

## 陕西印发义务教育课程实施办法

# 鼓励实行弹性课时 严控考试测验次数



【本报讯(郭妍)】7月7日,省教育厅印发《陕西省义务教育课程实施办法》,从2023年秋季学期开始施行。

《办法》规定,陕西省义务教育课程实行九年一贯整体设置,分国家课程、地方课程和校本课程,按“六三”学制安排。学校须按照《陕西省义务教育课程设置表(试行)》,有序开展课程,着力完善课程体系、优化课程结构、增进课程效能。科学安排教学时间,一

至九年级每学年共39周。鼓励实行弹性课时,每周按5天安排课时教学,小学按每课时40分钟计算,初中按每课时45分钟计算。

严格落实国家课程,严格执行零起点教学,严禁增减国家课程科目和课时,做到应教尽教,不追赶进度、不超越难度。其中,英语课程的开设起始年级为三年级;有条件的学校可在一、二年级开设,供学生选修,内容以听说为主,平均每周不超过1课时。劳动和综合实践活动课程由各校按照国家义务教育课程方案、课程标准、指导纲要等文件要求开设。

规范开设地方课程,地方课程由省教育厅统筹规划,原则上在部分年级设置。合理

开发校本课程,校本课程育人目标须与国家课程、地方课程贯通一致,内容上避免与国家课程、地方课程交叉重复。严禁用地方课程、校本课程取代国家课程。义务教育学校不得引进境外课程、不得使用境外教材。

深入推进“三个课堂”,着力改进实验教学,重视日常学业评价。以课程目标为依据,基于核心素养的培养要求,完善学业质量综合评价体系。建立作业总量审核监管和质量评价制度,强化作业批改与反馈的育人功能。

严控考试测验次数,小学一、二年级不进行纸笔考试,鼓励通过情境化、游戏化、项目化等方式评价学生学业表现。其他年级由

学校每学期组织一次期末考试。初中二年级从不同学科的实际出发,可适当安排一次期中考试。

各地不得面向小学各年级和初中非毕业年级组织区域性或跨校考试。学校和班级不得组织周考、月考、单元考试等其他各类考试,也不得以测试、测验、限时练习、学情调研等名义变相组织考试。初中毕业年级可在第二学期完成课程教学任务后,在总复习阶段组织1-2次模拟考试。

陕西将把握初中学业水平考试改革方向,降低机械记忆试题和客观性试题比例,提高探究性、开放性、综合性试题比例,积极探索跨学科命题。

## 招聘面试不可玩「套路」

面试是求职应聘中的重要环节。值得注意的是,一些用人单位在面试时提出一些与招聘岗位并不相关的问题,比如属相星座、如厕习惯、吃饭时长、入睡时间等。尽管只是个例,但这样的歪风不可长,乱象必须刹。

求职者遇到的面试问题五花八门,有些问题甚至成了就业路上的“拦路虎”。有些面试官提出奇葩问题,分不清公私边界。有些用人单位面试时空谈股票期权,却对薪资福利避而不谈。有的用人单位采取过度压力面试,打击求职者自信心,以求达到降低薪资的目的。有的借面试之名套取项目解决方案,面试后却杳无音讯。求职者遇到这样不靠谱的面试,不仅浪费了时间和精力,还影响了自身择业判断。

6月份,人力资源和社会保障部等部门发布求职招聘10个典型陷阱防范提示。其中提到中介机构还未介绍到工作就以押金、保证金、办证费、服装费、资料费、内部推荐权等各种名目向求职者收取费用的案例。还有不法分子以招聘为名诱骗求职者从事兼职“刷单”、传销“拉新”等违法活动。这份提示通过具体案例和防范办法,为高校毕业生等求职者安全高效找到理想工作提供了指南。

面对招聘陷阱、面试黑话,求职者如何规避这些潜在的“坑”和“雷”?从表面看,那些面试话术是为了找到更匹配的员工,但实际上却暴露了一些用人单位、中介机构选人用人能力的低下。

求职面试,本就是一场双向选择,最重要的就是真诚。对求职者来说,多一些真诚、多一些准备、多一些自信,在面试中能更好地发挥、表现自己;对用人单位来说,也应当以真诚的态度招纳人才。

值得注意的是,招聘市场上很多岗位信息是程式化的,用人单位的亮点和详细信息并不能充分体现,给求职者做出选择带来一定困难,互联网上的不少求职技巧也在教人怎样听得懂面试官的潜台词、画外音。不过,对于求职者尤其是刚毕业的年轻人来说,掌握这门隐形“学问”并不意味着能够找到满意的工作。求职者要根据个人专长及兴趣做好岗位选择,并做好充足准备。(敖睿)

## 陕西省第二届巾帼电商创新创业大赛报名开启

【本报讯(王嘉)】由省妇联、省发展改革委、省商务厅联合举办的陕西省第二届巾帼电商创新创业大赛近日开始报名。

本次大赛主题为“数智她力量 巾帼促振兴”,分为社会组和大学生组两个组别。其中,社会组参赛作品要求以女性视角发现美好生活为出发点,对陕西农特优品品牌进行展销,对陕西乡村的变化、乡村的美丽进行全面展示,推广乡村文化,塑造新时代乡村新形象;大学生组参赛作品要求由在校女大学生本人出境进行原创短视频录制,内容为宣传推广陕西农特优品品牌产品,展现其中蕴含的陕西文化和风土人情等。参赛者可以通过省妇联官网、官微报名。

本次大赛设置了一、二、三等奖及最美乡村女主播、最佳女大学生创意、最佳短视频创作、最佳带货主播、最佳运营高手等奖项。



## 陕煤运销彬长分公司 供应内部企业煤炭超200万吨

【本报讯(孟朋林)】今年上半年,陕煤运销集团彬长分公司向陕煤内部协作企业累计供应煤炭200.38万吨,其中电煤135.15万吨、建材用煤11.29万吨、化工煤53.94万吨,计划兑现率达117.87%。

据悉,今年是陕煤集团全面深化内部企业统一采购的第一年,彬长分公司牢固树立“一盘棋”思想,全面加强陕煤各板块协同发展,优先保障协作单位用煤,有序兑现长协合同计划,加快推动陕煤集团建设世界一流企业。

## 中铁七局三公司 荣获陕西企业文化建设优秀成果奖

【本报讯(高剑)】近日,陕西省企业家协会第六届企业文化年会在西安召开。会上发布了陕西省企业文化建设宣传推广活动优秀项目名单,中铁七局三公司喜获2022-2023年度陕西企业文化建设优秀成果奖。

近年来,该公司围绕生产经营等中心工作,建立健全“家”文化运行体系和制度,用“家”文化提升企业凝聚力,推动企业高质量发展。



7月5日至6日,陕钢集团龙钢公司开展“展技能、亮风采、强内功、促发展”2023年“炼钢杯”技能竞赛,为企业高质量发展汇聚人才力量。 赵雪萍 摄



7月7日,陕西西药制药有限公司组织干部职工到陕西省荣誉军人康复医院参观院史馆,激励干部职工奋发图强。 王渭 王弘扬 摄



7月7日,国铁西安局延安工务段蒲城东桥隧维修二队工人对蒲城东至张桥区间路肩带进行修整,在高温“烤验”下守护铁路安全。 米卫卫 摄

## 乐享暑期生活



## 西安警方持续开展夏夜治安巡查行动

【本报讯(记者 李旭东)】7月7日晚至8日凌晨,西安市公安局在全市开展夏夜治安巡查宣防集中统一行动。

当晚,西安市共出动警力7400余人次,发动组织群防群治力量10000余人次,查处酒醉驾48起,检查车辆7.3万台次,盘查人员9.6万人次,检查场所1300余个,巡查重点部位618个,排查整改各类安全隐患147处。

该行动由市公安局统一牵头,各警种紧密配合,重点围绕景区、商圈、医院、校园周边等区域,集中检查娱乐场所、特种行

业、宾馆酒店等行业,密切关注城中村、城郊结合部、流动人口聚集地等重点区域,严查治安乱象、安全隐患。市局治安局联合各分局局对西安市酒店宾馆、酒吧、棋牌室、KTV、废品收购、烧烤摊等各类场所地点,展开“突击式”“地毯式”“拉网式”清查,及时消除各类安全隐患,严厉查处危害社会的黄、赌、毒等违法犯罪行为,全力营造良好的社会治安环境。

除了开展夏夜治安巡查宣防集中统一行动,西安市各级公安机关全面开展“打、防、管、控、宣、建”等工作。行动开展一周

↑7月7日,30余名小学生在兵器工业试验测试研究院研学基地学习应急救援知识与技能。

暑假期间,一批批中小学生在暑期接受国防教育,亲身体验军营生活,从小树立国防观念和国防意识。 杜成轩 摄

←7月8日,西安市关心下一代工作委员会在八路军西安办事处纪念馆举办“红领中心向党”西安市青少年红色夏令营开营仪式。图为“五老”代表武林与营员交谈。 吴宽宏 摄

## 明日入伏 入伏时间如何确定

【新华社电(记者 周润健)】7月11日,今年的三伏大幕将正式开启。一些细心的公众发现,去年入伏时间是7月16日,而再早一点的年份还有7月13日、7月17日入伏的。哪天入伏,是咋定的?

中国天文学会会员、天文科普专家修立鹏介绍,伏天不仅天数不确定,可能是30天,也可能是40天,就连入伏开始的日期每年都不一样。

实际上,入伏开始的日期并不以农历或者农历的某个固定日期作为起始,而是通过干支纪日法推算出来的。但要准确数出伏天,还需要了解农历的夏至日,以及干支纪日法的顺序。

我们知道,农历是一种“阴阳合历”,而农历二十四节气就是其中“阳历”的部分——它是把太阳运行一年的时间平均分成24份来确定的,所以节气的日期在阳历上反而比较固定。比如夏至,它是农历二十四节气的第十个节气,在阳历中的日期只会出现在6月20日、6月21日和6月22日这三天变动。

夏至后不久,便是伏天。俗语说:“夏至三庚便数伏。”其中的“庚”,指的就是天干中排第三的那个字。这句话的意思是,夏至之后的第三个庚日是初伏的第一天。今年的夏至是农历6月21日,从夏至日算起,第三个带庚的日子为庚午日,对应的公历日期是7月11日,所以这天就成了今年入伏开始的日期。

修立鹏表示,每年入伏的开始日期虽然都不一样,但均在公历的7月中旬。就21世纪这100年来来说,为7月11日至20日。“今年是本世纪入伏最早的年份之一。”

三伏又分为初伏、中伏和末伏,从时间上来讲,大约在公历的7月中旬到8月中旬,正好处在小暑和立秋之间,天气既潮湿又闷热。修立鹏提醒,伏天期间,公众要注意防暑降温,顺利度过这段酷热难熬的时节。

## 线下演出市场持续升温

# 演艺经济成拉动消费新引擎

了年轻消费者的心。

除传统演出外,互动式小剧场演出也成为演出市场新的增长点。脱口秀、漫才、即兴喜剧等新业态深受市场欢迎。这些新业态将演出空间与商业空间巧妙融合,对周边消费起到很好的带动作用,演出场次增长甚至超过了传统剧院。

据中国演出行业协会演出票务信息采集平台数据监测分析,2023年二季度,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次12.44万场,环比增长80.60%;演出票房收入118.13亿元,环比增长137.20%;观众人数4038.44万人次,环比增长84.81%。大型演唱会、音乐节和小剧场演出消费以及演出拉动的关联消费显著增长。

业内人士认为,线下演出市场需求旺盛,离不开供给侧创新。下一步,演出行业要继续通过创新激发新的消费需求。市场需要更多新内容、新形式、新体验,演出行业要加强策划和运营,进一步提升演出产品的文化深度和艺术高度。

### 拉动消费潜力大

这个夏天,跟着演出去旅行成为很多人的出游选择。

跨城观演成为大型演唱会、音乐节的主要消费趋势。在五月天、任贤齐、刘若英等知

名歌手北京演唱会的观众中,跨城观演比例均超40%。一季度开唱的周杰伦和浩特演唱会的跨城购票观众比例超70%,凸显了该类演出对文旅消费拉动的作用。据中国演出行业协会数据,仅今年“五一”期间,大型演出项目的跨城购票观众人数占比超过总人数的50%。音乐节和演唱会项目带动演出票房之外的交通、住宿、餐饮等综合消费规模超12亿元。

演出形成的聚合效应凸显,直接带动区域客流增长。依托演艺消费融合新场景,成都、济南、天津、武汉等地也都出现让消费者一边就餐、品酒、逛文化集市及一边观剧的沉浸式戏剧演出活动,深受年轻人追捧。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋分析,不少人除了观看演出外,还将在活动举办地或单城周边进行短途旅游。这将带动目的地的酒店住宿、景区门票、租车自驾、一日游、周边游等多类旅游产品。

国务院发展研究中心市场经济研究所副研究员王念认为,演出与消费相结合大有可为。如何更好发挥演艺经济对消费的拉动作用?王念建议,一是大力创新消费场景。鼓励地方将演艺经济作为打造特色节庆活动、夜间经济、体验经济的重要内容。二是有效增加服务消费供给,持续提高服务供给质量。三是加快优化消费环境,优化交通组织

安排,丰富周边消费服务业态,为居民享受演艺消费创造更多便利条件。

### 下沉市场待深挖

曾几何时,音乐节作为一种小圈层文化,在北上广深等大城市很流行。今年以来,音乐节之风吹到了三四线城市以及更下沉的市场,让更多人有机会体验到音乐现场的魅力。

业内人士指出,“小镇青年”崛起是音乐节下沉的主要原因,他们有充足的时间进行休闲娱乐。“95后”年轻一代“小镇青年”是音乐节演出的主力消费人群,他们在文化产品方面拥有更强的消费力。

下沉市场有望成为演出产业发展的新动能。挖掘下沉市场潜力,要深入洞察消费人群需求特点,推出适销对路的演出产品和服务。一方面,要让演出票价回归合理区间。笔者观察发现,多地小型演唱会的票价动辄七八百元。下沉市场还在培育阶段,不能让“演出刺客”伤害消费者,小镇音乐节应主打“物美价廉”,结合当地旅游行业消费水平,为观众提供更多性价比的选择。

另一方面,要深挖下沉市场消费潜力。相对于一二线城市,下沉市场所提供的产品和服务还有较大差距。要借举办音乐节的契机改善消费环境,充分释放消费潜力。小城镇具有独特性,不能照搬大城市的模式,要找准定位,突出特色,用满满的诚意和高质量的服务留住消费者。(姜天骄)

