

建立“技能+绩效”双轨激励体系 龙城精锻：鼓励创新创造 打破职业天花板

日前，在位于常州武进国家高新区的江苏龙城精锻集团有限公司机加工车间，一场关于“蓝领价值”的革新正悄然发生。公司工会主席陈晓东以“让技术工人活得有尊严、干得有奔头”为理念，推动构建“成长型”产业工人培育体系，将传统制造车间打造成技能人才的“孵化器”。

面对制造业“技工荒”的行业痛点，陈晓东打破传统管理桎梏，推动制定《蓝领职工评价及管理规定》，建立“技能+绩效”双轨激励体系，推进精益制造，鼓励创新创造。高技能人才可结合自身技能特长及职业规划，向技能工匠、管理岗位或技术岗位发展，配套差异化的薪酬补贴和晋升通道。“这种‘技高者多得、创新者有位’的生态，为企业培养了上百名蓝领工人，高级技工占了蓝领总人数的三分之一。”

2024年，公司蓝领团队提出的47项整改方案中，126条技改建议转化为生产力，师徒结对培养产生的21名新生力量已崭露头角。

机加工线长李阳的成长颇具代表性，他凭借过硬技能、精湛的技艺不断提升机加工节拍，获评A类蓝领。“从原来的六七百件提高到现在的八九百件，让整个效率有了提升。”李阳说，技能提升了，制造成本降了，他的岗位津贴也升了。如今他每月可以获得公司1500元的岗位补贴。

在公司模具车间，负责模具工装组长叶峰正在对他最新的发明专利——新型多功能分度器进行测试，让其适用于更多的应用场景。叶峰介绍说：“该项新发明每年可增收40万元，成为公司独有的、能适配多种机加工设备的‘四轴’式先进工装。”自2019年起，他带领团队完成了30多项创新，为公司节省成本上百万元。

如今，公司人才培养的“乘数效应”清晰可见。2名金牌工人和1位武进工匠领衔技术攻坚，4名常州市



五一劳动奖章获得者与2名市级劳模范集体，立体化的人才矩阵正持续拓展产业工人发展空间。
吴文龙 史莲寅 何新雨

联合赋能 职引未来

在第三十五个全国助残日到来之际，常州市总工会、市残联和市人社局联合举办2025年“联合赋能，职引未来”专场招聘会，进一步搭建残疾人与企业之间的供需平台，切实保障残疾人平等就业权益。

此次招聘会共有90家企业参与，提供了多种类型的岗位1500余个，吸引了大量求职者前来咨询和应聘。现场开设残疾人文创非遗作品集市，设置政策咨询台，工会工作人员为求职者提供就业政策、劳动权益保障等方面的咨询服务，帮助他们更好地了解就业市场和自身权益。

今年，市总工会将举办26场“春送岗位”专场招聘会，开展51场“线上+线下”招聘会，组织100家企业进行线上直播带岗活动，持续开展“线下+云端”招聘活动，为职工铺就更广阔的就业之路。



全国劳模进企业开展宣讲

近日，金坛区总工会走进中盐常州化工股份有限公司开展“思政教师进企业”宣讲活动，深化推进思想政治引领工作。活动邀请全国劳动模范、南京港机重工制造有限公司技术总监、高级工程师沙夕兰为职工授课。

沙夕兰以《坚守初心，圆梦港机》为题，通过“梦想是人生的指南针”“拼搏精神的破局之道”“企

业持续的进化法则”“团队协作的乘数效应”“事业家庭的动态平衡”五大成长密码，结合自身三十余年奋斗经历，为百余名职工带来一堂沉浸式思政课。她强调，工制造与企业密不可分，企业是员工实现个人价值的平台，员工的努力推动着企业的发展。

中盐常化党委书记、董事长王成军呼吁职工要对标劳模精

神，筑牢信仰之心；要传承劳模品质，锤炼实干之能；要践行劳模担当，凝聚奋进之力；在科技创新和数字化转型中争当先锋，勇立潮头，为全力推进中国式现代化中盐常化新实践贡献智慧力量。与会职工纷纷表示，将以这次活动作为自己锤炼党性、提升自我的新起点，牢记初心使命，实现个人成长与企业发展互惠共生。王晨

江苏通用路桥推动无人机技术应用

日前，江苏通用路桥举办2025年度无人机操作技能专项培训。本次培训旨在培养复合型人才，推动无人机技术在公路施工、交通安全、道路抢险等多场景应用，为公司数字化转型注入新动力。

无人机能够在无人值守状态下执行全天候、定时巡检任务，凭

借低空飞行的视角优势，可迅速发现隐蔽问题和风险，对保障道路安全作用显著，利用无人机技术来提升路网管理与服务水平，增强路网管理的智能化、自动化和精准化，为智慧路网的建设和低空经济发展注入新的活力和动力。

据了解，江苏通用路桥一期

无人机计划建成18个无人机机场，目前已建成14个。通过无人机对管辖范围内205公里国省干线、136公里县道、780公里农村公路进行自动巡检，且研发了公路巡检识别系统，对病害识别准确率高达98%，大大提高了养护工作效率。

陈瑜

以“三问三答”破题 菱溪社区工联会绘就职工服务“工”笔画

在江苏大地的基层治理版图上，村转居社区正成为产业工人集聚的新枢纽。以常住人口1.1万的天宁菱溪社区为例，企业职工占比达45%，11家企事业单位与65家临街商铺构成独特的“微经济生态圈”。作为直接触达职工群众的“小三级”工会，菱溪社区工联会以“三问三答”破题，在新就业群体服务、职业成长赋能、精准帮扶关爱三大战场精准施策，让工会组织成为职工群众看得见、摸得着、信得过的“娘家人”。

从“服务对象”到“治理伙伴”：新就业群体的双向奔赴

在菱溪这个村转居新型社区，45%的常住人口为企业职工，65家临街商铺与11家企事业单位交织成基层治理网格。面对外卖骑手、网约车司机等“流动大军”，社区工联会以“组织筑巢”破题：组建“凤凰青鸟”骑手联盟，建立功能性党工组织，让32名骑手化身“移动网格员”。他们日均穿梭街巷2万步，三年累计排查安全隐患3000余处，从“等待派单”到“主动接单”，用“骑行轨迹”勾勒出基层治理的“红色脉络”。

从“授人以鱼”到“数智赋能”：家门口的职业成长链

针对传统技能培训“最后一公里”难题，工联会打造“线上+线下+数智”三维赋能体系：线上依托“学习强会”平台开设AI助产改课程，80名从业者通过“创新未来·数

智赋能”培训掌握智能设备操作；线下联合专业机构推出育婴师、家政师等“刚需课程”，同步开发“筑邻生活”小程序，设置“职达社区”智能匹配模块，实现“培训—就业—创富”闭环。更值得关注的是，工联会牵线企业与求职者“双向奔赴”，今年已促成120余个岗位精准对接，让产业工人在“家门口”解锁职业新可能。

从“实际鸿沟”到“三维守护”：职工家庭的幸福方程式

作为全国“一老一小”友好社区，工联会开出“代际关怀+心理关怀+家庭关怀”组合拳：针对智能技术代差，开展“AI老师进社区”活动，帮助200余户家庭跨越“数字鸿沟”；设立“亚心驿站”心理工作室，通过团辅沙龙与一对一疏导，为高压岗位职工定制“情绪管理指南”；创新推出“童伴365”暑托班与“银龄康养”计划，累计服务职工家庭480余人次，让“工作有奔头，生活有甜头”成为职工群众的真实写照。

从骑手联盟的“红色引擎”到数智赋能的“蓝色动能”，再到家庭守护的“金色港湾”，菱溪社区工联会的“三色实践”，正是新时代基层工会深化“小三级”组织改革的生动缩影。当“服务精度”遇见“治理温度”，当“技能提升”对话“家庭幸福”，工会组织正以“娘家人”的细腻笔触，在社区治理画卷中书写着产业工人的幸福答案。

汤亚平

弘扬劳模精神 凝聚奋进力量

日前，常州工学院党校组织开展了“学习习近平总书记在庆祝中华全国总工会成立100周年暨全国劳动模范和先进工作者表彰大会上的重要讲话精神”座谈会。

会上，全体工会干部共同回顾了中华全国总工会成立100年来的心路历程及在各个历史时期的巨大贡献，特别是党的二十大以来，中华全国总工会锚定高质量发展目标，积极动员广大职工

和劳动群众投身建功立业、创新创造的热潮；紧跟新一轮科技革命和产业变革趋势，全面推进劳动者素质提升工程；以社会主义核心价值观为引领，大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神；围绕共同富裕大局，扎实推进职工和劳动群众福祉增进工作。随后，分工会主席代表们结合自身岗位实践与学习体会进行了交流发言。

周星

热点



文化重塑旅游，带来新鲜活力

价值”买单的趋势不断凸显，旅游供给也应当在满足高品质文化需求的过程中升级。

认识到文旅行业存在的巨大潜力，越来越多地方将发展旅游作为发展经济的重要抓手。《浙江省文旅深度融合工程实施方案（2023—2027年）》就提出，到2027年，全省文化和旅游产业增加值占GDP比重达到13%；吉林省今年的政府工作报告也明确“持续打造旅游万亿级产业”“坚持四季联动、全域发展，接待国内游客人次、出游总花费均保持两位数增长”。

看得远、谋得准。随着文旅融合不断深化，旅游魅力充分释放，“人气”必将带来更多“财气”。

塑造城乡新形象

祖国西南，绵绵青山中，“村BA”“村超”“村晚”“村T”等活动近年来吸引全国目光，“村字号”成为贵州的一张崭新名片。

以少数民族非遗为代表的乡村文化，借助球场、T台、舞台等场景，通过旅游传向世界——这样颇具传奇色彩的故事，却是文旅融合的真实效应。

仿佛一座桥梁，旅游让游客看到不一样的

他方，也给了他方传递崭新形象的机会。

对于游客来说，旅游中的所见所闻所感是最具说服力的宣传。比如，去年以来不断升温的“中国游”，便打开了世界了解中国的新窗口、新通道。中华大地上的自然风光和历史建筑、现代化都市中的便利生活和烟火日常，令越来越多的人境游客真切感受到“不一样的中国”。

对于地方来说，旅游的发展也真切改变着城乡环境。以贵州榕江县的“村超”为例，“村超”火爆以来，当地新增经营主体5988户，新增签约项目32个。“村超”运营收益的51%用于壮大250个村集体经济，支持基础设施建设和基本民生事业，49%用于乡村文化体育教育发展。乡村的面貌，便是在这种反哺中一步步向美向新而行。

“真正的旅游不是从我待腻的地方到你待腻的地方去，而是你的美好生活我来分享。”中国旅游研究院院长戴斌说，展现开放、包容、真诚、善意和温暖，才是旅游长红的密码。

构筑精神新家园

步入陕西延安的红色综合体“延安1938”，历史场景与艺术演绎交织共生。在东

5月19日，对于“旅游”来说是一个特别的日子。14年前，这个日子被冠以“中国旅游日”之名，开始见证中国旅游业的从小到大、由弱渐强。

14年过去了，旅游早已成为一种人们习以为常的生活方式。文化和旅游部统计显示，今年一季度，国内出游人次17.94亿，比上年同期增加3.75亿，同比增长26.4%。

当“景区”的概念被“打卡点”延展，当默默无闻的县城被游客发现惊喜，当青瓦白墙的街区被越来越多人寄托乡愁……仔细观察我国日益发展壮大的旅游市场，文化的融入不断带来新鲜活力。

以文旅旅、以旅彰文，文化重塑旅游，进而影响深远。

催生旅游新场景

“莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行……”戴上VR装置，“苏轼”便来到你眼前，诉说起他的跌宕人生。

5月18日，VR大空间探索体验项目《遇见东坡》在海南省博物馆开启。一群“东坡迷”早早就到了博物馆，期待在虚拟世界里来一次千年穿越之旅。

景区是什么？这个问题如今变得越来越难回答。传统的名山大川之外，文化属性突出的旅游新场景正竞相涌现。一部影视剧、一场表演、一次体验，都可能创造出令人耳目一新的旅游空间。

在北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建看来，文化空间也可以成为旅游体验和消费的新场景，旅游空间也可以成为文化展示和传播的新舞台。

中国旅游研究院调查表明，29.2%的受访者希望在旅游过程中多安排文化体验活动，78.3%的受访者希望在旅游过程中参加文化

打造经济新亮点

今年全国两会期间，文化和旅游部部长孙业礼分享了一组令人印象深刻的数据：去年国内旅游人次超过56亿、同比增长近15%，旅游花费超过5.7万亿元、同比增长超17%；入境旅游人次1.32亿，游客花费接近千亿美元。A级旅游景区门票收入、度假区接待收入、旅行社营业收入增长幅度都在10%以上。

人财两旺的局面，同文化和旅游的深度融合密不可分。

文化为旅游带来不可替代的竞争力。想感受呼伦贝尔的草原风情，游客必须前往辽阔的东北大地；想一睹大唐不夜城的国潮韵，只有亲身来到陕西西安；想品味地道川菜的热辣火爆，天府之国总是令人向往……越古老、越特别的文化积淀，越有可能成为旅游的强大吸引力。

文化进一步拉长旅游的产业链。买文创、穿汉服、抽盲盒、逛主题街区、住特色酒店……文化因素的叠加，提高的是旅游的附加值，产生的是更大的“乘数效应”。随着人们为“情绪

旅游是从“你的城市”到“我的城市”，文旅消费不仅仅是经济社会发展中的重要方面，更隐含着城市建设、精神文明、人文发展等重要课题。有些城市，恰恰是因为环境宜居、市民友好等特点，吸引来更多人；由此激发的“文旅潮”，也进一步促使城市在自身发展、市容市貌、和谐氛围等方面，不断拉长长板、补齐短板。这何尝不是人与城的“双向奔赴”、发展与治理的“相向而行”。这启示人们，发展文旅、吸引游客、承接流量，是系统性工作，只有做好自己的事、练好城市发展的内功，文旅带来的流量才能助推向好发展更有质量。

数据显示，今年一季度，国内出游人次17.94亿，同比增长26.4%，国内居民出游总花费1.80万亿元，同比增长18.6%。文旅消费，一季度成绩亮眼，“五一”假期仍然。由此看向全年，随着文旅市场持续创新发展、促进消费扩容提质，“诗与远方”将继续为美好生活写下精彩注脚。

据新华社

据人民网

把“文旅流量”化为“消费增量”

假期人们去哪儿度假？各地如何迎客？不少地方创新做法，打造新场景、推出新产品，文旅市场活力渐次激发开来。

文化游有味道。北京通州大运河畔，沉浸式实景演艺《开漕盛景》，复刻古代漕船启航场景。游客体验花船巡游，观看非遗表演，从历史与现实、传统与现代的交汇中寻找感悟。

融合游有看点。湖北宜都，废弃的老厂房，经整修改造，融合绿色生态农业，形成“农业+文化+旅游+教育”融合业态。人们身临其间，感受故旧岁月的斑驳与现代发展的新机。

科技游很给力。陕西渭南，华山上的长空栈道安全钢索更换完成，“爬山神器”外骨骼助力装备也“就位”，游客们可以借助科技力量，体验不一样的登山。

因地制宜，深挖资源，结合需求，打造业态……面对文旅消费的广阔市场，各地无不在政策便利、创新供给、服务提升等方面下力气。“流动的中国”激荡澎湃的动能，当“文旅流量”转化为“消

费增量”，必能为活跃经济、提振信心注入动力。

一直以来，文旅热在持续升温。这既是满足人民群众美好生活需求的重要载体，也是扩大内需的有效途径。同时，各地区、各部门积极深化文旅供给侧结构性改革，不少新业态、新模式持续涌现，助推更多文旅出行、休闲消费等需求集中释放。

越是有需求，越是有潜力，越要精心呵护、用心培育。对有关地区和部门来说，消费者的文旅需求就在那里，而且还会持续迸发。是追求“一时热”还是助推“一直热”？这是发展课题，也是治理命题。尤其应该看到，当前文旅产业也在转型升级，产品好不好、体验佳不佳，消费者是会用脚投票的。正因如此，培育健康、成熟的文旅市场，有关地方和部门不能只看“眼前”，更应着眼长远，在产品创新、行业引导、管理规范等方面持续发力。少一些同质化、低水平，多一些特色化、高水准，地方的文旅发展方能更具生命力、更加可持续。