

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 176 期 总第 11144 期 四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2024 年 7 月 15 日 星期一 甲辰年 六月初十

新闻简讯 | News bulletin

北京出台 16 条措施 加快培育数字人才

记者从北京市政府新闻办 7 月 11 日召开的新闻发布会上获悉,北京市人力资源和社会保障局等 9 部门共同发布《北京市加快数字人才培养支撑数字经济发展实施方案(2024-2026 年)》,出台 16 条“硬核”措施,计划用 3 年左右时间,着力培养四类数字领域人才队伍,增加数字人才有效供给,形成数字人才集聚效应,为北京建设全球数字经济标杆城市提供有力人才保障。

发展数字经济的关键在于加快数字人才培养,强化人才支撑作用。北京推进全球数字经济标杆城市建设已经进入关键时期,急需大量数字人才支撑高质量发展。方案指出,北京市将通过改进人才引进机制、创新人才评价机制、健全人才激励机制、优化人才流动机制,鼓励将数字人才纳入各类人才计划支持范围。(陈旭)

2023 年增发国债项目 全部开工

去年我国增发 1 万亿元国债,支持灾后恢复重建和提升防灾减灾救灾能力。记者 7 月 11 日从国家发展改革委了解到,截至目前,2023 年增发国债 1.5 万个项目已全部开工建设。

国家发展改革委投资司重大项目推进处处长岳修龙说,2023 年 11 月以来,按照党中央、国务院决策部署,国家发展改革委会同有关方面下达项目清单,将 1 万亿元增发国债资金安排到 1.5 万个项目,主要涉及灾后恢复重建和提升防灾减灾救灾能力、以海河和松花江流域等北方地区为重点的骨干防洪治理工程、自然灾害应急能力提升工程、城市排水防涝能力提升工程等 8 个领域。(陈炜伟)

内蒙古出台 20 条政策 支持民营经济发展

全面清理阻碍民营经济发展壮大的法规政策,全面清理拖欠民营企业账款,兑现招商引资承诺,补齐融资服务短板……记者从内蒙古自治区人民政府获悉,近日内蒙古出台《关于支持民营经济高质量发展的意见》,提出 20 条举措意见,切实解决制约民营经济发展的突出问题,支持民营经济高质量发展。

针对民营企业反映的拖欠账款、招商承诺不兑现等问题,内蒙古将开展涉及不平等对待企业地方性法规、政府规章、行政规范性文件 and 政策清理工作。同时,全面清理拖欠民营企业账款,要求清偿责任主体多渠道筹集资金、限时清偿到位,通过司法程序解决的清欠问题不得有案不立、压案不查、超期办理,对判决后仍不执行的要依法强制执行,机关、事业单位和国有企业不得以内部人员变更,履行内部付款流程,或在合同未约定情况下以等待竣工验收批复、决算审计等为由,拒绝或延迟支付民营企业款项。(安路蒙)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。
举报电话:028-87344621
企业家日报社



责编:王萍 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台
二维码



中国企业家网
二维码

需求更理性 场景再“上新” ——暑期研学游市场走访观察



●今年 6 月,辽宁鞍山市青葵研学营学生在杭州市吉利汽车工厂参观。 方尚仪/摄

■ 新华社记者 郑天虹 王莹 廖君

暑期来临,研学游升温,成为一些青少年开启假期模式的热门之选。记者近日在广东、湖北、辽宁等地采访发现,研学游需求趋向多元和理性,更多市场主体聚焦“学”和“研”,推出一些小而美、小而专的项目,研学场景不断“上新”。与此同时,从业门槛有所提升,行业品牌化趋势开始显现。

预订量比去年同期增加 需求更趋理性

今年的暑假研学产品预订启动更早。“去哪儿”大数据研究院研究员肖鹏说,研学产品的预订从 5 月中旬就开始起量。截至目前,预订量比去年同期增长四成左右,价格比去年略有下降。

记者观察到,研学市场需求旺盛的同时,理性成分也在增加。广州一名中学生家长王女士说,以前喜欢“跟风”“蹭热度”,今年开始考虑孩子到底要在研学中收获什么。

家长也不再是“只选贵的”,开始关注研学内容的深度和广度。武汉市民李女士的儿子下半年将升初中,刚参加了北京 6 天 5 晚

文化研学活动。她说,每人 5800 多元的团费虽不便宜,但研学内容不再只是在名校打个卡,而是走进京东亚细一号仓,体验一件商品的奇幻漂流历程;参访科大讯飞,建立对人工智能的全方位认知。这是孩子平日直接触不到的新科技,知识和视野都有所拓展。

伴随需求的不断升级,研学赛道的竞争也更趋激烈。承办研学游的主体从早期的旅行社、教培机构开始朝多元化发展,初创企业、上市公司甚至托管机构、网红主播也纷纷入市。

第三方调研数据发现,2023 年,全国中小学生研学实践教育基地超过 1600 个,研学企业 30000 多家,研学市场规模 1469 亿元;预计到 2026 年,市场规模将达到 2422 亿元。

行业不断发展 呈现三大新趋势

面对社会需求的理性和多元,研学市场也在不断发展,呈现出三大新趋势:

——市场细分更为专业。记者梳理发现,除了博物馆、风景名胜等传统人文自然景观类研学项目外,一些小而专的项目受到追捧。比如“海龟大象保育营”“少儿中医夏令营”

“山海经文化营”“火箭研学营”等。

在洛阳三彩小镇制作唐三彩,在三星堆遗址“重铸青铜”,在水下博物馆欣赏水下碑林……辽宁鞍山市青葵研学营负责人冯莹介绍,研学游中情景式、沉浸式、体验式等特色课程更加丰富,与过去侧重于“游”相比,更多机构在“研”“学”上进行更多探索,努力让孩子的注意力从手机上转移出来。

——从业门槛有所提升。近日,人力资源和社会保障部发布《关于对拟发布生物工程技术人员等职业信息进行公示的公告》,将“研学旅行指导师”职业名称变更为“研学旅游指导师”。业内人士认为,这有助于提升从业人员的专业化水平,确保他们具备为学生提供高质量研学实践服务的能力。

记者采访中看到,部分出行的中小學生研学团队,不仅配备了研学旅游指导师、导游、讲解员、大学生志愿者,还有几位家长代表同行。这些研学旅游指导师持证上岗,是文旅行业从业人员或对文旅有兴趣的人,部分大学生志愿者也在上岗前经过了短期培训。

——行业品牌化开始显现。河南省旅游协会副会长王亚洲说,研学行业大浪淘沙,品牌度、集中度不断提升。现在给孩子选研学项目,很多家长更倾向于选择市场认可度高的

跨区域、大品牌机构。

各地文旅部门也在大力打造各具特色的研学品牌活动。沈阳市红色文化研究会等单位联合开展推介沈阳旅游资源的主题研学活动“小使者万里行”;西安旅游集团推出“动物园奇妙夜——围炉故事会”秦岭野生动物园夜游等多条夏季研学路线;济南市文化和旅游局近日组织全市非遗传习场所开展“泉润非遗——暑假研学月”活动……

市场仍存乱象 需要多方联动加强监管

记者调研发现,在市场火爆的同时,部分经营者资质不全、产品质量参差不齐、产品价格不透明、实际服务与广告承诺不符等乱象也随之产生。

业内人士认为,传统旅游企业正处于转型过程中,而新兴的研学机构又难以完全满足公众对高质量研学游产品的需求,导致供需之间存在不匹配的现象。

沈阳市青少年农学研实践基地负责人高振河表示,教育部、文旅部要求研学机构必须同时具备教育公司属性和旅行社资质。但在实际操作中,一些旅行社并没有研发相应研学课程,只是导游上岗;而有些教育机构只有带队老师,却没有旅行社资质。还有补课班、幼儿园、私立学校也纷纷涌入研学市场,虽然有生源优势,但在组织能力、安全把控、课程品质方面没有太多实践经验,存在一些隐患。

“研学产品要区别于常规旅游产品,研学旅游指导师要兼具教师与导游的双重职能,研学课程的标准化开发要进一步规范。”小团在途负责人小米说。

“在文旅加速融合的新形势下,研学项目涉及教育、文化、旅游、体育、市场监管等多个政府部门,无论在规则完善还是在监管发力上,都需要多方联动、统筹协作,并明确责任和边界。”中国教育科学研究院研究员储朝晖说。

相关机构要想在研学市场上站稳脚跟,必须在课程研发、研学体验、服务品质、执行标准上进一步提升。品牌形象、企业外宣、新媒体运营也逐渐成为品质研学机构的标配。学生体验、家长反馈也会在自媒体平台给出评判。有关专家表示,随着研学旅行的覆盖面越来越广,激烈竞争、规范引导会促进研学行业良性发展。



●今年 6 月 30 日,武汉一些参加独立研学营的小学生在培训生活习惯规范。 余勇刚/摄

咬定“第一道工序”,苦练“第一项功夫” “策划力”为企业站稳效益第一梯队增动力

■ 杜卓波

前不久,在中国铁建集团综合考核中,中国铁建电气化局集团公司的经济效益再次保持在第一梯队。一些同行在羡慕的同时心生好奇:他们始终保持良好经济效益的“秘诀”究竟是什么?

在中国铁建召开的相关会议上,该集团负责人介绍,正是始终坚持“无策划不投标、无策划不商务、无策划不施工”的工作原则不放松,才堵住了项目建设中诸多容易忽视的“管涌”,确保了应收的收益一粒不落、颗粒归仓。

该集团自 2005 年成立以来,一直把加强经营策划和经营策划落地能力建设作为防范经营风险、提升价值创造能力、创造最佳效益的“第一道工序”和总经理的“第一项功夫”,专门印发了《项目标前策划指导手册》,通过抓紧抓细抓实(投)标前策划、上场策划、收尾策划(以下简称“三个策划”),确保创效目标的实现。

强化标前策划,严把经营品质关口。对于施工企业来说,标前策划事关项目工程的经营绩效。中国铁建电气化局集团要求所属公司必须坚持把经营列为重要议事日程,同时,公司主要领导 70% 的精力要放在施工现场,70% 的班子成员要负责施工生产管理,这些



作为刚性要求,被纳入年度绩效考核体系,并重点检查“三个策划”落实过程中带来的收益变化。

集团公司、各工程(分)公司和项目部纷纷成立了标前策划领导小组,建立标前策划责任分工、沟通对接、跟踪落实和监督考核激励机制,标前策划的措施更精细、更明确、更切合实际。南方公司结合加强“123456”全过程、全要素经济管控体系建设,坚持以“631 工作法则”(即 60% 的工作在事前策划准备,

30% 在施工过程中解决,10% 在实施后总结复盘)统筹标前策划,做足投标前的文章,把各种能预见的风险消灭在萌芽之中,千方百计地减轻项目部在实际工作中的压力,避免问题“秋后算账”,确保项目团队集中精力抓好施工生产。

围绕“三条主线”,强化上场策划。技术、经营和资金,是支撑项目部完成目标任务的三条主线,项目工程施工上场策划显得尤为关键。在加强大方案、大施组、大成本策划

的同时,要求所属公司总经理按照“组织结构及制度体系、投标报价及合同、责任预算及经营创效、施组方案、劳务管理、物设管理及创效、成本核算与财税管理”进行全面交底。杜绝先干后算现象发生。三公司在强化项目上场策划的基础上,坚持抓预控指导与考核兑现相结合,抓选人用人与监督约束相结合,帮项目抓好开源增收,做好各方关系维护,帮项目集约降本与做好资源调配,放队伍选用权和项目团队组建与考核分配权,“两抓、两帮、两放”工作。项目部精细化管理水平明显提升,而公司总部完成“七交底”任务后,服务项目更加细心、耐心。

锁定效益目标,强化收尾策划。建立收尾责任制,明确技术、经营、物资、财务等关键岗位的收尾责任,对合同工期、管理责任、成本目标、经营目标、清收清欠等目标,实行限定工程量、限定管理费用、限定物耗、限定管理人员,以及限时完成任务、限时移交资料、限时释放管理人员与物料和限时收发销号、完工评价的“八限一评”管理。各个项目部通过对完工项目目标成本、预结算成本、竣工结算成本及收益率,进行节超对比、分析评价,项目部和公司总部部门之间创效扭亏的联动性和聚合力极大增强,集团公司综合经济实力明显提高。