

文明棱镜

看见问题的每一面

美食学院如何“香”飘更远

编者按

据人民日报微信公众号消息,近日,全国第一所烧烤学院——岳阳烧烤学院首期技能班30名学员毕业,首期班4000余人报名、录取率不足1%,该学院隶属于岳阳开放大学。6月2日,山东首家辣子鸡产业学院在枣庄正式揭牌。这两则新闻让美食学院再度冲上热搜。

这几年,一批颇具特色的美食学院在全国多地出现,如湖北的潜江龙虾产业学院、陕西的宝鸡擀面皮产业学院、广西的柳州螺蛳粉产业学院、四川的宜宾燃面学院等。一边是行业、高校、地方政府合作办学,以标准化教学、全产业链人才培养助推地方美食产业化、品牌化;另一边,质疑之声四起,不少人觉得美食烹饪自学即可,高校办学只为博流量、浪费教育资源,亦有人担忧单一品类办学抗风险能力弱,标准化教学会让地方美食失去本土风味。

美食学院是产教融合创新,还是徒有其表的噱头?折射出职业教育怎样的转型方向?热潮之下如何规避跟风办学、形式化挂牌等问题?本期《文明棱镜》从观念革新、产业赋能、办学风险三个维度剖析美食学院热潮,探寻特色职教长效发展之路。



王怀申 图

观念篇

“上大学学烤串”重塑了技能价值

◎ 曲征

这几年,随着一批各具地方特色的美食学院相继落地,形成“一业一院、产教赋能”的职教新形态,“烤串何须上大学”等质疑声从未停歇。这种质疑,是根深蒂固的职业偏见在作祟。

长期以来,社会舆论中始终存在一套固化的职业评判体系,将职业分成三六九等。在传统认知里,唯有寒窗苦读考上大学攻读文理专业、毕业后端坐于写字楼从事脑力工作,才是体面的就业出路。而做烧烤、做面食这类贴近市井民生的手艺,被简单归为低端体力活,仅凭熟能生巧即可胜任,即使是“小白”,在营业门店当三五个月学徒也能上手,高校开设相关学院纯属小题大做、浪费教育资源。

这种认知的本质,是对技能价值的漠视和对职业教育的偏见。一些人只看到美食制作的简单表层劳作,却忽略了一门成熟美食技艺背后的专业操作:食材甄选的标准、调料配比的科学、火候把控的精准、食品安全的规范、成本管控的技巧,

乃至品牌运营、门店管理、产业升级的系统思维,都需要专业知识作为支撑。

当下的青年就业,早已跳出“唯学历、唯体面”的思维。越来越多年轻人不再执着于传统学历的光鲜外壳,而是看重职业的实用性、成长性和自主性。相较于竞争激烈、同质化严重的传统岗位,特色美食技艺实操性强、市场需求稳定、创业路径清晰,既能实现稳定就业,也能自主创业实现个人价值。一些青年人主动奔赴,充分说明技能型、创业型岗位正在摆脱世俗偏见,获得主流就业市场的认可,手艺劳动的尊严与价值正在被重新定义。

传统师徒传承模式的短板,更能凸显美食技艺系统化教学的必要性。长期以来,特色美食行业依赖“师傅带徒弟”的口传心授模式,这种模式全凭师傅经验,技艺传承零散、碎片化,没有统一的标准体系,火候掌控、食材处理全靠感觉,导致口味参差不齐、品质不稳定。同时,传统师徒模

式大多只专注于制作技巧的传授,严重缺乏食品安全规范、卫生标准、食材溯源、营养配比等专业知识,极易出现安全隐患,难以适配现代餐饮的监管标准与消费需求。

此外,传统学徒往往只懂做菜,不懂经营,缺乏门店运营、成本控制、品牌推广、客户维护等综合能力,即便手艺娴熟,也难以实现规模化、品牌化发展。而美食学院的系统化教学恰好补齐了这些短板,让学员不只学会一门手艺,还掌握了可持续发展的职业能力,从手艺人成长为行业从业者、创造者。

职业教育的核心使命,是对接市场需求,为各行各业培育专业人才。美食学院的走红是一次绝佳的职业观念洗礼。它让我们看清,世俗的职业偏见早已跟不上时代发展。无论是深耕学术领域的理论研究,还是扎根市井美食的手艺传承,只要能创造价值、服务社会、实现个人理想,就是值得尊重的就业方向。

产业篇

美食学院可赋能地方特色经济发展

◎ 汪志强

长期以来,制约地方特色美食产业发展的一大难题在于:当各类街边美食从零散的“路边摊”发展为规模化产业时,谁来持续输送通晓行业标准、善于管理、擅长营销的专业人才?各具特色的美食学院,正是试图破解这一难题的产物。

要理解美食学院的价值,必须认清一个普遍的产业困境。许多地方特色美食传承至今,依靠师徒口传心授。这种模式在小规模、本地化经营时尚可维持,可一旦产业体量急剧扩张、美食品牌逐渐走向全国乃至海外,弊端便立刻显现:不同师傅的手艺各异,同一道美食的口味和品质千差万别,连锁经营无从谈起,品牌声誉也难以统一维护。显然,传统传承方式已无力支撑产业的标准化、规模化与品牌化发展。地方要做大做强特色美食产业,人才供给必然要从“经验传递”转向“系统培养”。

也许有人觉得美食学院只是教人做一碗面、

烤一串肉,这就小看它们了。美食学院之所以能赋能地方美食经济,关键在于覆盖了整条产业链,不仅仅是传授灶台上的烹饪技艺,从原料品控、食品检测到供应链管理,从门店运营、成本核算到连锁加盟体系运作,再到电商直播、数字营销乃至品牌出海,美食学院培养的是适配全产业链的复合型人才。地方特色美食产业的迭代升级和“走出去”,需要的不是更多的“手艺人”,而是能够贯通产、前、中、后各环节的产业人才。只有这样的人力资源供给,才能支撑一个地方美食品类从“路边摊”向规范化的产业集群转型。

更值得关注的是,美食学院正在探索一种可持续发展的共建机制:地方政府出政策、搭平台,提供制度保障,促进资源整合;职业院校搭建教育体系,发挥系统化教学与科研能力,输送人才;行业协会和企业则将真实的市场需求转化为培养目标,并为学员提供就业与创业机会。三方协

同的模式,既可统一行业标准,又能解决“百店百味”问题,还能通过订单式培养,缓解产业扩张中的人才紧缺。总之,美食学院在多方协同之下输出专业人才,助力做强特色美食品牌,可让美食不再只是果腹之物,而是城市的文化符号与经济名片。

民以食为天。美食虽小,却承载着县域经济、民生就业与文旅消费的多重重任。特色美食产业上游连接种植、养殖、加工、物流,中游牵动餐饮、零售,下游延伸至旅游、文创、电商等,这个完整链条能否发展壮大,关键在人才。而美食学院正是撬动特色美食产业链发展的“人才支点”。当学员既掌握了核心技艺,又具备管理与营销能力,他们便不再只是一个手艺人,而是能带动就业、孵化品牌、反哺产业的创业者。这也正是美食这一特色职教赋能地方经济的真谛所在:从舌尖出发,最终落脚在民生与经济发

办学篇

要摒弃同质化、功利化的办学思维

◎ 殷建光

对美食学院的兴起,不少人心生疑问:它们能否摆脱昙花一现困境,实现长久发展?不可否认,部分学院当下的办学看似火热,并不等于具备可持续发展的核心竞争力。

美食学院要正视质疑,筑牢长远办学根基。一些质疑声音直指当下部分美食学院的办学问题:其一,办学跟风,同质化严重。个别地方缺乏成熟的特色美食产业支撑,仅凭想要打造特色美食产业,就盲目挂牌建校,存在师资薄弱、学员实训不足、就业岗位不足等问题,本质是蹭热度、追流量的短期办学行为;其二,抗风险能力偏弱。多数美食学院的课程高度绑定烧烤、面皮等单一品类,部分品类具有极强的季节性,且迭代迅速,一旦消费热度消退,学员就业便会陷入困境;其三,标准化教学虽规范了美食制作流程,却容易消解其独有的烟火气息、特色风味,丢失传统美食最核心的竞争力。

因此,美食学院必须摒弃同质化、功利化的办学思维,为学员传授可迁移、可创新、可持续的硬核本领。

拓宽课程体系,实现从“授人以技”到“授人以理”。办学过程中,需跳出单一品类的局限,深耕美食制作背后的科学原理、营养标准、行业规律、市场逻辑,构建兼具通用性、特色性、时代性的课程体系。比如,烧烤产业学院不只教授调料的配方配比、烤制技巧,更要给学员传授食材加工、温度控制、风味生成的科学原理,让学员吃透原理、掌握规律、通晓本质,习得可迁移、可迭代的通用能力,在行业迭代、市场变革中以不变应万变。

夯实师资队伍,实现从单一实操到知行合一。美食学院需打造“技艺大师+行业能手+理论学者”的复合型师资队伍,破除重实操、轻理论的教学壁垒,依托资深匠人、一线技师传承传统手艺,依靠高校、研究机构的专家学者输出创新思维,通过理

论与实践双向赋能,让学员既熟练掌握制作技法,又具备自主创新、适配市场的综合素养。

深化产教融合,实现从单向办学到双向奔赴。产业是美食学院生存发展的根基,学院是产业转型升级的引擎。一方面,学院要立足于区域特色产业,将产业新业态、行业新需求、市场新案例融入课堂教学,让教学内容紧贴实战、与时俱进,助力学员精准对接市场岗位需求。另一方面,地方产业依托学院的人才储备、技术资源、科研优势,开展产品创新、品类升级、品牌塑造,破解传统产业工艺固化、创新不足的发展瓶颈。通过产业滋养教学、教学赋能产业,筑牢就业、产业升级、学院发展的三重保障。

市场浪潮瞬息万变,美食学院必须摒弃流量思维、放下短期的功利思维,以厚重的办学底蕴、扎实的育人实力、全面的产教融合,抵御市场波动、突破发展瓶颈,这样才能摆脱昙花一现的宿命。

通信服务不该“新老用户不同权”

◎ 吴睿鹤

据媒体报道,近日,多地消费者投诉称,自己作为多年的电信运营商用户,所使用的手机号码套餐资费偏高,高性价比优惠套餐只向新用户或升档用户开放。有消费者多次与客服人员沟通,当提及要携号转网、向监管部门投诉时,才争取到优惠套餐。比如,广东一位消费者有着近20年的中国移动网龄,她的手机号码月租159元,包含400分钟免费通话、80GB流量;她朋友的手机号码月租为39元,不仅能享受480元话费补贴,还包含110GB流量,性价比远超她的套餐。

明明是同一家运营商,新用户花低价就能享受大流量、长通话的优质套餐,多年老用户却只能守着高价旧套餐,不能改为优惠套餐,这种变相“大数据杀熟”不仅寒了老用户的心,也让通信行业的资费公平性饱受质疑。

深究乱象根源,首先是畸形的经营考核导向。对于运营商而言,新增用户数量、营业收入是核心考核指标,拓展新用户被摆在首位。为抢占市场,企业不惜推出高额补贴、低价套餐吸引新用户,却缺乏为存量老用户主动降费、升级权益的动力。在内部规则里,套餐只升不降成为潜规

则,直接限制了老用户的套餐更换选择。

其次,合约绑定、规则壁垒加剧了权益失衡。不少老用户办理套餐时签订了长期协议,未到期降档就要支付违约金,被动被高价套餐捆绑,电信运营商这种做法,违背了公平交易的市场原则。

事实上,监管部门早已针对通信领域“新老用户不同权”出台整治举措,要求运营商全面公示在售资费、杜绝隐瞒营销,开展“明白办、放心用”行动。但从实际情况来看,部分企业阳奉阴违。

通信行业持续推进提速降费,目的是让全体消费者共享发展红利,而非厚此薄彼、区别对待。因此,监管部门要加大常态化督查力度,畅通投诉举报渠道,对刻意设置套餐壁垒、隐瞒资费信息、区别对待新老用户的企业依法依规处罚。运营商需扭转经营思维,摒弃“重拉新、轻留存”的短视模式,将用户满意度、服务公平性纳入核心考核,主动向全体用户公开全部资费套餐,做到优惠一视同仁,让老用户也能自主选择高性价比产品。

广大消费者也要增强维权意识,在遭遇不公平待遇时,应及时向监管部门反映,主动维护自身合法权益。

一枚孕妈徽章,藏着一座城市的生育温情

◎ 秦春兰

据媒体报道,从6月6日起,浙江杭州地铁正式推出“孕妈出行”专属徽章服务,孕期乘客凭本人怀孕相关证明,可前往杭州地铁全线网任意车站客服中心,免费领取“孕妈出行”徽章及孕妈关爱卡。

城市的温情,从不体现于宏大的宣传标语,而是藏在温暖人心的细微举措中。杭州地铁推出的这项公共服务,既化解孕妈出行的窘迫与焦虑,彰显城市治理的人文温度,也传递出尊重孕妈、鼓励生育的正面导向。

孕期出行,是很多准妈妈的日常难题。身形不便、容易疲惫,高峰期乘车、过安检更是处处受限。但多数孕妈不愿主动开口求助,含蓄内敛的心态,常常让她们独自承受着出行的不便。其他乘客也可能难以精准识别需要帮扶的孕妈,善意往往无处安放。

杭州地铁的粉色“孕妈徽章”,印有“孕妈出行,请多关照”的暖心字样,是孕妈无声的身份标识。佩戴徽章的孕妈,可享受安检绿色通道、优先进站、优先上车等专属便利。这枚徽章让孕妈的身份被清晰“看见”,让

陌生人的礼让与帮扶有了明确对象。

小小徽章,不只给孕妈带来出行便利,更赋予为人母者以荣光。长期以来,怀孕带来的辛苦与付出常常被一些人忽视,而专属徽章是一份公开的认可与致敬。它让女性的孕育付出被社会“看见”、被尊重、被善待,极大地增强了准妈妈们的身份认同感与自豪感,可以消解她们在孕期可能伴随的局促与压力。

这份温柔的公共服务,更是对构建生育友好社会的生动践行。鼓励生育从来不是空洞的口号,而是藏在每一处便民细节里的包容与支持。从优化孕妈出行体验,到营造尊重女性、关爱孕产妇的社会氛围,杭州地铁的细微举措,切实降低了女性在孕期的出行成本,缓解了怀孕带来的不便与焦虑,为生育友好型社会建设注入了温暖力量。

方寸徽章,承载的是人文善意。期待更多城市的交通运营方借鉴这个暖心举措,以微小的服务创新传递社会温情,让每一位准妈妈都能从容出行、安心孕育。

切勿盲目跟风危险的“网红挑战”

◎ 江德斌

据媒体报道,最近,“山顶牌楼做引体向上”挑战在网络上迅速走红。这是继“盘腿抱柱”“塑料凳套头”之后又一项危险玩法。5月30日,一男子模仿网络热门视频的内容,在某山顶的牌楼处做引体向上,落地时不慎扭伤脚踝,被困山顶,急需救援。救援期间,现场仍有多名游客冒险在此处做引体向上,消防员当即上前劝阻,提醒游客注意安全。

从“盘腿抱柱”到“塑料凳套头”,再到如今的“山顶牌楼做引体向上”,这类危险挑战能迅速传播的原因并不复杂,在算法推荐机制下,猎奇、刺激、具有视觉冲击力的内容更容易获得流量倾斜。所以,对于内容创作者而言,当挑战视频获得大量点赞、转发时,便意味着收获了可观的流量,同时会引发更多人模仿、跟风,进而形成一股打卡“网红挑战”的风潮。

然而,“网红挑战”的危险性,往往被有意无意地弱化甚至美化。在视频中,挑战者轻松完成动作,评论区一片赞叹,但镜头之外,失败、受伤、救援等却很少或根本没有被呈现。值得警惕的是,在平台流量激励与个体从众心理的双重作用下,受伤者因跟风模仿

付出了健康代价,公共救援资源被大量消耗,而平台算法和流量机制却在某种程度上“奖励”了危险内容,使得危险行为被不断复制和放大。

问题的根源,不能简单归咎于个别创作者或模仿者的安全意识淡薄。平台理应承担起相应的内容审核与引导责任,对于明显存在安全风险、可能引发模仿伤害的内容,应当建立快速识别和限流机制,而非任由其在算法助推下成为“爆款”。对于已造成不良影响或实际伤害的危险挑战内容,平台应主动下架,并向用户推送普及安全知识的视频内容。

创作者也应反思“流量至上”的创作倾向,一条危险的挑战视频,虽能换来短期的关注,但付出的代价可能是自己或他人的健康安全,以及公共资源的无谓消耗。

面对层出不穷的“网红挑战”,普通人应保持理性,认清自己的能力,理性评估“网红挑战”的安全性,不是所有“火了”的东西都值得模仿,不是所有“别人能做到”的事情都适合自己。摒弃盲目跟风、远离高危打卡行为,拒绝流量执念,不做算法的附庸、不做热度的牺牲品,才是保护自己的明智之举。