

第一届全国技能大赛来了！12月9日，全国技能大赛召开赛前新闻发布会，大赛组委会、执委会相关负责同志出席，介绍大赛相关组织工作及筹备进展情况，回答记者提问。

本届大赛主题为“新时代、新技能、新梦想”，比赛包含63个世赛选拔项目和23个国家精选项目，共有来自全国各省（区、市）及有关行业的36个参赛代表团共计2557名选手赴羊城逐鹿。

羊城晚报记者 周晓 张豪

### 大赛场馆总面积达22.4万平方米

2557名参赛选手、86个竞赛项目、22.4万平方米大赛场馆……这是一次规模宏大的技能大赛。

本届大赛在广州琶洲广交会展馆举行，记者了解到，大赛场馆总面积22.4万平方米，其中室内场地18.9万平方米、室外搭建场地3.5万平方米，已全面完成开幕式舞台、竞赛区、展示区的策划、设计和布展。

赛场集中设置在展馆的B区和C区，其中B区为制造与工程技术、结构与建筑技术、运输与物流、社会与个人4类赛项竞

赛区，C区为信息与通信技术、创意艺术与市场2类赛项竞赛区，展示交流区和开幕式区也设置在C区。

赛事所需的直升机、地铁车厢、数控机床铣床、挖掘机、装载机等大型重型设备设施以及各种工具、耗材等均已配置到位，并完成安装调试，打造了与现实工作环境高度相似的竞赛场景。

与此同时，记者了解到，本次大赛吸引了华为、腾讯、西门子等100多家知名企业广泛参与，这些企业累计将为大赛提供总估值约6.3亿元的设施设备及技术服务。

### 20项“中华绝技”现场展演

机镂刻花、库车大镗、内画、数控微雕、触觉蒙眼配钥匙、电钻鸡蛋……记者了解到，本次大赛除了竞技比赛外，还有多种技能展示交流活动，其中“中华绝技”展演就是其中之一。据了解，活动将现场展演20项具有中华民族传统特色的“中华绝技”。

广东省人社厅厅长陈奕威介绍，本次大赛共收到“中华绝技”报名参演项目171个，涵盖高新技术、手工制作、艺术创意等六大行业领域，内容丰富。大赛期间，将通过专家、媒体、企业代表现场打分、观众现场投票、网民线上投票的方式评选出“最

受欢迎的中华十大绝技”，并在大赛闭幕式上揭晓、颁发证书。

大赛同期在展馆设5个展区，分别是国家展板、省（区、市）及参赛行业部门展区、广东技工院校展区、赞助企业展区和设施设备支持单位展区，共计179个展位，展位总面积超过1万平方米。

来自全国各省（区、市）和有关行业部门的150多个展示项目、31所院校、6家大赛战略合作伙伴、9家高级合作伙伴和110多家设备设施支持单位将同场展示。



轨道交通技术竞赛项目现场搭建完毕 羊城晚报记者 张豪 摄



工作人员进行赛前设备调试 羊城晚报记者 张豪 摄

### 企业工匠与青年精英同台竞技

本届大赛共有36个代表团参赛，共有2557名参赛选手。分别来自31个省（区、市）和新疆生产建设兵团，以及交通运输、住房城乡建设、机械工业、轻工业等4个行业代表团。其中11个代表团参加全部86个竞赛项目的角逐，分别是广东、上海、江苏、安徽、福建、江西、山东、河南、重庆、四川和贵州。

记者了解到，在参赛选手中，不仅有来自企业经验丰富的技能工匠，还有来自各类院校的年轻技能精英。在本次全国技能大赛的舞台上，他们将展开一场技能之战。

记者了解到，本届技能大赛上，竞争最激烈的项目为汽车技术，共有33个代表团参与角逐。此外，焊接、汽车喷漆、电工（国赛精选项目）、烘焙（国赛精选项目）四个项目均有32个代表团参赛。参赛人数最多的项目则是机电一体化（2人团队项目），共有30个代表团的60名选手参赛。

据统计，本次大赛参赛选手平均年龄

21.8岁，其中世赛选拔赛项目选手平均年龄19.7岁，国赛精选项目选手平均年龄27.4岁。

来自天津的参赛选手张井岩今年已经58岁，是年纪最大的参赛选手，他还是张氏木工制作技艺非遗传承人。张井岩将参与木工项目比拼，他告诉记者，自己从事木工行业已43年。

当看到不少选手所带的机械化工具时，张井岩十分感慨：“虽然自己从事木工行业多年，但是随着科技发展，工具也日新月异。此次参赛，我更多的是想了解一下其他选手是如何比赛的，好把经验带回去。”

虽然相比其他选手张井岩的工具更加传统，但他认为相比机械的精准，手工做出来的活更有灵性，这是他的优势所在。对于大赛，张井岩想到更多的是传承：“在社会上年轻的工匠并不常见，但是来到大赛发现有这么多年轻工匠选择这个行业，我是由衷开心。”

### 焦点问答

#### 线上实名预约后 市民可现场观赛

问：本届大赛一共有86个项目，这些项目有何特点？

答：本届大赛项目多、规模大、水平高、观赏性强，在紧密对接先进制造业的同时，充分衔接新基建新职业，还高度贴合群众生产生活。

本届大赛设有先进制造业项目30个，例如数控车、塑料模具工程、工业设计、原型制作、CAD机械设计、工业机械、焊接、飞机维修等；战略新兴产业项目32个，例如工业4.0、轨道交通车辆、移动机器人、云计算、汽车智能化、物联网技术、光电技术等。

本次竞赛还设置了许多与人民群众生活密切相关的竞赛项目，如美容、美发、茶艺、烘焙、茶艺及商品展示技术等。在花艺项目中，有新娘花饰、植物设计、切花装饰等极具观赏性的现场展示；在茶艺项目中，除基本技能、礼仪接待、茶艺流程演示，还有极具创意的茶艺作品展演。

问：普通市民如何观看和参与技能大赛？

答：12月10日至12日三天为正式比赛日，86个项目同时在各赛场开展比赛，比赛时间从上午9时至下午4时。市民可以通过线上和线下两种方式观看赛事。

市民可通过微信小程序进行实名制预约，登记个人信息，选择入场日期和时间，获得预约二维码，携带个人身份证件到场馆扫码进场。现场每个项目配有解说员提供解说服务，现场观赛请全程佩戴口罩，并保持观赛秩序，不要干扰选手比赛。

赛事期间，中央广播电视总台粤港澳大湾区总站将设立融媒体直播间，实现音频、视频同步直播。

问：大赛奖牌长什么样，如何体现广东特色？

答：本届大赛针对各类奖项相应设计和制作了奖牌。奖牌设计融入了中国传统文化、新科技成果等元素，同时突出广东特色。

奖牌正面主体为全国技能大赛标识，底部雕刻着中国古代工匠的建筑奇迹——长城；背面浮雕图像是广州塔、港珠澳大桥等广东代表性建筑，周边饰有广州市花木棉花，吊耳则是中华文化标志性形象——龙。

整个奖牌设计风格简约，将中国古代和现代建筑融为一体，表达了对技能健儿们弘扬工匠精神、展现精湛技艺、实现自我价值的美好祝愿，体现了“新时代、新技能、新梦想”的大赛主题。

### 今日论衡之公民问政

## 怎样让本科层次的职业教育深入人心？

熊丙奇

2020年12月8日，教育部召开新闻发布会，教育部职业教育与成人教育司司长陈子季表示，2019年高职扩招超额完成了116万，今年的高职扩招工作进展也比较顺利，我国已建成世界规模最大的职业教育体系。据介绍，2019年以来，教育部批准22所学校开展本科层次职业教育试点，打破了职业教育止步于专科层次的“天花板”，已经有两所独立学院转设成职业大学。教育部正在研究，下一步将在高水平的高职院校中，选择一部分专业，经过一定的程序审批后，举办本科层次的职业教育。

是回归。因为大部分地方本科院校本来就应该以就业为导向办学，培养学生成为高技能人才。地方本科院校不以就业为导向办学，不安于职业教育定位，导致我国整体高等教育结构和人才培养质量与社会需求脱节。由于“上不上，下不下”，我国地方院校的毕业生，是当前高校毕业生就业最困难的群体。

那么，当前通过把部分高职院校升格为本科院校，以及推进独立学院转设，建设“职业大学”，能让本科层次的职业教育深入人心，得到认可吗？

把“职业”字眼与大学“绑定”，主要是要求高校不能偏离职业教育定位，但要让“职业大学”得到认可，最为重要的是把职业教育的建设转为类型教育。职业教育是和普通教育平等的类型教育，而不是低于普通教育的层次教育，高等职业教育既有专科层次，也有本科层次，还有硕士研究生、博士研究生层次，如专业硕士、工程博士，就属于职业教育。

2019年，国务院印发《国家职业教育改革实施方案的通知》，要求经过5—10年时间，职业教育基本完成由政府举办为主向政府统筹管理、社会多元办学的格局转变，由追求规模扩张向提高质量转变，由参照普通教育办学模式向企业社会参与、专业特色鲜明的类型教育转变，大幅提升新时代职业教育现代化水平，为促进经济社会发展和提高国家竞争力提供优质人才资源支撑。这指明了发展职业教育的方向。但要向“类型教育”转变，就必须给予职业教育平等的地位，不能在教育管理和评价中，让职业教育低人一等，如中职低于普高，高职低于普通院校。当前，一些地方政府部门用普高率评价初中办学，就背离把职业教育建成与普通教育平等的类型教育的正确导向，是必须扭转的。

（作者是教育学者，21世纪教育研究院高级研究员）

### 首席评论

金谷明

## 规范影子银行，不让“天使”变“魔鬼”

12月8日，中国银保监会主席郭树清在2020年新加坡金融科技节上发表讲话，在确保不发生系统性风险的前提下，影子银行的监管就是不让“魔鬼”出笼，不能让“天使”变“魔鬼”，关注新型“大而不能倒”风险，既是一个新动向，也是加强影子银行监管的一部分。

影子银行是指常规银行体系以外的各种金融中介业务，通常以非银行金融机构为载体，对金融资产的信用、流动性和期限等风险因素进行转换，扮演着“类银行”的角色。影子银行游离于监管之外，风险隐蔽，交叉传染，被认为是2008年金融危机的“罪魁祸首”之一。《中国影子银行报告》对其给出了官方的明确定义。

《中国影子银行报告》是由中国银保监会政策研究局、统计局信息与风险监测部课题组近日发布，代表了主管部门的态度，是中国第一份这样的报告。该报告将

“应当说，影子银行问题在管理层已经有了清晰的定位，在确保不发生系统性风险的前提下，影子银行的监管就是不让“魔鬼”出笼，不能让“天使”变“魔鬼”，关注新型“大而不能倒”风险，既是一个新动向，也是加强影子银行监管的一部分。

影子银行是指常规银行体系以外的各种金融中介业务，通常以非银行金融机构为载体，对金融资产的信用、流动性和期限等风险因素进行转换，扮演着“类银行”的角色。影子银行游离于监管之外，风险隐蔽，交叉传染，被认为是2008年金融危机的“罪魁祸首”之一。《中国影子银行报告》对其给出了官方的明确定义。

《中国影子银行报告》是由中国银保监会政策研究局、统计局信息与风险监测部课题组近日发布，代表了主管部门的态度，是中国第一份这样的报告。该报告将

影子银行分为广义和狭义两种。广义影子银行包括同业理财及其他银行理财、银行同业特定目的载体投资、委托贷款、资金信托、信托贷款、非股票公募基金、证券投资基金、保险资管、资产证券化、非股权私募基金、网络借贷P2P机构、融资租赁公司、小额贷款公司等提供的贷款，商业保理公司提供的贷款，商业保理公司保理、融资担保公司在保业务、非持牌机构发放的消费贷款、地方交易场所提供的债权融资计划和结构化融资产品。其中，同业特定目的载体投资和同业理财、委托贷款、信托贷款、网络借贷P2P贷款和非股权私募基金等业务，影子银行特征明显，风险相对较高，属于狭义影子银行。

有明确的定义，哪些金融业务、类金融业务属于影子银行，哪些金融创新必须纳入监管，等于有了一个正面清单，画出了“天

使”的模样。

据该报告，经过三年治理，我国影子银行规模大幅压缩，野蛮生长态势得到有效遏制。截至2019年末，广义影子银行规模降至84.8万亿元，较2017年初100.4万亿元的历史峰值缩减近16万亿元；风险较高的狭义影子银行规模降至39.14万亿元，较历史峰值缩减了11.87万亿元。

从绝对值来看，影子银行无论广义还是狭义部分，目前基数依然是庞大的。之所以如此，是因为影子银行是金融体系的一部分，它不会消失，将和传统金融体系长期共存。现在需要的就是让影子银行发挥“天使”的效能，同时遏制其“魔鬼”的破坏性。

影子银行是套利行为驱动的产物，所以才有了“天使”与“魔鬼”的双重性。影子银行的全金融中介活动处于银行监管体系之外，信贷发放标准显著低于银行

授信；其业务结构复杂，层层嵌套和杠杆过高；其信息披露不完整，透明度低；其集中兑付压力大，金融体系关联性和风险传染性高。举例看如第三方支付平台的投资功能，包括洗钱等风险。据相关报道，现在第三方支付公司已将备付金统一缴存至央行，附加的投资理财产品回归货币基金本源。

让影子银行健康规范发展，成为维护金融稳定的积极因素，支持实体经济高质量发展的重要力量，这是不变的目标，而要让“天使”规规矩矩而不产生变异，只有坚持不懈地持续监管。

### 漫话漫画



“相信朋友圈买了假货！”

朋友圈打广告被罚

文戴先任 图春鸣

“能让常年卧床的百岁老人四天立行走七步行，能让常年不孕不育的夫妻喜获宝宝，还能让癌症患者不吃药就可以痊愈……”近年来，一款团体饮料，在朋友圈里被大肆宣传。据《海南特区报》报道，海口市市场监督管理局对三名涉嫌在微信朋友圈发布违法广告的人员处以40万元罚款，三人不服，经过行政复议、二次审判等法律程序，近日海口市中级人民法院进行了终审判决，三名广告发布者败诉。（12月9日央视）

很多网友都苦朋友圈的广告久矣！一些荒诞离奇的广告

### 热点快评

马添明

## 直播带货三场一单都没成，该怪谁

一分钟卖出几万件商品，一次直播销售额上千万……今年，直播带货仿佛一下子成为众多网商们发家致富的捷径，把自家的商品往网红们的直播间里一挂，就能坐拥不计其数的订单，令人眼馋。金华的唐先生也看中了这种模式，与杭州的仕佳网络科技有限公司签订了一年不低于20场的直播带货协议。结果是，三场直播一场比一场惨淡，订单更是一单都没成交。（12月9日《钱江晚报》）

三场直播一单没成交，甚至“就连最火爆的双十一期间，直播也没给我带来一单生意”，唐先生唐先生不干了，要求与仕佳公司解约，但“上船易下船难”，截至记者采访完，解约仍没成功。而实际上，这也是交易风险的显现，跟直播公司做生意，也是有风险的。

唐先生似乎是对直播业务的风险估计不足，否则，应该在协议中加上“带货不成功立即解约退款”的条款。而从报道的情况看，

唐先生之所以也来凑直播带货这个热闹，是因为，网上所说的“一分钟卖出几万件商品，一次直播销售额上千万”的场景令他心动不已。估计，这种场景也不是没有，而唐先生恐怕就错在，把那些极致的例子当成了一般情形。

实际上，被渲染为新型销售模式的直播带货，不过是广告宣传的形式变了，代言人由其他媒介转入网络直播间，可以直接和粉丝消费者互动；而其他要素比如商品质量、价格对消费行为的影响，终究不会变得太多，或说没有实质性的变化：如果你的商品不行，主播再能忽悠，粉丝也不会买单。

纯粹出于支持主播而掏腰包买货当然是有的，但一者，这种“纯情”的粉丝数量不会太多，二者，绝不是所有的主播都有这样的魅力。现在，想成为网络主播，门槛低到了可以没有门槛，这种情况下，还有人相信“直播带货一单就灵”，最后“一单都没成交”，其中的教训也是一种收益。

回到此事，唐先生所以选中

这家直播服务公司，是因为相信了其宣称的“安排的带货主播在相应的直播平台上一共有至少10万的粉丝，每场直播，观看人数也能有三两万”。粉丝多，意味着成交的几率更大，可就怕，有些“巨额粉丝”是买来的“僵尸粉”，只有数字而没有人气。近来不断有媒体和网友揭露直播带货市场上的造假现象，说直播带货坑太多，八成带货主播不靠谱，其中很大一个“假”，就是粉丝数量造假。

当然，并不能因为有些带货主播不靠谱、某些商品连看几场直播一单都没成交，就完全否认直播带货这种新型销售模式，只是想提醒：商家借用直播带货销售产品，应抱有理性预期，一不可轻信“直播带货一单就灵”，二不可轻信直播服务平台的某些宣传，不可轻信“粉丝就是生产力”。商品的魅力，说到底要靠商品本身的质地，靠满足市场需求、符合特定消费群体需求取胜，而直播不过是商家与消费者的距离缩短了。