

解读2024年高校毕业生“三支一扶”计划

为进一步促进高校毕业生就业,人力资源社会保障部近日会同有关部门实施2024年“三支一扶”计划,在全国招募34430名高校毕业生到基层从事支教、支农、支医和帮扶乡村振兴等服务。

截至目前,已有广东、山东、湖北、安徽、云南等十余个省份发布了招募公告。如何报考?待遇如何?“新华视点”记者采访了权威部门。

名额会向哪些毕业生倾斜

“三支一扶”计划,是有关部门联合实施的引导鼓励高校毕业生到基层工作的示范项目,服务期为2年。

“按照近期我们会同财政部下发的通知,今年中央财政支持招募‘三支一扶’人员数量较去年增加1.3%。”人力资源社会保障部人力资源流动管理司司长张文森介绍。

根据通知,今年招募计划向脱贫地区、东北地区、边疆地区、民族地区、革命老区等倾斜。中央财政支持新疆、内蒙古、湖北招募“三支一扶”人员最多,均在2000人以上;其次是宁夏、青海、甘肃、四川,均接近2000人。总体来看,招募计划重点投放中西部地区,将达到总量的84.3%。

记者注意到,为更好对接毕业生需求,今年各省发布“三支一扶”招募公告和组织考试的时间,较往年明显提前。部分省份实际招聘人数也有所增加。

广东省人力资源和社会保障厅人力资源处处长刘世明告诉记者:“结合广东省正在深入实施‘百县千镇万村高质量发展工程’,在国家下达招募计划的基础上,广东省适当扩大了‘三支一扶’人员招募规模,近年来每年招募3000名左右毕业生。”

从报考条件看,大部分省份要求应届高校毕业生或

毕业三年内的高校毕业生,部分省份将技工院校高级工班、预备技师班毕业生纳入招募对象范围。针对支医人员招募难问题,湖北省报考支医岗位不限毕业年限,安徽、云南等省份支医类岗位将不设开考比例。

通知要求,各地合理设置招募条件,招人难、留人难的艰苦边远地区可适当放宽专业要求,降低开考比例。优先招募脱贫家庭、低保家庭、零就业家庭毕业生,支医岗位向已参加规范化培训医学专业毕业生倾斜。

记者从人力资源社会保障部获悉,截至目前,全国有约10个省份已完成报名,正在抓紧组织考试,还有内蒙古、河南等8个省份将于近期陆续发布招募公告。根据安排,各地将于8月底前全部完成招募选拔工作,9月初新招募人员上岗服务。

基层岗位待遇和保障如何

今年“三支一扶”计划具体包括哪些基层岗位?

按照通知,各地将着重开发基层事业发展急需紧缺岗位,拓展乡村建设助理、农技推广、水利基础设施建设与运行管理、林草生态保护修复、医疗卫生等服务岗位。从已发布的公告看,招募单位主要有乡镇人民政府、卫生院、农技站、水利站、中小小学校等。

“三支一扶”人员一般安排在乡镇基层单位服务。各地将从中择优推荐担任基层单位团委书记、河(湖、林)长助理、农业技术服务站(所)长助理、林场(站)长助理、基层供销社主任助理等,鼓励毕业生参与基层重大项目建设重点任务,在推动基层研究解决发展实际问题中锻炼成长。

“我们镇今年将安排2到3个‘三支一扶’名额,都是支农岗位。随着乡村振兴步伐加快,基层工作技术性要求更高了,对干部素质也提出了新要求。很需要有想法、有热情的年轻人加入其中。”甘肃省皋兰县什川镇镇长刘义勇说。

通知明确,2024年中央财政支持开展“三支一扶”人员专项培训8000人次;同时,各地要积极协调相关部门,将“三支一扶”人员纳入相应行业人才培养范围,鼓励其服务期间参加职业资格考评,并可按规定参加职称评定。

据记者了解,2023年,全国共有115万人报考“三支一扶”计划,平均考录比达到26.3:1。

到基层服务保障如何?

“三支一扶”人员的工作生活补贴标准,按照当地乡镇机关或事业单位从高校毕业生中新聘用人员转正后的

工资水平确定。中央财政按照东部地区每人每年1.2万元、中部地区2.4万元、西部地区3万元(西藏、新疆南疆四地州4万元)和一次性安家费每人3000元的标准给予补助。

2021年以来,中央财政累计投入54亿元,地方财政积极支持,动态调整“三支一扶”人员补助标准,多数省份人均年补助达6万元以上。此外,基层用人单位还会提供食宿、交通等便利。

服务期满后有何发展扶持政策

2年服务期满后,有哪些措施支持毕业生发展?

据介绍,各地省级以下公务员考录拿出考录计划的10%左右,定向招录“三支一扶”计划等服务基层项目人员。县乡基层事业单位公开招聘时,拿出一定数量或比例的岗位,对“三支一扶”服务期满考核合格的人员进行专项招聘,并增加工作实绩在考察中的权重,聘用后不再约定试用期。省市事业单位公开招聘时,同等条件下优先聘用“三支一扶”服务期满考核合格的人员。

“三支一扶”人员经过2年锻炼,熟悉基层情况,掌握了一定的群众工作方法,留在基层能很快适应工作。我们促进期满人员流动发展的主要政策取向,是帮助他们扎根基层就业创业积极创造条件。2023年底,当年期满人员中约90%实现就业,约70%留在基层,为基层一线留住了急需青年人才。”张文森说。

2021年第四轮“三支一扶”计划实施以来,全国已选派12.17万名毕业生到基层服务。

记者了解到,各地事业单位专项招聘时,根据基层实际情况不同,做法有所不同。安徽、甘肃等约10个省份对服务期满且考核合格的“三支一扶”人员采用考察聘用方式,将服务期满考核合格人员直接留在原服务单位。

为支持服务期满“三支一扶”人员继续学习深造,政策规定3年内参加全国硕士研究生招生考试,初试总分加10分,同等条件下优先录取。

今年通知也专门强调,全力做好服务期满人员就业服务工作,畅通基层服务单位留用渠道,多措并举促进“三支一扶”人员扎根基层成长成才。要求组织开展专场招聘活动,鼓励国有企业基层单位优先招聘服务期满人员,自主就业创业时可享受有针对性的就业服务、创业培训及孵化等。

新华社“新华视点”记者 姜琳 黄浩范 (新华社北京5月13日电)



新华社发

马拉松运动热度不断升高,其健康问题也备受关注。跑者如何在享受乐趣的同时减少伤病困扰?专家为“跑马”爱好者支招。

膝盖痛、脚痛、腰痛……如何减少“跑马”之痛

每当马拉松比赛结束,终点附近的地铁站、公交站总会一波一波挪不动腿、艰难下楼梯的跑者,膝盖痛、脚痛、腿痛、腰痛、肩颈痛……一股脑儿袭来。

中华医学会骨科学分会常务委员胡懿邵说,这些疼痛主要是由于长时间保持跑步姿势,肌肉过度使用、过度拉伸,压力使筋膜、肌腱、软骨甚至骨质受到损伤。

减少这些疼痛,跑步前要做好一系列准备,如合适的跑鞋、热身与拉伸、适度训练、强化核心肌群等。此外,跑步后可以通过休息与冰敷、适当按摩与理疗等帮助恢复。

“如果疼痛实在难以忍受,可在医生的指导下,适当使用消炎止痛药物缓解症状,但不宜长期依赖。”胡懿邵说。

“跑马”适合年龄偏大、有基础病的人吗

越来越多不同年龄的爱好者加入“跑马”队伍,身体肥胖、有基础疾病以及年龄偏大的人可能会格外担心“跑马”是否有“副作用”。

专家介绍,参加马拉松确实要警惕对身体潜在的负面影响,包括组织损伤与身体过度使用带来的伤害,如长时间跑步可能导致关节(尤其是膝关节、踝关节)、骨骼和肌肉承受过度压力,引发应力性骨折、肌腱炎、滑膜炎等问题。

再就是心血管压力,虽然适量跑步有益心脏健康,但过度训练可能导致心脏肥大,增加心律失常和心脏疾病的风险。

专家建议可以适度训练,每周增加跑步距离不超过10%;结合不同类型训练,如间歇跑、速度训练、力量训练,适度休息,避免单一重复的运动模式;保证充足的睡眠,实施主动恢复策略,如轻量运动、拉伸、按摩和冷热疗法;同时还要重视身体信号,一旦出现持续性疼痛或异常,及时调整训练计划或寻求专业医疗建议。

“跑马”意外事件受关注,哪些是“喊停”的重要信号

尽管心脏猝死在马拉松比赛中不常见,但却是一个值得高度关注的问题。由于马拉松比赛对参与者的心脏功能和整体体能要求较高,加上比赛时的环境因素(如气温、湿度等)和个体差异,确实存在发生心脏猝死的风险。

浙江大学医学院附属第一医院骨科副主任医师谢杰提出,在“跑马”途中应当关注几个重要信号,以预防可能的心脏问题和其他严重健康事件:

一是胸闷、胸痛。任何胸部不适,特别是压迫感、烧灼感或疼痛,都应视为心脏问题的警告信号,应立即停止跑步并寻求医疗帮助。

二是极度疲劳或虚弱。若感到前所未有的疲惫,远超正常范围,且伴随冷汗、晕厥感,这可能是心脏供血不足的表现。

三是呼吸困难、心跳异常、严重头痛、恶心、视力模糊、肌肉无力、协调障碍等,这些症状可能提示心脏、血压异常或其他循环系统问题,应引起重视。

专家特别提醒,在极端高温、低温或高湿度条件下跑步,尤其要留意身体反应,感到不适时及时停止,以防热射病或低温症。为了预防心脏猝死等意外发生,跑者在赛前应进行全面体检,了解身体状况,并在比赛过程中密切监控自身体征,遵循“安全第一”的原则。

赛后多久能恢复运动

马拉松比赛后恢复运动的时间、强度和频率,要根据个人体质、训练水平、比赛时体能消耗、赛后身体反应等因素综合考虑。谢杰建议遵循以下原则:

在赛后即时至3天的初始恢复阶段,以休息与散步、轻微拉伸等轻量活动为主。

在第3至14天恢复性训练阶段,可以进行游泳、骑自行车或轻松瑜伽等低冲击、低强度的交叉训练,促进肌肉恢复,避免高强度跑步。如果感觉良好,大约在7至10天后可以开始尝试轻松跑,以感觉舒适不勉强为宜。

第14天后可以进入正常训练恢复阶段,根据个人感受和身体反应,逐渐增加跑步距离和强度,可以每两周增加一次长跑距离或强度,但增加幅度不宜超过10%。

专家介绍,一般情况下全面恢复到赛前训练水平可能需要4至6周,精英运动员可能需要更长时间来达到竞赛状态。每个人的身体恢复速度不同,具体情况需根据个人实际情况灵活调整。

新华社记者 黄筱 (新华社杭州5月13日电)

马拉松爱好者如何减少运动之痛

赏拍「夏季大三角」的好时节来了

新华社天津5月13日电(记者 周润健)立夏后,天气转暖,气温升高。天文科普专家表示,由天琴座的织女星、天鹅座的天津四、天鹰座的牛郎星这三颗明亮的恒星组成的著名的“夏季大三角”入夜后开始在东方逐一亮相,赏拍这个夜空中的“几何图形”逐渐迎来好时节。

中国天文学会会员、天文科普专家修立鹏介绍说,虽然想要在一入夜就能看到“夏季大三角”全部亮相要到夏至前后,但从立夏开始,入夜后就能看见织女星、天津四、牛郎星渐次从东方升起,直到午夜前后,这三颗星会完整升至地平线之上。

这三颗星连线后的外形近似于一个“等腰三角形”,其中,顶点为牛郎星,两个底角点则是织女星和天津四。

喜爱观星的人很容易注意到这三颗夜空中闪亮的星星,即使在光污染较为严重的城市,也可以清晰地看到这个亮晶晶的“夏季大三角”。也因其中有牛郎星和织女星,“夏季大三角”在观星者眼中有了一层浪漫色彩。

“夏季大三角”并非只有在夏季才能看到,几乎一年四季都能看到,只不过由于这三颗星分属夏季星空的典型星座而得名。因天气适合等原因,6月至9月比其他时间更适合户外观测。

“由于恒星每天会比前一天提前4分钟升起,因此‘夏季大三角’一个月比一个月升起的时间早,6月的升起时间为20时至21时,7月以后一入夜就能看到。感兴趣的公众如果坚持观测的话会发现,‘夏季大三角’一直在向西运行。随着时间推移,‘夏季大三角’的高度也会逐渐升高,受地平线灯光干扰少,星星看起来会更亮些,也更容易识别。”修立鹏说。

修立鹏表示,在远离城市光污染的乡间、野外等视野更开阔的地方,感兴趣的公众还可借助这个醒目的“大三角”找到贯穿夏季星空的灿烂银河,它就像夜幕中出现的一道横跨天际、纵贯南北的乳白色光带,大小星座群星璀璨,星光熠熠。

织女星和牛郎星分隔在银河两岸,默默对视,深情凝望,古诗曾这样描绘:“迢迢牵牛星,皎皎河汉女……盈盈一水间,脉脉不得语。”

“夏季大三角”已经“上线”,感兴趣的公众不妨找个晴夜,抬头看一看这个夜空中的“几何图形”,辨认一下织女星、牛郎星和天津四。如果条件允许,也可以到郊外好好观赏一番在这个“大三角”中横穿而过的灿烂银河,感受星空的瑰丽与壮美。



新华社发



五月十三日,人们在上海举办的中华老字号“雷九上”展位试吃金银花罗汉果糖。正在上海举办的中国国货品牌博览会上,来自全国各地的优质老字号品牌企业齐聚一堂,通过现场展销、试吃品鉴、直播带货等形式,展示优质产品。新华社记者 王翔 摄

平均年龄超百岁的中华老字号 何以新潮

中华老字号,平均年龄超百岁,中国品牌的瑰宝。

近日,2024年中国品牌日系列活动在多地举行。当社会各界共话品牌发展时,一个个跨越时空的中华老字号品牌汇聚起更多目光,成为人们探寻品牌密码的重要样本。

“中国品牌,世界共享;国货潮牌,品质未来”——今年中国品牌日的主题,在众多老字号身上得到了诠释。

循着年轻人喜欢的Citywalk路线,记者来到了有700多年历史的北京东四大街。在这条新韵焕发的老街上,吴裕泰、张一元、稻香村……一个个老字号成为年轻人新的打卡地。

吴裕泰总店门口,两位姑娘在窗口买了杯茶香冰激凌后拍照留念。店员说:“一天至少能卖1000多个,冬天也有人排队。”茶饮、茶糕、茶点心,以茉莉花茶闻名的吴裕泰137岁了,仍在尝试吸引更多年轻人。

保持品牌生命力,是企业的永恒追求。对于老字号品牌而言,显得尤为紧迫。

我国现有中华老字号1455家,平均年龄约140岁,涵盖32个行业。据业内人士统计,以“95后”为代表的新一代消费群体,仅平均知道19个老字号品牌,1980年到1994年之间出生的人平均知道29个,“60后”“70后”平均知道41个。

历史悠久的老字号,曾经也是一个时代的新潮。时光流转,背上“老”字号的它们,如何在今天走向新的潮头?

时代更迭,创新不停歇。抓住年轻人,才能抓住下一个时代。

曾经,在上衣口袋里别上一支英雄牌钢笔,是一种时尚与潮流。如今,青年多弃钢笔而不用,但在看完《流浪地球》后,买一套英雄牌的电影款联名钢笔。

在物质丰富的今天,消费者购买老字号产品不再仅仅是满足日常生活所需,更是个性化生活方式的表达,也是文化自信的外化。

内联升用新材料、新工艺让老布鞋销量翻红;同仁堂的小红罐、枸杞拿铁、“晚安水”成为时尚养生爆品……

面对新的技术、新的受众、新的需求,老字号需要不断自我革新,顺势而为,通过跨界合作,研发新品、科技创

新、多元营销等方式破圈突围。

潮流辗转,文脉在绵延。

在南京吃全聚德,在南京逛夫子庙,在绍兴住咸亨酒店……很多人喜欢通过老字号了解一个城市、一段历史、一种文化。

俗话说:“一年企业靠运气,十年企业靠经营,百年企业靠文化。”老字号根植于中华优秀传统文化的品牌理念、独门绝技、乡愁记忆,是现代社会的稀缺资源,更是老字号创新发展的源头活水。

义利食品的“先义后利”,天福号的“人心自明,善如家人”,老字号以德兴商、诚信为本的品格历久而弥新;内联升千层底布鞋严密的针脚,中国书店修复古籍严格的工序,无不彰显老字号的工匠精神。

如今,不少老字号企业正着力打造博物馆、非遗体验馆、培养年轻传承人。只有更好地活化传统文化资源,创新表达传统美学,让传统技艺为现代生活所用,才能使老字号真正“活”起来、“潮”起来。

大浪淘沙,品质见真金。

当热情消退,“打卡”与“情怀”并不能从根本上解决老字号等国货品牌的困境,唯有过硬的产品与用心的服务才能赢得市场的长久认可。

从国际上看,“百年老店”是品质的保证、实力的象征,入选世界500强的德国企业中,有一半发展历史超过百年。

如今,北京同仁堂、广州皇上皇、浙江鱼跃等众多老字号企业,加大研发投入,提升质量标准,获得不少专利,蝶变为国家高新技术企业。

六必居、片仔癀、凤凰等老字号产品远销海外,乘着“国风”“国潮”扬帆出海,印证中国品牌的影响力也在与日俱增。唯有紧跟时代节奏,守正创新发展,坚守信誉和品质,不断满足百姓消费需求,“百年老店”才能真正擦亮“金字招牌”,在历史长河中生生不息。

新华社记者 (新华社北京5月13日电)