾斜。

据农业农村部数据,2012年乡村急需人才

据了解,今年部分省市将结合实际,适当扩大“三支一扶”招募规模,吸纳更多高校毕业生到基层服务。

业内专家指出,助力乡村振兴包括产业助兴、就业助兴、技能助兴、商贸助兴和公益助兴,需要教育为全面推进乡村振兴提供有力的人才支撑。

“我们将扎实推进‘三支一扶’计划,为广大高校毕业生到天地广阔的基层大显身手、成长成才创造良好的条件。”人力资源和社会保障部人力资源流动管理司司长张

教育企业入局

近年来,农产品的直播销售为农业产业的发展带来许多积极的影响,农村电商也成为乡村振兴的重要手段。

记者发现,多家教育企业纷纷开启乡村振兴战略布局,但选择入局的方向并不相同。比如有的企业侧重人才培养,针对产业发展需要和农民就业需求,开展技能培训,培养乡土专家等新型专业实用人才,实现技能惠农。

近日,中公教育联合国内部分标杆企业正式启动了“未来乡村计划”。据了解,该计划将以联建共建新时代示范村为抓手,凭借全国各地的线下网点优势,结合线上平台,希望在3年内培训乡村治理骨干和新型农业经营主体人才500万人。

同样,农业农村部与深圳市腾讯计算机系统有限公司则通过与农业农村部合作,签署了“耕耘者”振兴计划。该计划于去年在全国启动实施,面向乡村治理骨干和新型农业经营主体带头人开展免费培训,计划在2022年至2024年,线上培训100万人、线下培训10万人。

德州市教育科学研究院教研员马超认为,教育企业主要是通过培养人才服务乡村振兴战略,尤其是职业教育和职业培训可以结合当地的经济和社会产业发展

年至2022年年底,全国返乡入乡创业人员数量累计达到1220万人。很多教育企业也开始协助培养乡村人才,比如腾讯与农业农村部签署的“耕耘者”振兴计划战略合作协议、中公教育联合国内部分标杆企业正式启动了“未来乡村计划”;部分教育企业从发展战略转型,比如新东方,从最初为

文淼如是说。据了解,今年,部分省市将结合实际,适当扩大“三支一扶”招募规模,吸纳更多高校毕业生到基层服务。日前,广东省乡村振兴局公布,到2025年年底,累计组织10万名城市青年“下乡”帮助扶持工作,还将组织10万名外地大学生“返乡”实习就业,并培育10万名本土乡村青年,通过创业和培训农民等

提升“兴乡”技能。中国教育科学研究院研究员储朝晖认为,乡村振兴主要靠人,但不能指望某些固定的人,而是要让人流动起来。落后的地方往往是“净流出”,即只有人往外走,没人愿意到村里。“因此,真正地振兴乡村,就要让乡村有产业、有生产、有生活、有基本的保障,让更多的人能够跟乡村产生联动,最关键



高校大学生返乡创业,直播卖葫芦。

视觉中国/图

情况,培养出技术技能型人才或者培养出农村的致富带头人,支撑、服务乡村振兴和发展。

科转育成智慧农业联合平台创始人张晓兵指出,教育企业可以助力农民的新型职业培训和技能提升,为乡村振兴注入人才;也可以通过培训普及和推广现代农业科技知识,为农民提供及时更新的生产技术技能;或者是直接进入进一步解读相关政策,加速推进乡村文化振兴,同时也能够为乡村治理提供基础支持保障。

近年来,农产品的直播销售

助农直播带货农产品,再到布局“直播+文旅”,试图用农产品和农村旅游撬动农村经济发展。

业内专家指出,教育企业可以和地方政府、本土企业以及学校合作,构建新的乡村“人货场”(抓住“新农人”与消费者的需求,为其提供产品、技术甚至内容的服务,构建乡村消费新场景),切实推动农村产业的发展。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅告诉《中国经营报》记者,授人以鱼不如授人以渔,以农产品电商直播“新农人”为例,教育企业要充分发挥自身的专业和背景优势,要确立多层次、多渠道的人才培育计划,为乡村振兴储备充足的人力资本。

的是能够在乡村安居乐业、建立产业。”储朝晖直言道。中国教育科学研究院研究员张家勇认为,乡村振兴首先是人才振兴,从这点来说,教育大有可为。他指出,乡村振兴急需的人才包括农业生产经营人才、农村二三产业发展人才、乡村公共服务人才、乡村治理人才、农业农村科技人才等。

兴,也是为了帮助农民提升职业水平。记者了解到,东方甄选同名自营农产品品牌“东方甄选”,已于2022年推出近50款产品。面对农产品电商直播的广阔市场,袁帅指出,这需要形成农村电商“双创”人才培育、使用对接机制,设立配套管理机构提供技术指导、业务办理,建立农村电商人才信息库开展跟踪帮扶,推进电商人才与企业、就业基地对接,依托专业化培训机构和农村电商服务站,开设实操平台、村头讲堂等。

为农业产业的发展带来许多积极的影响,农村电商也成为乡村振兴的重要手段。根据商务部大数据监测数据,2022年全国农村网络零售额达2.17万亿元,2022年中国农产品网络零售额同比增长9.2%。部分教育企业选择助力打通农产品电商供应链,建构高质量的“土特产”。

新东方创始人俞敏洪曾表示,入局农产品直播电商行业并非为了简单地卖货,而是为了帮助农业的产业升级以及乡村振

兴,也是为了帮助农民提升职业水平。记者了解到,东方甄选同名自营农产品品牌“东方甄选”,已于2022年推出近50款产品。

面对农产品电商直播的广阔市场,袁帅指出,这需要形成农村电商“双创”人才培育、使用对接机制,设立配套管理机构提供技术指导、业务办理,建立农村电商人才信息库开展跟踪帮扶,推进电商人才与企业、就业基地对接,依托专业化培训机构和农村电商服务站,开设实操平台、村头讲堂等。

兴,也是为了帮助农民提升职业水平。记者了解到,东方甄选同名自营农产品品牌“东方甄选”,已于2022年推出近50款产品。

面对农产品电商直播的广阔市场,袁帅指出,这需要形成农村电商“双创”人才培育、使用对接机制,设立配套管理机构提供技术指导、业务办理,建立农村电商人才信息库开展跟踪帮扶,推进电商人才与企业、就业基地对接,依托专业化培训机构和农村电商服务站,开设实操平台、村头讲堂等。

兴,也是为了帮助农民提升职业水平。记者了解到,东方甄选同名自营农产品品牌“东方甄选”,已于2022年推出近50款产品。

面对农产品电商直播的广阔市场,袁帅指出,这需要形成农村电商“双创”人才培育、使用对接机制,设立配套管理机构提供技术指导、业务办理,建立农村电商人才信息库开展跟踪帮扶,推进电商人才与企业、就业基地对接,依托专业化培训机构和农村电商服务站,开设实操平台、村头讲堂等。

兴,也是为了帮助农民提升职业水平。记者了解到,东方甄选同名自营农产品品牌“东方甄选”,已于2022年推出近50款产品。

服务模式探索

业内专家指出,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,都需要教育企业的积极参与。

借助农业数字化,农村正在构建新的零售场域。“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,不仅需要进一步巩固农业基础,还需要延长上下游产业链,打造可持续发展的生态农业,形成一二三产业的协同发展。

业内专家指出,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,都需要教育企业的积极参与。教育机构可以与政府、企业、学校合作,也可以通过市场机制,为乡村振兴提供人才支撑。

袁帅认为,在布局乡村振兴业务时,教育企业本身的核心竞争力在于能够大量地培育特定方向人才,从效率和成本上考量,To B或者To G模式相对更加高效,因为B端和G端可以进一步联动C端。

张晓兵则建议教育企业进一步从人才、技术和内容着手,比如加大农业行业课程研发和内容打造,培养和提高农民、返乡创业“新农人”的综合素质与技能。

据了解,“耕耘者”振兴计划是政企合作推进乡村人才振兴的新探索,各级农业农村部门和有关单位、腾讯公司、培训机构要共同参与、分工落实。而中公教育的乡村振兴融合新课程体系则面向基层党政干部、农技人才、职业农民、返乡人才等各类群体提供内容全新、体系全面的教育支持。

未来农产品的竞争核心不仅是产品之间的竞争,更多的是产业体系的竞争,因此乡村振兴也亟须利用深度融合式的人才培养模式来弥合教育与生产之间的鸿沟。

实际上,能够将理论和农村实际状况结合的“新农人”并不多,在西南地区种植“阳光玫瑰”品种葡萄的张女士表示,以前都是靠经验种植、管理、销售,后来发现阳光玫瑰种植方法本身和其他品类的葡萄不一样,之前的经验难以解决生产中经常会碰到的技术难题,于是自己花钱学习后才学到了农场科学管理的知识和方法。

袁帅认为,技能比赛、农产品展销会、农村电商交流会等形式能够讲好农产品品牌故事,但如何通过定向学历教育、农民技能培训加快“新农人”培养,值得多方探索。

记者注意到,当下部分教育企业选择与村镇直接合作,深度挖掘乡村产业的功能价值,开发特色产品,促进一二三产业融合发展,形成产村、产镇深度融合的发展格局。

马超建议,要实现农产品地域特色品牌化发展路径,可以通过技术支持规范农产品的标准、完善相关产业链条来确保农产品质量。例如,根据数字化赋能乡村产业发展、乡村建设和乡村治理的要求,通过激活数据统一标准、完善平台、创新应用,最终强化融合赋能服务。

业内人士Lily告诉记者,CSA(Community Supported Agriculture)模式是生态型都市农业的生产者与消费者人群结合和互动的典型模式,由消费者预付生产者费用,利用生态有机农场去除了中间商、产品品质提高、生产风险较小,还确保了生产者的收益。

海南省定安县次滩村里的返乡青年胡诗泽将自己学到的新农人思想结合实际情况,推出了“零污染生态种植计划”。他告诉记者,除了带领村民成立了合作社,将橘红打造成本土可持续产业,还引入电商运营,扩大农产品的销售,甚至邀请专家学者参与研学课堂,以可观光的生态农场模式推动次滩村的社区营造。

Lily认为,教育企业能够以体系化的培养模式,助力更多的本土青年和返乡青年,以自然教育、农场体验的形式,帮助建立本地化的农业与食品经济体系,实现食品保障和经济、社会与自然环境的可持续发展,就像法国的葡萄酒,从葡萄到博物馆级酒庄再到葡萄酒打通了整条产业链。

农业农村部相关人士向记者表示,当下在深入推进农业现代化示范区建设,开展全国农村创新创业优秀带头人典型案例推介活动,实施文化产业赋能乡村振兴计划,其中涉及乡村休闲旅游精品工程、推动乡村民宿提质升级。未来,农业农村部将继续深入实施农村创新创业带头人培育行动,通过发展“一村一品”,推动乡村产业集聚化、标准化、规模化、品牌化发展,提高农产品附加值的同时拓宽农民增收渠道。

掘金餐饮业务 星级酒店差异化突围加速

本报记者 刘旺 北京报道

餐饮,一直被视为星级酒店的“第二战场”。但令人惊奇的是,在过去三年的某些时段当中,星级酒店餐饮业务的收入占比曾一度超过客房业务。

国家文化和旅游部发布的《2022年第四季度全国星级酒店经营情况统计表》显示,全国所有星级酒店的餐饮收入占比为40.17%,超过客房收入的39.81%。如果分地区来看,江苏、浙江、安徽的星级酒店餐饮收入占比分别为49.47%、51.01%和49.19%,远超客房业务。

而随着消费的复苏,餐饮业务开始更受重视,不少酒店纷纷发力这一业务板块。《中国经营报》记者在洲际酒店集团获悉,其刚刚推出焕新后的中餐品牌“富临”;河北旅投酒管公司推出以烧烤产品为主的特色餐饮产品等。

可以看出,餐饮业务仍是星级酒店业务板块的重要拼图。但在当下社会餐饮全面强势复苏的大环境下,酒店餐饮业务如何寻得一条差异化之路,仍需要加以思考。

星级酒店需要餐饮业务

根据国家文化和旅游部发布的数据,2022年第四季度,全国所有星级酒店的餐饮收入占比超过了客房收入占比。而将视野转到更早的2021年度,全国星级酒店中的餐饮收入占总收入的比例为41.13%,高于客房收入的40.69%。其中,五星级酒店的餐饮收入占比为40.59%,略低于客房收入的42.66%。

据了解,去年“十一”黄金周期间,德胧集团旗下高端酒店餐饮营收同比增长了40%,其中杭州开元名都大酒店餐饮营收近800万元。

闫苏和曾任职天津某四星级

星级酒店如何掘金餐饮

一个明显的情况就是,随着星级酒店对本地生活越发重视,酒店餐饮正在进入扩张期。而不可避免的是,其与蓬勃复苏的社会餐饮开展正面竞争。

例如,在最新发布2023美团黑珍珠餐厅指南中,多家星级酒店的餐厅位列其中。仅万豪国际集团旗下就有5家餐厅入围。在外界眼中,不管是酒店餐饮还是社会餐饮,都归类于同一赛道进行比较。而此时,酒店餐饮如何突围,是从从业者都在关注的问题。

在日前召开的中国饭店行业

酒店副总经理,他认为,早有不少酒店开始加码本地业务创收,发力餐饮吸引本地顾客,这是餐饮占比增高的原因之一。

关注本地业务,是酒店行业近年来的重点方向之一。在中国旅游饭店业协会原秘书长许京生看来,酒店不仅要服务来自异地的游客,更要关注本地的居民。国外一些较成熟的市场,星级饭店的社区商业已占到70%,而国内星级饭店对社区商业市场的开发远远不足。

记者注意到,在此前,很多酒店已经将餐饮业务形成自身特色,

发展论坛上,华住集团高端酒店餐饮业务副总裁何强认为,酒店餐饮的原材料成本、人力成本近年来不断提高,酒店餐饮应该在运营中适当改革,增加科技含量,开拓新场景,提高劳动效率,比如运用炒菜机器人制作难度较小的菜品,研发半成品、预制菜等。

而香格里拉集团运营副总裁李晓彦则提出,酒店餐饮要懂得利用自身的优势和特点。如今,消费者更加注重健康与食品安全,酒店餐饮的高端化和品质感对消费者更有吸引力,好的就餐

并以此带动其他业务的增长。

南京金陵饭店就是典型的一个案例。在大众点评,南京金陵饭店是区域热门榜、好评榜的TOP1,梅苑餐厅也被评为区域本帮江浙菜好评榜第一。此前,金陵饭店出品的大肉包销量,在一个月的时间里告破100万只。

还有星级酒店对餐饮业务进行细分,郑州嘉锦酒店有7个各具特色、精选全球美食佳酿的餐饮场所,B层福满泉中餐厅、7层锦绣中餐厅、8层花道料理、8层中华汇大堂酒廊、14层华夏食府等,可提供

环境、空间设计和文化氛围,都能获得客人更多的信赖。“在产品设计上,酒店餐饮应关注本地特色,强化与本地的连接,增强酒店餐饮的属地特质。”

实际上,星级酒店正在利用自身优势,在环境、氛围、格调上进行布局。记者在洲际酒店方面了解到,其新推出的富临中餐厅设计与空间续写皇冠假日酒店现代简约的风格,融入东方文化与在地习俗。针对特色酒菜,选用相应的酒杯食器,细微之处皆表达对当地文化的理解与尊重,在餐厅音乐的选取上同样诠释着富临所强调的东

数千个餐位。

另外,德胧集团此前也推出高端餐饮品牌——山海极宴,目标群体由单纯的住店客人拓展为本地客群,以高品质食材+本地化创新+时令化创作的方式,传承创新本地饮食。

同时,尽管人口流动已经恢复,酒店业迎来了复苏,但是从业者也没有放弃这块“蛋糕”,反而更加投入,希望通过餐饮业务进一步推动整体业务的增长。记者注意到,不久前,洲际酒店集团宣布推出焕新后的中餐品牌“富临”,从食

方美学,并随时间、时节变幻调整,以愉悦悠扬的乐丰富宾客感官餐饮体验。

如德胧集团推出的山海极宴,在空间上将山海、唐唐文化融入细节,宾客在饕餮宴时可依次体验“焚香”“品茗”“挂画”“插花”四部曲,将就餐仪式感拉满;郑州嘉锦酒店的福满泉中餐厅,红砖青瓦的墙壁,装点酒坛茶壶的造型古朴自然,让消费者体验中国文化的精髓。

行业协会也在助力酒店餐饮发展。记者了解到,今年5月,中国饭店协会将举办第六届中国酒

材佳看到设计礼遇,主打本地特色餐饮体验,用当地大厨、本土且当季食材来彰显中国传统文化底蕴,以期进一步丰富洲际酒店集团的餐饮文化与品牌矩阵。而在此前,洲际酒店还曾推出了餐饮品牌“彩丰楼”。

“借由皇冠假日品牌强劲吸引力与竞争力,推动富临品牌快速发展,与集团旗下另一中餐品牌彩丰楼形成差异化互补,打破餐饮行业同质化,形成一张中国地域美食地图。”洲际酒店集团大中华区首席运营官邱尧如此表示。

店星厨大会,其中就将开设酒店星厨技能培训班,依据《酒店星厨基本要求与评价》团体标准,举办三星、四星、五星酒店星厨认定和培训。

可以看到的是,不管是从业者还是行业协会,都在星级酒店餐饮业务上展开了一系列探索,这种脱离客房的营收探索,无疑能够推动酒店行业整体对第二增长曲线的挖掘。而对本地消费者来说,区别于社会餐饮,酒店餐饮发展也能够带来更多的消费选择。由此可以确定,酒店餐饮的“二次革命”,正在展开。