

从“高分考生读中职”看职业教育发展新气象

本报评论员 陈曦

州部分职高的热门专业录取分数线超过多数民办普高,甚至直逼优高线。此外,在北京、上海、南宁、汕头等多个城市,均出现中职招生火爆的现象。

在部分人的印象里,读中职往往是中考升学的“兜底选项”,是退而求其次的无奈之举,偶有高分考生“逆向”选择中职,一些人的第一反应往往也是质疑与不解。然而,近几年不少地区的中职院校持续“升温”,评论区的画风也变了,越来越多网友不再为其惋惜“浪费分数”,而是直言“适合自己的才是最好的”“条条大路通罗马”。一些中职院校由“冷板凳”变成“香饽饽”且热度持续走高,这是职业教育主动求变、技能型社会加速建设、成才观念不断进步等因素共同作用的必然趋势。期待相关各方瞄准需求、整合资源、打通堵点,让职业教育有学头、有盼头、有奔头,让更多技能人才“出圈出彩”。

一些中职院校吸引力提升,首先源于升学通道被打通。曾经,不少中职院校学生的升学通道较为狭窄、成才路径尚不充足。2019年1月,《国家职业教育改革实施方案》提出建立“职教高考”制度,“文化素质+职业技能”的考试招生办法逐渐完善,中职毕业生可以进入专科、职业本科、应用型本科深造,且职业本科录取规模持续扩大。此外,一些地区推出“3+4”中本一体化、“3+2”中高职一

体化等长学制贯通培养模式,学生可提前锁定高等教育“入场券”。在职业教育体系拼图不断补充完善的当下,中职成为一个充满弹性、饱含可能性的起点,同时职业教育人才培养体系的纵向贯通,也为产业转型升级储备了一批兼具理论素养和实践能力的复合型人才,其未来成长、成才、就业、创业的路径更多、更宽,这些都有效缓解了人们对职业教育前景的担忧与焦虑。

不少职业院校越发受到青睐,还在于就业情况令人耳目一新。一方面,不少地方的中高职业院校紧贴经济发展脉搏、结合地域特色,面向新兴产业和未来产业开设新专业,专业竞争力与发展潜力“肉眼可见”。另一方面,随着产教融合的深入推进,很多职业院校提升“双师型”教师比例,与企业合作推出“订单班”,探索“校中企”“企中校”育人模式,让学生获得沉浸式职业体验,人才适配度与就业质量显著提升。

更大的变化发生在社会观念层面。2022年修订的职业教育法明确,职业教育是与普通教育具有同等重要地位的教育类型,对一些人认为职校“低人一等”的有色眼镜和陈旧观念进行了及时纠偏,给了有志于走技能成才之路的青年更多信心与勇气。近些年,从

中职生手握多项国家专利,到高职生进入名校做实践课老师,再到职校生在世界级技能赛事上摘金夺银,技能成才、技能报国的故事不断涌现,让“行行出状元”的多元成才理念逐渐深入人心。

这些变化来之不易,但要让职业教育进一步“强起来”“香起来”,还需多维度发力。比如,推动产教融合从“物理叠加”走向“化学相融”,破解一些地区“校热企冷”问题,让课堂“长”在产业链上,让业界的新技术、新工艺及时进入学校。再如,对办学能力薄弱地区和学校给予更多有针对性的扶持,积极推进职业教育东西协作,促成教师交流、专业共建,打造有影响力的区域职业教育品牌。更长远地看,从薪酬福利、职称评定、社会荣誉等方面,建立起与技能价值相匹配的激励制度体系,进一步打开技能人才的成长空间,提升其职业尊严感,同样十分重要。

当下,我国正处于由制造大国向制造强国转变的关键时期,对技能人才提出了更高要求,职业教育前途广阔、大有可为。期待相关各方瞄准需求、整合资源、打通堵点,让职业教育有学头、有盼头、有奔头,让更多技能人才“出圈出彩”。

社评

中国新闻名专栏

一些中职院校由“冷板凳”变成“香饽饽”且热度持续走高,这是职业教育主动求变、技能型社会加速建设、成才观念不断进步等因素共同作用的必然趋势。期待相关各方瞄准需求、整合资源、打通堵点,让职业教育有学头、有盼头、有奔头,让更多技能人才“出圈出彩”。

据7月23日《羊城晚报》报道,7月20日,广东省广州市2026年中考第一批正式投档。记者梳理了解到,今年中本贯通“3+4”试点招生计划较去年增加近7倍,热度不降反升,录取最高分达708分。另据7月25日上游新闻报道,今年中考录取过程中,浙江杭

食堂里的暑托班是“最好的招聘简章”

关育兵

据7月26日央视新闻报道,广东广州增城新塘镇的一家服装工厂,“暑期托管班”今年如期开办。工厂700多名员工90%以上来自外地,这样,每到暑假,一些员工就可以把留守在老家的孩子接过来,一起待上两个月。对此,网友们纷纷竖起了大拇指。

一家工厂的暑托班何以引发广泛的情感共振?企业的做法并不复杂,却直击痛点。暑假里,留守儿童从各地飞来与务工的父母短暂团聚。对于劳动者来说,车间设备密布、叉车穿梭,不适合孩子进入,而把子女单独留在宿舍也不安全。这道看似无解的难题,这家服装厂的负责人给出了“第三选项”:前些年,为孩子们腾出一间办公室看电视、玩游戏,去年底搬进新工厂后,在食堂划出2000平方米的区域,装了空调、配了网络,让孩子们在这里玩耍、写作业、免费吃饭,还聘请员工正读大学的女儿负责看护辅导。

这背后,是一个“淋过雨”之人的本能选择。据了解,企业老板早在服装厂打工时,幼子在车间无人看护,左手大拇指被机器绞伤,“差一点就断了”。亲身经历过锥心的疼痛,让他面对员工带娃的困境时,说不出“严禁入内”四个字。“以前打工时希望老板做到的事,现在自己都做到了。”这种推己及人、将心比心,是企业管理该有的模样。在评论区,有网友将这个“临时托管班”称作“最好的招聘简章”。的确,当一些地方的“用工荒”频频引发讨论,当新生代劳动者越发看重工作与家庭的平衡,这家工厂用“解员工急难”传递的尊重、提供的情绪价值,留住更多劳动者,换来更多“双向奔赴”。

只是一间食堂装得下几十个孩子,却装不下全体劳动者的需求。一家企业的“举手之劳”被全网热议,恰恰映照出普惠性暑托公共服务存在缺口。好在,更多力量正在接力,从一些企业、工业园区创造条件开设“暑托班”,到多地工会用“爱心暑托班”缓解带娃焦虑,同时试点向环卫工、快递骑手开放托管服务,暑托服务正从暖心个案走向更广泛的探索。

企业食堂里的“临时托管班”,不仅给孩子提供了玩耍空间,也让劳动者更安心。一间食堂的温度,折射的是一座城市对待劳动者的态度。好的用工环境需要更多这样的实践。



图说

噱头

血糖生成指数(GI),是衡量食物摄入后血糖升高速度的指标。随着控糖饮食需求增长,“低GI”已成为食品行业的热门标签。然而,据《新京报》报道,低GI食品存在标签、标识混乱,一些不含可利用碳水或公认升糖较快的产品轻易拿到了低GI认证,一些没有取得低GI测定或认证的产品,以原料低GI为噱头,瞄向糖尿病患者、孕妇等特殊群体。

“低GI”产品未必是真实低GI,但高售价是真的为了多卖钱——这种为商品贴上某种健康新概念、新词汇标签的套路,人们屡见不鲜,其本质是想迎合特定消费群体,在差异化市场竞争中标新立异,这不是不可以,但问题的关键在于信息是否真实。比如近年来的“有机食品”“0糖”“0添加”等细分商品,销售额成绩不俗,但同时也有一部分商品在标签上玩文字游戏,引发广泛吐槽。倘若所谓各类健康标签都是名不副实的噱头,那么诸如炒作概念、在包装上印制引导性广告语等行为,就涉嫌夸大甚至虚假宣传。此番被曝光的低GI标签乱象,是摆在食品行业面前的警示,长远看,必须摒弃“重营销、轻品质”的短视思维,让各类健康标签回归客观、真实的参考属性,才能守护好消费市场的公平与安全。

李法明/图 嘉湖/文

智能电视别丢了“打开就能看”的初心

孔德淇

据“新华日报”微信公众号报道,7月25日晚,某网络名人在社交媒体发文怒斥当下电视机的产品设计。他表示,自己为家中老人更换了两次电视机,老人都用不明白,包括使用厂商推出的所谓“长辈模式”,最终只能加装了老人至少会用的IPTV机顶盒,“明明网络节目上有看不完的电视剧,还是只能让她看传统电视频道……”对此,不少网友表示了赞同,称“连年轻人也时常迷糊”。

近年来,智能电视硬件迭代飞速,高清大屏、超薄机身,海量影音内容已成标配,各类智能功能不断丰富家庭娱乐场景。但硬件升级之外,基础使用体验却有些走偏,尤其是针对老年群体的适老化改造,大多仅简单放大字体、优化图标样式,并未简化繁琐的菜单层级、优化复杂的操作逻辑,没有真

正贴合老年人记忆力较弱、操作灵敏度下降的生理特点。

对老年群体而言,双遥控器来回切换、各类广告没完没了,让看电视这件事变得困难。反复调试无果后,很多老人只能放弃智能功能。而即便熟悉智能设备的年轻人,也时常被各类付费套路所困扰。体验失衡的背后,是行业逐利思维盖过了服务初心。随着智能电视市场竞争越发激烈,硬件利润有限,各大厂商和内容平台纷纷将盈利重心转向增值服务——开机广告、专属会员、单点付费、弹窗推广等变现手段层出不穷,还存在会员多端不互通、基础服务捆绑广告、误触自动扣费等乱象,持续消耗用户好感。

针对智能电视操作复杂、“套娃”收费、适老缺口等问题,多部门已开展专项整治行动,推出“便捷看电视”权威认证,明确要求设备开机直达直播、支持一键换台,统一遥控器行

业标准。系列规范让电视回归基础功能有了制度支撑,但整治过后部分乱象时有反弹,凸显出行业长效治理的必要性。

电视作为广泛普及的家电,承载着民生属性,是不少老年人日常娱乐的重要载体。守住用户尤其是老年群体的基础使用需求,就是守住智能电视行业的基本盘。真正的适老化改造,不能停留在界面美化,必须从底层重构算法逻辑,简化操作流程,增设语音引导等。由此,行业协会应统一适老设计标准,将老年用户体验纳入产品出厂考核;监管部门需常态化抽查合规情况,加大对虚假适老宣传、诱导性弹窗的惩处力度;厂商也要摆正心态、着眼长远,用优质的服务、体贴的设计留住消费者。

电视智能化可以追求丰富多元,但绝不能丢掉“打开就能看”的简单纯粹。技术向前走,初心不能往后退。科技向善,产业长青,始终要把用户体验摆在商业收益前面。

当然,这份洒脱的选择,可能无法被轻易复制。小店自主经营的灵活模式,让店主能够“说走就走”。但对于部分劳动者而言,快节奏的工作与生活中,即便满心惦念家中长辈,也很难随时抽身返乡,心底常年积压着愧疚。所以,推动“多回家看看”,除了倡导个体自觉之外,还需要进一步加强配套支持,推动休息休假政策落到实处,同时完善养老保障体系、缓解养老照护压力,让劳动者少一些后顾之忧。

秋风有期,汤香可待,岁月却从不回头。不少人总以来日方长为由,把陪伴父母推到遥遥无期的未来,可父母年迈,相伴时光不可复刻,一旦错过便是终身遗憾。一家暂时歇业的小店,没有刻意制造流量,没有精心编排营销剧本,却给每一位“赶路人”提了个醒:尽孝不在于完美时机,不必等万事俱备,不必等功成名就,愿意为至亲停下奔波脚步的当下,就是最好的孝心。

图书馆为“拾荒老人”立像：我们因何被一件“旧闻”感动



龚先生

近日,多年前杭州图书馆“市民投诉流浪汉进馆读书”的相关视频在网上大量流传。如今,杭州图书馆新馆二楼立着一尊以一位“拾荒老人”读者为原型的铜像。

读书,是最公平的事,无关外表、身份、财富。一件“旧闻”穿越时光让今人动容,是因为人们对于文明的追求、对于书香的向往、对于善意的共情,从不会过时,也不会消失。

读书前必洗手,翻页时必轻柔,拾荒老人仪式化的程序背后藏着一颗爱书的心。这些年来,杭州图书馆也通过一系列精细化管理措施化解读者感官冲突,兼顾了公共秩序与人文体恤,这是图书馆应有的温度、文明应有的模样。

网友跟帖——

@句点:常见老年人在图书馆读书,很感动。

@东:精神高度不以衣着丈量。



阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

“3999元开天眼”？“玄学疗愈”乱象该管管了

胡欣红

“3999元的课程,号称可打开天眼,上完后没有任何实际效果。”据7月24日《工人日报》报道,近年来,疗愈服务兴起,吸引了大量消费者。以“心灵疗愈”为名的各类疗愈服务涌入线上线下市场,冥想体验、一对一咨询、系列课程等服务形式五花八门,这其中虚假宣传、无证从业、涉嫌欺诈等问题频发。

近年来,精神健康受到更大关注,冥想疏导、情绪陪伴等疗愈服务应运而生,这本是满足大众舒缓压力需求的新业态。但行业高速扩张背后,准入门槛缺失、监管边界模糊、虚假营销泛滥等问题陆续出现。比如,不少无专业背景的从业者用“点化”“高维”等噱头,收割有情绪困扰的消费者;再如,行业定价混乱,商家跑路、拒绝退款、霸王条款层出不穷,消费者受骗后取证难……有的患者花费数千元寻求疏导,反倒被无端指责贬损,原有情绪问题雪上加霜;还有人深陷“开天眼”玄学骗局,被伪科学观念洗脑,延误正规心理干预时机。

心理健康产业不能沦为收割焦虑的生意,推动疗愈服务走出“野蛮生长”,监管层面要切实履行职责,打出“组合拳”:加快划定疗愈行业服务边界,明确从业门槛,建立统一行业管理制度、服务标准;严厉打击误导消费者的虚假宣传,深挖潜藏在课程背后的精神操控风险;建立协作执法机制,消除心理咨询、教育培训、健康养生等交叉领域的监管盲区,建立线上平台审核、私域交易监管、预付资金监管配套机制。

面对相关乱象,消费者也要擦亮双眼。各类商业疗愈课程、冥想体验仅能作为放松手段,无法替代专业治疗。若出现心理病症,应当前往医院心理科,或选择专业心理咨询机构,切勿寄望于“速成治愈”“玄学开悟”。

媒体声音

◇消费“造节”不能靠噱头

面包节、抹茶节、咖啡节……近年来,各类细分主题的消费节遍地开花,却也出现同质化扎堆办展、品类混杂跑题、摊位溢价偏高、产品品质缩水等问题。

《经济日报》评论说,一场成功的消费节日,应实现消费者获得愉悦体验、商家取得合理回报、消费活力得以充分释放的多赢。一方面,主办方应扛起责任,紧抓主题定位招商,落实商户准入预审;另一方面,要跳出摆摊打卡的浅层业态,增设手作体验、食材料普、品牌沙龙等内容,打通产销链路,树立培育长期品牌。唯有依托本土资源差异化打造节日IP,才能让消费造节告别流量噱头,真正为区域消费注入内生动力。

◇暑期少儿减重服务,亟须严格监管

进入暑期,各种“青少年减肥夏令营”陆续开营,然而,一些机构打着“封闭式蜕变”“28天瘦30斤”等噱头吸引学员,超负荷高强度训练、极低热量饮食、资质参差不齐等乱象频出。

《北京青年报》评论说,对青少年而言,高强度运动搭配极低热量饮食,容易引发体虚乏力、贫血、免疫力下降等状况,不合理的减重节奏还会扰乱内分泌,妨碍正常生长。少儿减重必须注意身体的特殊性,切不可照搬成人模式,不能一味追求快狠。管住商家虚假宣传,守住减重的科学底线,多些通俗易懂的健康科普,让家长放下“快速减肥”执念,选择科学、可持续的体重管理方式,才能尽快刹住假期学生减重服务乱象。

◇警惕以救助流浪动物之名施诈

一段揪心的视频,奄奄一息的犬只,伴着哭腔的求助——屏幕前无数人红了眼眶,指尖轻点便完成下单、转账。近日,央视曝光一起利用网民同情心,摆拍虐狗虚假带货的骗局。

“中青评论”微信公众号评论说,靠人为虐待制造视觉冲击,甚至直接网购视频素材包,盗用正规机构的救助画面二次剪辑——此类骗局能肆意生财,源于平台算法天然追逐强情绪、强冲突的内容,也源于不少人对于“草根救助者”的朴素信任。消灭这种“生产苦难”的黑产,平台需从算法底层纠偏,普通用户也不妨多几秒停顿与求证,让这份温度抵达真正有需要的地方,守护住社会最不该透支的道德底气。(乐群 整理)

一纸停业告示何以打动人心？

家好好陪陪老人,计划8月7日立秋那天再开业。

一张简易打印的停业纸条,在算法裹挟、套路泛滥的网络空间里,托举起最珍贵的市井暖意,打动了步履匆忙的你我。温情文字背后,是一位中年人在生意与亲情间艰难却坚定的抉择。临时停业意味着收入减少,还要承受老顾客流失等风险,但面对独居老母亲沉甸甸的思念,这些经济考量都让了步。父亲早逝,老母独守乡村,一通带着委屈与期盼的电话,让店主决定不再拖延。回乡后,他陪母亲闲谈、晒太阳、打理菜园、做年度体检,

缓解着独居老人的晚年落寞,也让自己的惦念和牵挂落了地。

这则告示引发热议,源于它戳中了很多外出打拼的劳动者的痛点。城镇化浪潮奔涌向前,不少人离开故土,奔赴他乡逐梦,将年迈父母留在老家,虽然也会定期转账汇款、邮寄物资、线上问候,但心里却很清楚,物质补给永远替代不了朝夕相伴的温情。牛肉汤店店主遵从本心的决定,如同一面清晰的镜子,照出万千游子无处安放的乡愁与未竟的遗憾,这张薄薄的停业通知,也经由社交平台的传播,成了大家情感宣泄的出口。

王志顺

“因慈母想儿,故回乡绕膝陪伴。待到秋风起、落叶黄,盼君再来品尝牛肉汤。”据极目新闻报道,7月24日,有网友在郑州街头偶遇一家店铺张贴了一张特别的停业告示,不禁感慨:“见过很多停业告示,唯独这一张格外温柔。”25日,店主王先生告诉记者,现在他已经在农村老家陪母亲。前些天,82岁的老母亲打来视频电话称很想他,其间止不住地流泪,于是自己准备歇业半个月,带着妻儿回