

打热... 城设... 是个...

姜天骄

一张亮丽的名片对城市发展意义重大。好的品牌形象打造不易,它不仅是宣传城市、推广城市的关键一招,也会成为城市未来发展的风向标。

全面打造中国“摇滚之城”的石家庄市近来吸引了不少外界目光。一座省会城市如何代表着前卫艺术的摇滚乐作为城市名片?这又带来哪些启示? 石家庄想用“摇滚”破圈,不只是因为它的英文名“Rock Home Town”,还因为石家庄是我国摇滚乐的启蒙地和重要阵营城市之一。石家庄诞生过“中国摇滚第一刊”《通俗歌曲》和知名摇滚乐队“万能青年旅店”,应该说石家庄有一定的摇滚乐生存土壤和发展基础。目前,石家庄市正在举办“Rock Home Town”中国“摇滚之城”音乐演出季,借力社交平台 and 短视频的传播力,石家庄“摇滚之城”这一品牌形象得到立体化的呈现。

放眼世界,奥地利维也纳、西班牙塞维利亚等城市都善用音乐资源打造城市名片。这背后,既有城市对历史文化的保护和深度开发,也有城市结合市场需求有效转化文化资源,为城市形象找到全新表达方式。摇滚是石家庄城市营销的一种手段,也是石家庄拉近与年轻人距离的一次创新尝试。近年来,我国城市营销有不少成功案例,例如淄博烧烤、西安大唐不夜城等。纵观这些在网络上火出圈的城市,都是将城市营销立足于本地特色,深挖文化内核,让生活方式、文化情感、民俗风情、建筑风貌与当代城市发展充分融合。

一张亮丽的名片对城市发展意义重大。好的品牌形象打造不易,它不仅是宣传城市、推广城市的关键一招,也会成为城市未来发展的风向标。打造特色“城设”是个系统工程,应积极动员文化界、学界及相关部门共同出谋划策。石家庄用摇滚破圈只是第一步,如何深度链接摇滚乐与城市发展的关系还需综合考量。要继续挖掘好城市文化中的摇滚元素,集聚音乐资源,打造城市“乐谱”,让摇滚成为城市创造更大社会效益和经济效益。只有让城市居民和社会大众对城市名片有更深刻的文化认同、情感认同,城市品牌才更有生命力。

充分发挥民企就业蓄水池作用

□ 本报记者 曾诗阳 教 蓉

今年我国高校毕业生数量再创历史新高,达1158万人,高校毕业生等青年群体面临较大就业压力。与此同时,位于就业市场另一端的民营企业也正面临经济下行压力和不确定因素的冲击。在此情况下,如何更有效地发挥民营企业就业“蓄水池”作用,助力高校毕业生高质量充分就业?记者采访了专家学者和民营企业有关负责人。

吸纳就业主力军

民营企业历来是吸纳就业的主力军,贡献了80%以上的城镇劳动就业。今年前5个月,我国新设民营企业376.4万户,为巩固存量就业和吸纳新增就业提供了直接有力的支撑。

对于民营企业而言,招聘高校毕业生为什么带来了新的活力。美团校园招聘负责人刘鹏农认为,一方面,校招成长快、潜力大,新鲜血液的加入有利于企业人才梯队建设;另一方面,年轻人对最新的技术和市场趋势多有所了解,能为企业发展带来新思路。

“高校毕业生可塑性强,企业招聘高校学生是为未来发展储备人才,新业务拓展、转型升级都需要人才资源。”中央党校(国家行政学院)公共管理教研部副教授易丽丽说。

这几年,珠海格力电器股份有限公司平均每年录用大学生3000余名。“发展的希望在于创新,创新的希望在于人才。”该公司人力资源部相关负责人表示,招聘高校毕业生有利于激发企业的活力和驱动力,“我们加大力度自建人才房,‘筑巢引凤’,为格力的可持续发展持续提供人力支撑”。

采访中多家企业反映,由于初入职场,不少高校毕业生在实践方面存在一定欠缺。刘鹏农表示,从招聘经验看,学生在参加工作前积攒3个月至6个月的实践经验,既有利于更好地理解课程知识,又能加深对市场的了解。

易丽丽认为,眼下高校毕业生在学用上存在脱节现象,专业的设置应与产业和市场需求更加匹配,大学生的培养要与企业的需求更加契合,使高等教育与经济社会发展需要更加契合。“应深化产教融合、校企合作,积极采取订单式培养、定向式培训等模式,帮助学生获得更多的实习实践机会,让毕业生入职后能够展现出更高的成熟度。”

不少民营企业已开始行动,将招聘环节前置,美团与多家高校开展超过150项科研合作课题,与清华大学电子系共同打造的《大数据技术的应用与实践》课程吸引了30多个院系近400名同学选课参加;格力与高校探索更多育才引才合作机会,如共建校企联合实验室、打造大学生产学研一体化实践平台及创新基地等,将大学生人才培养与促进就业有机结合……

除了创造大量就业岗位,民营企业还提供了许多求职服务,例如对接高校举办竞赛活动和促进就业活动,通过直播带岗、模拟面试、对话行业大咖等方式帮助毕业生储备经验等。在培养方面,美团等一些企业针对校招设计了长期性、体系化的培养机制,并配备专属职场导师,提供专门晋升通道。“高校毕业生发展潜力大、学习能力强,经过系统性培养,能够以很快的速度成长并独当一面。”刘鹏农说。

新经济领域增量明显

一段时间以来,受经济下行压力和各种不确定性因素冲击,企业的招聘需求有所下降。易丽丽分析,民营企业对市场更加敏感,反应更快,当面临经营困难或捕捉到风险时,会第一时间控制用工成本,减少对高校毕业生的招聘。

就业市场的另一端,部分毕业生也未将民营企业作为就业的首选。民营企业抗风险能力相对较弱,近年来就业景气指数波动较大。“当经济形势不稳定时,求职趋向稳定,民营企业就不太具有吸引力。”易丽丽说。

为了调动民营企业招聘积极性,近年来有关部门政策频出,例如企业吸纳高校毕业生就



业,可以享受一次性吸纳就业补贴、职业培训补贴、社会保险补贴、就业见习补贴等优惠,不少地方政府组织当地民企集中赴外地高校聚集城市招聘,吸引高校毕业生助力本地产业升级和经济发展。近期,全国工商联与教育部也联合启动“民企高校携手促就业行动”,帮助企业与高校毕业生双向选择。

“相关政策举措有利于激发活力,扩大就业容量,拓宽了民企招聘高校毕业生的渠道。”格力电器人力资源部相关负责人对优化招聘服务相关举措印象深刻,“比如,建立高校毕业生就业岗位归集机制,广泛收集并动态发布企业的岗位需求计划,让学生与企业之间精准对接供需,方便企业找到合适的人选,也方便学生物色心仪的岗位”。

近年来“四新经济”发展迅速,截至今年5月底,我国“四新经济”民营企业已超过2500万户。新经济领域人才需求突出,活力潜力大,吸引了大量高校毕业生涌入,增量明显。

专精特新领域企业强势突起,对技能人才需求快速增长,为相关专业高校毕业生提供了前景广阔的发展空间。中国中小企业协会执行会长任兴磊表示,应尽快出台配套政策,鼓励专精特新企业专业技术人才申报职称,激发企业创新发展活力。促进我国中小企业吸纳就业的减税政策,要注意将技术密集型产业考虑在内。

《数字中国发展报告(2022年)》显示,2022年我国数字经济规模达50.2万亿元,人社部发布的《中华人民共和国职业分类大典(2022年版)》新增的158个新职业中,首次标注了97个数字职业。可以看到,新技术、新产业、新业态、新模式正持续激发我国经济发展动能,为高校毕业生创造大量高质量就业机会。“在今年上半年的春季招聘中,我们面向高校毕业生发放了超过7000份录用通知,实际录用约4000名校招,覆盖技术、商业分析、运营、金融、销售等多个类别。”刘鹏农说。

挖掘中小企业潜力

“我国1.7亿的经营主体贡献了超过85%的就业岗位,占经营主体90%以上的中小企业解决就业的比重非常大。”任兴磊说。

一方面是毕业生的就业需求难以满足,另一方面是中小企业存在用工缺口。教育部印发的《关于做好2023届全国普通高校毕业生就业创业工作的通知》明确提出,要充分发挥

中小企业吸纳就业作用,为中小企业招聘高校毕业生搭建平台。近期,工业和信息化部、教育部联合举办了2023年全国中小企业网上百日招聘高校毕业生活动。从实际情况看,中小企业吸纳高校毕业生就业的能力与毕业生就业需求和岗位方向仍有差距。

专家建议,应出台更多鼓励中小企业吸纳高校毕业生就业的优惠政策。例如,引入更多专业的人力资源机构服务中小企业,为中小企业招聘搭建更多平台和渠道,扩大招聘影响力;发挥减税政策的就业导向功能;引导中小企业规范经营和用工,树立良好企业形象,增强中小企业对劳动力的吸引力等。

“投入开发人力资本是能增值的,进行合理投资,才有望收获更大效益。”易丽丽认为,就企业端而言,要着眼长远,树立现代人力资

源管理理念,建立健全人才激励和管理机制,营造人才干事创业的生态环境。就高校端而言,在促就业具体行动中,一方面应当提倡积极的就业观念,帮助毕业生拓宽就业渠道,另一方面要创造条件邀请民营企业进校招聘,打通求职招聘“最后一公里”。

值得注意的是,稳固的经济基础是高校毕业生就业的“底盘”。专家表示,有关部门在鼓励高校毕业生到民营企业就业的同时,要在根本上为民营企业发展创造良好的环境,在帮助解决突出困难、开拓市场空间和改善外部环境上下更多功夫。“经济的有序复苏,将增强对就业的带动,就业形势总体将有所改善。”易丽丽说。

今年以来价格持续低迷,专家预计——

下半年猪价或温和回升

本报记者 黄俊毅

农业农村部监测数据显示,7月21日,全国农产品批发市场猪肉平均价格为18.78元/公斤。“全国生猪价格6月底7月初跌至今年以来低位。”中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇说。

据农业农村部监测,今年1月份以来,全国猪价低位震荡,生猪价格震荡探底,猪肉价格持续下跌。生猪价格自5月第1周开始低于上年同期,7月第2周为14.19元/公斤,同比下跌36.8%,较年初价格下跌17.9%。猪肉价格从1月第1周31.36元/公斤跌至7月第2周的23.26元/公斤,7月第2周同比下跌31.0%,较年初价格累计下跌25.8%。

朱增勇表示,今年上半年,养殖户每出栏一头生猪,平均亏损在150元左右。随着猪价下跌,1月中下旬生猪价格降到成本线以下,2月份开始进入全面亏损,截至6月份连续4个月呈现小幅亏损。猪价为何持续低迷?业内专家认为原因有二:一是供给充裕,二是消费淡季。

北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通告诉记者,7月10日至16日,北京新发地日均上市白条猪1743.71头,而去年同期日均上市量为1644.86头,同比增加6.01%。

据统计局最新数据,上半年全国生猪出栏37548万头,同比增加961万头,增长2.6%;猪肉产量3032万吨,同比增加93万吨,增长3.2%,其中二季度同比增加4.6%,明显高于一季度的1.9%。二季度末,全国生猪存栏43517万头,同比增加460万头,增长1.1%;环比增加423万头,增长1.0%。全国能繁殖母猪存栏4296万头,同比增加19万头,增长0.5%;环比减少9万头,下降0.2%。

朱增勇表示,生猪产能仍然处于高位。今年以来,生猪定点屠宰企业生猪屠宰量保持高位水平,1月份至5月份累计屠宰13495万头,同比增长9.9%,其中5月份屠宰量同比增长11%,4月份和5月份生猪屠宰量几乎与2022年和2023年春节消费旺季屠宰量相当。从供给端看,1月份至6月份猪肉进口94万

吨,同比增长16.5%。从需求端看,随着气温升高,二季度猪肉消费进入淡季,叠加暑期,尽管消费需求好于上年同期,但仍然总体较清淡。生猪供给量持续处于高位而消费逐渐季节性下降,导致猪价7月初下降至今年以来的低位。

消费清淡直接影响上市量。刘通告诉记者,虽然新发地7月10日至16日日均上市白条猪多于去年同期,但与7月3日至9日相比出现了比较明显的回落。在上市量趋于平稳以后,白条猪批发平均价也保持稳定。7月10日至16日,北京新发地农产品批发市场白条猪每日平均价波动幅度很小,最高价为16.55元/公斤,最低价为16.20元/公斤,最高价比最低价高出2.16%。而7月3日至9日,最高价为17.05元/公斤,最低价为16.30元/公斤,最高价比最低价高出4.60%。

当前,生猪养殖全行业亏损,猪价后期走势如何备受行业关注。朱增勇认为,下半年猪价或将温和回升。依据是今年全国母猪产能逐渐调减,一季度仔猪供给量环比有所下降,预计三季度供过于求的局面将会缓解。此外,国家发展改革委于7月14日启动第二批中央储备冻猪肉收储工作,有利于猪价止跌回升。“预计7月底全国猪价将会触底后缓慢回升。四季度处于消费旺季,或将支撑猪价处于相对较好水平。”朱增勇说。



近日,浙江省温岭市坞根镇东门头村,养殖户开展鲈鱼捕捞作业。近年来,当地用好海洋资源,大力发展水产养殖,目前该村年水产品300多吨,产值1000多万元。海上养殖业的发展壮大,带动了全村致富增收。(郑国摄/中经视觉)