



筑牢冬季三防“安全堤”

冬季来临，安徽淮北矿业集团铁运处临涣电务段认真做好冬季设备的检修工作,加强对通信、信号、电力重点设备的检修检查,组织开展冬季“三防”隐患和问题大排查,对发现的问题严格按“五定”要求进行整改,确保设备安全过冬,为铁路安全高效运输提供可靠保障。

图为该段对基层岗点信号设备开展隐患和问题大排查。

崔陈 摄影报道

不要被家庭教育指导师培训割韭菜

■ 关育兵

“接触这个课程后,我感到作为家庭教育指导师来指导别人,单单通过学习一本书的内容,有点不太现实,怕误人子弟,我后来多次提出退费要求。”王女士在河北某教育科技有限公司参加了家庭教育指导师培训课程,觉得课程设置过于简单,作为培训教材的书,内容东拼西凑,缺少针对性、有效性,为此申请的退费2792元。(11月2日《中国青年报》)

一段时间以来,“家庭教育指导师在二三线城市月薪达到8000-15000元,一线城市10000-30000元”,类似这样的家庭教育指导师培训广告在一些网站频频出现,让人颇为动心。

然而实际上,“家庭教育指导师”证书尚未由相关主管部门颁发或授权颁发。换言之,一些花费颇多金钱、时间所进行的培训,所取得的证书,其实是聊无意义的。近日,教育部、人力资源和社会保障部、全国妇联联合发布《关于防范以“家庭教育指导师”名义开展违规校外培训的提示》,称近期有一些机构打着高薪旗号,招用“家庭教育指导师”开展面向中小学生的培训活动,严重扰乱培训市场秩序,误导社会公众,损害人民群众利益。

既然如此,为何还会有这么多人上当受骗呢?其原因当然是多方面的。去年10月,《家庭教育促进法》正式通过,并于今年1月1日起施行。家庭教育由旧时期的传统“家事”上升为新时代的重要“国事”,“依法带娃”应运而生。而随着“家庭教育指导师”被人社部认定为新职业,热度迅速传导至培训和就业市场,两者相碰撞,由此带火了家庭教育指导师。在不少人看来,家庭教育指导师已经成为“刚需”,这其实是对“依法带娃”的误解,也是对家庭教育指导师的误读。

职场中普遍存在的“一证傍身”心理,亦是其重要推力。这在许多方面都有表现,比如今年的“教资热”,报考人数突破千万。很难说,有这么多的人都想从事教育,但在多一证比少一证好、多一证就是多一条出路的心里下,更多人涌入了考证热潮。但教师资格证是国家认可的,家庭教育指导师并不受国家认可,这是许多人忽略了的前提。

还有一些人,只看到家庭教育指导师培训机构所宣称的高薪。更有少数人,只看到了培训机构所宣称的“无门槛、无要求,参加培训即可拿证,拿证就能上岗”的口号,忽略了有证并不代表能力,从事任何一项工作最终所靠的是实力这样的铁律。王女士的难得之处,就在于她有“单单通过学习一本书的内容,有点不太现实,怕误人子弟”的清醒。正是这样的清醒,让她决定退费。这样的清醒,不仅是王女士应该有的,也是更多人应该有的。

让王女士更加坚定退费决心的,是“培训公司的工作人员说考试之前会有试题发给我,只需缴纳480元考试费用即可拿证,让我更加感觉不靠谱。”培训课程拼凑无标准、无门槛、花钱就可以买证,这些看似家庭教育指导师得来的轻易,但也恰恰表明,这个证是没有价值的。任何一个含金量足够的证书,都不是轻易能够得到的。

事实上,想要真正从事家庭教育指导师工作,不仅需要专业背景、专业学历,还需要接受过心理学、学前教育、家庭教育等相关的培训和督导,在亲子沟通、家庭关系等方面,具有专业能力和实务经验,才能称得上是一位合格的家庭教育指导师。

家庭教育指导师证书并非职业(执业)资格类证书或职业技能等级证书,在人社部官网无从查询认证,更不存在各培训机构宣称的“持证即可上岗”。因此,对于家庭教育指导师培训存在的乱象亟须进行规范。但对于更多人来说,应保持清醒,不要被培训机构割韭菜。

麦当劳中国 CEO 张家茵：中国市场为麦当劳提供了独一无二的发展机遇

■ 吴家驹

“过去十年中,面对复杂多变的全球形势,中国经济保持了高速增长,在世界经济增长中扮演着越来越重要的角色。”麦当劳中国首席执行官张家茵日前接受专访时如是说。

张家茵表示,过去十年,中国努力激发市场主体活力,持续完善市场体系建设,为麦当劳中国的稳健发展提供了不断优化的营商环境。预计到2022年底,麦当劳中国开设的餐厅将达5000多家,五年间餐厅数量翻了一番多。

以下为访谈实录摘要:

记者:自1990年在深圳开设中国第一家餐厅以来,麦当劳已经深耕中国市场30多年。近十年来,中国市场发生了巨大的变化,作为见证者之一,麦当劳如何看待中国市场这十年的发展与变化?

张家茵:1990年麦当劳刚进入中国时,北京、上海和深圳等城市的麦当劳餐厅一座难求,今天麦当劳近5000家餐厅遍布全国各地。

麦当劳的迅猛发展,得益于中国过去30年的快速成长。在这30年中,中国经济迅速发展,居民收入保持增长,消费需求更多样化。近10年,中国努力激发市场主体活力,持续完善市场体系建设,为麦当劳在中国的稳健发展提供了不断优化的营商环境。中国政府致力于营造市场化、法治化、国际化一流营商环境,这为2017年麦当劳与中信及凯雷战略合作、共同发展中国内地和中国香港地区的业务创造了客观条件,助力麦当劳中国进一步深入本土化,加速在中国的成长。

麦当劳见证了中国经济发展的浪潮,并植根中国,用创新、成长与中国社会经济的发展同频共振。

记者:进入中国市场以来,麦当劳采取了哪些本土化策略?

张家茵:过去30年,麦当劳见证了中国一个又一个的辉煌成就,而中国市场的巨大消费潜力也为麦当劳提供了独一无二的发展机遇。我们的本土化策略聚焦开设新店扩张市场,发展非常食业务、加快新品开发和驱动



● 麦当劳中国 CEO 张家茵

数字化赋能,不断加速在中国的发展。

2017年起,麦当劳与中信及凯雷战略合作,共同发展中国内地和中国香港地区的业务,标志着麦当劳中国进入“金拱门”时代,植根中国,充分利用本地资源,加快决策,捕捉快速发展的中国市场机会,进一步加速了麦当劳中国的本土化进程。

如今,麦当劳中国已有近5000家餐厅,员工超18万,已成为麦当劳全球第二大市场,也是增长最快的市场,并实现了高度数字化,赋能业务成长。

记者:面对消费的新理念、新趋势,麦当劳中国在产品研发和服务创新作了哪些改变?

张家茵:麦当劳中国始终密切关注中国市场快速变化的消费者需求。以标志性的经典产品、数字化驱动的便捷性和高度定制化的会员服务为关键增长驱动因素,持续推动“金拱门时代”高质量的快速增长。

作为西式快餐品牌,麦当劳中国积极收集消费者反馈,不断丰富菜单,已成功为中国消费者推出麦辣鸡腿堡、板烧鸡腿堡、麦辣鸡翅、麦麦脆汁鸡和咔滋脆鸡腿堡等产品。其中,麦麦脆汁鸡和咔滋脆鸡腿堡是麦当劳中国进入“金拱门时代”后的最新成果。2021年麦当劳中国启用新总部大楼,设有创新菜单实验室与餐厅数字厨房,创新贯穿研发,2021年共推出超过160款新产品。

近年来,随着移动互联网和数字化的快速发展,中国消费者对食物便利性的要求与

日俱增。麦当劳中国通过加速开店、持续创新和驾驭数字化变革,满足消费者的新需求。

2017年进入“金拱门时代”后,麦当劳中国发展不断提速。预计到2022年底,麦当劳中国开设的餐厅将达5000多家,五年间餐厅数量翻了一番多,扩大了为消费者提供美味和服务的范围。另外,我们对线下渠道业务平台持续创新,以更好地满足各类消费者的消费习惯,例如可以便捷取餐带走的智慧取餐柜“M to Go”,以及可以驾驶汽车直接点餐、取餐的得来速等。

在线下快速扩张的同时,麦当劳中国也加速布局在线业务。我们在多个平台提供线上点餐平台、支付及服务,并在多个电子商务和社交商务平台上开设线上商城。无论是取货、送货、直播优惠券、订阅卡、信用卡积分还是兑换优惠券,顾客都可以选择他们喜欢的渠道和方式下单。

此外,疫情下消费者对于餐饮外送的需求越来越旺盛。在此背景下,麦当劳中国近5000家餐厅的90%以上提供承诺30分钟必达的“麦乐送”外送服务。如今,麦乐送已成为麦当劳中国整体销售重要引擎,并保持强劲增长。

记者:今年9月麦当劳中国发布了在中国的首家“零碳餐厅”。未来麦当劳中国在“双碳”领域还有哪些布局?

张家茵:在过去的十年中,我们看到中国在加快经济发展的同时,不断加速推动绿色发展,将尊重自然、顺应自然、保护自然作为现代化建设的内在要求。中国加快发展方式绿色转型,实施全面节约战略,发展绿色低碳产业,倡导绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式,这与麦当劳中国的绿色发展理念不谋而合。

餐厅是麦当劳业务的核心,麦当劳中国始终致力于建设绿色餐厅,推动餐厅不断进行设备优化、营运调整以实现节能减排。对于新开设的餐厅,麦当劳从选址、设计和建造都严格实现安心环保可持续,并获得国际权威的LEED认证。截至目前,麦当劳中国已经有1600家LEED认证绿色餐厅。预计到2022年年底,麦当劳中国将开设超过1800家LEED

认证绿色餐厅。

此外,麦当劳还积极致力于绿色餐厅的创新突破。9月20日,麦当劳北京首钢园餐厅正式开业,该餐厅参照国际权威能源与环境设计先锋(LEED)评级零碳排放标准和零能耗标准进行设计、施工,餐厅建设超过2000平方米场地内太阳能光伏发电系统,年均发电量33万千瓦时,满足餐厅日常运营电力需求。

餐厅也是麦当劳与消费者互动、沟通最重要的窗口,麦当劳中国通过线上线下的消费者科普和互动,将绿色体验贯穿到顾客旅程的各个环节,鼓励绿色减碳的生活方式。

在麦当劳餐厅,顾客可以体验到麦当劳“绿色回收”核心平台“重塑好物”的各种成果。该项目产品中的海洋塑料回收椅、“懵懵小象”宝宝椅和绿色餐盘等成果也已陆续在麦当劳中国绿色餐厅中亮相。麦当劳绿色餐厅还为消费者提供100%可持续森林认证原纸(FSC)包装袋、免吸管饮料杯和可降解塑料饮料袋等“绿色包装”,在确保消费者用餐体验的前提下,使用更绿色的包装,减少包材和塑料,并使用可持续认证原纸。

记者:当前,全球经济形势复杂多变。这是否会对麦当劳在中国的业务产生影响?未来麦当劳在中国市场将如何开展业务布局?

张家茵:我们看到过去十年中,面对复杂多变的全球形势,中国经济保持了高速增长,在世界经济增长中扮演着越来越重要的角色。

麦当劳将继续扎根中国市场,在洞察本土顾客的口味以及生活形式的基础上,加速新品的创意及研发,不断推陈出新,为顾客持续带来充满新鲜感的美味产品。同时,麦当劳中国将继续开设新餐厅、驾驭数字化变革和加快业务平台创新,覆盖更多的市场,满足顾客日新月异的消费需求。

同时,我们也关注中国的绿色未来,我们与权威专业的合作伙伴一起,联动上下游供应商,以绿色发展引擎驱动业务的可持续增长,降低对环境的影响,在绿色餐厅、绿色包装、绿色供应链和绿色回收方面不断探索和发力,为下一代创造更绿色的未来。

思丹姆:领跑“干细胞”赛道

■ 方令航 发自浙江金华

在浙江金华的城市客厅“湖海塘公园”西南侧,定位于“中央创新城”的产业新区正在如火如荼地建设。与“领跑新能源汽车基地”一路之隔的“置信智造谷”里,投资6000万元建成的浙江思丹姆新大楼,已经在今年5月投入使用。日前记者进入“浙江思丹姆干细胞生物科技有限公司大楼”,实地探访浙中细胞制备中心和浙中细胞检测中心。

干细胞是当今生命科学最热门的研究领域之一,并在越来越多的医学领域发挥重要作用,拥有巨大的潜力和良好的市场前景,干细胞产业如雨后春笋蓬勃发展。“细胞治疗及临床转化”是我国“十四五”健康保障发展的重大课题,国家相关部委及各地政府陆续颁布政策,从临床研究到产业发展,为干细胞创新技术和产品的转化落地带来新的机遇。

浙江思丹姆公司注重“软实力”的累积,创立之初就与金华职业技术学院合作建立产学研

研一体化干细胞研究及应用基地。在浙江省和金华市科技部门支持下建立院士工作站,在诺贝尔生理学奖得主蒂姆·亨特院士的引领下,专注干细胞存储制备技术、细胞检测、科研项目的研发探索,加快浙江干细胞产业化发展。在硬件方面,思丹姆今年按照GMP动态百级标准建成浙中细胞制备中心1800平米,浙中细胞检测中心1200平米,拥有制备脐带干细胞、胎盘干细胞、脂肪干细胞和免疫细胞等8个A级实验室,日制备细胞百份以上,液氮超低温细胞储存量达100万份以上。新大楼启用以来,思丹姆以国际一流的细胞提取、制备、检测、储存和扩增技术领跑行业。

生物产业是经济发展的未来之星,浙江思丹姆干细胞生物科技有限公司董事长李家熊告诉记者:“思丹姆特别注重与行业顶尖技术力量交流合作,为干细胞生物科学技术研究与临床应用提供专业解决方案。我们在练内功打基础之后,继续把每一步都走稳、走好。实现以科技为本,为大众健康保驾护航的

使命!

蒂姆·亨特院士领军的专业细胞制备与科研团队,已经取得近20项生产发明专利。浙中细胞检测中心拥有的流式细胞仪、内毒素检测仪、微生物检测系统等先进仪器设备,使公司有能力进行细胞形态学、分子学、传染病等专业检测,软硬件的配合使思丹姆公司成为浙中干细胞生物行业里的领军企业。前不久中国科学院院士杨晓明、中国生物工学会副秘书长陈禹保一行,在考察思丹姆公司后也对其掌握的干细胞制备、检测、存储专业技术和科研成果给予高度评价,期望浙江思丹姆为干细胞产业的发展做出更多的贡献!

沙利文的研报显示,全球细胞和基因治疗领域从2016年开始飞速增长,2016年至2020年全球细胞和基因治疗市场从0.5亿美元增长到20.8亿美元,复合年增长率为153%。预计2025年全球细胞和基因治疗整体市场规模为305.4亿美元,2020到2025年复合年增长率为71%。未来会有更多资本加速

进入干细胞行业,中国将是全球细胞和基因治疗领域最具潜力的市场。国家药监部门、卫健部门等在近几年出台了多项与干细胞相关的指导文件,制定国家战略性新兴产业发展规划等,细胞和基因治疗行业已成全球朝阳产业。

作为国家级高新技术企业,人才和技术是思丹姆在干细胞领域实现弯道超车的内生动力。随着浙江思丹姆公司新大楼、实验室等各项硬件投资的到位,每年还将在科研上投入数百万,为院士专家工作站提供助力。“在蒂姆亨特院士的带领下,我们团队进一步加强与国内外同行业的交流与合作,吸引和培养干细胞方面的专业人才,不断完善质量标准体系,为浙中的生物产业经济发展注入新活力。”浙江思丹姆公司院士专家工作站负责人吴进一告诉记者,随着实验室硬件的提升还将增加“间充质干细胞对膝盖关节炎、半月板损伤的治疗作用”攻关项目,打造具有国际水平的干细胞组织工程技术平台。

中钢网第五次入选“中国互联网综合实力前百家企业”

■ 本报记者 李代广

11月2日,由中国互联网协会主办的2022年中国互联网企业综合实力指数发布会在福建厦门召开,公布了中国互联网综合实力前百家企业名单。

凭借高成长性、引领行业发展趋向以及领先的综合水平等,中钢网与腾讯、阿里巴巴、蚂蚁、抖音、京东等企业共同上榜,位列榜单第80名。

这是中钢网第五次入选“中国互联网综合实力前百家企业”榜单,既是实力的体现,也是对中钢网社会价值及商业价值的认可。

此次大会由中国互联网协会和厦门市人民政府共同主办,厦门市委常委、副市长黄晓舟出席活动,中国互联网协会理事长尚冰,工业和信息化部信息通信管理局一级巡视员钟志红通过视频发表致辞,互联网企业代表约200人出席活动。中钢网公共事务部经理王豪参加此次会议,并代表中钢网领奖。

中国互联网企业综合实力研究报告发布会是国内最具知名度和影响力的行业盛会之一,其每年发布的企业综合实力指数报告以



及前百家企业榜单,展现了互联网行业的总体发展现状和趋势,是业内了解和掌握优秀互联网企业发展状况的重要参考。

从2009到2022,从1名用户到38万+平

台用户,从几名员工到近500名员工,从郑州单城起步到辐射中部七省,创办十余年来,中钢网已发展成为集行情资讯、电商交易、采购招标、数据技术应用、无车承运、集采分销等

综合服务为一体的全国性产业互联网平台。

中钢网目前下设7家全资子公司、1家控股公司和5个办事处,2021年平台交易额2493亿元,全年含税收入106亿元,总资产7.59亿元,利税7888万元,构建形成了覆盖钢铁产业全业务流程的“平台+科技+赋能”生态圈。

2022年,中钢网推出“数智赋能、共同富裕”年度发展规划,为行业推出了“百千万”数智赋能工程、“4+2”助力中小钢贸和制造业纾困发展行动等助力行业脱困的措施;为团队推出了生二胎奖3万、生三胎奖10万,利润二次再分配、股权分享等共同富裕政策。

中钢网董事长姚红超表示,中钢网将充分利用良好的政策环境,结合自身优势,加快发展速度,尽快做大做强;不断升级交易平台,提升平台品牌效应,增加交易主体类型,拓宽钢铁电商盈利渠道,加大新型交易衍生产品的研发力度,丰富公司服务类型,优化服务结构,巩固公司在钢铁电商行业的地位。

“未来,中钢网平台将成为一个为行业创造更大价值,为企业提供更多服务,为社会提供更多就业机会的百亿市值互联网企业!”姚红超说。