

访企拓岗，让人才供需精准匹配

■ 李萌

探索，也是岗位需求的真实画像。当学子们走进椰树，就能亲眼见证海南“老字号”的底蕴与坚守；来到乐城“医疗特区”，观摩顶尖医疗设备与技术，“先行先试”的政策优势在这一刻具象化；漫步复兴城，人工智能、数字经济、游戏出海……“互联网+”的广阔蓝图在这里可触可感。这种眼见为实的说服力，远比宣讲来得实在。企业展示真实的工作场景、成长路径，学生直观理解岗位所需技能，还能现场展现专业能力，双方面对面深度交流，让招聘从简单的信息匹配，变成有温度的双向选择。

百闻不如一见。访企，看到的是生产一线的繁忙，是科创前沿的

位，还在于为高校人才培养充当“校准器”，让教育供给与市场需求同频共振。时代发展日新月异，新产业新岗位不断涌现，教学如果不紧跟发展，与实际需求产生偏差，人才培育就会陷入“学非所用”的尴尬。而访企拓岗，正是打破这一格局的关键。通过访企，院校直接获取企业反馈，更好地把握行业动态，就能进一步优化人才培养方案，优化专业设置、调整课程内容，提高教学的针对性和实用性，推动产教融合，更好地促进高校学子与企业的双向奔赴。

精准匹配，才能让人才适得其所。如今，海南自贸港建设如火如

荼，新兴领域加速发展，产业版图不断扩张，更大的发展机遇，也意味着更多的就业市场，要想精准匹配多元需求、激活人才引擎，必须拿出实招、硬招。今年，海南“100场访企拓岗活动”将持续进行，这是“海南学子‘就’在海南”留才行动的具体实践，也是海南以需求为导向打通“人才供给—岗位适配—产业发展”链路的有力探索。100场，“走一遍”也许不是难事，难的是将一次次走访转化为“引才、育才、留才”的长效机制。一方面，要緊扣海南自贸港建设需求，建立重点企业、优势产业岗位清单，以需求为导向，靶向释放自贸港政

策红利，增强对各类人才的吸引力；另一方面，通过企业走访动态收集岗位技能要求，将相关要求嵌入课程体系，让人才培养与产业需求无缝对接。同时要强化实践教学，配套实习补贴、就业奖励等政策，鼓励学生走进重点园区、重点企业，在实践中强化能力、各展所长。

访企拓岗，让岗位从抽象变为可触可感，“留琼”便有了具象化的坐标。这场人才与企业的“实景对话”，或将成为海南构建人才磁场的又一突破口。当越来越多的青年人才选择扎根这片热土，海南自贸港建设的活力必将持续迸发。

HK南海涛声

近段时间，随着热门综艺《哈哈哈哈哈》的热播，昌江黎族自治县海尾镇沙渔塘社区再次成为网友热议的焦点。这已是沙渔塘第二次因综艺节目走红，早在2022年，综艺节目《向往的生活》就让这个滨海小渔村一跃成为“网红打卡地”。从默默无闻到炙手可热，沙渔塘的“出圈”充分体现了影视综艺对旅游目的地的强大带动效应。

然而，综艺节目自带流量，但流量来得快去得也快，难以支撑旅游产业的可持续发展。当镜头移开、热度消退后，如何将“取景地”真正打造成为具有持久吸引力的旅游目的地，让“网红”变“长红”，让“流量”变“留量”？沙渔塘用自身的发展实践给出一个答案——跳出“拍完即停”的思维，在镜头之外留下足功夫。

节目中的美景往往经过艺术加工，现实中的旅游体验需要实实在在的硬件支撑，提升改善基础设施和旅游服务是“取景地”持久发展的基本要求。在《向往的生活》热播后，沙渔塘社区加快推进道路改造和环境整治。比如，新建停车场，解决游客停车问题，让越来越多自驾游爱好者将沙渔塘列入“必打卡清单”，用“看不见”的努力确保了游客的良好体验。

取景地的生命力不仅在于被镜头记录的美好画面，更在于当地独特的人文故事。因此，文化内涵的挖掘和呈现同样不可或缺。沙渔塘社区没有停留在对节目场景的简单复刻，而是挖掘渔村文化，推出赶海、织网等体验渔家风情项目，让游客从“看景”到“入景”，变“看热闹”为“品门道”，给予游客镜头之外的惊喜，通过文化赋能释放更持久的魅力。

单纯的“打卡式”旅游难以形成规模效益，将“取景地”打造成“文旅地”，全域旅游的广度和产业融合的深度决定着发展的高度。从沙渔塘社区来看，昌江开发多元旅游路线，将沙渔塘与当地其他景点进行合理串联；社区打造多样体验场景，将“综艺同款”转化为游客可参与、可消费的文旅产品，“取景地”的能见度和吸引力也由此不断放大。

镜头里的惊艳转瞬即逝，镜头外的耕耘才能历久弥新。海南拥有碧海蓝天、热带雨林等美丽的自然风光，海洋文化、黎族苗族文化等独特的人文风情，是许多人向往的“诗与远方”。期待海南众多“取景地”，在镜头之外持续用心、用情、用力，从被动“借流量”转向主动“造内容”，在深耕文化内涵、完善配套设施、延伸产业链条等方面长远规划、精耕细作，让“荧幕中的美好”变成了“现实中的体验”，真正成长为具有旺盛生命力的优质“文旅地”，在带动地方经济发展的同时，成为展示海南自贸港建设成果的靓丽名片。

■ 陈奕霖

文旅宣传不妨多些独一份的美

■ 韩慧

量，趁端午假期吸引游客。

在文旅宣传片拍摄上，像如此高度相似的例子或许不多见，但是擦边借力的做法并不少。比如，几年前，有文旅局长变身“出战”，宣传当地文旅，独特的创意一下子拉近了与游客的距离，可久而久之，盲目跟风多了，就给人带来了审美疲劳。又如，为了赢得流量，有些地方花招百出，给观众带去了一幕幕“辣眼睛”的表演。当一个创意被反复套用，甚至异化流于俗套后，非但起不到吸引关注的目的，甚至还会劝离游客。

当前，文旅宣传从线下走到线上，一部好的宣传片，带来的是裂变式的传播，是漫天的流量。每一个好点子、好创意，可谓宣传片的流量密码。宣传片拍得效果如何，直接影响了游客对当地的观点。一味跟风、奉行“拿来主义”，

吸引的只能是昙花一现的关注度。如果争相模仿，真正留在游客心中的美景又有多少呢？而且一旦用力过度，反而会引起游客反感，搬石头砸自己的脚。

因此，好点子、好创意，从来不是一味跟风得来的，需要立足本地风土人情，在挖掘资源上下功夫、在提升旅游体验上花心思，把本地亮点彰显出来，用那不可替代的独一份的美，为自己加分。相信只要内容足够精彩，即便没有“火出圈”，也能吸引来真正对当地风土人情感兴趣的游客，这又何尝不是一场美好的双向奔赴？

每一份独一无二的美，都值得用心去挖掘，又何必硬套别人的华服、硬学别人的方式呢？自信一点，别让千篇一律的文旅宣传片，冲淡了本地的特色之美。

本版言论只代表作者个人观点 投稿信箱：hnrp@163.com

H 图说辣论



不做流量下的“莽夫”

明令禁止行人和非机动车进入的隧道，反倒成了网红拍照打卡点。近来，上海新华路隧道就遭遇了如此尴尬。据人民日报报道，对这种交通违法行为，虽然交管部门已开展专项整治，但在社交平台搜索“电影感隧道拍照”，仍能看到不少“指路教程”。有的博主夜晚进入隧道，只为拍出有氛围感的照片。

反复强调禁止进入，依然有很多人以身犯险，“流量冲动”下的疯狂，着实可怕。其实，又何止钻隧道，坐铁轨、爬护栏、闯野景区……流量之下，不缺“莽夫”。不过，流量诚可贵，生命价更高。为了“出片”的氛围感，而不顾安全感，置自身乃至他人于险境，这样的“美”也就变了味，不要也罢。

(图/王铎 文/张成林)

“海南日报登报”小程序上线
快人“e”步

政府、企事业单位及个人的公告公示等业务，均可通过微信搜索“海南日报登报”或扫描二维码，进入“海南日报登报”小程序快捷办理。

图片由AI生成

