

让高水平人才“稳稳长出来”

——我国青年科技人才培养探索推进

外专家不少于二分之一。

“不唯论文、不唯奖项，客观、公正、专业地去考量申请人的科研水平、创新能力和实际贡献。”山东高等技术研究院人事部副部长张冲介绍，目前，研究院已吸纳300多名具有鲜明学科特色的专家。

“科研成果不能一蹴而就，需要经过无数次失败和调整。科研人员更不是一夜之间就能成才，必须尊重科研规律和人才成长规律，让高水平人才‘稳稳长出来’。”科技部人才中心研究员林芬芬说，针对基础研究类人才推行以同行评价为主的方式，有利于鼓励科研人员投身高风险、长周期的原创性研究，激发他们的创新创造活力。

设立长周期考核 让研究者安坐“冷板凳”

“拉长考核周期，能让大家沉下心来研究真正有意义的问题，而不是为了交差做一些短平快的研究。”作为长周期考核的受益者，四川大学数学学院教授吕琦潜心研究随机分布参数系统控制理论，解决了一些长期未决的挑战性问题，受邀在国际数学家大会作45分钟报告。

针对数学学科研究周期长、成果产出慢的特点，四川大学在数学学院设立“人才特区”，对新进人才实行长周期考核，首聘期满后经学校审批同意可适当延长聘期年限，最长不超过8年。

基础学科研究是在“无人区”探险，必须安坐“冷板凳”，才能发现“新大陆”。随着科技人才评价改革深入推进，各试点单位按照学科特点和任务性质，确定更加科学的评价周期——

华中农业大学实施“狮山硕彦计划”，建立了成熟型人才“5年+5年”和成长型人才“3年+3年”的长周期考核评价机制；北京大学结合基础学科特点，注重学术积累和过程培育，新体制教师预聘期可根据学科情况延长为8年；中国科学院物理研究所新入职的研究人员，6年内不需要考核，工资为年薪制……目前，90%以上的中央级试点单位对基础研究人才或青年科技人才实行5至10年期的考核评价。

青年科研人员是科技创新的主力军、生力军，也是科技

创新政策的受益者。建立符合学科规律和特色的人才评价机制，才能让真正爱科研的人出真成果。

“未来，我会继续在研究领域内探索，争取做出更多‘从0到1’的创新成果。”吕琦说。

回应成长诉求 为青年英才开辟减负赋能的沃土

“我的每一步成长都离不开学校的支持。”山东大学集成电路学院教授徐明升庆幸自己赶上了“好时候”——入职时他被聘为“预聘制副研究员”，以往预聘制留校需要竞争名额，但2019年学校人事制度改革后，不再有名额限制，只要成果业绩特别优秀就可以获得聘任。

“我不再为竞争焦虑，而是将更多精力用在科研上。”徐明升说，2020年，他获聘副教授后，承担了多项国家重点任务，授权专利20余项，仅用3年不到的时间就晋升了教授。

山东大学人事部部长、人才办主任刘健说，过去晋升不仅看文章，更要满年限、论资历。现在学校全面推广代表性成果评价，更加关注创新质量、社会贡献和国际国内影响力，对服务国家区域战略作出特殊贡献的青年学者，学校予以重点支持。

支持青年人才发展，需要为他们创造潜心研究的成长环境。为此，深圳湾实验室着力构建青年科研人才引育新生态，赋予他们充分的自主权和发展空间。

“我可以自主招聘团队成员，自主选择和调整科研任务技术路线，更自由地支配科研经费、开展学科交叉合作等。”深圳湾实验室分子生理学研究所特聘研究员张浩岳利用入职时拨付的科研启动经费，带领课题组研究染色质三维折叠的动态形成过程、形成机制以及后续应用，最新研究成果近日在国际学术期刊《自然》上发表。

拔节生长的青年英才，扎根于减负赋能的创新沃土。如今，张浩岳的课题组“95后”主力军越来越多。他说：“我们会继续耕好这块科技人才评价改革的试验田，鼓励更年轻的科研人员大胆发现、自由探索。”

新华社记者 刘祯 温竞华 张泉
(新华社北京3月19日电)

推行同行评议 客观公正专业地考量人才

“我是在国际‘小同行’评价机制支持下，成长起来的。”山东高等技术研究院研究员吴小虎最想感谢的是那些从未谋面的同行。

从事辐射换热、太阳能综合利用、微纳光学等领域的研究，这位“90后”科研工作者的成果引起国际学界关注。其中，率先观测到双曲材料中的非对称吸收，入选美国光学学会年度全球30项光学进展。

“我的研究虽然相对小众，但是得益于国际‘小同行’评价，我在入职聘用、申请高级职称、申报人才计划等各环节都获得了研究院的支持，申请到充足的科研经费和学术交流机会。”吴小虎说。

2022年9月，科技部等八部门出台《关于开展科技人才评价改革试点的工作方案》，在6个地方和21所高校院所开展试点工作。作为地方试点机构之一，山东高等技术研究院建立并完善了国际“小同行”评价机制，聚焦申请人的细分研究领域，组建不少于15人的同行专家评审团，其中海

3月20日将迎来二十四节气中的春分节气。随着春分节气的到来，天气逐渐回暖，“倒春寒”现象也不可忽视。这一时期如何保持身体健康？19日，国家卫生健康委以“时令节气与健康”为主题召开新闻发布会，就相关问题进行解答。

科学“春捂”

保暖防病 顺应自然

春分时节，气温波动较大，民间素有“春捂秋冻”的说法。河南省中医院主任医师吕沛宛指出，“春捂”应着重捂背、腹、足等部位，需遵循“上薄下厚”原则。“春捂”的程度以不出汗为宜。

吕沛宛提醒，“春捂”的具体时间需根据气温变化调整，尤其北方地区春分后仍要注意防范“倒春寒”现象，特别是昼夜温差大的地方要做好保暖工作。

吕沛宛建议采用“洋葱式穿衣法”，即多穿几层薄衣服，根据天气变化随时增减衣物。此外，老人、儿童和体质较弱人群应特别注意保暖，尤其是慢性呼吸系统疾病患者，要重点注意大椎穴部位的保暖。

过敏应对

了解过敏原与科学防护

春季是过敏的高发季节。首都医科大学附属北京地坛医院主任医师蒋荣猛介绍，柏树、杨树、梧桐等树木产生的花粉是春季过敏的主要过敏原，而室内环境中如尘螨、宠物皮屑、霉菌等过敏原也较为常见。

蒋荣猛说，易过敏的人群包括有过敏家族史的人、免疫系统未完全成熟的儿童青少年、暴露在过敏原环境中的人以及压力大、经常熬夜导致免疫系统紊乱的人群等。

“目前过敏无法根治，但可通过规范脱敏治疗、抗过敏药物治疗、生活方式调整以及彻底避免接触过敏原等方式实现长期控制。”蒋荣猛建议，易过敏人群在春季要尽量躲开花粉浓度高的时段。出行时要佩戴口罩、护目镜，穿长袖衣物，开车时把车窗关上。回家后及时更换衣物并洗手。严重过敏者可在医生指导下预防性使用抗过敏药物。

体重管理

中医调理 吃动平衡

吕沛宛说，中医认为，肥胖大多和脾虚湿盛有关。保持健康体重的关键在于养成吃动平衡的良好生活方式。吕沛宛建议，要按时吃三餐，晚餐清淡，七分饱即可，睡前尽量不进食。同时，要适量运动，可以进行跳绳、竞走等。中小学生要做好课间操，上好体育课，适当增加户外活动时间。

此外，吕沛宛还推荐了几个中医体重管理的方法：一是代茶饮“黄芽汤”，由茯苓、干姜、党参、炙甘草煮水餐前饮用，温阳健脾祛湿；二是每天按压肚脐旁的“天枢穴”和侧腰最凹处的“带脉穴”，促进排便瘦腰；三是每天早晚练习一套操，双手交叉叠顺时针绕肚脐揉100圈，搭配八段锦“双手托天理三焦”，疏通中焦湿气。

传染病预防

警惕诺如病毒感染

当前正值诺如病毒感染流行期。中国疾病预防控制中心研究员常昭瑞指出，诸如病毒感染属于自限性疾病，一般2至3天后可自行康复。

如何预防诺如病毒感染？常昭瑞建议，一是在餐前、便后，加工食物前和外出回家后，用流动水洗手20秒以上；二是不喝生水，食用蔬菜和水果时要洗净，烹饪加工食品时要做到生熟分开，确保食物煮熟透；三是做好居室日常清洁和通风，及时处理垃圾；四是做好规范消毒。

常昭瑞特别提醒，特殊岗位从业人员如厨师、育婴员及外卖快递员等，感染诸如病毒后，不要带病上岗。此外，学校和托幼机构要落实好日常防控措施，确保食品和饮用水安全，定期对环境进行清洁消毒。

新华社记者 (据新华社北京3月19日电)



直播间买手机补贴1000元，价值五位数的“高奢”手表只卖99元……一段时间以来，以仓库为背景进行的直播在电商平台较为流行，不少主播宣称所售商品有“高补贴”、是“高奢品”。

“新华视点”记者调查发现，部分仓播存在不同程度的虚假宣传，值得警惕。

虚构“高补贴” 自封“高奢品”

仓播，指在仓库中进行的直播销售活动。一些主播身后堆满各式货箱、货柜，宣称直播地点为货源仓库，售卖商品为仓库直发，有价格优势。

记者近期关注百余个仓播账号，一些仓播账号有几十万粉丝，有的仓播账号能冲到所在时段平台带货总榜第一。

然而，不少消费者反映，一些仓播主播宣称有“高补贴”，实际上没有价格优势；宣称是“高奢品”，结果货不对板。前不久，在一场“带货总榜第一”的仓播中，主播推销某品牌一款手机时，宣称“这是新款，柜台卖得老贵了”，直播间买“每个补贴1000”，只卖1198元。

但部分消费者发现，这款手机早在2024年5月就已上市，当时官方售价1399元；目前正常市价1200元左右，并非主播所说的补贴1000元。

有网友发网购截图称，在某仓播直播间“低价”购买了化妆品、手表等商品，下单后到其他平台比价，发现并不便宜。

在一个仓播直播间，主播介绍一款“瑞士品牌”手表时，拿出一张“世界名表等级排行榜单”，称该品牌是“高奢品牌”。他还展示了一张签购单，称这款手表原价66800港元，直播间只要99元。

记者在多个电商平台搜索发现，这款所谓的“高奢”手表售价多在百元左右，最低30多元。有名表行业从业者表示，并未听过该品牌，不认为其属于“高奢品”。

此外，记者发现，一些主播常放出所谓的“明星网红”商品，宣称为会员店、专柜同款商品，直播间仅以一到两折的价格售卖，“送给你们试用”。但是，记者在相关会员店、商场内并没有看到这些商品，店内工作人员也表示从未售卖过。

堆叠空箱 模糊信息 引导评论

记者调查发现，部分仓播的虚假宣传套路主要包括：——堆叠空箱，打造“货源”场景。仓播进行时，主播行走在堆满货箱、货柜的场地中；一些货架前，还有工作人员操作升降机，并不时接受主播调度——“看看上面手机库存还有多少”。

但据多名主播和运营负责人介绍，这些形似仓库的直播场所内只有少量货物样品，其余均为空箱，背景中的工作人员是“演员”。

了解到，大部分仓播运营方不囤货，直播中弹出的销售链接来自不同的供货商。“我们七个直播间，每天卖好几万单，没有一个产品是自己囤货、自己发货的。我们最大的优势就是会搞流量。”一名仓播运营负责人说。

——模糊信息，掩饰“折扣”本质。记者注意到，在介绍一些知名品牌商品时，主播往往有意混淆型号、新旧等关键信息。比如，大谈“飞天茅台加钱都买不到”，实际上架的并非53度飞天茅台，而是43度飞天茅台。

此外，有的主播会在商品证书、价签上做文章。“大品牌利润高，小品牌的健康类、美妆类商品利润高，可以自己搞一些证书、价签，直播时快速晃一下。”有主播在交流“经验”时说。

——混淆视听，营造“抢手”氛围。记者调查发现，一些仓播的后台运营人员通过发“福袋”引导评论、刷屏、禁言等方式“控评”。观众必须在公屏发送“收到了，是正品！”“老粉回购沐浴油”等指定评论才可以参与“福袋”抽奖。

记者在观看相关仓播时，多次在公屏提醒“不是新机”“是43度茅台”等信息，轻则被管理员刷屏盖过，重则被禁言拉黑。

规范新兴直播 保证产品质量

根据反不正当竞争法，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

北京市鑫诺律师事务所律师董世盼表示，一些主播在直播过程中堆叠空箱、模糊信息、虚标价格等行为，误导消费者购买所谓“高奢”“高折扣”产品，侵害了消费者的知情权。

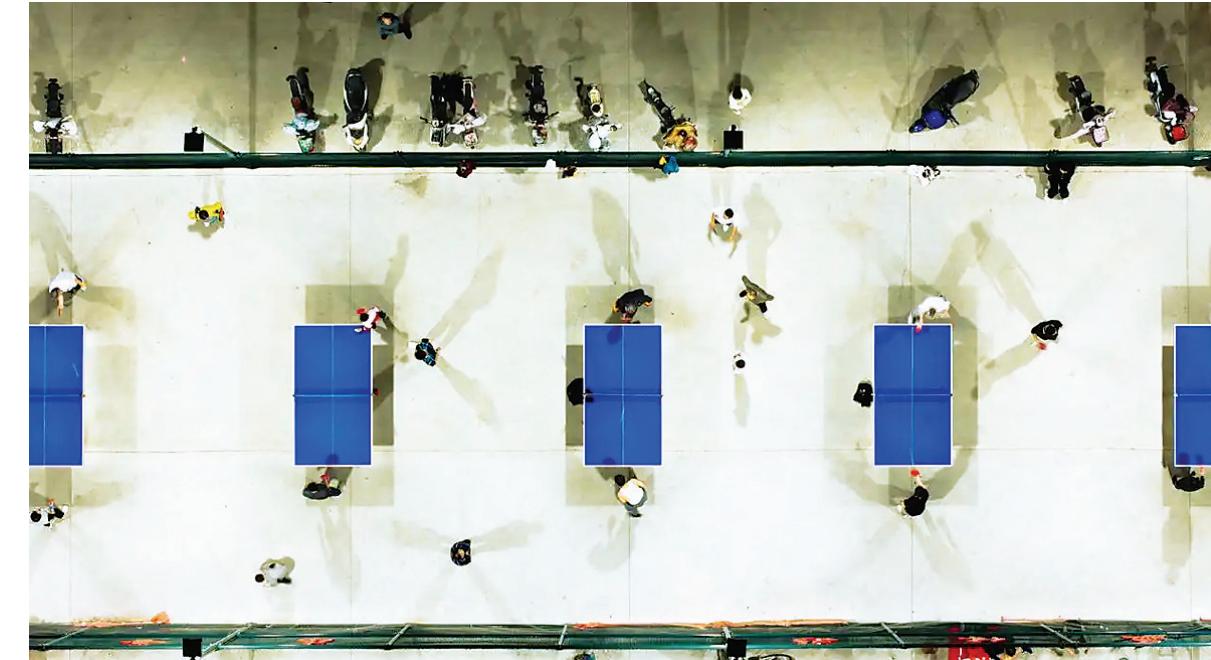
记者调查发现，为应对平台监管，一些仓播运营方准备了不少“小号”。在“3·15”国际消费者权益日前后，一些主播相互提醒，近期监管会更严，不要拿大号撞枪口，先用小号顶替3月份。一年只要放开三个月，我们就能赚钱。”一名仓播运营负责人说。

一些仓播主播、运营方表示，各网络平台对仓播常见违规行为基本都有对应的监管规定，但执行起来松紧不一。

多位业内人士建议，有关部门和电商平台采取更有针对性的措施，加强仓播监管。平台要建立仓播监管长效机制，对仓播运营方的资质、商品来源、质量证明、销售话术等加强动态核验监管；监管部门要加强产品质量专项抽检，严厉打击虚假广告、虚假宣传等行为，保证网售产品质量。

董世盼等人提示，消费者在直播间购物时，应警惕虚假宣传与价格陷阱，不贪小便宜，理性消费；认真核查商品信息，保留订单记录、支付凭证、聊天记录等作为维权依据，遇到问题依法维权。

新华社“新华视点”记者 (据新华社长沙3月19日电)



2024年9月22日，居民们在山东省宁阳县城区一处体育公园内打乒乓球(无人机照片)。

新华社发

更多 更近 更丰富

——专家解读2024年全国体育场地统计调查数据

国家体育总局日前发布2024年全国体育场地统计调查数据。截至2024年12月31日，全国共有体育场地484.17万个，体育场地面积42.3亿平方米，全国人均体育场地面积3.0平方米。全民健身及体育产业领域专家认为，数量更多、距离百姓更近的体育场地设施将为体育强国建设提供更加有力的支撑，更加丰富的运动项目场地也折射出人们日益多元的健身需求，以及背后广阔的产业发展空间。

更多 快速增加的场地数量

近年来，随着全民健身上升为国家战略，国家围绕全民健身场地设施建设出台了一系列政策和标准，我国体育场地设施数量逐年攀升。截至2022年底，我国人均体育场地面积就达到2.62平方米，提前达成了“十四五”规划目标。相较于1995年底第四次全国体育场地普查时的人均体育场地面积0.65平方米，这一数据在29年的时间里增长了近4倍，达到现在的3.0平方米。如今，全国仅健身步道数量就达到17.18万个，40.76万公里的总长度能够绕赤道10圈。

北京咏怀体育发展研究院院长王兵说：“体育场地设施作为百姓日常健身的重要载体，其人均指标的提升，直观反映了近年来在党和国家的高度重视和持续投入下，全民健身公共服务的硬件水平有了进一步改善，困扰群众健身‘去哪儿’的难题得到了一定缓解，同时也为完善全民健身公共服务体系创造了良好基础。”

更近 不断缩小的健身半径

此次国家体育总局发布的全国体育场地统计调查数据，专门配发了两张扇形图，其中一张直观地反映了体育场地总面积在不同类型机构中的分布情况。该扇形图显示，体育场地在居委会和村委会分布的面积分别为5.81亿平方米和9.24亿平方米，两者相加占全国体育场地总面积的三分之一以上。

清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉表示，上述两个数据“让人眼前一亮”。“这特别直接地体现出我国乡村体育和社区体育发展的成果。”

在王兵看来，居委会和村委会拥有的体育场地的

面积占整体三分之一以上，主要意义体现在三个方面：一是基层治理效能凸显，全民健身国家战略向社区、乡村末梢有效渗透，基层自治组织成为体育公共服务“最后一公里”的关键载体。二是全民健身公共服务向基层下沉，体育场地设施日趋身边化，群众就近健身需求得到逐步满足。三是体育场地设施城乡协同发展，逐步推动城乡全民健身公共服务均衡化。

更丰富 日益多元的健身选择

2024年全国体育场地统计调查数据显示，按项目划分，在基础大项场地方面，全国田径场地达20.93万个，游泳场地共有3.97万个。球类运动方面，全国共有场地303.62万个，其中足、篮、排“三大球”场地150.42万个，占49.54%；乒乓球和羽毛球场地139.54万个，占45.96%；其他球类运动场地13.66万个，占4.50%。此外，全国有冰雪运动场地2678个，其中滑冰场地1764个，滑雪场地914个。

王兵表示，从健身场地的运动项目分布不难看出，如今百姓参与健身的运动项目越发多样化，并且对健身场地也有了更加专业化的需求。一些新兴、时尚、冷门的运动项目场地暂时还归在“其他”分类中，但并不影响全面反映百姓丰富多彩的健身图景。

更高效 未来场地的发展方向

2023年，《全民健身场地设施提升行动工作方案（2023—2025年）》印发，“全民健身场地设施提升行动”正式启动。其主要内容是开展健身设施强基础、提质量、优服务、增效益四大行动，旨在推动城乡健身设施从“有”向“优”转变，实现质量提升、服务提升、效益提升。

多位专家表示，当前我国体育场地设施建设的形势可喜，但仍需在提高场地使用效率、提升健身服务水平等方面持续发力。

原华南师范大学教授卢元镇表示，目前的体育场地基本可以满足群众需求，但光有场地是不够的，还要有科学健身指导，有配套设施服务，以服务群众健身需求为出发点，切实提升体育场地服务质量。

新华社记者 (