

推实招出高招 促大学生就业

750家企事业单位推出1.6万余个岗位,与应届高校毕业生求职匹配度高

今年上海最大线下招聘会助毕业生就业“冲刺”

■本报记者 周渊

750家企事业单位共推出1.6万余个招聘岗位……昨天举行的“2020年上海市夏季人才招聘会暨高校毕业生面洽会”和当天天气一样火热,这也是今年截至目前上海举行的最大规模线下招聘活动。

此次招聘活动由上海市人力资源和社会保障局、上海市教育委员会、上海市总工会主办,上海市就业促进中心、上海市人才服务中心、上海市学生事务中心承办。多部门联合深挖各类招聘岗位,为供需双方搭建对接平台,值得一提的是,此次九成以上岗位对求职者学历要求为本科及以下,与应届高校毕业生求职匹配度高。

“先就业再择业”,大学生求职更趋理性

从招聘会现场情况来看,今年的应届毕业生求职更趋理性,不再紧盯名企,“先就业再择业”成为共识。

“今天的招聘会规模很大,希望能在这里找到心仪的职位。”上海体育学院体育新闻专业硕士生史同学告诉记者,疫情影响了众多体育赛事举办,此前他在心仪的体育行业没能找到合适的工作,得知这场线下招聘会,他第一时间报名参加,“相对于在线投递简历,我更希望与公司面对面交流,这样求职效率更高。”他投出的第一份简历是上海奉贤发展(集团)有限公司的文员岗位。该公司虽远在奉贤,但提供的人才公寓、餐补以及人才引进政策都是吸引这名外地户籍大学生的重要因素。

上海大学英语专业硕士生马同学也带着多份简历来到现场。想当老师的她错过了职业考试,去各大培训机构应聘的结果也不尽如人意,她坦言自己职业规划做得有点晚,因而参加此次招聘会将目标定为管培生、行政文员等类别,既投国企、知名企业,也不放弃中小民企的就业机会。

记者留意到,现场还有不少拖着行李的求职者。上海社会科学院数量经济学专业硕士生蒋同学前一天专程从宁波老家赶来,招聘会结束后又要去赶高铁。虽然明年才正式毕业,他对求职却毫不怠慢。小蒋上半年与两家公司谈妥了实习,却都因疫情没能成行。他的就业方向是各类金融机构、投行等,可从实习情况来看,明显感觉到工作不太好玩,“希望找到一份能留用的实习”。

大小企业“花式揽才”,储备人才成共识

本场招聘会涵盖现代制造业、计算机软件、建筑、外贸物流、科学研究、电力、房地产、金融、卫生、文化等各个领域。在参与招聘的企事业单位中,既有



昨天的招聘会现场,应聘者与企业进行交流。 本报记者 袁婧摄

大小企业“花式揽才”,储备人才成共识

上海中船舶设计技术国家工程研究中心、上海隧道工程有限公司等肩负国家重点工程项目的支柱骨干企业,也有一批在疫情防控期间作出重要贡献的单位。另外,以盒马网络科技、黄豆网络科技(樊登读书)为代表的在线新经济行业代表也积极为高校毕业生提供有针对性的岗位。为招揽人才,各个企业都亮

出了薪酬福利、人才培养体系等优势,不少企业“逆势扩招”,为发展储备人才。

上海奉贤发展(集团)有限公司面向2020届和2021届毕业生招聘文旅项目策划、质量工程师、工程管理员等多个职位,公司还提供交通补贴、餐补、租房补贴、人才公寓等福利,其中,“办理奉贤区人才引进优惠政策”最受求职者关注。

华润双鹤子公司、上海长征富民金山制药有限公司在背景板上打出醒目的“国企平台、免费住宿”字样,吸引了不少求职者问询。招聘负责人介绍,该公司在疫情期间扩大了招聘规模,管培生学历门槛为大专及以上。“国企发展前景和免费住宿对大学生的吸引力不言而喻,尽管公司有些远,但不妨碍我们招揽人才。”

另一家“逆势而上”的代表顺丰速运集团(上海)速运有限公司的摊位前也不时排起长龙。上海师范大学旅游管理专业本科毕业生张同学直奔“储备干部”岗位,得知该岗位需要有3到6个月的基层收派员经验,张同学表示自己做好了心理准备:“虽说基层工作比较辛苦,但很看好物流行业发展前景,愿意尝试挑战。”他同时也报名了上海市事业单位公开招聘,希望为自己争取更多机会。顺丰招聘负责人介绍,他们在短短2小时内有近10名应届生达成初步意向,其中不少

多部门携手为高校毕业生就业保驾护航

疫情影响下,这场原定于3月举行的应届毕业生专场招聘会不得不推迟到毕业季尾声。本次招聘会严格落实防疫要求,参会人员实名登记、全程佩戴口罩,入场出示“随申码”、测量体温,还根据场内实时数据及时采取限流措施。除现场招聘,本次活动所有岗位均在上海人才网、中国上海人才网同步发布。

今年以来,为应对突如其来的疫情和国内外严峻复杂的经济形势影响,市人社局会同多部门多措并举,及时出台了一系列稳就业政策措施,并广泛开展“云招聘”、稳步启动线下招聘。上海市人才服务中心主任丁峰表示,目前国有企事业单位保持稳定招聘总量,互联网、人工智能等在线新经济招聘需求保持稳定增长,酒店业、餐饮业等服务行业也在缓慢复苏。“随着应届毕业生,还有职业见习、灵活就业社保费补贴政策等措施帮助就业,未来,现场招聘活动还将下沉至各区、各街镇,助力高校毕业生等求职者实现更高质量和更充分就业。”

把6000年捧在手中是什么感觉?

上海市测绘院推出《青浦区历史人文图册》,图文并茂展示历史遗产、传承地方文脉

■本报记者 史博臻

青浦是一个历史悠久、文脉深厚的地方。距今6000多年前,崧泽文化开启了上海地区古文明的序幕,唐天宝年间(742—756年)设置的青龙镇(今俗称“旧青浦”)则是海上丝绸之路的重要贸易港口,明嘉靖二十一年(1542年)正式建立青浦县。

几千年的文化积淀,为青浦留下大量的历史、人文、自然、艺术的遗址、古迹及地名典故。近日,上海市测绘院推出新品《青浦区历史人文图册》,正是为了更好地展现和保护青浦的历史遗产,传承地方文脉,打造现代文明与传统文明兼容并蓄和有温度的城市。

亮点一 内容丰富,脉络清晰

翻开这本图册,青浦区内知名或不知名的历史人文古迹、文化遗址等所在的方位几乎都可从中找到,并可了解它们的基本情况。

图册中既有全区性的区位图、政区沿革图、历史人文图、主要河流湖泊分布图、古桥分布图、乡镇历史地名分布图、历史风貌区和历史风貌村分布图等,也有小区域的历史文化古镇所在建制镇的政区图、历史沿革图、古镇风貌区图等,赋予内容全面性和层次感。

此外,图册图文并茂地展示了青浦的3处国家级文保单位、3座国家级历史文化名镇、7片历史文化风貌保护区、19个风貌保护村以及青浦水乡文化。

亮点二 图照组合,吸引力强

该图册的特色是将地图与反映地区历史文化的彩照进行巧妙的组合,并配上简短的文字解说,内容显得更加充实,更有人文韵味。

在图册的江南古镇部分,市测绘院为了充分反映朱家角、练塘、金泽等古镇历史文化的深厚,有选择性地将清代园林、百年老店老校、名人故居、革命斗争发生地,以及千年古塔、宋代古桥、宋元寺庙、明清商业街等的彩照分别镶嵌于所在街镇的政区图、历史沿革图、历史文化风貌区图的一侧或配置在其之后,既提高了视觉效果,又充分展现古镇历史文化的醇厚。而在水乡文化部分,读者可看到河道湖泊分布图和古桥分布图,排列着13条河道、9个湖泊与22座古桥的44幅现状彩照,加深对古镇历史文化的了解。

亮点三 多法并用,绘图精致

图册中绘制与选用的地图有50多幅,由多种方法取得。值得一提的是,图册配套的App首次采用了增强现实技术(AR),通过点云三角网构建、实景摄影测量等多种手段,实现精、细、美的古建筑模型搭建,将虚拟三维模型叠加到真实世界,提供实时拍照互动功能,以此达到超越现实的视觉体验。

市测绘院希望能有更多类似的文化类读本问世,更好地展示、宣传、记录江南水乡的文化之美。



图片来源:市测绘院

制图:冯晓瑜

七月沪牌中标率1.8%

本报讯(记者张

晓鸣)7月份沪牌拍卖昨天举行,本月共有142526人竞拍,最低成交价91000元,均价91075元,中标率1.8%。

本月个人额度投放15500辆,个人在用车有效额度委托拍卖1362辆,合计拍卖总数16862辆,比上月减少1405辆。警示价为89300元。

今年3月以来,上海私车额度投放已经连续5个月在1万辆以上,3至6月逐月增长,6月份投放额度超过1.8万辆,为目前年内最高,近四个月沪牌拍卖中标率分别为10%、12.1%、13.5%和11.8%,均在10%及以上,7月份个人额度尽管比上月减少,但比去年同期仍增加6300辆。

据中国汽车工业协会统计数据,上半年,国内汽车产销累计超过1000万辆,分别为1011.2万辆和1025.7万辆,同比下降16.8%和16.9%。从半年总体情况来看,疫情冲击给汽车市场带来的损失已经得到一定程度的弥补,尽管汽车产销累计整体仍为负增长,但汽车总体产销状况已明显好于预期。

以上海为例,上海促进汽车消费新政细则已正式出台。上海宣布全年将增加4万个汽车号牌投放,对于新能源免费牌照,今年将继续不限量发放,还将新能源汽车上牌和登记时间压缩50%以上;上海消费者购买符合要求的国六排放标准燃油车可以享受4000元补贴,在新能源汽车使用环节可以享受5000元补贴。此外,上海提出积极拓展智能汽车消费场景,推动数据共享,支持商业模式创新,推动有条件的区域开展城市级智能汽车应用试点,探索开展商业化运营。

(上接第一版)

基层防线不断夯实,24小时亮灯运转

扎实的“网底”是抗疫的关键。在上海,基层防线不断夯实。

作为社区发热点,地处陆家嘴,浦东新区潍坊社区卫生服务中心周边商务区与中高端居住小区交错。疫情发生之初,这家社区医院就成立了“疫情防控工

作领导小组”,守牢社区这道基层防线。

以“疫情防控工作领导小组”下设的“居家组”为例,潍坊社区卫生服务中心主任唐岚说,这个小组的医护每天两班倒,在他们所辖的3.98平方公里范围内“出外勤”,落实对隔离居民的“告知”“服务”“联络”“监测”“四维度”工作。

在杨浦区,市东医院副院长叶成林从今年3月起就全力投入集中隔离点的疫情防控工作。这支市东医院驻守隔离点的“小分队”24小时不间断亮灯运转,因为人

提前预热并销售。在绿地贸易港,南非进口馆就把即将在第三届进博会上展示的新品——南非牛肉安排在馆内展示体验,在前不久的“五五购物节”期间,这款南非牛肉已售出1.2万份。南非进口馆负责人王军玲认为,贸易港平台能够帮助南非本土供应商建立信心,同时以更低成本和更高效率打入中国市场。

最强链接,把展商变投资商

德国永恒力今年将是连续第三次参展进博会,展会负责人孟宪玉还记得去年的一段交易场景:一家民营企业带着浙江省交易团前来“淘宝”,在展位前逗留许久,“300多万元的项目,合同都没签,预订单已经打过来了,客户的唯一要求是赶快出货”。

发热门诊24小时运转,“闭环管理”筑牢防线

做好个人防护是最好的“防护服”

热浪滚滚的盛夏,不论是身穿防护服的医护人员还是佩戴口罩的病友,都不容易。万健表示,目前浦东新区人民医院的日均急诊量与上月相比变化不大,但根据往年经验,随着天气越来越热,患有心脑血管疾病、糖尿病等基础疾病,以及出现中暑、意外伤害等情况的就诊者数量将明显上升,医院已对此做好准备。

目前,这家医院的门诊、病房等地的空调系统已全部翻新整修,并符合新风系统要求。万健说,院方除增派志愿者维持秩序、疏散患者外,抢救室还准备好了“抢救班”,以备不时之需。

赵震宇则呼吁大众不妨调整就医习惯,“大家普遍喜欢赶上午场看病,但疫

“留住”展商,进博会溢出效应不断放大

来自进博会的订单,让永恒力在中国的业务飞速发展,去年该公司销售额超过7亿元,去年12月单月销售额突破1亿元,双双破了纪录。巨大的市场,坚定了永恒力深耕上海、加码投资的信心。此前已经把海外唯一一家工厂放在中国,如今又在谋划将中国区总部升级为亚洲区总部,进一步增加投资。

进博会巨大的溢出效应,犹如强链接,让“走进来”的展商变成“留下来”的投资商。加拿大进口馆相关企业负责人初文龙在第二届进博会前就把公司注册落地在绿地贸易港,入驻后,初文龙陆续带来了加拿大龙虾、北极海参等优质海产品以及枫树汁、冰酒等特色酒饮食品,半

最优链条,用创新完善生态圈

比利时国宴冰激凌生产商希博思集团旗下品牌“遇喜”今年首次来到中国市场,也是首次参展进博会。这种含奶量

达到50%以上的冰激凌,消费者是否认可?遇喜(上海)食品有限公司总经理梁小秋心里没底。得益于虹桥品汇B型保税仓的落地,品牌选择“两条腿走路”,“产品进入保税仓后,一部分进行前店销售,提前寻找经销商,另一部分则将参加进博会,进行‘中国首秀’”。经过一个多月的新品测试,消费者对1L及2L的家庭装产品认可,让品牌找到了发力点。

梁小秋口中所说的B型保税仓,是第二届进博会前投入使用的,也是进口贸易模式创新的积极尝试。事实上,在去年进博会中,中国(上海)玉石交易中心的宝玉石已经利用保税进口方式,走进了入仓、参展、延展的全流程。上海虹桥国际进口商品展销有限公司总经理蔡毅维持秩序,疏散患者外,抢救室还准备好了“抢救班”,以备不时之需。

赵震宇则呼吁大众不妨调整就医习惯,“大家普遍喜欢赶上午场看病,但疫

大企业大品牌的物流业务委托,实现前店后库、店库合一的模式。

此外,意大利葡萄酒、希腊橄榄油等20家展商目前已提前把展品运入保税仓,在虹桥品汇展示展销,并将在第三届进博会期间从保税仓发出展品参展。

构建进口政策创新的试验田,创新仍在延续。蔡军透露,不久前,海关总署发布《海关支持2020年第三届中国国际进口博览会便利措施》,提出“支持保税展示展销常态化,扩大展会溢出效应”以及“支持跨境电商业务,推进线上线下融合”,可以更大规模实现展转销。“目前,我们正在研究操作方案,使展商依托保税物流中心和品汇平台,实现展展互转,并以保税展示展销的模式和跨境电商模式方便地实现‘展品变商品’,真正实现线上、线下、保税仓联动,承接进博会溢出效应最大化”。

(上接第一版)

已成功举办了前两届的进博会,溢出效应日益明显,在很多展商看来,从展品变商品,这条链路正变得越来越短。作为进博会常年交易服务平台,绿地全球商品贸易港已吸引来自57个国家和地区的139家企业和组织入驻,今年以来促成上下游交易额超过60亿元,其中第一、第二届“进博同款”达到7000件。

同样离“四叶草”咫尺之遥的虹桥品汇,如今已集聚了70多个国家和地区的109家企业、1200多个品牌、1万多种商品,其中进博参展商企业70多家,进博会商品占总商品数的70%以上。

今年受疫情影响,不少参展商对进博会更为看重,也改变了营销策略——往年参展品牌会在进博会结束后推动商品变商品,今年部分展品已前置成商品,

今年受疫情影响,不少参展商对进博会更为看重,也改变了营销策略——往年参展品牌会在进博会结束后推动商品变商品,今年部分展品已前置成商品,