

新业态促进青年群体稳就业

赵炜

人力资源和社会保障部近日发布数据:2022年,全国城镇新增就业累计实现1206万人,超额完成1100万人的全年目标任务。随着稳经济各项举措进一步落地显效,经济持续恢复,将带动就业需求扩大。教育部、科技部、人社部等七部门日前联合开展促就业“国聘行动”,面向2023届普通高校毕业生、2022届离校未就业毕业生等重点群体,集中发布优质就业岗位,该行动将持续到今年6月。全面强化就业优先政策,更精准更有效地支持企业发展稳定就业,把促进青年特别是高校毕业生就业工作摆在更加突出的位置,加强新就业形态劳动者权益保障等,都为就业稳定提供了坚强有力的保障。

新就业形态给青年群体带来机遇

中国数字经济蓬勃发展,人工智能、智能驾驶等新技术开发应用走在全球前列,快速外卖、互联网医疗等新业态、新模式创造了数以亿计的灵活就业岗位。数字化浪潮下,伴随着新产业、新经济模式的快速发展,新就业形态应运而生。在文化创意、生活服务、科技创新等领域,灵活就业、弹性工作日益盛行,形成就业形态的新格局,给正在进入劳动力市场的青年群体带来了更多的职业选择机会。

互联网及信息技术创造了大量的新型就业岗位和新型职业种类。新业态、新模式改变了人们的工作方式和就业形态。新的就业岗位吸纳了大量青年劳动者。根据国家统计局的数据,截至2021年底,中国灵活就业人员已经达到2亿人。国家信息中心《分享经济发展报告》数据显示,参与共享经济的平台从业者人数,2015年到2020年增加3400万人,年均增长率9%。新就业形态劳动者已经成为当前以及未来劳动力市场不容忽视的群体,蕴含着巨大的发展潜力和潜力。

数字和信息技术的普遍运用降低了劳动者的求职成本,进一步减少了搜索时间。在传统模式中,劳动者进入职业岗位要经历面试、签订合同、入职和技能培训、工作任务分配、工作考核、薪资发放等多个复杂的环节,而在平台上只需注册和接单两个步骤。非全日制用工、短期用工、劳务派遣、多种形式的外包等灵活用工方式进一步简化了就业程序并增加了就业机会。

灵活性大、自由度高度的劳动用工方式适合青年人独立性强的特征。个体通过互联网平台可以完成内容生产、销售、服务过程,个体生产者对单位组织的依赖性减弱,独立自主性增强。青年就业者在扁平化的组织形态中较少受到逐级管理,更容易彰显自由和平等。

在新就业形态中,无论是劳动者的工作方式、内容、时间、场所、薪酬福利,还是劳动资料的提供方式和劳动过程的监督方式,与传统劳动关系相比都更加弹性化、灵活化和数字化。数字技术正以各种方式重塑着劳动过程。对时间、空间以及现场生产过程直接控制的减少,使得部分劳动者能够在一定程度上自由支配时间或在自选的空间内完成工作任务,不用在严格规定的空间、时间和频率下劳作。

如何让新就业形态与青年群体相互成就

在技术高速发展的今天,青年正在成为新业态新模式发展的积极参与者、推动者。甚至可以说,青年群体与新就业形态以及新工作场所特征相互影响并相互成就。新业态就业以方式的灵活性、工作安排的自主性以及互联网机制知识的掌握度的基本要求,吸引了大量青年劳动者加入其中。与此同时,也要正视新就业形态的不确定性,在承认灵活化的前提下探究保障劳动者权益、构建新型劳动关系的有效路径。

第一,在大力推动新业态发展的同时加强制定具有创新性的适合灵活化工作的保障性政策。新业态的快速发展拓宽了就业渠道,为青年劳动者提供了巨大发展空间。就目前凸显的非标准劳动关系、过长的劳动时间和有待健全的社会保障制度等问题来看,可以尽快出台新的劳动合同、工作时间、工作条件、社会保障等标准,以维护新就业形态劳动者的基本权益。

第二,建立更加通畅和宽阔的职业发展通道,防止“新生代”就业者的低水平复制。改革开放以来,不同于老一代农民工的“新生代”农民工,到快速流动的“90后”,再到以个性张扬、敢于质疑为特征的“00后”,青年劳动者总是能够快速适应时代的发展。但是,如果大量的青年劳动者无法学习和提升技能,他们就可能在职场生涯过程中低水平流动。目前,进入灵活就业的劳动者比例越来越大,流动的速度也在加快。这就要求特别关注其长时期的职业发展,建立更加多元的技能培训体系,满足劳动者在不同层次和不同职业阶段发展的需要。

第三,探究适应新业态发展和灵活化就业形态的新型工会组织形式和运作方式。近年来,各级工会已经在吸纳新职业从业者加入各级工会组织并通过新媒体等形式吸纳青年人加入工会。就目前的形势来看,为适应灵活化和劳动者个性化的趋势,意见箱、热线或微信等多种形式的个人申诉机制的补充是必要的。

第四,扩展就业和劳动政策,将之作为广义的社会政策的一部分。以数字化为特征的经济形态的发展,其影响范围远远超出就业和劳动领域本身,对劳动力市场划分和社会结构的重构都将产生深远影响。就业和劳动政策应放置在社会政策的角度下,与家庭教育、教育政策等相互联系,尽可能满足各方利益,让新形态就业与青年群体相互成就。

做好“土特产”文章

宋圭武

中央农村工作会议提出,产业振兴是乡村振兴的重中之重,要落实产业帮扶政策,做好“土特产”文章。什么是土特产?一般而言,土特产是指来源于特定区域,依据本地气候、土壤、水质、历史人文传统、技术、劳动力等方面的优势所生产的品质优良的农产品或加工产品。狭义的土特产一般指当地的农林等特产,广义的土特产还包括手工艺品等众多具有本地特色的产品。

做好“土特产”文章,对推进乡村振兴具有重要意义,是提高农民收入的有效途径。从供给方面看,做好“土特产”文章,有利于发挥本地自然资源比较优势,生产要素可以得到优化配置。《齐民要术》说:“顺天时,量地利,则用力少而成功多。任情返道,劳而无获。”从需求方面看,土特产既“土”又“特”,提供了多元化的优质消费产品,能全面提升消费者的消费效用,市场需求空间广阔。

做好“土特产”文章,是保护生态环境的有效途径。一个地方的土特产往往是与当地自然生态环境和社会人文环境长期匹配、协调发展的结果。土特产常常有几百甚至上千年的历史,其生产大多已与当地的自然条件形成了一种稳定可持续的生态循环发展模式。土特产不仅体现了自然要素之间的均衡,也体现了自然和社会要素之间的均衡,是天、地、人“三才”和时宜、地宜、物宜“三宜”的有机结合,天人合一的品格很鲜明。

做好“土特产”文章,是弘扬农耕文化的有效途径。我国农耕文化源远流长、博大精深,是我国农业的宝贵财富,也是中华文化的重要组成部分。土特产是农耕文化的重要物质载体之一。土特产不仅是一种自然产品,更是一种社会产品和文化符号,也象征着一种乡愁。文化是土特产的魂,是土特产的精神内涵。

我国地域辽阔,气候类型多样,动植物种类繁多,土特产资源十分丰富,开发潜

力巨大。以甘肃为例,多元的地理环境和气候,加之省内各地自然条件差异大,优质土特产品种便十分丰富。如兰州百合,色泽洁白如玉,形大味甜,肉质肥厚细腻,是百合中的上乘极品;如陇南武都的花椒,正所谓“蜀椒出武都,秦椒出天水”。

做好“土特产”文章,需要全面统筹考虑。第一,需要与守好国家粮食安全和防止大规模返贫两个底线有机结合起来。既要慎重考虑国家粮食安全大问题,又要全面考虑农民增收问题,统筹协调推进粮食产业和特色产业的发展。第二,土特产产品一定要确保质量。质量是产品市场竞争力的重要保障,要始终把质量放在第一位,进一步提高产品的标准化生产水平。第三,土特产一定要原汁原味,要有自己的特色,不然就谈不上“土”“特”。对此,应牢固树立品牌意识,严厉打击假冒伪劣。将土特产产业发展和弘扬农耕文化有机结合起来,和保护好环境有机结合起来,厚培土特产产业发展的人文与自然基础。

做好“土特产”文章,需要做好规划,防止盲目无序扩张。一方面,要和人才振兴有机结合起来。大力培养乡村“土专家”人才,在职称、收入等方面,给“土专家”多一些倾斜政策。另一方面,要进一步加大财政金融方面的支持力度。越是优质的土特产,越是市场需求大的土特产,越要加大支持力度。

做好“土特产”文章,需要发挥好党的全面领导作用。“心中为念农桑苦,耳里如闻饥冻声。”要把真正懂“三农”、爱“三农”的干部选拔到乡村振兴第一线,把发展土特产业绩纳入乡村干部考核指标,督促乡镇一级干部和村一级干部做好“土特产”文章的直接执笔人,切实负起责任、做好相关工作,领导广大群众绘就土特产蕴含的乡村振兴美好图景。

有效发挥服务型消费潜力

迟福林

消费结构转型升级蕴藏着经济增长的潜力,也蕴藏着产业结构转型升级的动力。党的二十大报告提出,要“构建优质高效的服务业新体系”。中央经济工作会议指出,“要扩大市场准入,加大现代服务业领域开放力度”。从中长期看,以服务消费为重点的消费结构转型升级趋势并未改变。立足现实,关键是推动服务业市场开放,推动一揽子结构性政策调整,加快结构性改革进程,有效发挥14亿多人的服务型消费潜力。

把握消费升级大趋势

服务型消费是扩大消费的新引擎。伴随居民收入增长和中等收入群体规模扩大,我国消费结构加快升级,居民消费服务化趋势加快发展,成为扩大内需的重要动力。总体上,服务型消费升级仍是大趋势。从服务型消费水平看,预计到2030年,我国城乡居民人均服务型消费水平将超过1.8万元。从服务型消费占比看,我们测算,到2025年,我国服务型消费占比有望达到52%左右,2030年有望达到55%至60%,到2035年大体稳定在65%左右。

服务型消费蕴藏着巨大市场空间。一是新消费带来新空间。以信息消费为例,近年来,我国物联网、云计算等新型基础设施建设不断推进,为进一步缩小城乡服务型消费差距提供了基础条件。2021年,农村地区互联网普及率为58%左右,与城市地区的差距不断缩小。二是传统消费仍有新空间。以家居为例,随着人工智能等新技术的渗透,智能家居行业成为家居领域消费增长的主要力量。三是社会服务业拓展新空间。不同年龄段在服务消费品质上有鲜明的差异,年轻消费者对于个性化、悦己型服务更青睐,年纪大的消费群体对健康服务的偏好迅速增加,这些都将是促进服务消费细分和多元化消费市场发展的。

发力三大重点领域

加快服务型消费扩容提质,以服务业市场开放释放服务型消费潜力,不仅是扩大内需的重要途径,也将为消费结构升级和经济高质量发展注入新动力。今后一个时期,要在供给、需求和制度层面发力,鼓励服务型消费新模式新业态发展,助力消费结构升级。

第一,着力加大重点领域服务供给。一是释放居民健康需求。有预测表明,到2030年,我国老年人健康需求将达到数十亿

元。为适应我国居民健康需求全面快速增长的趋势,要加快医疗健康服务市场开放,推动以生物技术和生命科学为先导,涵盖医疗卫生、营养保健、健身休闲等的大健康产业。二是加大绿色消费供给。我国绿色消费还有相当大发展空间。要把释放绿色消费潜力作为重点,持续提升食品消费绿色化水平,积极推广有机农业发展,加大市场绿色农产品供给,不断满足消费者对健康饮食的需求;鼓励绿色住房消费,积极推广绿色、低碳建筑,推进老旧小区绿色化改造;抓住新能源汽车发展的良好态势,提速绿色出行,加快推进交通运输绿色低碳转型。三是推动新型消费发展。一方面,鼓励消费业态创新。支持消费领域的平台企业运用新技术探索和打造数字消费新场景,培育更多“小而美”品牌;鼓励发展定制消费、体验消费、智能消费等;推动生活服务智能化,重点发展无接触交易式服务。另一方面,促进线上线下融合发展。鼓励“互联网+流通”发展,促进线上交易和线下服务相结合,提供个性化、便利化服务;鼓励商贸流通企业发展线上线下全渠道销售模式,实现数字化转型。

第二,实现服务业市场开放的重大突破。要按照“非禁即准”原则,加快服务业市场开放。全面实施市场准入负面清单制度,凡是法律、行政法规未明文禁止进入的服务领域,逐步向社会资本开放,鼓励和引导社会资本参与发展服务业。要完善公平竞争的市场环境,强化竞争政策的基础性地位,为服务业平等发展创造良好社会环境。要以服务业市场的开放有效适应服务型消费需求升级趋势,鼓励满足多元化、个性化服务需求的新业态发展。不容忽视的是,适应消费结构升级趋势,加大服务有效供给,需要释放民营企业特别是中小微企业市场活力,要保持政策的稳定性,在强化监管的同时优化民营企业发展环境。

第三,聚焦以服务贸易为重点的制度型开放促进制度变革。一是加快跨境服务贸易负面清单管理制度变革,推动服务贸易标准与国际接轨。二是加快有利于提升服务贸易项下货物进出口自由化便利化水平的制度变革。例如,可考虑简化医疗健康、文化旅游、教育、科技研发等服务业发展所需原材料、基础设施配套的进口通关手续,提升贸易自由化便利化水平。

营造良好发展环境

释放服务型消费潜力,关键在于稳预期、提质量,营造良好发展环境,为服务型消费发展注入信心和动力。

预期深刻影响着需求和供给。稳预期的关键是稳市场主体发展预期。从当前情况看,要稳定消费预期,关键是要加大结构性政策调整力度,采取有效举措,尽快提升居民消费信心,稳市场主体预期。我国1.6亿多市场主体是经济发展动力源、吸纳就业顶梁柱。要加大稳市场主体的结构性政策力度,以稳市场主体来稳就业、保民生,进而稳消费预期。

释放服务型消费潜力,关键在于提升服务型消费供给质量。一是在教育、医疗、健康、养老等领域对接国际标准。二是完善和优化居民消费的服务体系。随着消费结构转型升级,居民对消费服务体系的要求更高。释放服务型消费需求,要在加大服务型消费供给的同时,进一步完善服务体系。三是推进市场监管的主要对象由商品为主向服务为主转变。适应服务业市场开放与服务型消费发展的趋势,既要有规范化的监管,实现公平竞争和防范风险,也要避免用“旧制度管理新经济”,加快探索市场监管理念、模式、技术、手段的创新。建议参照国际先进经验优化监管标准体系,开展服务型消费领域的监管体制改革,实现综合监管部门与专业监管机构的有效配合。

释放服务型消费潜力,还要加快服务型消费的基础设施建设。一是加快全国统一的公共服务基础设施建设进程。在形成全国统一的公共服务基础设施建设与服务标准的基础上,地方应重点围绕公共服务基础设施的可持续利用等进一步细化标准。在重大项目方面,重点是改善中小城镇的公共基础设施,推动公共服务设施、环境保护设施由大城市向周边中小城市和小城镇扩散,提升城乡社区管理一体化水平。二是完善数字消费基础设施。重点推动物联网、云计算等新型基础设施全面覆盖核心商圈、产业园区、交通枢纽等;适应跨境电商、数字贸易和供应链管理发展需要,不断完善跨境数字基础设施,提升跨境数字消费便利化水平;提升和完善社区便民数字消费设施,打造便民数字生活服务网点和服务圈,建设数字消费综合体验场所和新型数字消费服务平台。

乐见“打工者挑老板”

高国春

思维,企业招工,都由老板挑选员工。现实之中,有的却倒了过来。日前,沿海某地一段3公里长的小路上,站满了招工的制衣厂老板。他们拿着各种衣服样品,举着牌子等着路过的求职者挑选。

“打工者挑老板”,说明当代年轻一代的打工者,有知识、有文化,打工不再靠单纯卖苦力赚钱,更多考虑成长空间、工作环境、薪资等。同时,能倒逼企业改变传统低工资、低成本等陈旧用工模式,建立现代企业制度,提高生产效率,改善工作环境等,令人欣慰,乐见见到。

3年防疫,今朝放开。又逢春节过后,是企业招工的高峰期。“打工者挑老板”是一种进步的表现,更是企业转型发展的动力。思路决定出路,理念成就未来。时代在变,人们也要顺势而变。因此,企业老板要转变经营理念,放下身段,直面现实。而对于广大打工者,要把可以挑选老板当作机遇,不可好高骛远,这山望着那山高。期待能在“打工者挑老板”这种与时俱进的双向互动中,实现用工和就业的“双赢”。



消费信心回升

多个部门与支付平台日前发布的数据显示,在刚刚过去的春节假期里,我国出行旅游火爆,城市商圈客流量增多,春节档掀起观影热潮……供需两旺的消费市场,展现着中国经济的旺盛活力与消费信心的持续回升。

新华社发 徐骏作

大学生群体消费观的偏失与匡正

汪蕾

新时代大学生消费观偏失的原因

一是丰富的物质资源诱发奢侈消费。改革开放以来,我国在政治、经济、文化等众多领域取得了举世瞩目的伟大成就。社会经济的发展,综合国力的上升,也相应带来了市场经济的繁荣和消费品味的升级。成长中的大学生,其人生观、价值观、世界观尚处于未定型阶段,很容易被市场上品种繁多、花样频出的新商品、新服务所迷惑,被享乐主义、消费主义所侵蚀,进而陷入奢侈消费、恣意消费的误区中。

二是自主性与依赖性的矛盾带来畸形消费。高校学习阶段也是大学生由学生身份向社会人身份转型的特殊时期,大学生的个人自主意识开始觉醒,其消费需求不再局限于生存消费、学习消费和早期科研消费,消费状态也由单一化、基础化、质朴化走向多元化、高级化、社会化。这就使得大学生群体的消费行为容易被社会风气、大众传媒所影响,并且开始在奢侈消费品、人情往来和际际社交上逐渐增加消费比例。

三是缺位的消费观教育加深随意消费。家庭、高校和社会,以及大学生本人,目前都没有对专门且持续的消费观教育进行必要的重视和推行。正是这样一种全方位的消费观教育失语状态,进一步地加重了该群体的消费观偏失问题。

匡正大学生群体消费观的对策

一是家庭示范,要养成合理的消费习惯。家庭应从学生幼年阶段培养其节俭的消费习惯,引导培育其健康的消费观念。父母是孩子的第一任教师,只有通过父母有意识引导消费观、教育消费行为,并以自身作则,给学生做节俭消费的模范,才能让大学生在高校就读

期间,理性使用外界给予的经济资源,进行合理、健康的消费。

二是高校教育,要培养健康的消费观念。高校有关部门应当加强在校大学生消费观念的思想教育,弘扬社会主义核心价值观,有针对性地建设校园消费文化,采取不同形式和丰富多彩的活动,加大消费观教育、理财教育、金融教育,提高大学生对消费行为的理性认识,引导大学生树立节俭、健康的消费观念。

三是社会引导,要营造良好的消费风尚。大众传媒是匡正大学生消费行为和消费观念的一把双刃剑。一方面,西方自由主义消费思想凭借大众传媒蔓延到我国社会层面,并通过奢侈消费、超前消费的包装和美化,刺激大学生的非理性、不健康的消费行为;另一方面,大众传媒也可以作为传递、培养正确消费观念的重要手段。通过大众传媒宣传合理、健康的消费行为,引导大学生树立正确的消费观念。综上所述,通过规范传媒舆论,遏制落后、腐朽、个人主义的消费思想,传播先进、科学、大众的消观念,就可以在大学生群体中营造出天朗气清的社会消费风尚。

四是自我约束,要形成理性的消费思维。首先,大学生要培养自立自强的精神,珍惜来自父母、国家、社会的经济支持;其次,明确自己的学生身份,树立勤俭适度的合理消费观,将注意力集中在自己的学习、成长上;在整个消费过程中要将消费摆在为学习和成长做服务的地位,杜绝盲目的奢侈消费、娱乐消费和攀比消费;最后,遵循理性消费的原则,根据生活、学习、文化和娱乐的实际情况制定合理的消费配比,养成做消费计划的好习惯,量力而行,量入为出,展现新时代大学生理性、踏实、奋发的风采。

新时代大学生出现了奢侈、畸形、随意的消费观偏失,只有从家庭培养、高校教育、社会引导和自我约束四个维度出发,才能匡正新时代大学生群体的消费观,回归适度、健康、理性的方向。

新时代大学生消费观的偏失

大学生正处在自主性与依赖性相互矛盾的特殊成长阶段,他们有着独立的消费行为和消费观念,也有着旺盛的消费需求,然而经济又尚未独立,消费过程有着强烈的外部依赖性。在社会经济繁荣发展带来的丰富生活资料诱发下,在消费教育缺位的背景下,产生了一系列消费观念上的偏失。主要有以下表现:

一是奢侈消费。经调研,不少大学生基本生存消费的总金额已高于每月1500元。这一金额与已经步入社会,参与工作,有独立经济生活能力的青年人基本持平。有23%的大学生甚至表示,曾有向他人借款、使用信用卡、采用金融信贷等方式来解决生活费不够花销的行为。

二是畸形消费。大学生作为接受高等教育的社会群体,其主要任务是学习科学文化知识。然而在调查中发现,大学生群体用于娱乐消费的开支是学习性消费的两倍。这对于一个正处于人生上升期、奋斗期的大学生来说,是极不合理、也不健康的消费状态。以上诸种情况反映出新时代大学生存在消费比例不科学、不平衡,耽于享乐、不求进取的消费观偏失。

三是随意消费。新时代大学生在消费过程中没有明确的消费目的和消费计划。在发生消费行为时,往往为情感所左右,追逐潮流、盲目消费,呈现出相当程度的消费随意性。