

顶流淄博的打造与打磨

强势出圈

“该吃吃,该喝喝,烧烤先让给外地人。”身为淄博人,小张不无自豪地向北京商报记者说出了这句话。

凭借烧烤出圈以后,淄博成了顶流。小张也被“幸福”砸中。近期,已有不少朋友找他要游玩淄博的攻略,他也看着淄博的牧羊村、玉米地、赵一家等淄博烧烤店逐渐“沦陷”在游客汇成的人海里。

与小张的所见所闻相对应的是,淄博市确已靠着烧烤这张城市名片强势“出圈”,成为近期爆火的网红城市。天眼查App显示,淄博市多家烧烤店于近日注册成立,截至4月16日,淄博4月已新增烧烤相关企业170余家,目前淄博市拥有烧烤相关企业超3000家,2022年新增烧烤相关注册企业470余家,增速达20.6%。

同时,美团数据显示,4月14日、15日两天,“淄博”火车票搜索增幅位居全国第一,环比增长988%。与此同时,烧烤也带动了淄博甚至山东景点门票等生活服务业的发展。美团、大众点评数据显示,“五一”期间淄博旅游订单(含酒店、景点门票)同比增长超2000%。

对淄博市的考验也随着热度迅速袭来,首当其冲的,便是常被挂齿的监管问题。

4月17日,游客称在淄博一烧烤店遇强制消费#与游客淄博买饼被宰网友转账补差价#同时登上微博热搜。据悉,4月15日,游客称自己在山东淄博市一烧烤店就餐时,老板以顾客太多食材短缺为由,不让顾客自主点单。同时,一男子近日来到淄博旅行后分享了自己的旅行日常,其中他以20元/盒的价格买下一盒锅饼。直到第二天,这名男子才发现锅饼其实买贵了,正常价格在6块左右。

“一个城市客流量越大或社会的关注度越高,出现问题新闻的可能性就越大。”中国

“流量”这把双刃剑为淄博市带来了客流,也带来了质疑。4月16日,淄博市发展和改革委员会、淄博市市场监督管理局发布《关于规范经营者价格行为提醒告诫书》(以下简称《告诫书》),对淄博广大经营者、行业协会商会及相关单位提醒告诫。

有关分析认为,严格监管、烧烤文化、全方位服务正被淄博市打造成新的“城市名片”,但如何让“网红”变“长红”,仍待淄博对“城市名片”进行精细打磨,而这些经验也将成为下一个网红城市宝贵的成长财富。



未来研究会旅游分会副会长、北京旅游学会常务理事刘思敏在接受北京商报记者采访时表示,“对于淄博而言,成为‘网红’城市以后,更容易被人用放大镜看问题,一方面,这是意料之中的现象;另一方面,也提示着淄博进一步打磨好自己的城市名片。”

长效之道

淄博如今已然行走在“风口浪尖”。因而,无论是政府还是个人,都在抓住机会为淄博的口碑添砖加瓦。

《告诫书》要求各相关经营者应当根据商品和服务、行业、区域等特点,在经营场所醒目位置公示商品、服务价格,做到真实准确、货签对位、标识醒目。同时,不得使用欺骗性和误导性的语言、文字、图片、计量单位等虚假标价、模糊标价,不得以虚假折扣、虚构原

价、误导性标示等诱导消费者进行交易,不得收取高于标价或标价之外未标明的费用。

此外,在游客淄博买饼被宰事件中,当事游客也收到不少来自淄博人民的道歉信息,还有人直接转账给博主致歉。

但是,要想进一步打磨好“城市名片”,淄博仍需打出更多组合拳。北京社科院研究员王鹏向北京商报记者介绍,淄博首先需要做的便是避免短视。“政府要加强对于商家的引导,不能因为这一波人气而只想赚一笔快钱。”王鹏说。

此外,刘思敏认为,淄博的烧烤产业仍处于比较原始、初级的状态,究竟怎么将之进一步打磨好,还有很多功课要做。对此,王鹏认为,淄博可以借助这一波烧烤的热度进行综合性的开发,以烧烤产业为核心,带动其他的餐饮文化旅游整体品质的提升,让淄博的各个主体形成产业链条。

刘思敏同样认为,可以在烧烤方面形成稳定的产品形态,然后吸引稳定的客源,同时,还可从烧烤出发,多方面体现城市的幸福感、满意度,以打造宜居城市的形象。

“热点之后还会有新的热点,仅靠热度‘吃老本’是不能持久的。”王鹏认为,除了传统的烧烤产业之外,还可以把产业链延长,与当地的道家文化、财神文化结合,深度开发一些线上线下相结合的文旅线路,在其中安排剧本杀、网红打卡地等内容,以形成更加深度的、更具差异性的长效之道。

找准定位

近年来,中国城市化的高速进展,让每个城市的基础建设、硬件设施都焕然一新,但千篇一律的高楼大厦也让各个城市都在苦思冥想,寻找各自的差异化博“出圈”。淄博

的成功,无疑给下一个网红城市提供了思路与借鉴。

在刘思敏看来,淄博的其中一个经验,便是“特点”。他指出,每个城市都有自己的形象,对于各个城市而言,都需要找准自己的特色,做好自我形象的设计和定位,然后将之推向社会和公众。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅向北京商报记者指出,文化是各地在旅游上最好的资源。“要以旅彰文,让旅游助力文化传承,通过文旅结合实现进一步拉动内需、践行城市更新和乡村振兴,繁荣市场、扩大就业、畅通国内大循环,促进国内国际双循环。”袁帅表示。

此外,袁帅指出,中国已全面进入“碎片化旅游时代”,“90后”新消费主体的登场,正自下而上地加速着供应链的迭代,消费移动化、需求个性化、目的地IP化、产品细分化的趋势日益明显,特别是对“烟火气”“地气儿”“沉浸式”等的迎合度,这在淄博等地的经济振兴发展中也有所体现。

在淄博经验之外,袁帅也建议,各地要顺应数字化、网络化、智能化发展趋势打造智慧全域旅游升级态势,同时推进区域旅游合作体系建设,将传统旅游与数字技术、电子商务、直播、融媒体等有机结合,提高资源利用效率,从而切实提高旅游业等第三产业服务的质和效。

据悉,今年初甘孜“网红局长”刘洪、道孚“变装局长”降泽多吉等文旅局长用好融媒体,出镜为家乡代言,便赢得了众多网友的点赞。

袁帅认为,无论是当下的淄博还是未来的网红城市,从“网红”到“长红”并非易事。“这需要当地本土全域各界的共同努力,持续发力,以点带线,从而形成全域联动。”袁帅表示,“这是一个持续系统性工程。”

北京商报记者 金朝力 冉黎黎

西街观察 Xijie observation

网约车高抽成怎么治

陶凤

4月17日,交通运输部发布工作方案,要求新业态平台企业降低过高抽成,推动主要网约车和道路货运新业态平台公司降低过高的抽成比例或者会员费上限,并向社会公开发布。

新规对网约车高抽成提出了明确的监管思路,既要降低过高的比例,同时强调了透明化。两方面同时对准了当前的行业痛点。

网约车相比于传统出租车的优势在于,运用价格机制调整司乘双方的服务供给和消费行为,改善整体的交通效率和出行体验。

而形成较大规模以后的平台公司为传统行业赋能的同时,也出现了服务费抽成不透明不合理、强制入驻用户“选独家”等新问题。

这就解释了网约车带给大众出行短暂的蜜月体验之后,消费者吐槽网约车打车越来越贵,司机抱怨平台抽成越来越高。

近年来,监管频繁对网约车合规发声。针对“抽成比例高”“低价恶性竞争”等问题,交通运输部多次约谈网约车平台和货运平台。

从横向上看,具体抽成比例,各平台自己披露甚少。根据交通运输部公布的数据,目前网约车各主要平台公司的抽成比例上限在18%-30%之间,部分平台采用浮动式抽成。

而另一些聚合类网约车不直接采用司机订单的抽成,而是向提供运力服务的网约车平台收取信息服务费。

网约车高抽成的治理,“账单”成为关键一步。乘客对账单、司机账单透明化,可进一步追踪抽成比例是否合理、服务费收取标准如何制定。

账单透明,司机可以实时了解自己的收入构成,方便后续的维权,也方便乘客和社会公众了解平台和司机的收入构成,规避大数据“杀熟”等现象。

乘客对账单、司机账单透明看似一小步,无论是补贴、抽成、优惠,把“糊涂账”变为“明白账”,是行业规范的一大步。由此而来,无论是“高抽成”还是“低价恶性竞争”都有迹可循。

而回归纵向看个体高抽成,依然要从反垄断、劳动者权益保护等层面对平台加强监管。一方面市场准入不过分限制新平台的进入,由于行业垄断认定难度较高,另一方面要创新反垄断监管机制,做到动态监测,让平台间竞争的现实可得,司机和乘客维权成本降低。

在具体的劳动者权益层面,互联网平台所构建的驾驶员新型就业关系中,平台与驾驶员的地位天然不平等,而算法不透明加剧了这一趋势,推进平台经营的透明度,保障网约车司机的劳动报酬权同样刻不容缓。

高校优化学科追赶新经济

求职者,而随着毕业季的临近,大学生的就业问题也再次成为社会关注的焦点。据了解,由于竞争激烈,学科专业的重要性也日益凸显,越来越多的学生们已开始把就业前置,在高考中就挑选比较有前景的专业。

此外,北京商报记者发现,目前网上关于热门专业的推荐比比皆是,其中机械制造、计算机科学与技术仍然名列前茅,而包括核能、金融、高端服务业也逐渐成为热门专业。

调整

“从今年到2025年,不到三年时间,还要对五分之一的学科专业进行调整优化,力度之大可想而知。”中国人民大学国家发展与战略研究院研究员、公共管理学院教授马亮解析《改革方案》时说。

据记者对之前撤销本科专业名单的不完全统计,2014-2021年的八年时间里,共有90所学校撤销了公共事业与管理专业,86所学校撤销了信息管理与信息专业,83所学校撤销了服装与服装设计专业,62所学校撤销了信息与计算科学专业,57所学校撤销了产品设计专业。

对于为何撤销本科专业名单中高居榜首的公共事业与管理专业,多位受访专家给出了相似的观点,公共事业管理专业较为空泛,杂而不精,没有更为聚焦的专业化学习,会导致该专业学生竞争力较低。此外,据相关数据显示,公共事业管理专业的职位需求,2019年比2018年下降了31%,2020年比2019年又下降了37%。

中国童装博物馆馆长、北京服装学院客座教授钟漫天在接受北京商报记者采访时表示:“我国服装行业的教育整体是滞后的,后来随着服装市场化加速,才开始有了服装学院的高等教育。如今,我国的服装行业以量化生产为主,一些服装厂大量需要的还是掌握生产技术的人才,随着智能制造不断发展,服装行业整体产能过剩,也就造成了社会对服装与服装设计专业人才需求量的减少。”

“高校专业发展的小逻辑,必须服从经济社会

发展的大逻辑,高校专业设置的第一准则是社会需求。”教育部副部长吴岩曾指出。高校本科专业的设置是经济社会发展对人才需求的“晴雨表”,作为高校专业人才培养的基础单元,其质量和结构与经济社会的发展紧密相关。

转变

新的《改革方案》明确,学科专业调整优化要增删挂钩,新设一批适应新技术、新产业、新业态、新模式的学科专业,淘汰一批不适应经济社会发展需要的学科专业,基础学科特别是理科和基础医科本科专业占比进一步提高。

有关分析认为,在GPT等新一代人工智能技术的影响下,机器换人的趋势不可阻挡,未来职场人士的工作将更加表现为人机协同。因此,专业设置需与时俱进,加快撤销和停招可能被人工智能技术“抢饭碗”的学科专业,避免学生面临毕业即失业的风险。同时,推动更多高校设置“AI+”的相关学科专业;也可以推动各类学科专业增设人工智能相关课程,打造“专业+AI”的培养体系,更好地同人工智能技术发展趋势相融合。

在北京师范大学政府管理学院副院长、产业经济中心主任宋向清看来,未来的人才培养模式也应当有所转变,从生产者向创造者进行转换,从模仿者向创新者进行转变,既要符合高等教育发展的历史规律,也要符合现代经济社会发展的需求。

据了解,一些正在被撤销的专业也并非完全不被社会所需要,专业被撤销也多源于学科体系本身的演化与升级。

杭州余杭教育科学研究所原副所长陶华坤认为,专业教育的目标是培养能够胜任专业工作的实践者,给职场新手提供足够的知识和技能。专业教育是基于实践、基于研究的教育,专业教育应与时俱进,是一个终身的过程。而高等教育应该拓宽其教育面,使其成为终身教育的引擎,高等教育需要从“为就业而教”向技能型教育和创新型教育转型。

北京商报记者 金朝力 张晗