

招聘求职人行早“用工忙”折射经济开局稳

新华社记者

龙年开工首周，记者在多地采访看到，企业加快复工复产、劳动者积极返岗就业，呈现出人勤春来早、供需同发力的繁忙景象。

“用工忙”折射开局稳，释放出经济运行回稳向好的信心。从跨省招工、专车专列接人返岗，到密集招聘、发布稳企拓岗新政策……各地抢抓劳动者流动及企业复工关键期，全力保用工、稳就业，努力跑好龙年稳经济第一棒。

企业用工稳步回升，务工人员返岗提早

一条条机械臂上下挥舞快速运转，一块块液晶屏实时跳动生产运行数据，一名名现场工程师有条不紊地进行数字化操作……龙年一开工，位于广东东莞的生益电子股份有限公司的生产线就非常忙碌。

“我们有约5000名员工，初八开工当天返岗率已接近90%，到初九这个比例已超过九成。”公司董事长邓春华告诉记者，往年一般要到正月十五才能达到这个水平，今年员工提早返岗比较明显。

为应对外部环境的不确定性，这两年生益电子不断调整产品结构，优化产业布局，提升竞争能力。“目前订单排到4月份，随着后期新生产线爬坡满产，还将持续有新订单。”邓春华说。

记者了解到，在珠三角地区，一批企业年后开工迅速进入生产状态，用工需求旺盛。政府相关部门抢先一步开展东西部劳务协作，带动企业、商会等加大组织对接力度，确保企业稳定生产，经济发展实现“开门红”。

“我们对全市3070家定点监测企业调研显示，春节后需用工16.31万人。”东莞市人社局局长陈智武介绍，“大年初五，我们就带着10余家重点企业，超4000个岗位前往贵州铜仁、黔南开展异地招聘和劳务对接。”

据调研监测，广东全省约七成企业表示用工规模将持平或略有增加。广东省人社厅副厅长谢忠保介绍，截至2

月20日，外省籍务工人员粤返岗已超过1330万人，约占节前返乡总量的71.5%，主要为返回原岗位就业人员。预计元宵节前后将实现九成左右务工人员入粤返岗。

在长三角地区，劳动力市场也随着企业生产经营转好提早复苏。

苏州市人社局副局长谭国明介绍，2月20日的调查显示，千人以上企业返岗率超过92.6%，服务业返岗率高达98.7%。

“劳动者盼着早返岗、早增收，节后外出务工步伐加快，大年初二就开始陆续返城。”人社部就业促进司副司长远东来说。

远东来分析，一方面是假期消费市场加快恢复，文化旅游持续火热，人流、物流活跃度明显增强；另一方面是部分工厂忙生产，重点工程项目赶进度，带来劳动力市场供需两旺。

务工专列集中开行，用人需求发生新变化

2月18日下午，随着D1859次列车缓缓驶入广州南站，包括石品芳在内的640名贵州黔南州务工人员，开启了新一年的奋斗历程。

50岁的石品芳在广州白云区当厨师并在一家环卫公司兼职，每月能挣6000元左右。“我春节后要回去上班，开始买不到票着急了好几天，村干部帮我联系到这趟免费务工专列，我非常感谢。”

贵州省人社厅副厅长肖震介绍，2月中旬至3月初，将持续与东部用工省份密切合作，全省计划安排免费返岗专车（列）141趟，向外输送3.5万名务工人员，帮助他们便捷返岗。

同为劳务输出大省的云南，连日来也在加大“点对点”输出力度。2月21日，地处乌蒙山区的云南昭通，3750名劳动者乘坐特色上免费返岗务工大巴，前往上海、浙江等地务工。

“我春节前刚找到一份上海的工作，是政府对接的企业，待遇不错，还包

住宿。这次从家门口就能乘车，务工满三个月还有奖补，太安心了。”来自昭通的陈美说。

截至目前，昭通市假期返乡务工人员已返岗39.8万人，其中通过包机、专列、专车等方式集中输出近6万人。

在青岛务工的第一年，王齐伍通过公司组织的培训学会了焊接，随后从事焊接辅助，每月工资涨到了5000元至7000元。“如果有焊工证，月收入能过1万元。”王齐伍说，考下焊工证，是自己今年的努力目标。

记者在采访中感受到，劳动者对岗位、薪酬的期待值越来越高。同时，带着“一技之长”奔赴远方的务工人员比例也越来越大。

“1个高技能人才至少有2个岗位在等着。”广东省就业服务管理局局长夏义兵说，2024年广东省企业招聘计划中，技工需求占比较去年提升13.9%。“我们把外省在粤务工人员统一纳入技能提升计划，帮助他们提技能、增收入。”

招聘活动密集举办，推出高校毕业生专场

春节后既是企业复工复产关键期，也是劳动者换岗流动高峰期。

记者观察到，开年以来，九部门联合部署的2024年“春风行动”全面铺开，首场线下招聘活动大年初二即举办。

各地直播招、零工招、机构招同步发力，想方设法促进劳动者和用人单位精准匹配、更快更好就业。

2月20日，四川仁寿县举办2024年“春风行动”启动仪式暨返乡务工人员专场招聘会。现场人头攒动，70余家企业带来5000多个岗位，吸引了大批求职者。

“才几个小时，咨询我们公司的求职者已达到200余人，面试登记人员已有40余名。”企业招聘人员刘宇忙个不停。

求职者孙建兵说：“以前在外地工作，月工资是四五千，现在回家找到的工作也能到四千元到八千元，还能照顾家里。”

随着县域经济快速发展，本地企业用工需求激增。想办法留住更多人才，成为今年节后招聘的一大特点。

河南汤阳县专门建立“就业超市”，每月10日在10个乡镇同时开展招聘会；同时在各乡镇、中心村建立100个基层公共就业服务站点，采取上门入户、“村村通”大喇叭广播等形式收集用工需求，推介用工岗位。

江西上栗县出台16条优惠政策，引导返乡人员留下发展；接下来还将在各乡镇举办25场各类招聘会，为求职者和用人单位提供高效服务。

据人社部数据，截至2月17日，全国已累计举办各类招聘活动1.8万场，发布岗位1000万个。

1月下旬到4月上旬，广东省计划组织线上线下招聘活动2000场以上，累计提供超100万个就业岗位；山东青岛计划举办200余场就业服务活动，发布超12万个岗位……节后招聘即将进入高峰期。

记者了解到，与往年节后集中聚焦农村劳动力不同，今年各地依托“春风行动”热潮，将高校毕业生作为服务重点，广泛募集适合大学生的优质岗位，多方式、多层次开展专场招聘活动。

开年以来，已有江苏昆山、福建福州、海南海口等多地举办高校毕业生专场招聘会，几乎场场人气爆棚，一些国有企业、重点企业展台前排起长队。

据了解，自2月24日起，江苏镇江、江西南昌、河南郑州等多地还将陆续举办毕业生专场招聘会，为广大青年提供更多就业和实习岗位。

新华社北京2月22日电（记者 姜琳 黄浩苑 李凡 余俊杰）

我国将制定200项以上碳达峰急需标准

新华社北京2月22日电（记者 王悦阳 张辛欣）工业和信息化部近日发文提出，到2025年，初步建立工业领域碳达峰碳中和标准体系，制定200项以上碳达峰急需标准，重点制定基础通用、温室气体核算、低碳技术与装备等领域标准，为工业领域开展碳评估、降低碳排放等提供技术支撑。

这是记者22日从工业和信息化部获悉的。

工业和信息化部近日印发的《工业领域碳达峰碳中和标准体系建设指南》，提出了到2025年和2030年的一系列建设目标，同时规划了工业领域碳达峰碳中和标准体系框架和碳达峰碳中和标准制定重点领域。

值得一提的是，在碳达峰碳中和标准制定重点领域，指南规划了协同降碳标准，主要指通过企业内部协同、上下游协同、产业链协同等方式实现协同降碳的相关技术与装备，包括数字化绿色化协同、减污降碳协同、产业链协同等标准。

工业和信息化部相关负责人表示，指南注重与现有工业节能与综合利用标准体系、绿色制造标准体系的有效衔接，希望通过加快标准制定，持续完善标准体系，推进工业领域向低碳、零碳发展模式转变。

元宵和汤圆，你分得清吗？

新华社天津2月22日电（记者 周润健）元宵节将至，又到了吃元宵、汤圆的时候了。每每这个时候，元宵和汤圆总让一些人分不清楚。二者到底有何区别？

民俗学者、天津社会科学院研究员王来华说，“元宵”是北方人的叫法，“汤圆”是南方人的称呼，二者都是糯米粉制品，却有着诸多不同。

元宵一般只用甜类馅料，常见的有红豆沙、黑芝麻、核桃仁、枣泥、巧克力等。制作时先将馅料制成小块，再蘸上水，在盛着糯米面的筐内滚，一边滚一边洒水和添粉，使其自然沾满糯米粉并滚成一个个圆球状，表皮松软，雪白的样子煞是好看。

传为上元节期间，元代大都（即今北京）的糕点铺，为使人们方便快捷地吃上节令食品，首创了摇制法。明代刘若愚对此有详细记载：“其制法用糯米细面，内用核桃仁、白糖、玫瑰为馅，洒水滚成，如核桃大。”因系正月十五晚上食用，直接取名“元宵”。时至今日，每年元宵节前夕，在天津地区还常见食品店前摆上类似圆形的浅盘铁皮装置，用来快速滚制元宵，以满足排队购买元宵顾客的需要。

王来华进一步指出，汤圆与元宵

相比，表皮选用精细的糯米粉，用手直接包制，有点像北方人包饺子，包制好的汤圆外表光滑，口感粘糯；馅料则素、荤皆可，素馅除了与北方的甜类馅料大体相同之外，还会加上新鲜水果，如草莓、菠萝、鲜橙等，而荤馅则是各种肉类，口味多甜咸。有诗云：“香泽糯米做汤圆，沸水飘银富贵成。入口绵甜滑润爽，阖家欢乐醉天年。”

吃元宵、汤圆以水煮为主。煮元宵需要的时间比较长，煮后汤比较浓；煮汤圆需要的时间比较短，煮后汤比较清。不论是元宵还是汤圆，均可采用蒸、油炸、烤甚至拔丝等多种方法食用。不论是“滚”出来的元宵，还是“包”出来的汤圆，形状都是圆的，寓意团团圆圆、圆圆满满，寄托了人们对未来生活的美好愿望。

王来华表示，与北方人在正月十五吃元宵不同，南方人吃汤圆，首日就在大年初一的早上；正月里的一些拜祖祭神的节日，汤圆也是重要供品；到了元宵节，南方人也会接着吃汤圆，以示吉祥。

如今，元宵和汤圆口味越来越多。“元宵和汤圆固然好吃，但因其多粘硬，吃的时候还要有所节制，慢性病患者、老人和孩子更不宜多吃。”王来华特别提醒说。

保护历史财富 发挥时代价值

（上接第一版）全国重点文物保护单位、省级文物保护单位保护管理机构覆盖面达到了100%，文物保护整体状况持续改善。

长城保护管理不断健全。划定了大同长城保护范围和建设控制地带，设立了保护标志碑，建立了较完善的长城资源档案，实施了新荣区得胜堡等一批抢险加固和保护修缮工程；配合长城国家文化公园建设，实施了左云县镇宁敌楼堡门抢险加固、天镇县明长城李二口段长城展示步道建设等一批长城保护利用工程。

文化遗产治理能力水平不断提升

近年来，我市先后出台多个文化遗产保护的相关条例及行动方案，编制了《历史文化名城保护规划》《古城历史文化展示体系规划》《中心城区博物馆布局规划》等一系列定向把舵的发展规划。全市上下文化共识进一步凝聚，“坚持保护第一”“让文物活起来”等理念深入人心，“文明守望工程”深入开展，先后公布3批共148处可供社会力量参与文物建筑保护利用供选名单，完成25处认养协议的签订。文物保护志愿者、社会组织等不断壮大，文物保护员达到900余人。

科技支撑不断深化。形成以三维激光扫描、数字化近景摄影测量为主要手段的高精度采集和存储的数字化技术路线，开展文物数字化采集工作，建立了文物数字化档案，通过线上博物馆，将数字化成果在互联网上进行展示。实施文物数字化保护创新工程，启动了大同善化寺、华严寺、悬空寺、沙岭北魏壁画墓壁画等17个数字化保护项目，开展了大同地区出土北魏陶陶分析研究等多个课题研究。

文物“家底”进一步摸清。我市第一次全国可移动文物普查和古代寺观彩塑壁画、红色文化遗址、低级别文物、石刻文物等专项调查相继展开，各级各类文物资源保护管理制度不断完善。

文化遗产资源“活起来”有力推进

我市在做好文化遗产保护工作的同时，有力推进文化遗产“活起来”的合理适度利用，让文化遗产保护成果更多惠及人民群众。国家重点保护文物善化寺、九龙壁及大同古城墙、关帝庙、文庙、法华寺等9处文物景区实行免费开放，营造安全、有序、舒适的游览环境，让广大游客深入感受古都大同的厚重历史文化，备受四海宾朋称道。

近年来，市委、市政府高度重视博物馆事业发展，提出了打造“博物馆之城”的战略目标，全市博物馆建设步伐明显加快，体系日益完善，服务水平不断提高，“博物馆之城”建设不断取得新的进展和成果。完成了“博物馆之城”建设规划布局，博物馆事业整体扩容提

质成效明显，全市博物馆总量增至35座，类别涵盖了历史、艺术、人文、民俗、革命、科学、遗址等，主体多元、结构优化、特色鲜明、富有活力的博物馆建设体系已初步形成。创新发展博物馆“总分馆制”模式，深挖文物内涵、科学规划布局、有效盘活资源，目前建成1座总馆、9座主题性分馆，散布市区各处，年均接待游客量达到165万人次，成为提供公共文化服务、满足人民精神文化生活需求的生产力军。“1座总馆”即大同市博物馆，“9座主题性分馆”分别为梁思成纪念馆、平城记忆馆、北朝艺术馆、北魏明堂遗址博物馆、魁星文化博物馆、辽金元民族融合馆、红色记忆馆、古代铜造艺术博物馆、张霄堂故居纪念馆。总馆以通史展为特色，分馆以专题展为特色，各馆特色鲜明，共展陈文物5200余件，展现了古都大同多样的历史文化底蕴。

非遗保护传承弘扬传统文化魅力

厚重的历史文化积淀，让大同古都文化灿烂辉煌，独特的地理位置和古代边陲重镇的多元文化交融，催生了大同丰富灿烂的非遗文化、传统戏曲、传统手工艺、传统美食等，形式多样、多姿多彩。目前，大同市有国家级非物质文化遗产8项、省级非物质文化遗产50项、市级非物质文化遗产135项，国家级非物质文化遗产代表性传承人6名、省级非物质文化遗产代表性传承人39名、市级非物质文化遗产代表性传承人154名。

大同非遗文化多姿多彩，魅力独具，其中，戏曲音乐百花齐放，彰显地方特色，阳高二人台、灵丘罗罗腔、晋北耍孩儿、北路梆子，特点鲜明，神韵独具；传统手工艺展现细腻匠心，古朴可人，广灵剪纸、大同铜器、康氏绢人等，让人惊艳不已，爱不释手；大同味道延续古法技艺，代有传承，如阳高杏脯、灵丘黄烧饼、浑源凉粉等，多年以来以经典的老味道，抚慰众人肺腑舌尖。大同的非遗经过历史的沉淀，绽放出悠远、浑厚的光芒，成为大同独特的地域文化符号。

我市不断加大非物质文化遗产保护力度，传承优秀传统文化血脉，在挖掘非遗项目内涵、讲好非遗故事、传承非遗项目等方面，积极探索有效发展路径，形成文旅融合发展新格局。大同通过旅游与非遗的融合让非遗传承保护更具活力，并赋予旅游更为蓬勃的生命力，不断增加旅游业业态新供给，让看非遗、听非遗、乐非遗、品非遗、享非遗融入全域旅游大格局，使非遗保护传承和旅游发展得到互利双赢。剪纸、面塑、皮影、吹糖人等非遗表演，如今在大同的主要景区已经成了常态化节目。来到大同，游客欣然近距离体验非遗、感受非遗，领略传统文化的魅力。

为让非遗得以更好地传承和保护，

我市多措并举助力非遗传播，让非遗走进千家万户，在现代生活中绽放更加迷人的光彩。积极开展“非遗进校园”活动，为学生们打开了一扇新鲜、新奇的民间传统艺术之门，非遗互动趣味课、非遗展演展示活动等，让中小学生对传统文化有了更深的了解。

文创产品让文化遗产融入百姓生活

我市在做好文化遗产保护的同时，充分挖掘厚重的文化资源，以独到的创意将非遗文化与现代创意无缝衔接，打造了一系列创意十足的文创产品，在实现文化传承的同时，陶冶旅游者的审美情趣，激发四海宾朋对古都大同文化的深度探索。

云冈石窟是中国辉煌灿烂古代文明的集中体现，更是中华文明同其他古代文明交流互鉴的历史见证。云冈文化内涵博大精深，涉及文物、宗教、美术、舞蹈、音乐、建筑、历史、地理、民俗等方面，这些丰富的文化资源为云冈石窟文创产品的开发与利用提供了重要源泉。来到云冈石窟景区，可以看到各类文创产品琳琅满目，充分彰显世界文化遗产的艺术品位，主要是将一些有代表性的纹样和图样提取出来，做成大家生活中常见的物件，比如胸针、冰箱贴、书签、布袋、笔记本、扇子等。其中“云冈恒物系列”“云冈锦绣系列”和“云中永恒恒系列”深受大家欢迎。

漫步大同古城，新春市集上，既有传统的手工艺品再现，又有结合创意设计的创新产品，让人流连忘返，爱不释手。多个古城文物文创集合店，汇聚了丰富的大同文化创意周边产品，历久弥新的大同文化韵味尽显无遗，其灵感来源包含非遗剪纸、刺绣编制、文物配饰等一系列极具特色的文创商品，以穿搭配饰、装饰摆件、创意盲盒等形式呈现，成功地将本地传统文化资源，转化为让消费者心仪的好物。

在大同市博物馆，近年来先后研发文创产品九大类近300多种。为了吸引更多年轻游客了解大同、探索北魏文化，该馆打造并完善升级了文化创意开发、制造销售、品牌营销等核心产业链，将自身文化特色和时尚潮流结合起来，相继推出了一大批颇受游客喜爱的文创产品。通过“文物IP”与“设计”嫁接，让文物真正“出圈”，将文化更好地传承下去。

在大同美术馆，大同好礼文创空间成为观众流连忘返的艺术驿站，这里展示着来自大同闹腾文化、欢喜文化、云冈锦绣、飞天结艺、华严寺辽金博物院、博登兄弟、斑斓虎创意、广灵洞西窑、九章號、北思堂、朴玉不二手作、雅庐文化、如意轩碑语、卡卡工艺品、77登园等20家传媒公司、个人工作室的近500种文创产品，汇聚众智文化，以全新的创意理念融合本土文化旅游特色，拓展寻找大同文化旅游新出路。



聚焦“十四冬”

2月22日，青海队选手穆心远（左一）、辽宁队选手李学志（左三）在比赛中。

当日，在内蒙古乌兰察布市凉城县滑雪场举行的第十四届全国冬季运动会冬季两项公开组男子4×7.5公里接力比赛中，辽宁队获得冠军，内蒙古队和黑龙江队分获亚军和季军。

新华社记者 陈振海摄

华严寺：文脉传承的“今生”故事

（上接第一版）以历史之悠久、规模之浩大、技艺之高超，堪称辽金艺术博物馆。主殿大雄宝殿是我国现存辽金时期最大的佛殿；薄伽教藏殿内依墙排列重楼式小木作藏经阁38间及“天官楼阁”5间，巧夺天工，玲珑之致，大殿近代泥塑堪称辽塑精品，尤以合掌露齿菩萨为最，惟妙惟肖；华严宝塔是继应县木塔之后全国第二大纯木榫卯结构的方形木塔，特别是塔下近500平方米的千佛地宫，采用100吨纯铜打造而

成，内供高僧舍利及千尊佛像，金碧辉煌，是传统与现实完美结合的典范之作。华严寺里所承载的文化瑰宝既有传承千年始终未脱离民众视野的，也有宝相庄严之下需要讲解领悟的。为了让这些文化瑰宝跨越时空与现代民众交流，华严寺积极与大同大学云冈学院相关专家合作，对寺内现存19通碑文内容进行详细注释，深度挖掘梳理辽、金、元、明、清等各个时期的发展脉络、重要历史事件、历史人物等，形成

完整的历史文化体系，为华严寺历史、宗教、建筑、艺术、科学的研究提供资料支撑，编辑出版《华严寺文化系列丛书》（揽胜、壁画、碑铭、塑像、建筑、平基，共6册），2024年计划出版《华严寺》大型画册传播华严寺文化，编撰《山西古建筑国保档案·大同华严寺卷》，启动“华严寺建筑及其附属文物数字化”项目，实现“文物数字化共享”“使文物活起来”。构建科技创新、人才队伍、安全责任、价值传播、政策制度保障等工作体系，从保护、研究、展示、利用、管理、服务六方面发力，延续古城历史文脉，让文物资源以史育人、以文化人。

好消息

大同机场2024年1月26日起加密大同飞郑州、大同飞深圳航班，每周四班（周一三五七）。

航班时刻：

深圳13:05 ~ 18:05大同

大同18:55 ~ 00:10深圳

郑州16:35 ~ 18:05大同

大同18:55 ~ 20:30郑州

温馨提示：受航司运力及天气等因素影响，航班时刻可能会有调整，实际时刻以当天查询为准！

机场问询：0352-7581666、7681666、18003529172

团队咨询：0352-7696896

票务电话：0352-2015558

货物运输电话：0352-7932666、15603421476

本报地址：御东行政中心21、22层 | 邮编：037010 | 本报发行公司发行 | 广告经营许可证号：1402004000009 | 开印时间：1时 印完5时10分

联系电话：办公室 0352-6034132 要闻部 0352-2043974 广告热线：0352-2023122 发行热线：0352-2503915 承印：大同日报传媒集团印务公司 电话：0352-2429838

责编 薛保琳 版式 史晓帆