

## ■劳动时评

## 技能强企，实现企业与技能人才共赢

□向秋

技能人才是推动企业创新发展、转型升级的重要支撑，是促进高质量充分就业的重要力量。当前，因地制宜发展新质生产力，改造提升传统产业，培育壮大新兴产业，布局建设未来产业，对企业技能人才队伍素质提出新的更高要求。要大力推动技能强企工作，以人才活力增进企业效益，实现企业与技能人才共赢。

近日，人力资源和社会保障部、国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、财政部、国务院国资委、国家市场监管总局、全国总工会联合印发《关于推动技能强企工作的指导意见》，进一步激活各类企业技能人才培养主体作用，促进职工增技、技能

增收、企业增效。（1月16日《人民日报》）

技能人才是推动企业创新发展、转型升级的重要支撑，是促进高质量充分就业的有利因素。当前，因地制宜发展新质生产力，改造提升传统产业，培育壮大新兴产业，布局建设未来产业，对企业技能人才队伍素质和规模提出新的更高要求。要大力推动技能强企工作，以人才活力增进企业效益，实现企业与技能人才共赢。

推动企业自主培养技能人才。企业是构建现代化产业体系的主力军，是扩大和稳定就业岗位、促进职工技能提升的主体。企业作为广大技能劳动者的用工主体，最了解生产岗位用工所需的能力要求，开展职业技能培训，能有效推动技能人才“人岗相适”、履职作为，同时，让技能人才能力有提升、发展有盼头，能增强其安心扎根企业的意愿。在技术工人中，提升高技能人才数量和质量

是重中之重。《意见》提出，实施高技能领军人才培养计划和大国工匠人才培养工程，鼓励企业培养高技能人才，统筹利用多渠道资金资源，依托具备条件的企业建设高技能人才培训基地等。以产业链链主企业、行业龙头企业、专精特新中小企业等为主体，发挥技工院校、社会化培训机构、公共实训基地作用，发挥企业职业技能培训主体作用，开展螺旋式阶梯式培训，对于缓解企业高技能人才数量和结构不足矛盾，解决生产难题、助推产业升级，攻克关键技术、转化创新成果，具有重要作用。

推动企业自主评价技能人才。技能人才评价是技能人才培养的“指挥棒”。用好这一“指挥棒”，能引导技能人才学习技能、提升技能、使用技能。企业是用人主体，清楚市场需要什么样的技能人才、怎么评价人才。推动企业自主评价技能人才，能让企业突

出主体作用、发挥主场优势、激发人才活力。当前，一些企业认为发展业务胜过发展人才，自主评价意愿不强。为支持企业自主开展职业技能等级评价，《意见》提出“技能生态链链主企业可直接作为职业技能等级认定机构，面向生态链内企业职工开展技能等级评价，颁发的职业技能等级证书，纳入全国联网查询系统”。开展企业技能人才自主评价，健全以创新能力、质量、实效、贡献为导向的企业人才分类自主评价体系，提升技能评价的精准性和有效性，有助于畅通技能人才的成长通道，让崇尚技能在生产实践中蔚然成风。

推动企业提高技能人才待遇。近年来，国家陆续出台政策，引导企业建立健全体现技能价值激励导向的薪酬分配制度，让技能人才待遇提高、地位提升，向全社会传递出尊重劳动者、尊重技能人才的鲜明导向。持续推动多

劳者多得、技高者多得、贡献突出者多得，正是时代所需。《意见》要求指导企业将职业技能等级作为工资分配的重要参考，推动工资分配向关键岗位、生产一线和急需紧缺的技能人才倾斜；引导企业对高技能人才实行年薪制、协议工资制和岗位分红、股权激励等中长期激励办法。推动企业提升一线职工、产业工人薪酬待遇水平，开展以技能为导向的激励，让技能人才有奔头、长本事、得实惠，将充分激发人才成长动能和创新活力，对劳动者、企业和社会都有积极影响。

人才兴企，技能强企。技能人才是企业技术创新和产品质量的保障，企业为技能人才施展才华提供舞台。相关部门要强化技能强企工作的组织领导，在资金、项目、金融等方面凝聚政策合力，推动《意见》的各项政策落地落实，形成企业与技能人才互动共赢的良好局面。

## ■每日图评

## “博物馆里过大年”让公共文化服务惠及更多观众

近日，“京津冀博物馆里过大年”系列活动在北京大运河博物馆启动。春节期间，京津冀三地博物馆将推出重点展览、特色文创，策划主题游径、民俗非遗展演等约540项文化活动的。 （1月14日《北京日报》）

浓浓的年味，不只在于物质的丰富，更体现在文化的丰盛。近年来，随着文博业迅速发展，博物馆已经成为老百姓精神文化生活的一部分。“博物馆里过大年”是民俗文化的变迁，是更多人“文化过年”的新方式，为春节增添了浓郁的“文

化味”。春节期间，市民到博物馆里参加节气文化、传统民间艺术、非物质文化遗产等展览活动，既能了解历史文化知识，也能知悉春节文化的演变，得到智慧启迪、文化熏陶，过一个有新意、有意义的春节。

春节期间，观众在博物馆里能够品味厚重历史、体验特色文化。同时，结合与时俱进的交互媒介，以优质的展览内容、多元的展陈手段以及丰富的传播形式，进一步释放文物承载的文化魅力，使得传统节日与现代生活的审美方式完全融合。这样的方式不仅增强了节庆活动



的趣味性、吸引力，更提升了观众的节日参与度，让公共文

化服务产品惠及更多观众。

□吴学安

## ■网评锐语

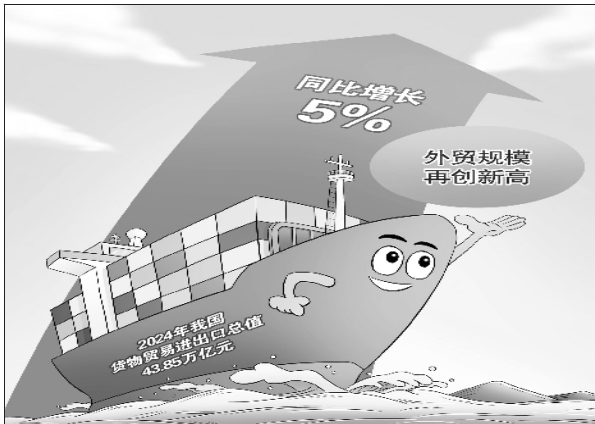
## 让传统春节更富文化韵味和文化魅力

苑广阔：春节临近，为弘扬中华优秀传统文化，营造欢乐祥和的节日氛围，1月13日，郑州市中原区西流湖街道水木清城社区开展“写春联 迎新春”主题活动。写春联是增强春节文化韵味的形式之一，飘着墨香的春联更有年味。我们要不断发掘春节的文化价值，让传统春节更富文化韵味和文化魅力，使其在新的时代背景下焕发新的活力。

## 齐心协力 守护春运归途

苏平：1月14日，2025年春运拉开帷幕，齐心协力保障春运平安便捷出行，关系着人民群众的切身利益，更关系着亿万家庭的新春团圆。春运是关系人民群众切身利益，关系经济发展和社

## ■世象漫说



## ■有感而发

## “职工春晚”展现劳动者时代风采

1月11日晚，“情暖职工 浓情莞邑”2025年东莞市总工会职工新春晚会在市工人文化宫精彩上演。近千名职工群众齐聚一堂、共迎佳节、共享团圆，可谓是一次工会“娘家”与职工群众的温暖相聚。（1月16日《南方工报》）

“职工春晚”是一线劳动者自己的舞台，这样的春晚接地气，充满了浓厚的职工文化气息，值得点赞。

一线职工登台献艺，身边人演“身边事”，这对于广大劳动者来说，不仅是春节的联欢，更展示出新时代建设者的风采和精神面貌。一方面，节目内容贴近职工日常生活，反映普通群众的喜怒哀乐和思想感情，更容易引起共鸣，增强感染力和吸引力。另一方面，可以让职工在享受年味的同时，活跃精神文化生活，唱响“劳动光荣”的进行曲，凝聚起奋进的力量。此外，职工参

与“职工春晚”筹办与节目排练，增强了职工之间的互动沟通，也拉近了工会与职工的距离。

如何利用春节这一契机，为广大职工带来更多元、更高质的文化体验，推动职工文化的繁荣与发展，激励大家在新的一年里奋勇前进，“职工春晚”是一个很好的形式。期待各地工会组织把“职工春晚”办起来，让更多职工走上舞台，唱响对美好生活的向往和追求。 □刘予涵

## ■长话短说

## 外卖跑的每一单都是民生

从饭馆后厨到顾客家门口，从街头骑手到处理消费纠纷的客服……当我们打开手机外卖App，地图上跑动的每一张订单，都承载着民生。

就业是最大的民生。

目前全国日均外卖订单超过8000万单，这一数据背后的供应链涉及上亿人。从瞬时生成到送达签收完成，最多1个小时左右的时间里，包含着数不尽的民生故事。

超大市场也是民生。

目前中国网上外卖用户规模达5.45亿人。经济规模超万亿美元的全球最大外卖市场，是由风雨无阻的上千万骑手大军跑出来的，是对超大规模市场潜力的形象注脚。

行业规模年均增长超20%。在大城市出现一定程度饱和趋势同时，县域生活外卖订单量年均复合增长率超40%。在优化城市存量市场结构同时，向强劲增长的县域外卖市场“下沉”潜力巨大。

“不识庐山真面目，只缘身在此山中。”一些外国友人来到中国，常感叹点外卖很方便，而这“方便”的背后，是发达互联网技术与超大规模市场的深度融合，是勤劳的生产者服务者与庞大的消费者的深度融合。我们要以敬畏之心感受每一份订单背后成长的韧性。

如今，外卖市场还在成长。有专家预测，县域外卖市场是一个新增长点，有本地特色生产、乡土服务、当地消费特征，也是返乡创业就业好去处。

外卖市场的成长壮大，需要各方面携手，从呵护每一份订单、每一名骑手、每一款卖品开始，让外卖不断温暖你我，推动大市场发展越来越好。 据新华社