

# “智能”成关键 职业教育专业更新

提升职业教育水平,是“十四五”发展规划中的重要一环。3月22日,教育部官方印发出新的《职业教育专业目录(2021年)》(以下简称《目录》),对职业教育专业设置进行了重新修订。据了解,此次新版《目录》按照“十四五”国家经济社会发展和2035年远景目标对职业教育的总体要求,统一采用专业大类、专业类、专业三级分类,对中等职业教育、高等职业教育专科、高等职业教育本科不同层次专业进行了一体化设计。旨在引导相关职业院校探索新的专业设置和人才培养路径,同时推动专业升级和数字化改造,提高职业教育适应性。

## 中高职一体化

据了解,新版《目录》共设置了19个专业大类、97个专业类、1349个专业,其中中职专业358个、高职专科专业744个、高职本科专业247个。与原有目录相比,新版《目录》统一了目录体例框架,依据国民经济行业分类、职业分类,兼顾学科分类,确定了《目录》专业大类、专业类划分。以原高职专科专业目录框架为基础,将原中职专业目录由2级调整为3级,统筹高职本科专业,形成《目录》框架。

同时《目录》还对专业设置进行了统筹调整,与中职专业目录(2010年)及近年增补专业相比,中职保留了171个,调整(含新增、更名、合并、撤销、归属调整、拆分,下同)225个,调整幅度达到61.1%;高职专科较高职(专科)专业目录(2015年)及历年增补专业,保留414个,调整439个,调整幅度56.4%;高职本科较试点专业清单保留了39个,调整208个,调整幅度最大,达到260%。

数据统计显示,全国职业学校目前共开设了1300余个专业,覆盖了国民经济各领域,专业布点10余万个,每年培养1000万左右的高素质技术技能人才。同时,一线新增从业者

## 《职业教育专业目录(2021年)》总体情况



三级分类 | 19个专业大类 / 97个专业类 / 1349个专业

一体化设计  
不同层次专业

中等职业教育 >> 中职专业358个  
高等职业教育专科 >> 高职专科专业744个  
高等职业教育本科 >> 高职本科专业247个

## 增补调整对比

>> 中职 <<

保留171个  
调整225个  
调整幅度61.1%

>> 高职专科较高职(专科)专业目录(2015年)及历年增补专业 <<

保留414个  
调整439个  
调整幅度56.4%

>> 高职本科较试点专业清单 <<

保留39个  
调整208个  
调整幅度260%

(注:调整包含新增、更名、合并、撤销、归属调整、拆分)

员有70%以上来自职业院校毕业生,由此可见,发展职业教育是推动社会发展的重要一环。教育部职业教育与成人教育司负责人也表示,此次新版《目录》的出台,全面覆盖了联合国产业分类中所列全部41个工业大类以及国家发布的新职业,对接岗位群需求,兼顾学科分类,在厘清产业、职业、岗位、专业间关系的基础上,对不同层次的专业定位重新进行了科学界定。

## 面向技术重点领域

值得注意的是,为全面落实“十四五”规划和2035年远景目标的战略部署,此次新版《目录》在专业的更新上向国家战略性新兴产业发展方向侧重,面向九大重点领域,设置对应专业。包括集成电路技术、生物信息技术、新能源材料应用技术、智能光电制造技术、智

能制造装备技术等专业。同时,在现代服务业重点领域、人才紧缺领域中《目录》也设置了婴幼儿托育服务与管理、智慧健康养老服务与管理、现代家政管理、冰雪运动与管理等相关专业。

此外《目录》还对临床医学、教育、公安、司法涉警等国家控制专业进行了调整,撤销中职学前教育专业,引导有关学校转设幼儿保育专业;撤销中职农村医学专业,引导有关学校进一步优化医药卫生类专业结构,加强布局婴幼儿托育、养老服务、健康管理等大健康相关专业。同时,根据有关管理体制改组情况《目录》撤销了防火管理、森林消防等公安类国控专业,在安全类中设置应急救援技术、消防救援技术、森林草原防火技术等非国控专业。

在服务新业态、新职业,补齐人才短板方面《目录》也进行了一定调整,对标新时期新

兴产业和新职业的发展。而就在不久前,人社部、国家市场监督管理总局、国家统计局三部门联合发布了18个新职业,包括集成电路工程技术人员、企业合规师、公司金融顾问等等。此次《目录》的更新也将助力数字化发展大背景下适配人才的培养和更新。

北京市求实职业学校校长林安杰在接受采访时表示,此次教育部出台的新版《目录》站在各个职业和新兴职业的前沿来设置是非常有必要的。“这样设置能够让职业教育更有吸引力,而且能够解决一些‘卡脖子’问题。”同时,林安杰也进一步指出,未来的职业教育培训还需要有更深入和更细致的发展,很多大众化的专业内容还有待深耕。职业教育的培训面很广,不能光盯着新兴专业和时髦专业。提升、重视职业教育需要更多的关注点,比如政府要引导尊重劳动者的社会风气,普及各行各业的职业培训,在提升工人的职业

素养上下功夫。同时,也要在老旧专业上进行新的革新;‘新瓶装旧酒’是一种发展方式。这样,通过多种方式,才能让职业教育焕发新的青春。”

## 推动高职学士学位授予

据悉,此次新版《目录》自发布之日起施行。自2021年起,职业院校拟招生的专业设置与管理也将按《目录》及相应专业设置管理办法执行。对此,教育部职业教育与成人教育司负责人提示,在新版《目录》发布的同时,新旧职业教育专业目录对照表也已公布,各校可以此为指南,做好专业衔接工作。目前,各校在校内按所学的原专业名称保持不变,培养至毕业,同时,学校要依据专业内涵变化对人才培养方案进行必要的调整更新。

值得一提的是,对于外界关注的“职普融通”、打通职教学生深造通道等问题上《目录》围绕有关领域对高层次技术技能人才的需求,聚焦急需长学制培养的相关专业,论证设置了247个高职本科专业,这些专业对接岗位(群),在培养目标、专业定位、职业面向、培养模式、课程体系、专业设置要求上体现了职业教育类型特征。教育部职业教育与成人教育司负责人也透露,教育部有关司局正在组织研究高职本科专业授予学士学位的具体政策,未来将按程序发布。

对此,北京电子科技职业学院副院长辛秀兰表示,这些举措能够促进“职普融通”的发展,为职业院校孩子的下一步深造学习搭建桥梁。“职业本科专业的设置和发展能够让有一技之长的孩子读完大专之后,继续在同一个领域进行职业本科深造学习,这样的政策能够促进中国的职业教育与发达国家的职业教育接轨,促进中国构建现代职教体系。”

北京商报记者 程铭劼 赵博宇

# 收并购狂奔 碧桂园服务规模化不减

继恒大物业发布全年业绩报告后,碧桂园服务也于3月22日晚间发布了2020年度业绩报告。作为上市物管企业“老大”,碧桂园服务的年报成绩,一定程度上反映了行业的冷暖。

2020年全年,碧桂园服务实现收入约156亿元,同比增长约61.7%;实现净利润约27.82亿元,同比增长约61.9%;股东应占利润约26.86亿元,同比增长约60.8%。而在营收双收的背后,碧桂园则是靠着收并购来推高增值服务,同时,对母公司依赖症改善未解除。

## 营收与行政开支同涨

财报数据显示,2020年碧桂园服务收入由2019年同期约96.45亿元增至约156亿元,增幅约61.7%;年内净利润由2019年同期约17.18亿元增至约27.82亿元,增幅约61.9%。

在物管规模方面,截至2020年12月31日,碧桂园服务(三供一业)业务外的物业服务收费管理面积由2019年12月31日约2.76亿平方米增加约1.01亿平方米至约3.77亿平方米,除(三供一业)业务外的物业服务合同管理面积由2019年12月31日约6.85亿平方米增加约1.36亿平方米至约8.21亿平方米。

就在前不久,恒大物业发布年报显示,2020年全年,恒大物业实现营业收入约105.09亿元,同比增长约43.31%;股东应占利润约26.47亿元,同比增长约184.49%;每股盈利0.26元。

按照这一系列数据,碧桂园再次稳坐物管企业老大的位置。但营业收入、净利润高速增长,与碧桂园服务的业务规模扩张密不可分,这同样也带来了行政开支大幅提升。财报数据显示,2020年碧桂园服务行政开支约19.5亿元,较截至2019年12月31日止年度的约12.08亿元增加约61.5%。

碧桂园服务方面解释称,行政开支增加主要是由于集团业务规模随着总收费管理面积增加而扩大,及因年内新采纳的购股权计划产生的购股权开支约2.27亿元;购股权开支由2019年同期约1437万元增加至约2.34亿

元。剔除上述购股权开支因素后,行政开支率则由2019年同期约12.4%下降1.4个百分点至约11%。

## 收并购推动增值服务增长

目前碧桂园服务的业务线主要包括:物业管理服务,社区增值服务,非业主增值服务(三供一业)业务及城市服务。而对于增值服务的态度,在上市之初,其管理层就曾表示:“增值服务才是我们决战的主战场”。

2020年,碧桂园服务物业管理服务收入约86.07亿元,同比增长49.7%,占总收入比约55.2%,较2019年同期下降约4.4个百分点;而社区增值服务收入同比增加约100.1%至约17.3亿元,占总收入比约11.1%,较2019年同期增长3.1个百分点;非业主增值服务收入13.69亿元,降幅约3.7%,较2019年同期下降4.9个百分点。社区增值服务已成为碧桂园服务第二大利润点。

碧桂园服务方面将其归为深入盘活并整合社区及社区周边资源,以及通过收购城市纵横使得社区传媒服务收入进一步增长。

值得一提的是,2020年碧桂园服务的城市服务收入由截至2019年12月31日止年度约6840万元增至约8.84亿元,增幅大增约1192.5%,占总收入比约5.7%,2019年同期约为0.7%。而该项服务收入的增长主要源于年内通过收购满园及东飞所带来的业务大幅增长。

两相对比发现,碧桂园服务在增值服务方面的收入增长,多来自于收并购带来的提升。对此,地产分析师严跃进表示,收并购带来的业绩增长,并不能完全反映增长服务的具体表现,而且其具有不可复制性。举例来说,城市服务收入虽然大幅增至8.84亿元,但其毛利率却由2019年底的38.7%下降至32.5%。但值得肯定的是,碧桂园服务对于增值服务的态度是明确的,一系列动作也代表其未来发展的方向。

在同日召开的业绩会上,碧桂园服务执

行董事兼总裁李长江强调,未来五年,碧桂园服务将实现各种业务齐头并进,在物业服务、增值服务、商写、城市服务等方面实现千亿营收的突破。

## 对母公司依赖症改善未解除

受疫情影响,2020年整体市场表现不佳,但物业管理板块却异军突起,物业公司上市呈“井喷”状态。

那么作为上市物管企业“老大”的碧桂园服务,是否摆脱了对母公司的依赖?

财报数据显示,碧桂园服务在2020年物业管理服务收入中,由碧桂园集团开发的物业收入约为61.95亿元,占整体物业管理服务收入的72%,由独立第三方开发商开发的物业收入为24.12亿元,占整体物业管理服务收入的28%,较去年同期上升了3.7个百分点。

梳理过往财报,碧桂园服务2019年由独立第三方开发商开发的物业收入约为14亿元,占整体物业管理服务收入的24.3%。2018年,这一收入约为3.91亿元,仅占整体物业管理服务收入的11.4%。

中指物业事业部副总经理牛晓娟在接受北京商报记者采访时曾表示,2020年物管行业百强企业中有开发背景的企业数量占比近八成,这些企业的管理面积中平均数约六成来自兄弟开发公司。

从具体表现上看,碧桂园服务独立第三方的物业开发占比呈逐年递增趋势,但目前体量仍较小。

严跃进分析称,受房企分拆上市特性,物业公司依赖母公司是普遍现象。短期来看,此类物业公司的规模一方面需要母公司来扩大在管面积,另一方面则需要通过收并购来实现规模增长。就碧桂园服务而言,此次其物业管理服务的收入占比是下降的。也就是说,除收并购手段外,未来碧桂园服务也可以依靠增值服务的成长,来逐渐摆脱对母公司的依赖。

北京商报记者 卢扬 王寅浩

# 注销超4万 传统KTV寻转机

北京商报讯(记者 郑蕊)曾经如日中天的传统KTV,如今却面临着生存之战,不仅在消费群体上正逐渐流失年轻客群,也面临着内外环境的双重冲击。

“截至2021年3月,我国共有6.4万家在业/存续的KTV相关企业,已注销或吊销的企业超4万家。”日前的一组公开数据,让KTV的发展现状再次摆在了众人眼前。经营KTV如今真的成了一桩不好做的生意了吗?

“对于一些相对传统的KTV经营者,现在的生意确实没有以前那么好做。”在海淀区已经经营KTV三年的张先生表示:“以前的KTV,是很多消费者在休闲娱乐时的主要选择,但现在年轻人可以去看电影、玩密室和剧本杀,各种各样的娱乐产品均摆在消费者的面前,导致年轻人迅速被分流。再加上KTV行业内部也出现了前几年大火后的迷你KTV,还有当下的在线KTV软件,肯定会削减选择传统KTV的消费者。”

值得注意的是,KTV的经营成本也成为不可小觑的压力。据张先生透露,在月租金上,中小型KTV大多为几万元,但地段较好、空间相对较大的场地,月租金可在10万元以上,再加上人力成本、水电和设备损耗,加起来也是一笔不小的数字。

而在现阶段,KTV经营者们也在寻找着破局之路。此时,在KTV中融入其他业态成为不少经营者的选择。

北京商报记者发现:“火锅+KTV”已经成为市场中相对较为常见的融合业态,不仅KTV会加入火锅,部分餐厅也会融入KTV的设计,来夺取消费者的目光。与此同时,KTV还会与桌游等进行融合,并配套多种类型的桌游牌供消费者选择。

这一设置也引起部分消费者的注

意。其中,消费者宋女士认为,融合其他新业态的KTV确实比传统KTV更有吸引力,毕竟此前的KTV只能唱歌,最多有一些简单的餐饮,但加入了火锅或是桌游等其他消费产品,意味着在该空间内可以进行的休闲活动更为多样,增添了更多不同的体验。

毋庸置疑,随着近年来线下娱乐业在消费品类上的快速“上新”,消费者如今有了更多的选择。在越来越多的人都将KTV视作夕阳产业的时候,也有不少经营者和投资人对其仍持有信心。

身处KTV业近20年的刘卿告诉北京商报记者:“春节之后,我基本没有干别的,就是在到处找地,我要再投资一家KTV。”在他看来,传统KTV正在经历着触底反弹的阶段,对于了解这个行业的人来说,反而应当抓住机会。

如今,为了应对行业竞争、缓解经营压力,经营者们都在采取不同措施来增加营收渠道。开放店内餐饮业务、在店内制作外卖并销售等等,然而,以上收入相较于停止营业所带来的损失,仍只能抵消其中的一部分。在从业者看来,商家可以让服务项目多样化,开发更有创意的、适合年轻人的项目,扩大经营范围,减少对自身的影响。

北京某KTV上地店相关负责人邹先生表示,从去年出到今年初,即便是在疫情暴发的时期,所有员工都没有想到放弃,如今随着线下娱乐业的逐渐回暖,更要加倍努力;作为经营者,首先你要明白自己能给消费者的是什么,我个人认为现在的娱乐体验永远是线上技术无法取代的,而KTV能给消费者提供一个舒适的社交平台,所以,在这个过程中,做好服务,如何提升服务质量,强化消费者的线下体验,是我们接下来的工作关键。”