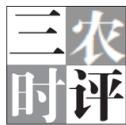


# “月入2.5万元”，高薪为何仍缺人？

□□ 刘知宜



“月入2.5万元的瓦工”，你愿意做吗？据媒体报道称，一位瓦匠以“月薪5000元包吃住”的条件招收学徒，而学成后的瓦工月收入可达2.5万元左右，这一收入水平在网上引起广泛讨论。

据业内人士说，近年来，泥瓦工收入呈直线上涨，原因何在？这与总体人力用工费用上涨有关，但更主要的原因在于供不应求。近年来，“本科生满地跑，技术工无处找”的供需不平衡现象增多，建筑装修行业招工难、“用工荒”等新闻频频引发关注。根据人力资源和社会保障部数据以及中国蓝领群体就业研究报告(2022)》，虽然我国蓝领群体规模达4亿人，但近年来我国技能劳动者的求人倍率超过1.5，即每150个岗位只有100位求职者，高级技工的求人倍率甚至达到2以上，缺口可达千万人。从业人数数量无法满足市场需求，也成为瓦工收入提高的大背景。

“月入2.5万元”的工作为何还没有成为“香饽饽”？高薪之下仍然缺人，恰恰反映出传统技术工种面临的一些现实问题。一方面是劳动付出与收入回报的“性价比”不高。比起多数白领工作，以建筑

在“大国制造”向“大国智造”转变的时代浪潮下，蓝领职业发展更应受到重视。唯有从职业发展、权益保障、社会认同等各方面发力完善其就业环境，“月入两万多”的工作才能真正“吃香”。

工人、水电工为代表的蓝领工种往往需要付出更多体力劳动，长时间处在脏污、噪声环境中，容易面对风险、积累伤病，因此即使很多蓝领收入超过白领，二者仍呈现出供需错配现象。另一方面，如泥瓦匠、电工等需求缺口较大的职业工种具有一定技术门槛，高收入对应的是高技术水平与行业经验，需要较长时间的学习培养过程。“月入2.5万元”并不是所有蓝领工种的普遍常态，纯粹体力劳动的“普蓝”与技能型“深蓝”、有高级专业技能的“锐蓝”之间，也存在较大收入差距。学徒期几千元的收入往往比不上外卖员、快递员等职业，让许多年轻人不愿意选择从事传统建筑行业，而职业教育对市场需求反映也存在一定滞后性，使一些传统技术工种“供血”不足，产生断层。

障不够、社会认同不足等成为传统技术工人从业意愿的深层次阻碍。部分传统蓝领工种没有足够的晋升、转业、创业渠道，职业难以成为事业；建筑工人、泥瓦匠、水电工等大多具有工作强度大、风险较高、收入不稳定等特点，其权益保障问题更应得到关注。此外，虽然目前全社会尊重关爱农民工的氛围越来越浓厚，但仍有个别人对传统技术工人存在“低收入”“低门槛”“不新鲜”的偏见，客观上也影响了他们的职业获得感和价值感。

近年来，相关部门通过大力推动职业教育、加强技能人才职称评定、强化平等就业服务和权益保障等一系列政策举措，改善了蓝领就业环境。下一步还要有针对性地对解决好其职业发展面临的现实问题，消除他们的后顾之忧。

要在提升蓝领收入水平的同时，加

大力度提升其职业获得感和认同感。一方面，要进一步拓宽职业上升渠道，推动蓝领工人由劳动密集型向技能型、智能型转变，加快职业技能标准开发，增加职业教育培训机会，在技术工人职业晋升方面给予更多支持。另一方面，要进一步加强宣传引导，在全社会营造尊重劳动、崇尚技能的良好氛围，大力弘扬工匠精神，发挥工会组织等作用，更好满足蓝领群体在生活、社交、情感和自我实现等方面的需求。

另外，职业教育也要及时跟上。充实蓝领人才队伍，需要“造血”，也需要“供血”。要健全职业教育培养体系，培养更多兼具技术理论、应用操作能力以及管理创新能力的高素质人才，更好满足产业发展需求，提升蓝领工人就业增收能力。还要引导树立正确的教育观、成才观，让职业教育随着产业发展和蓝领收入提升也变得越来越“吃香”。

在“大国制造”向“大国智造”转变的时代浪潮下，蓝领职业发展更应受到重视。唯有从职业发展、权益保障、社会认同等多方面发力，“月入2.5万元”的工作才能真正“吃香”。



本期关键词  
基层考核指标

据《半月谈》近期报道，一些地方考核基层干部的指标越来越细，赋分越来越具体，有些地方“千分制”不够用，出现了“双千分制”；还有的地方考核越来越密集，挤占了干工作、抓落实的时间。有的干部表示负担很重；一位县级领导干部坦言，有些考核指标更多是考核眼下，一些打基础利长远的工作反映不出来。对此，你怎么看？

## 指标设定要精准不要“过度”

□□ 文科

考核指标越来越细，赋分越来越具体，乍看之下是工作精细化的体现，实则是过度考核。笔者以为，要想让基层干部考核精简有效，首先要正确区分“精细化考核”和“过度考核”。

说一千、道一万，考核有没有实效是关键。精细化考核可以精准检视干部工作成效，引导其改正不足之处，科

学调整工作思路和方法。过度考核要么占用大量时间，要么对同一情况重复考核，基层干部不仅没有获得有效引导，还被分散了精力，反而不利于解决问题、服务群众。

建议给考核“瘦身”，把重复的考核内容删减，相近的事项合并，让每一个考核指标都能落在“点”上，做到精准有效。

## 不能一把尺子量长短

□□ 叶佳露

在实际工作中，不同地区和岗位的情况有所不同，因此考核不能都用一把尺子量长短，而应当根据实际情况制定针对性强的考核指标。

首先，在出台某项考核指标前，要深入调研基层工作特点，摸清基层工作的重点难点痛点，让共性指标和个性指标相得益彰，主观评价和客观考

核兼而有之，避免考核指标脱离实际情况。其次，要针对不同层级、不同岗位的干部，分别列出差异化考核指标，增强其科学性、针对性和可操作性。再次，不能只对眼前易出成绩的事项进行考核，还要多结合各地实际情况，关注利长远的事项，更好发挥考核的“指挥棒”作用。

## 摆脱“纸面考核”束缚

□□ 刘尚

眼下，一些地方在考核干部时多以填表格、打分测评为主，将考核工作“锁”在办公室里。另外，“纸面考核”的过分细化，容易让基层干部在执行政策时过多受到条条框框的束缚，不利于发挥创造性和灵活性。

应摆脱“纸面考核”的束缚，多去田间

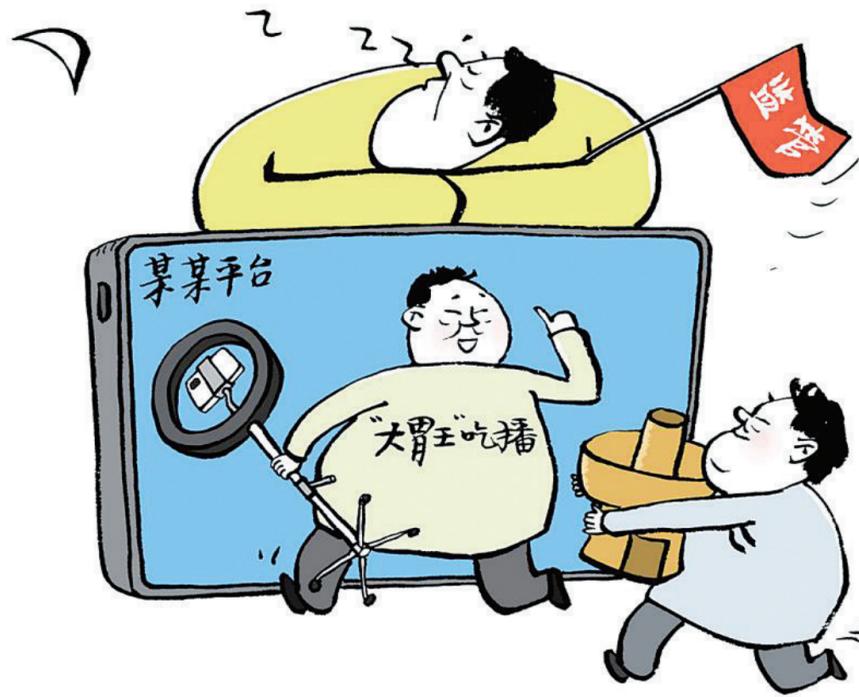
地头，多听群众意见。实地考察虽然可能花费更多时间和精力，但倘若用这一办法，不仅能检验出干部的工作实效，还可以有效帮助他们调整工作方向，并增强考核灵活性，倒逼基层干部环境优化。要科学合理设计好问题提纲，听取各方意见，关注不同侧面，确保考核结果客观真实。

前不久有媒体报道，一些网络平台上的“大胃王”吃播又悄然露头。不仅假吃催吐、浪费食物等问题依然存在，而且为了躲避监管和平台审核，有的主播在晚上11点以后上线，用夸张的胡吃海塞博眼球、赚流量，推销产品或植入广告。

“大胃王”吃播表面是分享美食，实际是利用网友“云解馋”、舒缓情绪等需求带货赚钱。为营造“大胃王”人设，有的主播在短时间内吃掉大量食物，甚至与其他主播连麦竞赛，比谁吃得多吃得快，这种畸形的营销不仅浪费食物，对主播身体健康造成损害，在网络平台广泛传播还容易传递不健康的饮食方式，与节约食物要求相悖，亟须加强监管和整改。

早在2021年，国家发展改革委等部门就发布《反食品浪费工作方案》明确提出，禁止广播电台、电视台、网络音视频服务提供者制作、发布、传播宣扬大量吃、暴饮暴食等浪费食品的视频或者音频信息。然而这一现象如今又“卷土重来”，警醒我们，相关平台对“大胃王”吃播的整治不能一阵风，应依法依规严格管理，对相关视频及时下架、账号严格封禁，主动营造节约食物、健康饮食的良好氛围。

这正是：  
畸形吃播又露头，浪费食物观感差。  
平台监管要严格，整治不可一阵风。  
文@双生



“大胃王”又来了？

作者：王铎

## 预制菜产业标准体系亟待完善

□□ 韩松妍

中，首先是预制菜的口味复原程度。

口味复原程度为何需要明确标准？以梅菜扣肉为例，有的品牌做的是川味，有的品牌做的是甜口，爱吃甜口的消费者买到川味梅菜扣肉时就会觉得“翻车”“踩雷”。而对复原率标准进行约束后，企业在生产中将有标可依，消费者也能买到口味稳定的产品。

其实不只是复原率，预制菜产业标准体系中还有一些环节亟待完善。目前业内已先后出台近200项相关标准，但还存在标准

约束力不足、部分标准缺失、标准交叉覆盖等问题。以酸菜鱼预制菜为例，有的品牌执行速冻调制食品行业标准，有的则执行动物性水产制品国家标准，甚至有同一品牌的不同口味执行标准也不一样，这就导致同样是酸菜鱼，感官体验上却差异不小。

因此，要在进一步明确预制菜定义、范围以及相关管理原则的基础上，明确不同品类预制菜的原材料、加工工艺、储存、冷链运输等方面标准，对风味复原、营养成分、食品添加剂使用、微生物控制、标签

标识管理等进行规范，同时充分考虑现有标准，避免重复和错位。

需要特别注意的是，如果原料不标准，产品和口味就没办法标准。中国烹饪技术繁多，不同原料、不同工艺都会影响最终口味的呈现。预制菜标准化的实现，归根结底还要靠技术水平的提升。要加大科技投入和创新力度，提升原辅材料农产品标准化生产水平，补齐农产品深加工设备短板，把手艺变工艺，提升预制菜产业发展水平和带动能力。

## 中药材价格热的冷思考

□□ 刘诗麟

另外也应看到，由于中药行业处在上行周期、走势被看好，一些资本进入产业，到部分产地垄断药材，进而影响甚至操控市场定价，给中药材火热的价格“添了一把柴”。这种现象已经引起行业重视，此前中国中药协会就发布倡议书，呼吁坚决反对哄抬和操纵药材价格、投机炒作等扰乱药材市场秩序的不正当乃至违法行为。倡议发布后，从业者和各中药产地行动起来遏制资本炒作行为，取得了一定效果。但从入冬以来川贝涨价来看，中药材价格回归平稳仍需一定时间。

中药材价格跌跌涨涨，受到影响的不仅是消费者，种植户更会受到影响。也许很多人第一反应是，市场行情好，种植户可能会大赚一笔。但结合笔者了解的信息来看，实际情况却未必如此。据某地一位中药材种植户的亲身经历，近来市场上一些药材价格上涨，但产地收购价并没有随之提高。一位药企负责人表示，这种情况在零散种植户中很常见，因为没有掌握

议价主动权，他们往往赚不到增加的收益，反而是中间商拿到不少溢价。

由此可见，中药材种植户能否赚到钱、能赚多少钱，不仅与市场销量和价格有关，还要看农民有多大的议价能力。而且部分药材价格上涨，还可能影响种植其他药材农民的收益。比如某种药品热销，会带动其中药原材料收购增多，一些药企先是采购这些药材就花费不少成本，因此对非热销的中药原材料收购量会减量，种植非热销品类的农民也就更有可能面临药材被压价甚至卖难情况。除了眼前收入受到影响之外，某些药材品类价格飙升也不利于产业长期发展，可能引发跟风种植、扎堆种植等情况。有媒体报道，前两年中药材菊花价格高位运行，引发种植户扩大种植规模，导致后来市面上的菊花供应量大幅增加，产新季地头收购价大幅下跌，为减少经济损失，有部分种植户不得不放弃采摘。

要看到，中药材不像粮食、蔬菜，有巨

大的市场需求空间。中药材主要是用来治病、防病和保健的，尽管人们对身体健康越来越重视，但对中药材的需求仍然有限，不会长期持续增加。且目前来看，中药材的销售渠道主要集中在线下，一旦供过于求，对农民的影响也会更直接。为此，要发挥好价格调控“一手托两家”的作用，确保中药材的价格和收益都维持在合理范围，既让消费者买得起药材，又让种植户赚到钱，为行业有序健康发展护航。

这一轮中药材价格上涨热度终究会过去，但有必要思考的是，如何更好地减少中药材市价大幅涨跌？怎样建立长效监管机制，禁止哄抬炒作药价等行为？尤其对产地农民来说，怎样通过完善利益联结机制，让他们参与到规模化、标准化生产中来，更多分享产业收益？面对可能出现的药材集中上市情况，如何提前做好预判、优化产销对接环节，防患于未然？对这些问题的认识，拿出有效对策，不管是对农民，还是对产业，都会是有益的回答。

### 征稿启事

近日，一位顾客在一旅游城市的夜市买麻辣烫，结账时被收取106元，该顾客觉得价格太高与老板产生争执，有关“天价麻辣烫”话题随后引发网友热议。在相关新闻评论区，有网友留言称在旅游时也遇到过类似事情，有的小吃没有明码标价，结账时被高价“刺痛”；也有网友表示，旅游热门地的小吃贵一些可以理解，但物价不能太离谱，建议管理部门对此加强指导，避免因个别行为拉低了游客的印象分。对此，你怎么看？

欢迎各位读者围绕上述话题，踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpjbjnlun@163.com，邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜，论述不求面面俱到，观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期：1月13日。

## 乐见培养更多“农民大学生”

□□ 江文

“农业经济管理、农业生产、直播带货、调解纠纷……”据媒体报道，作为教育部“一村一名大学生计划”首批试点省份，湖南省在2014年将其提升为“农民大学生培养计划”，截至去年10月底，培养计划已覆盖湖南所有行政村，数据显示已累计招收15万余名新生，充实了农村本土人才力量。

长期以来，乡村人才总量不足、结构失衡、老龄化等问题较为突出，乡村人才总体差距。建设一支数量充足、结构合理、素质过硬的乡村人才队伍，要坚持“两条腿走路”，一手抓育才引智，一手抓本土培养。湖南省多部门联合推出的培养计划，就是一种有益尝试。

首先，多部门联合培养有利于整合资源资金，提高人才培养效率。组织部门负责制定培养计划，财政、人社部门进行学费资助和技能鉴定，农业农村部门负责项目和经费支持……各部门齐抓共管，为乡村人才培养提供了坚实支持。其次，把培养对象聚焦在农村管理人才、增收致富人才和农技服务人员上，再创设不同的专业技能课程体系，有

利于让人才分类参与教学，更能学有所成、学有所用。第三，线上线下课堂融合，可以为农民学员提供更方便的学习机会，营造“时时能学”的学习环境，提高培训普及度和便利性。

乡村振兴的大潮下，越来越多农民返乡，对投身乡村发展有强烈热情，对学习先进知识技能有强烈渴望。为更好培养乡土人才，一方面要统筹划分好各部门职责，健全沟通协调合作机制，确保各部门合理分工，形成合力。另一方面，也要更多问需于民，让参加培训的学员自己“点单”，提高培养课程的针对性。



更多三农评论，敬请关注农民日报社评论部微信公众号：重农评。



“一斤川贝5000多块钱，川贝炖雪梨没戏了。”入冬以来，有关中药材价格飙升的话题引发网友热议，不少消费者发现川贝价格上涨，感慨被高价“刺痛”。不止是川贝，去年10月份，中药材酸枣仁价格在2个月内上涨了2倍，价格涨至每公斤1000元，这个价格有时还“一枣难求”。

药材定价是市场行为，价格涨跌说到底还是受市场供需调节。近年来，中医治疗方法被更多关注和使用，吃中药治疗疾病、养生保健的需求日渐增长，加上有的消费者习惯囤药，使中药材市场需求量增加。与市场需求变化相对，中药材种植有其固有节律和周期，一段时间的供应量不能跟上消费需求，于是推动市场价格走高。