

“创新创效”成为一种意识 “振兴杯”赛场青年科创力澎湃

8个月的辛苦备赛,历经近30次研讨会和36版PPT和讲稿修改,29岁的国网温州供电公司调度控制中心团支部书记陈梦翔在“振兴杯”上,收获了创新路上的又一次满足感——斩获大赛技术革新类金奖。

上一次满足感出现在2020年年底,她所在的青年团队打造出基于数字化牵引技术的电网运行大脑“智电小瓯”。为电力行业科学调配寻找新方案,“唤醒”偏远地区的风、光、电资源是团队的梦想。他们曾在山区深处的电站调研,在恶劣天气下进行技术试验。最终在“振兴杯”上,团队迎来检验“大考”。4分钟展示,4分钟答辩,评委对项目的核心竞争力、技术原创性、应用效果等进行提问指导。

和陈梦翔一样,11月28日至29日,第十七届“振兴杯”全国青年职业技能大赛(职工组)中核杯创新创效竞赛全国决赛上,来自全国的261个项目、500余名选手在“云”端比拼,将青年创新创效的智慧和风采淋漓展现。

对于国家一类大赛“振兴杯”而言,职工组“创新创效”专项赛是个新事物,大赛对企业人才培养有何借鉴意义,“创新创效”的内涵是什么?记者进行了深度采访。

初衷:为传统行业突破瓶颈“增力”

2020年年初,团队构建空间地理、网格化气象、电网的人工智能数据模型,“智电小瓯”应运而生。团队加班加点进行数据采集调试,避免企业对智能数据模型“水土不服”。

“此前,电站发电依赖人工经验、历史数据研判。”陈梦翔介绍,2020年年底,团队又创新思路,将电力和气象数据结合接入系统,引入网格化、精细化的气象预报数据,精准预测判断发电情况。但跨

行业的数据传输存在壁垒,团队联合气象部门花了一年半时间,搭建了数据传输通道。

目前,“智电小瓯”还实现将电站按照地域地理特性、能源属性、用电情况进行集群管理,在极端天气下,实时扫描电网薄弱点,针对不同类型清洁能源生成差异化应急预案,这使得清洁能源发电预测准确率从80%提升至96%。项目已应用于11家调控机构,同期电网碳排放量较去年减少24867万吨。

在安徽合肥,有一支年轻团队运用人、机、料、法、环等要素,为基建行业生产模式寻找智能化破题方案。

学机械制造出身的李亮2015年来到中铁四局管理研究院工作,也和项目《预制构件生产管理解决方案》初相遇。近4年时间内,团队开发的软件系统迭代了4种版本。

李亮举例,高铁桥梁传统建筑方式是现场支模板、浇筑混凝土,但生产效率较低。

团队要在生产工位上安装AI视觉识别摄像头,实现对工序的智能抓拍,后台再通过算法识别,所有生产数据一目了然,让管理决策“更聪明”。但要实现每个点位的数据采集并非易事。铁路、房建、桥梁的预制厂内的细分场景多,如何将软件、智能装备和物联网技术融合,成了一大难题。

李亮介绍,由于预制场面积大,有的甚至有200多亩,团队在生产现场、单位试验室来回奔波,集体加班成了家常便饭,团队甚至跑过全国几十个基层项目部。大家学习建筑信息模型、物联网、5G、云计算等技术,最终实现远端设备控制、数字孪生工厂、物联网数据采集和预警等功能。

效果:为企业发展节本增效“蓄力”

除了为传统行业转型赋能,青

年创新创效项目的另一大实效是助力企业节本增效,成为参赛选手和导师的共识。

李亮所在团队一直瞄准解决预制构件生产成本高、生产效率低等难题。当他们研发的系统应用于60余个铁路梁场、公路预制场、小型预制构件厂时,已提高生产效率10%以上,节约劳动力约10%,节约原材料损耗约5%,平均节约435万元/项目。

项目团队围绕起重吊装和高空作业两个模块开发了“高危作业安全管控系统”。目前,工人只需将手机中的证件电子版上传小程序,管理者随时随地采集数据,上传图片、流程在线审核,流程较之前缩短3~4天。

截至今年10月底,该公司30余个项目累计上报作业流程共计千余条,管控准确率提高了80%,节约沟通成本、机械使用费、人工费、安全使用费等价值超100万元。

启发:为青年科创人才培养“助力”

“振兴杯”备赛过程中,导师线上线下指导李亮完善方案,给予远程技术支持。陈梦翔备赛的3个月里,单位想方设法提供后勤保障和物资协调,克服疫情影响。

很多选手都切实感受到单位对青年创新攻关的重视和鼓励。

文学和团队带来的研发创新项目《核主泵密封智能化健康管理》系统项目斩获本次“振兴杯”金奖。自2010年就职于中核集团福清核电至今,他在核电生产和科研一线踏实奋进,取得系列突出业绩。

面对国际技术封锁,他组织团队攻克全尺寸主泵密封系统精准建模、信息欠约束密封系统健康评估和预警等技术,开发出一套“机理分析+数据驱动”的核主泵密封智能化健康管理系统,并在6台百万瓦级核电机组成功应用(含中国自主三代核电技术“华龙一号”),改变传统依赖人员经验和阈值管理等模式,有力推动核电设备向状态维修转型升级。

他算了一笔账——根据未安装水表机具数量和水表购置、安装费进行估算,如果全部安装,一次性投入需30余亿元,还需要一整套运维团队来做水表的日常保养维护,经济和人工成本高昂。

“如果用电表实现用水量监测,就无需安装单独的水计量装置。水表的寿命一般在4年左右,电表寿命则是8年左右,若以电折水,后期将带来更大的成本节约价值。”安亚刚说,项目首创“电力大数据+水资源管理”政企合作新模式,相关应用场景已在吉林、河南、内蒙古等10省份进行推广。

中铁四局钢构公司参赛项目《“小程序”助力“大管控”,提升企业安全管理水

平》的导师杜伸云告

诉记者,公司60%以上的工程项目涉及钢结构加工制造与拼装焊接,伴随高危作业工序。传统安全管理模式下,工人需随身携带特种作业证书等进场,审批流程复杂。

项目团队围绕起重吊装和高

空作业两个模块开发了“高危作业安全管控系统”。目前,工人只需将手机中的证件电子版上传小程序,管理者随时随地采集数据,上传图片、流程在线审核,流程较之前缩短3~4天。

这些成果与中核集团和福清

核电对科技创新的支持密不可分,文学承担过多项省部级研发课题,获福建省科学技术奖、中核集团科学

技术奖、福建电力科技进步奖、中国能源创新奖,福清核电“十大

杰出青年”等荣誉奖励,入选中核

集团“青年英才”计划。已成长为

福清核电设备管理处高级主管工

程师、高级工程师的他先后收获授

权发明专利7项、实用新型45项,

发表技术论文24篇。

“大赛鼓励青年钻研业务水

平,激发青年创新素养,成长为模

范标杆,带动企业其他人提高业

务。”在评委会秘书长、天津职业技

术师范大学自动化学院路光达教

授看来,大赛树立“人才培养并不

是喊口号”的导向,企业要及时配

套岗位晋升、荣誉激励等措施,“项

目是载体,业务是主体,把担子放

在年轻人身上,让他们成为企业创

新的主力”。

比赛体现的理念和导向也对企

业引才、育才、留才提出新要

求。采访中,选手和评委一致认

为,人才储备是科研转化的前提。

目前,中核集团打造的科技创

新成果转化生态体系已初见雏

形。集团第一届科创大赛共征集

项目867项,通过市场化模式筛

选,已有36个项目获得社会投资

意向;首个科技人员持股项目“原

子能院辐照加速器项目”顺利实

施,技术人员获得股权奖励1500

万元,成功吸引外部投资9000万

元。项目积聚的灯塔效应调动了

科研人员的积极性。

大赛评委李蒙呼吁,除了科研

转化支持,各单位要为青年科技人

才和青年工程师创造机会和平台,

开展大小规模的职工创新创效比

赛,引导年轻人将“创新创效”内化

为日常工作中的意识和理念。

据《中国青年报》

用心相伴 “童”行路

12月2日,浦江县公安局交警大队郑宅中队民警在辖区郑家坞镇中心小学教孩子们正确佩戴安全头盔。

12月2日是第11个全国交通安全日。为提高中小学生的交通安全出行意识和自我安全防范能力,连日来,浦江县公安局交警大队通过宣讲交通安全知识与体验交通安全情景相融合的模式进校园开展交通安全宣传活动,让“文明守法,平安回家”理念相伴“童”行路。

通讯员杨晓东 摄



互联网营销师四大工种相继迎来职业技能等级认定—— 直播间里“刮”起了考证旋风

“互联网营销师‘转正’时我就很激动,国家职业技能标准出台后,一直想检验一下自己的专业水平,现在终于如愿了!”今年“双11”期间,刚刚获得视频创推员四级证书的福建小伙子李茂荣,终于成为服务于直播间的“持证上岗”专业人才。

据了解,视频创推员正是互联网营销师的四大工种之一。今年9月,福建省首次开展互联网营销师职业技能等级认定工作,目前已有多89人参加直播销售员和视频创推员认定,同时积极探索“一试双认”模式,以满足新业态就业群体的评级需求。

直播不是“独角戏”

“宝宝们准备好了吗?3.2.1,上链接!”晚上9点,一场主打晋江鞋服的直播渐入高潮,主播不断抛出诱人优惠,成交金额飞速上涨。从观众的视角看,出现在手机屏幕上的只有主播一人。但若把镜头对准直播间,这其实是一场紧密配合的团队战。

据了解,作为新职业,互联网营销师并不完全等同于公众熟知的“带货主播”,而是已分化出包括选品员、直播销售员、视频创推员与平台管理员在内的四大工种。一场直播的成功,则需要各类工种之间的密切配合。

人均观看时长、成交转化率、

粉丝复购率……运营人员目不转睛地盯着数据,根据流量和交易趋势提醒主播调整策略和话术。另一台电脑前,平台管理员手指上下翻飞,按照主播的指令操作产品的上下架、修改价格、发放优惠券。

记者从福建省人社厅了解到,直播销售员和视频创推员于9月初在该省迎来首考,选品员和平台管理员的考试也将陆续启动。同时,该厅积极培育社会培训评价组织,已核准福建字节跳动科技有限公司、腾讯云计算(福州)有限责任公司等开展认定工作。截至目前,直播销售员共有141人参考,112人合格,通过率79%;视频创推员148人参考,125人合格,通过率84%。

来自福建三明的李茂荣经常接触直播和短视频,还和朋友组建团队,有两年的专职短视频策划经验。然而行业初启,空间广阔却无

标准可循,他们只能边摸索边做。今年9月,得知福建启动互联网营销师职业技能等级认定,李茂荣立刻报了名。

“题目含金量十足!例如,把零散的素材剪辑成连贯流畅的视频,如果没有经验很难完成。”李茂荣告诉记者,考试内容让他深刻感受到掌握扎实职业技能的重要性。对此,参加了直播销售员考试的黄哲龙也深有体会,他说:“理论考试问得很细,实操考核不仅要为产品量身定制推介词,还要分析直播存在的问题及优化方法,非常考

验应变能力和综合素养。”

值得关注的是,为帮助从业者获得企业和政府的双向认可,福建字节跳动科技有限公司探索采用“一试双证”认定模式。李茂荣说,自己不仅收获了互联网营销师视频创推员(四级)证书,还拿到一张企业标准下的短视频运营营销师(初级)证书。

中国政法大学商学院人力资源开发与管理研究中心主任王霆认为,企业尤其是头部企业的标准,往往高于行业标准和国家标准。“一试双证”模式既能发挥企业在人才标准建设过程中的积极性和重要价值,又能使企业标准和国家标准相接轨,增强企业标准的权威性,更好地引领行业人才发展。

助推行业健康规范发展

“以前顾客下单没有可靠的判断标准,现在只要把证书亮出来,就可以证明自己的水平,前来咨询的顾客也越来越多。”拿证后的李茂荣对记者说,职业技能等级认定的有序开展,让自己对职业有了更多认同感,对行业发展充满了信心。

另一方面,李茂荣也透露,身边不少人想入行,却因为鱼龙混杂的培训市场走了不少弯路,学到的内容跟不上市场的需求。他说:“职业技能标准的确立以及认定考试的体系化,会倒逼培训市场规范

化发展,也为我们甄选课程提供参考。”

对用工企业而言,找人难、用人难的情况也将在证书的支持下得到缓解。“只通过面试表现实际上无法准确评判候选人的能力,可能在员工入职后才发现人岗不匹配,而职业技能等级认定则提供了人才识别和管理的一个重要维度。”黄哲龙认为,目前互联网营销师行业缺口仍然很大,欢迎有兴趣的新业态从业者“持证上岗”。

王霆认为,职业技能等级证书的推广,将有力推动行业健康规范发展,有志于此的广大外来务工青年也应抓住职业技能等级认定开展的机遇,对标职业技能标准,提升理论和实操能力,在电商经济的洪流中大展身手。

“人才评价权放归市场后,政府监管和公共服务不能缺位。”王霆进一步建议,除了用人单位要鼓励并帮助劳动者通过职业技能等级认定,相关部门也应加强监管,从严遴选符合条件的互联网营销师评价机构,实行备案及黑名单制度。同时,打造职业技能等级评价服务平台,发布互联网营销师技能标准、报考信息、学习资料,以及获批开展培训、考试的企业和社会机构的名单,做到信息公开透明,推动职业技能等级认定更加便利规范。

据《工人日报》

央媒看浙江

“2022金秋购物节”收官 浙江呈现消费新图景

日前,历时3个月的“浙里来消费·2022金秋购物节”落下帷幕。记者从浙江省商务厅获悉,该活动自9月启动以来,在浙江全省范围内举办了近500场促销活动,政企银让利优惠23亿元。据不完全统计,拉动消费近700亿元,带动“烟火气”回归,打造了全民共赏、共享的浙江消费新图景。

集合各界力量 打造浙江促消费“样板间”

多部门、市县联动,激发青年钻研业务水平,激发青年创新素养,成长为模范标杆,带动企业其他人提高业务。”在评委会秘书长、天津职业技

术师范大学自动化学院路光达教授看来,大赛树立“人才培养并不是喊口号”的导向,企业要及时配套岗位晋升、荣誉激励等措施,“项目是载体,业务是主体,把担子放在年轻人身上,让他们成为企业创新的主力”。

比赛体现的理念和导向也对企业引才、育才、留才提出新要求。采访中,选手和评委一致认为,人才储备是科研转化的前提。

目前,中核集团打造的科技创新成果转化生态体系已初见雏形。集团第一届科创大赛共征集项目867项,通过市场化模式筛选,已有36个项目获得社会投资意向;首个科技人员持股项目“原子能院辐照加速器项目”顺利实施,技术人员获得股权奖励1500万元,成功吸引外部投资9000万元。项目积聚的灯塔效应调动了科研人员的积极性。

大赛评委李蒙呼吁,除了科研转化支持,各单位要为青年科技人才和青年工程师创造机会和平台,开展大小规模的职工创新创效比赛,引导年轻人将“创新创效”内化为日常工作中的意识和理念。

按照省级统一部署,浙江各地结合实际、放大优势、做强特色,相继开启“杭州数智嘉年华”“温享新消费”“越惠悦生活”等品牌活动,叠加出台各项促消费政策,双轮驱动打造消费“大平台”。

——市县联动,打造消费“大平台”。杭州实施购买新能源汽车补贴、加大批零住餐业支持力度、首店扶持、新电商及新零售等助企纾困政策;宁波充分释放金秋、岁末消费,共组织发放超过6亿元消费券;温州集中开展区域消费中心城市建设一周年系列活动,绍兴“迎亚运·越运动”体育消费季