财经观察

今年高校毕业生874万人,规模创历史新高

多部门出“招”稳就业

今年全国普通高校毕业生874万人,同比增加40万人,规模创历史新高。往年的三四月份正是找工作的关键时刻,今年受疫情影响,许多现场招聘会开不了,劳动力市场需求减少,给高校毕业生求职带来困难。对此,各地各部门相继出台措施,开拓渠道,为毕业生早就业就好业创造条件。

拓宽就业和升学渠道

预计上半年高校毕业生就业压力较大,教育部正全力帮助应届毕业生拓宽就业和升学渠道。

一方面,会同有关部门组织“特岗计划”等项目,引导毕业生到基层,到现代农业、社会公共服务等领域就业创业;招录更多人到急需教师的高中和幼儿园任教。

另一方面,扩大今年硕士研究生招生规模,向国家战略和民生领域急需的相关学科和专业学位类别倾斜,向中西部和东北地区高校倾斜;扩大今年普通高校专升本规模,主要由职业教育本科和应用型本科高校安排面向产业升级和改善民生急需的专业招生。

花大力气把岗位信息送到每个学生身边。教育部联合地方、高校以及社会知名招聘网站共同开展“24365校园招聘服务”,为高校毕业生提供24小时全年365天的网上校园招聘服务。目前该平台共提供833万条岗位信息,累计新增注册人数132万人,投递简历超1100万人次。

推出450余门线上就业创业精品课程和就业网站信息,鼓励精准推送、网上面试、网上签约。3月20日,教育部大学生就业网(新职业网)正式推出网上签约平台。此外,各高校近期日均举办各级各类网络招聘活动2000余场,3月已累计举办7万场不同类型的招聘活动。

同时,适当延长毕业生择业时间。如果顺利毕业却还没找到工作,可按规定将户口、档案在学校保留两年。学校会持续提供就业服务。

有关部门还将支持“双创”示范基地、孵化器等发展,增加大学生就业创业机会。鼓励国家科研项目聘用高校毕业生担任科研助理或辅助人员,其劳务费用和有关社保补助按规定从项目经费中列支。消除障碍,为多种形式创业和灵活就业松绑。

引导基层就业,鼓励企业吸纳

妥善做好今年高校毕业生的就业工作,拓展就业渠道十分关键。

国家将对中小微企业招用毕业生予以补贴,明确要求国有企业连续两年扩大招聘毕业生规模,通过扩大基层就业规模、招生入伍规模、就业见习规模、适当延迟录用接收等多方面措施积极创造就业岗位。

今明两年,事业单位空缺岗位将主要用于专项招聘高校毕业生,包括择业期内未落实工作单位的毕业生。

其中,湖北省事业单位可面向湖北省高校毕业生或湖北籍高校毕业生开展专项招聘。尤其是艰苦边远地区乡镇事业单位招聘本科以上高校毕业生、县级事业单位招聘硕士以上高校毕业生,以及招聘行业、岗位、脱贫攻坚急需紧缺专业高校毕业生,可以结合实际情况,采取面试、直接考察的方式公开招聘;可以根据应聘人员报名、专业分布等情况适当降低开考比例,或不设开考比例,划定成绩合格线。

加大线上招聘力度。3月20日,人社部会同有关方面启动“职等你来 就业同行”百日千万网络招聘专项行动,设立高校毕业生专场。推出线上指导,组织百名职业指导师开设就业指导的云课堂,为毕业生提供足不出户、菜单式学习的网络平台。同时,提早谋划,等疫情解除,迅速组织动员各级各类公共就业服务机构、市场服务机构,推出行业化特色化现场招聘。

今明两年,人社部将组织百万毕业生参加见习,丰富实践经验,提升就业能力和市场竞争能力。对企业开放见习岗位的,给予3-12个月政策补贴。

另外,更加注重关爱帮扶就业重点群体。比如,对离校未就业的毕业生,将尽早与教育部门对接信息,开展实名服务;对建档立卡贫困家庭、零就业家庭的毕业生实行“一对一”帮扶,政策服务全兜底。

各央企全面梳理用人需求

疫情发生以来,国资委推动央企积极履行稳就业责任,紧急印发通知要求央企在疫情防控期间大力推动稳岗扩就业工作,确保实现2020年度接收高校毕业生人数不低于2019年度。

全面梳理用人需求,努力提供更多就业岗位。中国电科、中国航材、中国中车等均于近期举办校园招聘专场活动。中国石化追加3500人高校毕业生引进专项计划,年度招聘规模超过1万人,是2019年的2.3倍。中智招聘网带动2200家央企法人单位为校园招聘提供超过7万余个岗位。哈电集团与清华大学、上海交通大学、浙江大学等国内知名高校对接,启动春季校园招聘工作。

此外,央企还在带动湖北地区高校应届毕业生就业、带动支援湖北抗疫一线人员子女就业方面发挥积极作用。

中智公司将组织湖北区域专项招聘活动,国聘招聘平台专门为参与一线防控的医务、军人、抗疫人员子女亲属找工作提供便利。三峡集团今年高校毕业生春季招聘,专门拿出200个岗位定向招聘湖北地区高校毕业生,并提出在同等条件下优先录用抗疫一线医务人员子女。

国资委有关负责人表示,将密切关注央企高校毕业生招聘,会同业务主管部门多管齐下,按照既定用人招聘安排开展工作。

财经动态

把握新消费发展契机

旅游企业跨界做电商,银行APP跨界线上问诊、直播课堂,金融机构跨界做外卖,加油站开始卖菜……疫情期间,许多新消费场景持续涌现。

新消费场景的涌现,表面看是企业主动填补需求缺口、转换产能供给,实际包含着打通产供销环节、畅通经济循环的发展逻辑。无论从需求侧还是从供给侧来看,新消费的崛起,企业跨界的流行,都可以为经济恢复输送强大动能。

总体而言,疫情的冲击是短期的、可控的。疫情发生时,一些消费被抑制和冻结,但消费需求并不会因为疫情而消失。有的会因为疫情的短期冲击而延后,有的可能需要创造更合适的条件才能实现。蛰伏的需求,换个角度看就是潜在的新消费契机。只要辅之以恰当时机和适合条件,新消费就可以快速涌现、快速迭代,为经济增长带来持续动力。

新消费不是无源之水、无本之木,现实需求是促使其产生的有利因素。疫情抑制了传统消费,“宅”成为特殊时期的一种生活方式,但也为“宅经济”创造了巨大发展空间,网上消费因此而旺盛起来。疫情期间,有一些生活必需的行业得到了进一步发展,物流行业就是其中之一。大健康、线上办公、数字娱乐等,都获得了空前的发展机遇。

“人民需要什么,就造什么”,这句“硬核”宣示,正是供给端响应新消费崛起、满足人民生活需求的一个生动写照。“汽车牌”口罩火速上线,饮料厂家生产消毒液,服装企业生产防护用品……一些具备跨界实力的企业发挥自身潜在优势和协同能力,快速改造车间,填补紧缺疫情防控物资的缺口。

“变压力为动力、善于化危为机”,这不仅是正确看待疫情对经济社会造成冲击的重要认识论,也是有序恢复生产生活秩序,充分释放我国经济发展巨大潜力和强大动能的重要方法论。把握新消费的市场发展契机、升级换代契机,有助于加快建立同疫情防控相适应的经济社会运行秩序,也会让我们的生活变得更加美好。

预约制 让公共服务更高效

疫情期间,为控制疾病传播风险,一些公共服务和商业活动往往需要预约。预约看病、预约吃饭、预约理发、预约逛公园……有了预约,医院、门店不再拥挤,疾病传播风险大大降低,社会也更加井然有序。

“预约”不是新事物。前些年,因游客众多,一些景区试行预约买票入园,控制参观人数。一些医院推行预约挂号,患者根据约定的时间入院看病,减少门诊等待时间。疫情期间,“预约制”被广泛推行,使更多人感受到“预约”带来的新变化。实践证明,一个高效的预约机制,不仅能使公共服务更安全,还能帮助人们合理安排时间,提升办事效率。对供给方来说,也能有效统筹和调节社会资源,提高服务质量和水平。

当然,疫情期间“预约制”能被广泛推行,一个重要因素是疫情限制了人们的社会活动,服务需求显著下降,在供求变化的背景下,“预约制”得以迅速普及。疫情过后,人们的社会活动恢复正常,服务需求大量增加,如果供求关系相对紧张,“预约制”能否坚持下去甚至成为常态,相关配套措施要跟上。

比如,“世界那么大,我想去看看”式的旅游越来越流行,许多游客到了旅游目的地,首先要做的是去地标性建筑和著名历史文化景点“打卡”。如果因为门票难约,总是被堵在门外,其实不合理。

又如,医疗资源分配还不均衡,大家去医院就诊,如果全靠事先预约,也有不小障碍。再加上网上挂号流程不够简化,完全实现“非预约、不就诊”,短期内可能还做不到。

“预约制”能否全面推广、坚持长久,前提是对社会需求的充分掌握和对服务资源的有效配置,要用更科学、更有效的管理手段,实现供需两端的有效衔接,并分门别类地拿出解决方案。现在,大数据已经能精准为人们“画像”,相关部门和单位可以借助大数据资源,通过延长预约时间、线上线下结合等多种方式,推出更细致、更智慧、更贴心的管理举措。总之,要结合人们的服务需求,进一步完善“预约制”的配套措施和应急预案,让公共资源发挥最大作用。

『农光互补』成脱贫致富之光

“棚上发电、棚下种植”的光伏发电“农光互补”,已经成为带就业、促增收的“脱贫致富之光”。

记者7日从国务院扶贫办获悉,为化解当前疫情对脱贫攻坚的不利影响,促进贫困群众就地就近就业,国务院扶贫办和财政部近日联合发出通知,要求各地切实做好光伏扶贫促进增收工作,拓宽贫困群众增收渠道,实现稳定脱贫。

光伏扶贫利用太阳能,使扶贫开发与新能源利用、生态采摘相结合,提高农业附加收入。2019年全国418万贫困户通过光伏扶贫获得稳定收益。在占地600亩的即墨大信镇华盛绿能光伏产业园,由国网青岛市即墨区供电公司确保并网发电、安全用电,浇灌保温自动化,每个草莓、葡萄大棚年产量500多公斤,毛收益3万多元。

目前全国贫困村建立了数万个村级光伏电站,每个电站年收入20多万元。今年大部分省份要调整光伏扶贫收益分配方式,80%的收益要用于吸纳贫困劳动力就地就业。截至目前,中西部22个省份光伏扶贫电站发电收益资金到村14.49亿元,设置公益岗位53.69万个,吸纳贫困劳动力52.02万人就业,发放岗位工资金额3.10亿元。

(本版图文均据新华网)

多地发放消费券促消费

九成中小微商家受益

刚刚过去的小长假,多地商家和景区出现消费回暖。在此背后,消费券已成为诸多省市提振消费的“标配”。据不完全统计,截至4月3日,全国已有30余个地区发布相关政策。而公开资料显示,杭州、郑州等发放消费券的城市呈现线下客流回暖的现象,有的已释放10倍以上的“乘数效应”。支付宝披露数据称,全国已有超千万线下商家受益于消费券,其中九成以上为中小微商家。

消费券释放乘数效应

资料显示,清明小长假前两日,黄山风景区日接待游客达到2万人,景区出现客流早高峰。在杭州,银泰百货杭州区域9家门店整体客流迎来两位数增长。西湖银泰副总经理曹铭良表示,针对第二期杭州消费券,银泰百货拿出10亿元优惠让利给消费者,努力恢复消费信心。

从各地政府公布的数据来看,叠加“长假经济”,通过支付宝等平台发放消费券的城市已呈现出“乘数效应”。

据报道,截至4月6日16:00,杭州已兑付第一期电子消费券政府补贴1.45亿元,带动消费18.05亿元;已兑付第二期电子消费券政府补贴5736万元,带动消费4.21亿元。相较于4月3日的带动消费数据,小长假三天杭州消费券带动消费增长了7亿元。

在数字经济智库高级研究员翁一看来,消费券充分释放了被抑制的消费需求。同时,数字化时代的消费券能够更加精准地投放到政府想扶持的行业,通过高杠杆率实现四两拨千斤的作用。

此次疫情冲击下,中小微商家的处境备受关注,也有学者呼吁消费券向小微商家倾斜。中国社会科学院财经战略研究院市场流通与消费研究室主任、研究员依绍华认为,此次受疫情冲击最大的是小微商家。地方政府可以重点向其发放消费券,通过打折促销方式,或直接给消费者发放针对某些小微商家的消费红包,帮助他们尽快恢复活力。通过补贴小微商家方式,可以使消费券惠及更多人群,刺激消费。

截至目前,全国已有超千万线下商家受益于消费券,其中9成以上为中小微商家。

数字技术拉动消费

为提振消费信心,促进复工复产,3月以来,全国多地陆续开始发放消费券。据不完全统计,全国发放消费券的省、市和行政区已超过30个,发放金额超过56亿。而很多地区不仅通过当地的政务服务App,还联合互联网平台一起发券,消费券得到数字化技术的加持。

对于地方政府与平台合作的好处,国研新经济研究院执行院长朱克力认为,通过平台发放消费券,可以消除一些弊端。过去纸质消费券不仅发放效率低、匹配度低,还容易产生一些道德风险。通过与平台结合,可以借助大数据提高效率和精准度,把这些弊端降到最低。

根据公开资料,深圳罗湖、重庆渝中、青岛城阳区等地选择通过微信发放数千万元不等的消费券,银川兴庆区通过美团APP发放500万元餐饮类电子消费券,南京、广西、杭州、佛山、郑州等多地选择通过支付宝发放消费券。有通过支付宝发放消费券的地方透露,由于财政资金的安全、结算、审计等要求,会考虑平台的实名认证技术、风控能力、过程追溯功能等。

在中国人民大学国家发展与战略研究院院长助理马亮看来,一方面,平台拥有大数据优势和算法支持,可以实时追踪消费券的使用时间、地点和方式,政府可以借此不断优化和调整政策。另一方面,政府可以把拉动消费的任务交给平台,平台可以设计不同的消费券使用方案,同时也便于政府更精准评估政策实施的效果。

从各地消费券适用场景来看,不同地区的确存在差异。例如广西消费券不仅扶持线下商家,还支持线上广西本地企业。佛山消费券则主要扶持餐饮、住宿、景区和美容美发等行业的线下实体商铺。南京消费券既可用于餐饮,也适用于书店、健身场馆。

华中科技大学兼职教授余丰慧认为,消费券发放是个技术活。数字技术能确保消费券向需要扶持的行业精准发放,实实在在拉动消费。在平台选择上,各地政府可谓各有各的偏好、各有各的选择。地方政府结合当地实际情况的理性多样选择,可以提升办事效率,帮助消费券发挥出更大作用。