



文旅新职业 既是就业岗位也提供情绪价值



瞭望塔

□据《南方都市报》

在时下的文旅热潮中,活跃着越来越多的新就业形态劳动者。5月5日凌晨5点,泰山红门游客中心的灯光穿透薄雾,26岁的“陪爬员”王阳正在检查背包里的物品。按照约定,他要在6小时内带着一家五口登上玉皇顶,这是他五一假期里接到的第七笔订单。而在相隔1000公里的东北,“滑雪巡救员”“冰鞋维修师”“雪板维护师”等多个新工种也容纳了很多充满热情的劳动者。

众多文旅新职业的涌现绝非偶然。

文旅新职业的井喷式增长首先源于我国国民消费结构的根本性转变。随着生活水平的提高,人们对旅游的需求不再局限于传统的观光游览,而是更加追求个性化、深度化、体验化的旅游方式。这促使旅游行业不断细分和创新,从而孕育出新的职业形态。

以“陪爬员”为例,他们满足了那些渴望登山却又担心体力不支或缺乏经验的游客需求,不仅为游客提供体力上的协助,还能在过程中给予情绪鼓励和专业讲解,从而让游客获得更好的登山体验。

其次,科技与文旅的深度融合也为美食探店达人等新职业的诞生提供了技术支撑。随着数字技术、人工智能等在文旅领域的广泛应用,文旅设备的更新迭代加速,催生了更多与科技相关的新职业。

来自官方的政策支持则为新职业的涌现提供了制度保障。自2019年以来,人社部陆续发布了多批新职业,推动职业培训与产业需求对接。作为国家重点扶持的产业之一,受益于政策的倾斜,文旅新职业不断涌现。

文旅新职业的出现是时代发展的必然产物,它既反映了文旅消费升级的趋势,也为解决就业问题提供了新的思路。

文旅行业出现的新职业越多,吸纳的就业者群体就会越庞大。有研究表明,文化旅游业每实现1元收入,可带动相关产业收入4.3元。显而易见,这种产业联动效应不仅创

造了更多的就业机会,还提升了整体经济的活力。

对青年劳动者来说,新职业或许还有着更丰富的意义。

一位年轻的文创策划师坦言:“能将爱好变成职业是最幸福的事。”大量事例表明,在物质丰裕环境中成长的很多新生代劳动者,更愿意视工作为实现自我价值的途径,而不仅仅是谋生手段。这种价值观的变迁使得文旅新职业尽管收入未必顶尖,却因其趣味性、自由度和创造性而备受青睐。从这个角度审视,文旅新职业既是就业岗位也提供情绪价值。

推动文旅产业发展,容纳更多新就业形态劳动者,需要创造更多新热点和新场景。

为此,政府部门要加强政策支持和引导。一方面,完善相关职业标准和规范,为新职业的健康发展提供保障;另一方面,提供职业培训和技能提升机会,帮助从业者提高专业素质,更好地适应新职业的要求。

就行业而言,则有必要加大创新力度,深度挖掘文化内涵,结合市场需求和新技术,开发更多新颖独特的文旅产品和服务。

媒体聚焦

新华时评: “转人工客服” 少打弯弯绕!

五一假期,上海市市场监管局公布假期投诉举报系统受理情况,涉及经营者售后服务品质及消费履约等方面问题的假日消费投诉占比超五成,其中就包括平台客服不畅、人工客服电话无法接通等问题。

与智能客服沟通答非所问,“鸡同鸭讲”;转人工需要层层点击、重重闯关;经历弯弯绕后,抵达人工客服,提示还需再排队……沟通效率降低,消费体验糟糕。智能客服本是为了解决问题,可如今常常成为问题本身。市场监管总局此前发布的数据显示,在电商售后服务领域,“智能客服”受诟病,2024年相关投诉同比增长56.3%。说到底,“转人工”难题是一个愿不愿意真诚服务客户的问题。客服的首要任务是解决问题。避免把智能客服当作回避客户的“挡箭牌”,快速响应客户诉求,快捷、快办、办成、办好,更好满足消费者对良好体验的向往,才能让更多人敢消费、愿消费。

新京报: “智驾”改“辅助驾驶” 变化核心是安全第一

据报道,近日,有网友发现,小米汽车的宣传物料上,对其智能驾驶功能换了宣传术语,将原有的“智驾”更改为“辅助驾驶”。此外,理想等多家以“智驾”为卖点的新能源车企,近期都降低了“智驾”的使用频次或换了说法。

日前,工业和信息化部装备工业一司组织召开了智能网联汽车产品准入及软件在线升级管理工作推进会,强调车企要“明确系统功能边界和安全响应措施,不得进行夸大和虚假宣传”。其中,具体包括规范宣传,不要扩大宣传规范技术名词,不能出现“自动驾驶”“自动驾驶”“智驾”“高阶智驾”等名词。由此可见,从“智驾”到“辅助驾驶”,相信很快在全行业的营销活动中,“智驾”一词将会越来越少地被用到,这当然是一种进步,也是监管部门执行力的体现。从“智驾”到“辅助驾驶”,核心不是“智驾”该不该退场,而是行业打擦边球的营销心态是否终结。

北京晚报: 莫让“赶场式”跑会 占了科研时间

近年来,在一些学术论坛、会议上,活跃着院士专家的身影。据《科技日报》报道,有些院士专家高频参加活动,四处站台亮相,对科研风气产生了不良影响,报道认为院士专家“赶场式”跑会可休矣。

院士专家参加论坛、会议原本正常。作为科研领域的翘楚,院士参会可以提高论坛和会议的含金量,向与会者传递有分量的研究成果和创新性观点,助力产学研协同发展。但形式主义的站台和跑会,显然背离了学术研讨的初衷。院士赶场、跑会,不仅浪费自己宝贵的科研时间,还将浮躁之风、功利之风带到科研领域。作为科研领路人,院士应在基础科学研究、高新技术开发、重大工程技术等领域发展起到关键带头作用,而要突破科学边界、攀登技术高峰,离不开“甘坐冷板凳”的学术品格。敢于驳人情面子、经得住名利诱惑,是院士应有的底气和素养。给科技面子,才是最大的面子。

热点话题

火锅沸腾处,既是年轻一代婚恋观、消费观变化的一个缩影,也为商业模式开辟出新的商机

火锅店办婚礼,简简单单开心就好

据《扬子晚报》报道,五一期间,山西太原市一对95后新人在火锅店举办婚宴,邀请了140名亲友参加,花费2.25万元,现场还表演了一段舞狮。相关视频上传网络后,吸引了众多网友观看,点赞十几万。新娘赵小姐说:“大家吃得开心,玩得开心,我们也收到了美好的祝福,意义就达到了。”

传统婚礼往往背负着太多“包袱”——宴席布置、彩礼金额、宾客接待、菜品选择等桩桩件件都要走流程、讲排场。仪式繁琐、花费高昂的婚礼无疑成了一种“甜蜜的负担”。如今,越来越多的年轻人摒弃套路,爱上极简和个性化的婚礼,用旅行结婚、公交车接亲、海底捞设宴、奶茶代酒等方式,重新定义婚礼,让婚礼回归相聚欢乐、见证幸福的本义。

年轻人“理想中的婚礼”是什么样的?首先是不早起、无接亲、不讲排场;其次是拒绝婚闹、拒绝恶搞、减少煽情;最重要的是玩得开心,精心策划、追求个性、强调意义。这种简单、省钱省心,但意义不减、创新表达“不含糊”的仪式,赋予婚礼更多更新的内涵。

“仪式感”可以是松弛感,在



人民日报微信公众号 图

火锅店办婚礼恰是一种“反仪式的仪式”。火锅婚礼的成功,收获了一众网友点赞和认同。很多人表示欣赏,也打算按自己的想法DIY一场婚礼;当然,也有人虽然羡慕,但担心家人不理解不同意。移风易俗需要一定的过程,不可否认,观念正在发生转变。

火锅沸腾处,既是年轻一代婚恋观、消费观变化的一个缩影,也为商业模式开辟出新的商机。传统婚庆行业应及时抓住需求,转型升级。餐饮行业也可积极拓展业务场景,灵活探索各

类“轻量化宴席”服务。

让婚礼变得更简单,也是国家和社会一直以来的呼声。近几年,中央一号文件多次提出婚俗改革婚事新办,引导婚礼文化向更文明、更精简、更理性的方向发展。未来,个性化的极简婚礼将成为潮流。

婚礼作为人生里程碑具有纪念意义,值得我们用心准备和庆祝。仪式虽简化,但要“情绪价值拉满”。愿每对新人都能以自己喜欢的方式说出“我愿意”。评论员 韩静

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghhpl@163.com