

## 从地方小吃到“网红”大产业

一碗柳州螺蛳粉的供给侧结构性改革

新华全媒头条

新华社记者何伟、徐海涛、农冠斌、林凡诗

广西柳州，西南工业重镇，已经红“出圈”的螺蛳粉赋予这座城市别样的风味。

袋装螺蛳粉从无到有，全产业链销售收入突破500亿元，带动20余万农村人口增收……近年来，柳州以工业化思维谋划螺蛳粉产业发展，加快一二三产融合，将地方特色小吃培育成“大产业”。

线上线下的国内国外，持续走红的螺蛳粉背后，究竟蕴含着哪些供给侧结构性改革和产业高质量发展“配方”？

## 街头小吃的“逆袭”

4月的柳州，紫荆盛开，一家家螺蛳粉店遍布这个花园城市的街巷。下单、烫粉、配料、浇汁……一两分钟后，一碗酸辣鲜香的螺蛳粉便顺利出锅。而调制一碗粉的工夫，平均就有上百件袋装螺蛳粉在柳州下线，寄往全国各地。

对于柳州螺蛳粉的走红，做了35年螺蛳粉生意的黄祥端作为见证者，感触颇深。推着三轮车卖螺蛳粉起家的她在摆摊3年后开起了第一家门店，并逐步打造“黄氏真味”品牌。“柳州螺蛳粉独特的味道抓住了许多人的胃，高峰期我们的品牌在全国9个省开了257家分店。”

在柳州，聊起螺蛳粉，很多人都能讲出一段故事。诸多讲述之余，大家更多的共同感慨是“逆袭”。作为柳州特色小吃之一，很长一段时间，螺蛳粉多出现在街头小摊或夜市。即便在外的广西人想念家乡味道，也只能在线下费心寻觅店面。

改变源自预包装螺蛳粉的问世。“2010年，柳州就鼓励商家北上广等大城市开店，2014年当地提出用工业化理念打造袋装速食螺蛳粉，以实现特色小吃规模化生产。”柳州市商务局局长杨志刚说。

“放水养鱼”是当地党委、政府对螺蛳粉生产者的引导思路。2014年，工厂面积达到300平方米，当地食药监部门就给办证，行业很快繁荣起来。“彼时主要是作坊式生产，大家‘各显神通’，研制配料、设备和包装。”在米粉行业耕耘20年的柳州人韦杨年回忆道。

“在产业高速发展过程中，政府不断出台政策规范行业发展，提高准入门槛。截至去年底，柳州已有127家预包装螺蛳粉生产企业。”杨志刚介绍，柳州螺蛳粉进入“袋装速食”时代后，搭上互联网电商的快车，地方小吃逐渐走向更广阔的天地。

统计数据显示，2021年，柳州螺蛳粉全产业链销售收入达到501.6亿元，其中袋装螺蛳粉151.97亿元，同比增长38.23%，年寄



在广西中柳食品科技有限公司生产车间，工人在生产线上包装螺蛳粉（四月十日摄）。新华社记者黄李邦摄

递量突破1亿件，全国实体店营业额206.8亿元，同比增长75.25%。“面对客户不断加单，公司每天生产袋装螺蛳粉数十万包，检验合格马上就打包拉走。”广西中柳食品科技有限公司董事长熊朝宣说。

## 爆红背后的“改革经”

一包螺蛳粉仅数百克，内容却“大有乾坤”：不同厂家的米粉、螺蛳汤制作手艺不一，酸笋、酸豆角、花生米、木耳等各式配料更是多达十余种。“我们每天有30多万包螺蛳粉下线进入市场，必须要有严格的标准才能保障质量和安全。”广西螺蛳王食品有限公司董事长姚汉霖说。

严格落实一系列标准，正是柳州螺蛳粉崛起背后推进供给侧结构性改革的生动注脚。柳州市市场监督管理局标准化科科长韦春岸介绍，着眼柳州螺蛳粉质量安全，广西柳州螺蛳粉产业标准化技术委员会成立，柳州螺蛳粉全产业链标准体系逐步建立，覆盖全产业链6个子体系564项标准，相关产业领域标准建设不断加快。

在制定标准的同时，柳州还通过申请“柳州螺蛳粉”国家地理标志产品、建立螺蛳粉产品质量检测中心、螺蛳粉原材料基地等，护航柳州螺蛳粉品牌化、标准化、规模化发展。“立足工业化思维，柳州打造了两个螺蛳粉重点园区，吸引100多家上下游企业入驻，实现由‘小作坊’向现代化产业集群的跨越式发展。”杨志刚说。

许多螺蛳粉生产企业同样将创新视作“秘籍”。柳州市螺蛳粉协会会长唐机文介绍，全市已有110多件涉螺蛳粉的科技创新专利，螺蛳粉口味日趋丰富，螺蛳米饭、螺蛳火锅等新产品不断上市，目前柳州正着力深

化与科研院所合作，推动设立螺蛳粉产业“院士工作站”。

一碗粉带出了“网红”产业链，产生了裂变效应。借助“互联网+螺蛳粉”，网上柳州螺蛳粉节、网红直播直播带货、螺蛳粉热搜话题等催生大量订单；依托“螺蛳粉+文旅”，螺蛳粉旅游专线、螺蛳粉小镇等各类文旅衍生配套产业规模不断扩大。

从一粒米到一把螺，“小米粉”与乡村振兴等“大民生”紧密相连。在柳州市鱼峰区白沙镇王眉村，脱贫户覃保林从稻田里抓起一把螺蛳粉，他流转300多亩田进行标准化稻螺种养，400多亩地种植豆角、辣椒等，通过为螺蛳粉产业配套，年收入数十万元。

“柳州螺蛳粉产业带动本地30多万人就业，其中农村人口20多万人，脱贫户达5500多户2.8万余人。”柳州市乡村振兴局副局长明双喜说，目前柳州建成螺蛳粉原材料基地55.2万亩，螺蛳粉原材料生产示范基地12家。

## 瞄准更大海外市场的“国际范”

“出圈”的柳州螺蛳粉不仅行销全国，也逐步走向海外市场。柳州市商务部门统计显示，柳州螺蛳粉已远销全球20多个国家和地区，2021年实现出口额824万美元，同比增长89.86%。今年3月广西定下新目标：2025年出口总额达到1亿元人民币以上。

走进广西善元食品有限公司的直播室，“00后”柳州姑娘梁社月正在和网民进行直播互动。就读国际商务专业的她毕业后选定了螺蛳粉行业，“通过网络直播，让更多人了解家乡美食以及美食背后的文

化，感觉很有意义。”

“螺蛳粉的海外市场还是一片蓝海。”广西善元食品有限公司电商部总监赵冲说，公司电商部门现有44名员工，平均年龄约25岁。今年公司计划入驻更多跨境电商电商平台，开展海外直播带货业务。

加入海外带货的不仅有中国青年，还有很多外籍人士。近些年的中国—东盟博览会上，螺蛳粉成为展会“爆款”产品之一。在各类短视频平台上，外国“网红”聚焦柳州螺蛳粉的镜头日趋多见。在柳州城市职业学院，喜欢上螺蛳粉的印度尼西亚籍留学生何明洋还参与到东南亚口味螺蛳粉的研发工作中。

柳州民营企业在螺蛳粉国际化道路上也不断发力。“公司根据不同国家和地区的标准、市场偏好，有针对性地改造生产线、供应链以及研发策略，目前公司海外市场份额占比近50%，与全球180多家大型商超达成合作。”姚汉霖说。

柳州螺蛳粉扬帆出海，这个中国特色食品渐受追捧。今年1至2月，柳州海关完成预包装柳州螺蛳粉出口申报前监管41批次，货值161.1万美元，同比分别增长4.1倍和4.6倍。今年3月，广西印发《扩大柳州螺蛳粉出口工作方案》，进一步出台细则推动柳州螺蛳粉产业迈向高端化、国际化。

“以工业化思维发展壮大的柳州螺蛳粉产业，是柳州最具潜力、最有前景、最聚人气的特色产业，未来我们将进一步深化改革，锚定高质量发展目标，力争到2025年底实现柳州螺蛳粉全产业链销售收入900亿元，持续擦亮这张特色名片。”柳州市委书记吴炜说。

新华社南宁4月28日电

新华社记者吴俊贤、吴博文

由国家体育总局群众体育司、中华全国体育总会群众体育部联合部分运动项目中心、全国性单项体育协会、省（区、市）体育部门和互联网平台共同开展的“全民健身线上运动会”28日正式启动。国家体育总局群众体育司司长丁东当日对于该项赛事的基本情况、特点、亮点进行了详细解读。在他看来，这项全新赛事是在“互联网+”思维下，落实“构建更高水平的全民健身公共服务体系”要求的一个创新性举措。

## 主动作为 提升全民健身公共服务水平

“中办、国办印发了《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，从体育部门来说，全民健身公共服务是什么？我认为就是赛事活动和科学健身指导，这是我们体育部门应该做的。”丁东在接受新华社记者采访时说。

丁东表示，相比以往的一些全民健身线上展示活动，此次“全民健身线上运动会”最大的特点，就是组织赛事活动和进行科学健身指导双管齐下，激发广大群众在疫情防控常态化条件下，参与健身锻炼的积极性和持续性。

在形式上，“全民健身线上运动会”项目设置丰富，照顾不同年龄段健身人群需求，广大健身爱好者可以根据自己的时间和喜好报名参赛，同时作为“运动会”，赛事活动融入竞技属性，着力打造参与人群的互动体验。在内容上，创新推出了“工间操时间”，每天上午10点、下午3点在部分互联网平台定时播放健身球、八段锦、太极拳、广播体操等，带动久坐、伏案的人群一起做工间操，缓解疲劳、促进健康。此外，活动还设置了“科学健身指导”专栏，推出大量科学健身指导视频，指导广大群众足不出户开展科学健身，培养良好健身习惯。

丁东也提醒广大健身爱好者，健身要讲究科学，科学健身要考虑运动的安全性、有效性。只有结合自身的个性化需求，选择适合的项目，循序渐进地运动，防止因健身不当带来的损伤，才能真正增加健身锻炼的持续性，提升身体健康水平。

## 聚合资源 健身人群在哪赛事活动就办到哪

据介绍，此次“全民健身线上运动会”在国家体育总局官网设立主赛区，在咪咕、快手、抖音、乐动力、悦动圈、数字心动、Keep、哔哩哔哩等多个互联网平台设立分赛区。

全新的线上运动会不是简单地设置新的赛事活动项目，而是整合了部分互联网平台、运动项目中心、全国性单项体育协会以及省（区、市）已经开展的、效果较好的线上赛事活动，通过统一发布、统一宣传的方式，向群众展示“菜单式”的赛事活动目录，方便群众了解并参与。

“这次我们聚合的网络社交媒体平台和运动健身平台非常多。在选择这些平台的时候，主要是考虑平台的影响力和专业度，这两方面是相辅相成的。”丁东说。

丁东表示，近年来随着人们健身意识的普遍提升，大家的健身习惯也在悄然发生着变化，越来越多的人逐渐习惯了通过各类运动健身平台居家锻炼、在线打卡，用户对于平台的依赖度越来越高，项目品类划分也越来越细。这些平台正在发挥着传统的线下体育组织、俱乐部社团的作用，聚合人群、组织活动、提供交流分享的渠道。这次“全民健身线上运动会”在众多互联网平台设立分赛区，就是为了最大限度地为广大群众的健身爱好者提供服务，将用户对于平台的使用黏性，转化为更为持久的健身锻炼的积极性。

## 久久为功 没有明确结束时间的运动会

与以往全民健身线上展示活动相比，此次“全民健身线上运动会”还有一个不同，就是只明确了4月28日的启动日期，并没有设置明确的结束时间。

“在我们的宣传海报上，主办单位、支持单位两栏里都有一个‘等’字，这就意味着下一步如果哪个单位或者哪个网络平台感兴趣，都可以加入进来。”丁东说。

在丁东看来，这样一个主办单位、参与平台保持开放、没有明确“到底开多长时间”的线上运动会，正是体现了互联网思维的一个特点。活动内容可以不断“扩容”，不断“迭代更新”，在人员不聚集、不流动的前提下，展示疫情防控常态化下全民健身开展情况，持续为群众提供线上展示、交流和互动的机会，丰富群众休闲生活，指导居家隔离群众开展科学健身，以体育在线服务的方式满足群众多元化体育健身需求，实现“疫情有反复、健身不间断”。

“另外这次活动我们也特别重视发挥奥运冠军和世界冠军的引领带动作用，这也是竞技体育成果全民共享的一种形式。除了喊话鼓励大家参与健身锻炼，冠军们也会进行科学健身指导和展示。”丁东说。

“除了体育明星的引领示范，我们也希望看到更多的健身达人在他们自己参与活动的同时，带动更多人加入科学健身锻炼的队伍中来。通过群众带动群众，群众组织群众、群众指导群众，真正让全民健身蔚然成风。”新华社北京4月28日电

## 『全民健身线上运动会』

『互联网+』思维下的全民健身公共服务

## 新职业教育法即将实施，职校生前景如何？

新华视点

新华社记者舒静、姜琳、徐壮、孙飞

新修订的职业教育法将于5月1日起施行。

我国拥有世界上规模最大的职业教育体系，年均输送1000万毕业生。“新华视点”记者调查发现，一方面国家对于职业教育高度重视，近年来不断出台利好政策；另一方面，社会认可度不高、教育质量不高等问题依然是职业教育缺乏吸引力的主要原因。新修订的职业教育法针对诸多现实问题，回应了社会关切。

## 打通上升通道 提升社会认可

长久以来，不少人对职业教育有着“低人一等”的刻板印象。

“以前的家长说，宁愿去最差的普通高中，也不愿去职业中学。”一位职教老师说。

2021年《教育家》杂志发布的《中国职业教育发展大型问卷调查报告》显示，受访学生和家長在选择“职业教育发展面临的最大困难”时，均把“社会认可度”排在前列。

上升通道不畅、不宽，是其中原因之一。全国人大代表、杭州技师学院教师杨金龙表示，不少学生只要有机会还是希望能升学，但中职生毕业后继续升学深造空间有限。

新职业教育法致力于打通上升通道。除设立本科层次职业学校，新职业教育法还为两方面的探索预留了空间：在普通高等学校设置本科职业教育专业，在专科层次职业学

校设置本科职业教育专业。

教育部相关负责人表示，这表明，职业学校的学生不仅可以读大专，还可以上本科，从法律层面畅通了职校学生的发展通道，将大幅提高学生上中等职业学校的积极性。

此外，新职业教育法提出，统筹推进职业教育与普通教育协调发展，建立符合职业教育特点的考试招生制度，促进职业教育与普通教育的学习成果融通、互认。这些举措为不同禀赋学生提供了多种成才的可能。

21世纪教育研究院院长熊丙奇建议，随着职教高考顺利推进，有条件的地区可进一步探索建立普职融合的综合高中，同时开设学术和技能课程，学生根据自己的兴趣、能力与未来职业发展规划自主选择，参加普通高考或职教高考。

## 破除就业门槛 提高工人待遇

数据显示，我国技能人才占劳动力人口总量的比重不到30%，与德国、日本等制造业强国的70%到80%相比，差距还比较大。目前，不少企业的技能人才面临巨大缺口，供不应求。深圳职业技术学院2022届毕业生招聘中，企业求人倍率约为7；北京电子科技职业学院每年学校推荐岗位数量与毕业生人数之比平均约15:1。

与此同时，不少职校学生在就业与个人发展中，或多或少地感受到“隐形门槛”与不平等待遇。

中国教育科学研究院2020年发布的一份全国中等职业教育满意度测评报告显示，中职毕业生面临较多就业壁垒，“同工不同酬”的窘境，职业发展受限，离职率高，就业稳定性低。

一位职教老师说：“我带过一个30多人的毕业班，毕业后两年，所有人都有离职记录，离职后还从事本专业的只有3人。职校学生的高离职率与薪酬、地位有关，也与学生找不到职业方向与意义相关。”

针对破除就业门槛，营造公平环境，新职业教育法明确提出，用人单位不得设置妨碍职业学校毕业生平等就业、公平竞争的报考、录用、聘用条件。事业单位公开招聘中降低学历要求。

上述报告也显示，企业一方面认为中职毕业生的能力素质不比其他来源的员工差，但另一方面给予中职毕业生的实际工资却低于全国平均水平，中职毕业生月薪超过5000元的用人单位只占约10%。

某央企一位高级技师告诉记者，他拿了多个国家级奖项，属于高技能领军级人才，但收入仍达不到中层管理人员水平，职务上也一直未突破班组层级。

## 推进教师教材教法改革 提升教学质量

办学质量不高也是职校缺乏吸引力的重要原因。

“解决职业院校的办学质量问题，根本在于教师。”深圳职业技术学院职教所副所长徐平说。

“想要的人才进不来，在在职的老师学历提升难，兼职的教师不好用。”上海第二工业大学职业技术教师教育学院执行院长常小勇介绍，2021年对上海全部70所中职学校、19个专业大类师资队伍调查显示，目前中职学校主要师资来源为高校应届毕

业生，职业学校难以从企业招聘到合适的专业教师。

新职业教育法提出，国家建立健全职业教育教师培养培训体系，建立健全符合职业教育特点和发展要求的职业学校教师岗位设置和职务（职称）评聘制度，国家鼓励职业学校聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠、非物质文化遗产代表性传承人等担任专兼职教师。

教育部相关负责人表示，下一步要推进教师、教材、教法改革。赋予职业学校在机构设置、人才招聘、职称评审、内部薪酬分配、科技成果转化收益处置等方面更多自主权。

此外，目前存在的产教融而不合、校企合作不深不实，也让职校培养的学生难以适应市场需求。

制造业企业五株科技董秘赵尚萍说，对一些中小企业而言，校企合作投入成本高，但收益有限，企业积极性不高。

北京电子科技职业学院汽车工程学院副院长朱青松介绍，一些学校的设备更新、课程设置及教学研究难以满足企业需求。

新职业教育法以“产教融合”一词取代现行法中的“产教结合”，用9处“鼓励”、23处“应当”和4处“必须”，进一步明确诸多举措，如企业可以设置专职或者兼职实施职业教育的岗位；企业开展职业教育的情况应当纳入企业社会责任报告等，也包含了奖励、税费优惠等激励政策。

北京市丰台区职业教育中心学校校长赵爱芹说：“要形成学校、企业、产业、区域经济相促进的良性循环，培养市场真正需要的人才。”（参与采访：王优玲、周圆、刘巍巍、黄兴）新华社北京4月28日电