

“百日千万招聘专项行动”启动

以高校毕业生为重点,集中组织岗位对接

据新华社电 记者17日从人力资源社会保障部获悉,2025年“百日千万招聘专项行动”于当天启动。这次行动以“职引未来 筑梦青春”为主题,计划用100天左右,面向以高校毕业生为重点的各类劳动者,开发归集千万条就业岗位信息,集中

组织岗位对接。

据了解,这次行动采取线上线下相结合方式举行。

现场招聘聚焦发展前沿、需求紧缺领域,重点面向人工智能、先进制造、现代服务、国际贸易等行业企业,举办行业性专场

招聘;聚焦服务国家区域发展战略、做强国内大循环等部署,重点在中西部地区、三、四线城市等,举办区域性专场招聘;聚焦高校毕业生等青年,举办专业性专场招聘。

线上招聘在中国公共招聘网、中国国家人才网及“就业在线”设主会场,并推出

就业引导地图。活动将聚焦重点行业、重点项目、重点院校、重点专业毕业生等,分主题、分行业、分群体开展直播带岗。首周,线上招聘平台推出人工智能行业、能源行业、制造业、新兴行业等4个招聘专场,共有1300余家用人单位提供招聘需求4.5万人次。

我国广告业规模稳居世界第二

数字广告成为关键引擎

本报讯 国家市场监督管理总局17日披露的数据显示,2024年我国广告业务收入超1.5万亿元,同比增长17.9%,广告业规模继续稳居世界第二,占全球比重进一步提高。

国家市场监督管理总局当天召开《中国广告业发展指数报告(2025)》专题新闻发布会。会上披露,2024年我国广告业发展指数值达128.4点,同比增长8.0%,广告

产业规模稳步扩张。

报告显示,去年,在全国范围内,24个省份广告业收入实现同比上涨,15个省份广告业收入超百亿元。其中,北京、上海、广东和浙江4个省份达到千亿元级规模,收入分别为4143.6亿元、3270.2亿元、2138.9亿元和1685.2亿元,合计占全国总量的72.7%。11个百亿元级省份在东、中、西部均有分布,分别是东部地区的江苏、

山东、福建、海南,中部地区的湖北、河南、湖南、山西、安徽,西部地区的四川、重庆。值得注意的是,海南、河南、安徽首次突破“百亿元”规模。

报告指出,当前数字广告蓬勃发展,成为推动广告业可持续增长和创新的关键引擎。互联网成为主要发布媒介,2024年互联网广告发布收入较上年增长24%,占发布环节收入的比重增长至86.5%。与

此同时,传统媒体加速数字化转型,新兴媒体带动市场增量。

互联网广告业在发展的同时,也存在虚假违法广告易多发等情况。对此,市场监管部门依法加强互联网广告监管执法,严厉查处互联网广告违法行为。据统计,今年一季度,市场监管部门共查处互联网广告违法案件5642件,处罚没款5091.8万元。(中新)

用户规模达5.75亿人

网络文学创作涌动文化强音

键盘轻响间,一个全民书写、世界共读的“网文江湖”正澎湃着新时代的文化脉动。中国作协17日在江苏盐城最新发布的《2024中国网络文学蓝皮书》显示,中国网文用户规模达5.75亿人,年度新增作品200万部,营收规模约440亿元。

精品迭出 读者圈层品味升级

2024年的网络文学创作有哪些新特点?

——现实题材创作影响力持续扩大。全年新增17万部作品,文笔更加注重细节,着力表达现实的真实与厚重,体现出对文学性的自觉追求;“年代文”风行,更多作品采用基层人物的视角,用小切口表现新时代。其中《滨江警事》以基层水警视角见证时代变迁,《一路奔北》借北斗卫星研发书写科学家精神,《重回1982小渔村》用温暖笔触描绘平凡生活。

——科幻创作依然火爆。科幻题材作品新增18万部,涌现出诸多精品,多部作品获得银河奖、星云奖。其中《故障

乌托邦》探讨人机伦理,《天才俱乐部》畅想多维未来,网络科幻正加速走进主流视野。

——“Z世代”成为创作生力军。全年新增注册作者约280万人,新增签约作者35万人,其中近四成为“Z世代”,“00后”占比约20%。2024年有82位网络作家成为中国作协会员,最年轻的仅25岁,为行业注入新鲜血液和创新活力。

网络文学作品精品迭出的同时,网络文学读者圈层也在持续扩大、品味升级,一方面用网络文学阅读点亮多彩生活,一方面又以个体经验参与网络文学创作,以共读共创的文学生态助推新大众文艺。

代际融合 共筑全民阅读生态

代际融合趋势凸显,老中青三代读者正共筑全民阅读生态。

请看一组网络文学读者画像:性别结构均衡,男女比例相当;年龄结构多元,核心阅读群体为26至45岁读者,约占全部读者的50%;“00后”年轻读者占比近25%,是拉动阅读增长的有生力量;45至60岁读者约占15%,比重持续上升;60岁以上的阅读群体明显扩大,占比已超10%。

值得一提的是,“银发族”的阅读参与极大拓展了网络文学的题材内容,老年生活、老年主角在网络文学中开始显现,并带动了微短剧相关内容的流行;“银发族”创作也相应崛起,银发创作者沈东生用手机“敲字”创作《上海人吃泡饭》一书,用沪语真情讲述人生经历,引发中老年读者共情,吸引年轻读者在线“向爷爷催更”。

2024年,网络文学IP改编热度不

减,年度新增各类改编授权约3万项,下游产业链充满活力。

微短剧狂飙突进。“短剧化”在2024年成为网络文学IP转化的发力点,微短剧用户规模达6.62亿,市场规模504亿元,首次超越同年电影票房。全年新增网络文学微短剧改编授权超1600部,同比增长81%。

动漫游戏持续发力。全年新增动画改编授权80余部、漫画改编授权400余部。《斗破苍穹》《仙逆》等“年番”陪伴式成长,《黑神话:悟空》全球风靡展现国产单机游戏潜力,为中华文化展示打开新窗口,带动《凡人修仙传》等网文IP启动游戏项目开发。

“谷子”经济兴起,撬动下游产业。实体衍生品销售火爆,《诡秘之主》《全职高手》等作品的角色徽章、亚克力立牌、盲盒等热销,成为IP产业链重要新增量。



文学“出海” 构建全球化IP生态体系

此外,从“内容输出”到“生态扎根”,中国网络文学出海成绩亮眼——海外活跃用户约2亿,新增注册用户3000万人;《诡秘之主》《我们生活在南京》等作品入藏大英图书馆;《庆余年2》通过迪士尼实现全球同步发行,《与凤行》在全球180多个国家与地区播出,“C-Drama”掀起中华美学收视热潮。

“中国网络文学正在以创作模式的跨文化传播,推动世界通俗文学的叙事方法创新。”谈及网络文学出海热,中国作协网络文学中心主任何弘表示,中国网络文学已从单纯的内容输出转向构建全球化IP生态体系,呈现出技术驱动、生态重构、文化共创的新特征。

当前,网络文学创作在繁荣发展的同时,也暴露出一些不容忽视的问题,

部分网络小说套路化严重,缺乏创新内核,低俗、媚俗、庸俗问题仍然存在,不仅影响了读者的阅读体验,也制约了网络文学行业的健康发展。

对此,中国作协通过主办全国重点网络文学网站负责人培训班、网络文学创作出版培训班等,深化对从业者的价值引领。行业也对优化产业生态达成共识,抵制“唯市场论”“唯算法论”,从“数量优先”转向“质量制胜”,用思想性、艺术性俱佳的作品愉悦读者、引领风尚。

从国内“破圈”到海外“圈粉”,中国网络文学以其庞大的创作群体、海量的作品储备和日益增强的文化辐射力,正成为新时代文化版图不可或缺的生力军。(新华)

“反向开票”助力资源回收业受益

本报讯 推动大规模设备更新和消费品以旧换新的同时,我国正在税务领域实施的“反向开票”政策令资源回收行业受益。

国家税务总局17日公布的数据显示,2025年经营所得汇算清缴期内,已累计为17万余名纳税人及时办结退税手续,辅导3万余名自然人办结补税业务。

借助电子税务局,纳税人无需提交复杂材料,全程线上即可完成申报并收到退税。在福建福安,一位“反向开票”年开票金额小于210万元人民币的纳税人介绍,“个税经营所得汇算清缴时,直接提示我们多缴了税款,全程在线操作,3天就到账。”

自2024年4月29日起,我国开始实施资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”政策。“反向开票”是指,自然人报废产品出售者向资源回收企业销售报废产品,符合条件的资源回收企业可以向出售者开具发票。在此之前,许多资源回收企业难以取得合规的发票,既无法抵扣增值税进项税额,也难以获取企业所得税税前列支成本费用凭证,增加了税收负担。

作为包装用纸生产企业,玖龙纸业(泉州)有限公司是“反向开票”政策的首批受益企业。企业负责人张茵表示,在“反向开票”政策的支持下,开票流程变得流畅,提升了工作效率,有效解决了原先开票难、开票慢等问题。

“反向开票”还降低了企业的税务风险。资源回收企业、江苏远鸿纸业有限公财务负责人孙军玉介绍,借助“反向开票”,企业顺利实现增值税进项税额抵扣,并成功在税前列支成本费用。

国家税务总局相关司局负责人表示,“反向开票”机制既有利于引导合规经营,也有利于保障纳税人合法权益。纳税人依法办理退税,会让更多资金反哺生产,助力高质量发展。(中新)

第三届链博会将启 美国参展商增长15%

本报讯 第三届中国国际供应链促进博览会将于7月16日至20日在北京举行。中国贸促会副会长李兴乾17日称,本届链博会上,美国参展商数量比上届增长15%,继续位列境外参展商数量之首,参展面积增长10%。

数据显示,本届链博会将有650多家中外企业和机构参展,涉及75个国家、地区和国际组织。世界500强和行业龙头企业占比超过65%。境外参展商占比达到35%,其中欧美参展商达到境外参展商总数的50%。美国参展商数量比上届增长15%,有60%是世界500强企业。连同参展商带来的500多家产业链上下游合作伙伴,实际参展商将达到1200家。目前已有100余家境外机构确认届时组团来华观展洽谈,比上届增长30%。还有20多家科研院所、高等院校已确认将组团到会交流。这些数字还在持续增加。预计将有超过20万专业观众和社会观众通过线上线下方式观展。

中国贸促会副会长于健龙在当天国务院新闻办公室举行的发布会上说,目前,各方参展参会情况超出预期。在当前国际形势变幻交织、经济全球化遭遇逆流的大背景下,全球工商界的朋友们齐聚链博会,是对链博会投下的信任票,也是对中国经济发展投下的信任票。

李兴乾指出,当前,中美工商界沟通交流是顺畅的,对加强供应链合作有共同意愿。在当前这个重要时刻,中美工商界正以实际行动推动两国经贸关系向前发展。

李兴乾说,中国美国商会、美国大豆出口协会、美国谷物协会等机构有关负责人先后表示,中国是非常重要的市场,美国企业愿持续投资中国,参与中国经济增长和创新,与中国市场和发展共同进步。(中新)

天津夏季达沃斯拟聚焦五大方向

据新华社电 记者17日从世界经济论坛第十六届新领军者年会(又称“夏季达沃斯论坛”)新闻发布会了解到,本届夏季达沃斯论坛各项筹备工作已基本就绪,来自90多个国家和地区的约1800名嘉宾将于6月24日至26日在天津共同参会。

据介绍,本届夏季达沃斯论坛的主题为“新时代企业家精神”,将围绕“解读全球经济”“中国展望”“剧变中的产业”“投资人类与地球”“新能源与材料”等五大方向进行探讨。国家发展改革委国际合作司副司长陈帅表示,通过本届夏季达沃斯论坛,中国将向国际社会展示中国经济高质量发展的显著成效,展现中国坚持高水平对外开放的积极姿态,与世界共享中国式发展的机遇和红利。

“作为世界上最有活力的地区,亚洲推动着全球60%的经济增长,其中,中国贡献了一半,并且在众多创新、技术进步和产业转型方面处于前沿。”世界经济论坛执行董事梁锦慧表示,在此背景下,新领军者年会将为促进建设性对话与有意义的交流合作提供平台,与会嘉宾可以加深对中国和亚洲趋势和机遇的了解,洞悉充满活力、快速变化的区域创新生态。

七国集团成员未能就贸易谈判取得突破

据新华社电 七国集团峰会16日在加拿大开幕。七国集团领导人当天举行全体会议,讨论全球经济前景、关税等问题。随着美国总统特朗普16日晚提前回国,多国期待在会议期间与美国就贸易谈判取得突破的希望落空。

特朗普当天与加拿大总理卡尼会晤后说,阻碍美国与加拿大达成贸易协议的问题是双方“理念不同”。加拿大总理办公室随后发布新闻稿称,两国领导人将在30天内努力达成新协议。

观察人士此前预计,特朗普可能在峰会期间与加拿大签署一个贸易和安全协议,以此作为会议成果之一。

参加七国集团峰会的日本首相石破茂当天也与特朗普举行会谈。这是特朗普宣布所谓“对等关税”后两人首次会面。石破茂在会谈后的记者会上说,双方未能就取消关税达成协议。

此前,日本经济再生大臣赤泽亮正已多次赴美,与美方就关税问题进行谈判。日本政府一直坚持将“对等关税”和加征的汽车关税、钢铝关税等捆绑在一起进行谈判,要求美方全面取消这些不合理的关税措施。

日本媒体和专家认为,汽车关税是日美贸易谈判的一大难点。汽车是日本的核心产业。2024年日本输美汽车约

137万辆,出口额占日本对美出口的三成左右。

欧美贸易谈判也未能在峰会期间取得进展。法国总统马克龙、意大利总理梅洛尼、德国总理默茨此前计划在峰会期间与美国就关税问题展开对话。

欧盟委员会首席发言人葆拉·皮尼奥16日对美国《政治报》表示,欧盟并未准备接受美国对欧盟出口商品征收10%的基准关税。欧美贸易谈判仍在进行,目前尚未达成任何协议。欧盟自始至终反对美方不合理和非法的关税。

此外,特朗普与英国首相斯塔默16

日在峰会期间敲定了两国间的贸易协议。特朗普5月8日宣布,美国与英国达成一项贸易协议,部分撤回特定领域关税,进一步扩大双方产品的市场准入,但协议细节尚待敲定。

美国白宫16日发布的行政令显示,美国将设定每年从英国进口10万辆汽车的配额,配额部分适用10%关税,超出配额部分适用25%的关税。

七国集团由美国、英国、法国、德国、意大利、加拿大和日本组成。加拿大是今年七国集团轮值主席国。本次峰会在距加拿大卡尔加里市约100公里的卡纳纳斯基村举行,为期两天。