

节后用工市场有何新变化

新春佳节过后，企业加快开工复产，劳动者迎来大规模返工。人力资源和社会保障部统计数据显示，从1月中旬至2月11日，全国已发出务工人员专车、专列、专机、包机1.5万辆（列、架）次，输送劳动者37万人。用工市场有何新变化？新华社记者到多地采访，带来最新情况。



专车专列包机 返岗送工服务力度大

春节过后，各地加大返岗送工服务力度，组织专车、专列等点对点集中劳务输出返岗活动，帮助外出务工群众节后早返岗、稳就业。

2月7日8时，来自贵州毕节市七星关区碧海街道平桥社区的王文春，搭乘G2305次列车，从毕节站出发前往浙江，开启他新一年的外出务工旅程。

王文春在浙江一家救生设备制造公司工作。平桥社区干部得知王文春需要在2月8日按时返岗后，立即帮他提前申请返岗专列免费车票。

“这张车票不仅省钱还省心，让我能够及时回浙江上

班。”王文春说。

毕节市人力资源和社会保障局相关负责人介绍，今年1月31日至2月13日，毕节组织33次免费返岗专车、专列，陆续为2.5万余名跨省务工群众提供“出家门、上车门、进厂门”一站式服务，服务人数较去年增加了一倍以上。

跨省返岗有专列，省内返岗有专车。日前，500余名来自辽宁阜新各乡镇的务工人员，乘坐16辆大巴陆续抵达辽宁正远食品有限公司。在这家公司工作了3年的张师傅说：“我们行李重，返岗路途远，专车接送解决了出行难题！”

细化需求 岗位对接更加精准

面对当前新需求增多的情况，各地将招聘服务细化为不同层级，精准对接各类需求，为劳动者与企业搭建起高效对接桥梁。

在湖南，行业专场招聘聚焦装备制造、信息技术等战略性新兴产业，定向邀约比亚迪、三一重工等龙头企业，推出技术岗、管理岗等高匹配度岗位；群体专场招聘针对高校毕业生、农民工、退役军人等开展定制服务，为返乡青年开设“家门口招聘会”。

为了帮助职业院校毕业生更好地实现高质量就业，广西南宁技师学院等6所技工院校与广西南宁福新能源科技有限公司等6家品牌企业结对共建，合作方向涵盖新能源汽车检测与维修、电气自动化、工业机器人等新质生产力发展领域。

家政小时工、装修日结工……针对灵活用工模式，一些地方推出灵活就业岗位，满足不同群体的求职需求。

52岁的王女士日前来到长沙市天心区新消费零工市场，寻

入企探岗直播带岗 求职方式多样化

在南宁市东部新城伶俐工业园区，近日约500名求职者前往园区企业参加入企探岗活动。

“过去找工作都是看企业简章和岗位需求，这次能够亲身入企体验，了解工作要求、环境和生活配套情况，心里更加有底了。”26岁的梁镓麟之前在上海从事信息产业工作，走进园区考察企业后，他决定投出简历。

各地不断创新形式，引入“直播带岗”“云聘会”等新模式，同步更新岗位信息，实现“指尖求职”。

湖南宁乡市通过线上直播带

岗、线上面试等方式，让求职者“足不出户”即可对接粤港澳大湾区企业，4000余个优质岗位覆盖高端制造、技术研发等领域。

2月6日，由贵州、广东、浙江、江苏、福建五省携手主办的大型招聘会在贵州毕节启动，共提供岗位2万多个。

“消费者对于家政的需求量越来越大，所以我们来参加跨省招聘会，解决用工短缺问题。”来自温州的一家以家政服务为主的公司负责人说，“公司招聘育婴师、家务师和养老护理员等多个岗位，每个工种岗位需求量都

据悉，阜新人社部门针对企业春节用工波动特点，提前启动用工监测，建立“节前送、节后接”护航模式，以点对点的精准服务，实现从家门口到厂门口的无缝对接。

作为劳务输出大省，贵州目前已发送专车专列520趟，后续还将组织40余趟返岗专车专列；武汉铁路部门近日在湖北麻城、襄阳、荆门等务工人员集中地加开至北京、广州、惠州、东莞等地的400余趟始发普速列车；2月7日，近1900人在宁夏固原乘坐40辆务工专用车和包机，奔赴福建、内蒙古、江苏、上海、陕西、新疆等地务工……

找自己心仪的岗位，“我看不少快餐店招人用工，工作时间灵活，离我住的地方也不远，适合我们这个年龄段的群体”。

“零工方式能满足不同时期用工需要，很符合40至50岁人群的就业需求。我们将进一步促进供需精准对接。”长沙市就业服务中心主任梁鑫娟说。

人力资源和社会保障部发布消息称，从1月中旬至2月11日，全国已累计举办各类招聘活动2.2万场，发布岗位1500万个。

在100人以上。”

2月11日，鞍山市2025年“春暖钢都·兴企护航”大型招聘会在鞍山人才市场举行。两名主播细心介绍着参加招聘会的重点企业和所需岗位，通过直播镜头带领线上求职者“云逛就业大集”。

鞍山市人力资源和社会保障局副局长王丹说，线上招聘很受欢迎，鞍山将持续抢抓节后招工“黄金期”，全力以赴促就业、保民生、助发展。⑩1

（新华社记者 黄浩铭 李凡于也童）

《哪吒之魔童闹海》票房突破100亿元

突破100亿元！2月13日，《哪吒之魔童闹海》跃迁新高，闯进全球票房前17强，并有望再创新高。

以传统神话故事为蓝本，跳出常规，《哪吒之魔童降世》打破宿命，讲述“我命由我不由天”；《哪吒之魔童闹海》延续“哪吒式”的叛逆，从传统神话中叱咤风火的少年神祇，到影片中追求自我价值和责任成长的英雄，展现了中国人勇敢、无畏的精神力量。

《哪吒之魔童闹海》的“现象级”票房，有其必然原因。全新叙事方式，传递情感共鸣和文化魅力；新技术赋能，震撼的视觉效果，使古老传说在现代社会焕发新活力。这是中国动画产业在IP化、系列化道路上的一次重要尝试。

从制作看，《哪吒之魔童闹海》展现中国动画新高度——影片特效镜头近2000个，主创团队达4000余人，20余家特效公司精密协作，AI算法将渲染效率提升40%……

“以前我们总仰望国外的很多特效，觉得非常了不起，现在我们发现只要用心慢慢死磕，也能磕得出来。踮着脚触碰到了那个高度，大家的信心就逐渐打开了。”导演饺子说。

哪吒这个烟熏妆、鲨鱼齿的“魔童”，恰似中国动画的化身——深陷困顿，偏要逆天改命，“若前方无路，我便踏出一条路！”

1941年，《铁扇公主》作为中国首部动画长片横空出世，奠定民族动画的基础。上世纪六十年代，《大闹天宫》将京剧脸谱化作泼天云霞，齐天大圣的金箍棒搅动国际影坛风云。这一时期的作品扎根于中国传统文化的土壤，成为几代人心中文化记忆。

上世纪九十年代后期，迪士尼、日本动漫等大量涌入中国市场，本土动画面临市场份额下降，产业面临困境。

观众会记得，2015年的《西游记之大圣归来》，那只困在五行山下的猴子“睁开双眼”。人们发现，孙悟空“上天下地都难觅的勇气”也能从动画电影中触达人心。

紧接着，《哪吒之魔童降世》《长安三万里》等多部动画作品不断抬高国产动画天花板。这次，《哪吒之魔童闹海》跃迁票房新高，再次展现国产动画的突围力量。

这是内容创新的突破，也是政策、资本等合力助推，折射出时代精神与市场需求的共振。

政策方面，我国通过文件指导、资金补贴等形式，促进动画制作行业在制作水平、作品特色、与其他行业深度融合等方面发力。《“十四五”文化产业发展规划》从行业标准推广、产品供给、产品质量提升等方面对中国动画制作行业进行了一定的指导。

在资本力量的推动下，中国动画产业链日益完善。互联网巨头、头部动画公司各方参与，光线传媒的“神话宇宙”初现轮廓，追光动画的“新封神”系列悄然布局。衍生品市场开发也逐步释放国产动画的商业价值，天猫平台数据显示，截至目前，哪吒系列形象授权周边在平台上的销售额已经突破5000万元。

观众的文化自信是电影创作的最大底气。饺子坚信：“总有一天，中国动画电影里会诞生出一些新的玩意、新的内涵、新的灵魂，让全世界都能够来欣赏它。”

《哪吒之魔童闹海》票房破百亿元只是一个开始，中国电影人、动画人已经开始一场新长征。⑩1 （新华社记者 李欣）