



·市场扫描·

·市场调查·

让新就业形态更“灵”更“活”

■ 本报记者 朱卓

随着平台经济、共享经济的蓬勃发展,新就业形态应运而生。网络主播、文案写手、网约车司机、快递员、外卖员等新就业方式已经成为当下求职者的就业新选择。日前,国家统计局相关负责人表示,截至2021年底中国灵活就业人员已经达到2亿人。其中,从事主播及相关从业人员达160多万人,较2020年增加近三倍。

从线上到线下,从全职到兼职,新就业形态不断涌现

视频主播王昆最近有些忙碌,刚在海南三亚带完学员训练回到合肥,又开始了新一轮的线下健身授课,与此同时,视频拍摄、直播训练和答疑等也一样没落下。作为一名小有名气的健身主播,王昆每日的工作生活与视频平台紧密相连。
“我的线下学员目前有近30人,基本上都是通过视频平台吸引来的。发布视频分享健身内容已经有两年多了,账号的影响力逐渐提升,目前拥有了一批固定的学员客户。”3月15日,王昆告诉记者,他是合肥本地人,毕业于安徽体育职业技术学院,学的专业就是健身教练。毕业后一直参加各种健身健美比赛,保持健身,后来觉得身边很多人喜欢“刷”短视频,就开始在平台上分享健身

相关知识,久而久之受到很多人喜欢,便开始线下授课,同时在视频平台内的商城“带货”,主要是一些健身食品和健身器材。
“目前保持着每天1至3条的视频分享,还想通过平台吸引更多的流量。另一方面,保持参加健身比赛的习惯,检验健身成果,完善健身知识,提升自己的硬实力。”对于未来,王昆信心十足,“目前收入很可观,短时间内会一直保持现在的自由职业状态。”

像王昆一样处于灵活就业状态的人有很多,“外卖小哥”丁磊也是其中一员。
“以前在外地打工,后来回合肥了看到身边有朋友做外卖员,收入还不错。我也就开始送外卖了,在合肥方便照顾家庭。”3月16日,记者采访了丁磊时,已是晚上9时,他刚送完当天的最后一单。丁磊告诉记者,“我目前是全职送外卖,干了快一年了,一天能送40多单,每单提成5块钱左右,工资正常在六七千元,要是多接点单子能挣得更多,还是挺满意的。”

对于今后的打算,丁磊同样有自己的想法。“一方面,想看看有没有机会从送餐员升职做调度,再做个站长;另一方面,现在工作时间比较自由,除了早上10点到下午2点、下午5点到晚上9点必须在线,其余时间自由支配,可以学一点汽修和汽车美容。有点技能傍身,以后也许能找个更好的工作。”丁磊说。

依托互联网平台,新岗位、新职业已经如雨后的春笋般涌现出来,不仅提供了更多的灵活就业岗位,也丰富了职业种类。从线上视频行业到线下送餐、送快递,有人兼职增收,有人全职大展拳脚,新就业形态已经成为吸纳就业的重要“蓄水池”。

有人想做“自由鸟”,有人需要“过渡期”,新就业形态被越来越多人接受

为何越来越多的人投身灵活就业,加入新就业形态劳动者大军?
“我不喜欢被公司制度管着,对于在单位就职和每天打卡的生活没什么执念。另外,健身是个人兴趣,我也拥有授课的能力,完全可以在这个网络时代选择适合自己的自由职业。”在1994年出生的王昆看来,就业不一定要找稳定的工作。新就业形态如火如荼背后,折射出当代青年与以往不同的择业观。对于“天生爱自由”、就业观念更加多元化的年轻人来说,他们更关注工作的自主性、工作与生活兴趣的平衡,灵活就业有很大的吸引力。

像网络直播、视频写手、视频制作等就业方式不仅灵活,而且与个人能力和兴趣密不可分。尤其是个人能力,如果没有一技之长,很难获得市场认可。记者采访王昆时,正值上午10时,他正在吃一天中的第二餐。“我每天需要吃7餐,摄入足够的蛋白质,同时每天保持一个半小时左右的健身锻炼,即使是过年期间也雷打不动。”王昆表示,只有坚持这种饮食和健身频率,才能保持良好的身体状态,同时多参加比赛多拿奖,赢得更多学员的信赖。

除了“铁了心”全身心投入灵活就业的群体,还有另一群人,他们或是有本职工作,将灵活就业作为兼职,或是把这个就业方式作为过渡,再寻找新的职业或创业。
“之前和妻子一起,与朋友合伙创业开店,后来创业失败,一时找不到满意的工作,就决定先做段时间的网约车司机。”在合肥“跑车”的网约车司机刘韬告诉记者,现在正考虑找个公司,做朝九晚五的工作。“就算在公司工作了,闲暇时也可能继续跑跑车。”刘韬笑着说。

灵活就业的特点正在于此,工作时间灵活,来去自如,工资尚可。
“饿了么”近日发布的《2022蓝骑士发展与保障报告》显示,平台超四成骑手为全职,近六成有其他收入的骑手,近四成骑手有本职工作,另有近三成骑手

在其他平台从事配送工作。对于一些暂时处于待业状态的人来说,这种就业方式可以一边赚钱养家一边为未来做打算;对于有本职工作又有业余时间的人来说,可以增加收入减轻生活压力;对于没有过多劳动技能难找工作的人来说,外卖员、快递员、网约车司机等职业入门门槛低,不失为一个好选择。

依法规范用工,补齐劳动者权益保障短板,让新就业形态劳动者更加安心

蓬勃发展的新就业形态也难免会面临成长中的烦恼。如何让新就业形态更“灵”更“活”,让劳动者既能得到自由,又能得到保障和发展,成为社会关注话题。
“我们外卖员主要骑电动车送餐,相对来说还是比较危险的。我在网上看到过外卖员送餐受伤,不知道找谁做工伤认定的新闻,自己也蛮担心。”丁磊说。

长久以来,是否签订劳动合同以及养老、医疗、工伤保险等问题是新就业形态劳动者普遍关注的问题。省人力资源和社会保障厅有关负责人介绍,目前,除部分管理人员外,平台企业、合作企业一般不与劳动者签订劳动合同,而是以劳务、挂靠、承揽等形式签订劳务协议、合作协议,用工形式不规范。收入方面,劳动者的工作收入主要依据完成任务量计算,大部分人的收入处于中等水平,但单位时间的劳动收入偏低。此外,由于从业门槛低,多数劳动者为高中及以下学历,且缺乏相关技能培训和能力提升的渠道。

2亿灵活就业者的就业保障问题,在今年两会期间继续受到关注和热议。今年政府工作报告提出:完善灵活就业社会保障政策,开展新就业形态职业伤害保障试点。这已经是国务院政府工作报告连续第4年提及灵活就业人员的劳动权益保障问题。

近年来,我省一直关注新就业形态劳动者的权益保障问题。早在2019年9月,在省总工会、省人力资源和社会保障厅的指导下,蚌埠市总工会的推动下,蚌埠市网约送餐行业集体合同正式签订,实现了全国网约送餐行业行业性集体协商的零突破。今年1月,我省多部门联合发布《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的实施方案》,对平台企业的用工主体责任做出明确规定,破解劳动者关注的切身利益问题,弥补了我省新就业形态从业人员权益保障的空白点。日前,省人力资源和社会保障厅、省交通运输厅、省市场监管局、省总工会联合召开“全省维护新就业形态劳动者权益政策宣贯暨专项行动部署会”,就开展好维护新就业形态劳动者权益专项行动作出部署安排。
春去冬来,万物萌发。新就业形态出现以来,直播、外卖、快递等行业从业人员已经在人们的日常生活中充当起重要角色。只有为他们建立好全方位的支持和保障体系,才能让新就业形态劳动者更有干劲、更加安心,让他们的就业之路越走越顺,越走越有“生机”。

日前,省消保委发布电商网购消费体察报告——

电商虚假宣传不可忽视

■ 本报记者 彭园园

每逢重要节点,各大电商促销战“硝烟弥漫”,花式促销更是让消费者心动不已。大促背后是否有价格猫腻?产品质量、售后服务是否有保障?为此,省消保委于2022年元旦及春节期间组织开展了电商网购消费体察,并于近期发布体察报告。

“此次体察涉及京东、淘宝系、拼多多、唯品会、苏宁易购、美团、小红书、快手、抖音10个电商平台,就消费者普遍关心的电商网购商品价格和打折促销、产品质量、广告宣传以及物流快递、售后服务等问题,进行了阶段性价格监测、购物体验和服务评价。”省消保委秘书长吴瑞卿说,体察发现电商行业存在隐性涨价、虚标原价、货不对板、虚假宣传、价低质次及售后缺位等六大问题。

此次消费体察中,体察员从大多数平台所购买的商品质量符合预期和商家宣称的信息,但也有部分平台商品的宣称信息与所购买实物不符,“价低质次”明显。例如,某电商平台一商家页面显示,皮夹克标价898元,标称“绵羊皮”。体察员购买后对实物材质存疑,通过在线客服联系商家,商家承认该商品材质为“皮革”,并非所称的“绵羊皮”,但仅给予30元补偿。后经平台介入,商家承认上述事实,在同意退货的基础上,仅同意经济补偿200元,对消费者提出的“退一赔三”不予支持。

不少平台的直播活动存在对商品夸大宣传、虚假表述问题。个别平台的商家在营养保健食品宣传中,涉嫌使用模糊表述及错别商品信息手段,诱导消费者选购。体察人员还发现,该平台商家将普通食品功能化、功能产品疗效化声称现象较为严重,如普通压片糖果被明示或暗示具有降脂减肥效果,营养保健类商品被宣传具有治疗功效等。

在商品价格、发货及退换货等售后服务中,有部分平台的部分商家存在售后服务无响应,无故拖延发货等问题。体察员在某平台购买了商家宣称水培插活的玉兰枝条,“按图索骥”进行水培后,最终开出来的是类似于梅花的粉色小花;同样宣称是多色郁金香种球,经水培后长出来的却是普通水仙。对此商家只回复一句“拍给我看看”,再无下文。

在物流配送方面,此次体察主要涉及顺丰、圆通、申通、京东、德邦、极兔、中通、EMS、美团等9个承运方。从商品送达率情况看,各快递公司自接单到送达,均能在规定时间内完成;从包装完好度情况看,受电商平台提供包装物等因素影响,有三家快递公司存在包装破损、内在商品遭撒等问题;此外,受到春节假期及疫情影响,部分快递公司出现延时配送,但均有短信或电话告知,服务质量整体提升很多。从服务评价和满意度来看,满意度较高的快递公司是顺丰、京东和EMS。

“基于本次电商消费体察中发现的问题,我们已于3月11日起分批约谈部分问题较为集中的电商平台,督促强化平台治理,限期拿出问题整改意见。”吴瑞卿表示,明码实价是经营者销售商品时,应当履行的法定义务,任何虚标原价、虚假优惠的行为都是利用自身信息技术优势,对消费者做出的不公平不合理的交易条件,均涉嫌违法违规。广大消费者在网购中应遵循科学、理性、按需的原则,网购期间务必保留购物凭证,必要时可通过截屏、录屏等方式保留证据,一旦发现自身权益受损,及时通过正规途径维护自身合法权益。

“悦己消费”升温

■ 本报记者 郑莉

“原来的电热水器坏了,最近换了一台智能的,价格有点贵,但在手机上就能开机关机、遥控水温,别提方便了。”省城市民张女士说,她到合肥几家家电卖场转悠了一圈,最后在望江西路上的一家家电体验店选中了这款智能型的电热水器。操控“傻瓜”、使用便捷、颜值高,总之她对这次购物比较满意。

在消费升级趋势的带动下,消费者期待更加智能、更具品质的精致家居生活,能够化繁为简的各种新型智能家电走上“风口”。家居要智能,顾家也要“悦己”。记者采访发现,随着社会进步与科技的发展,消费者越来越倾向于在最大能力范围内取悦自我,“悦己型”消费悄然崛起。这其中,女性在消费市场也从中受益匪浅,“悦己”逐步向注重自我塑造的“悦己”迁移和升级。在追求美好生活的过程中,女性消费者把“爱自己”放入重要的价值排序,“悦己”消费理念不断提升,女性消费者已然成为推动消费提质扩容的中坚力量。

咨询公司埃森哲报告显示,中国年龄在20岁至60岁的女性消费者近4亿人,中国女性消费市场超过了10万亿元,是世界第三大消费市场。

“香薰灯、装饰画、鲜花等,能给生活增添不一样的色彩,让生活忙碌中也充满仪式感。”在一家网络公司上班的白领小李表示,疫情之下,更关注一些生活中的“小确幸”,愿意为“悦己”和“治愈”消费。

在生活科技领域,越来越多的女性消费者成为科技的拥趸者。京东销售情况显示,2021年,女性消费者智能设备的成交金额同比增长了四成。其中46岁至55岁女性对于智能设备的消费热情似火,2021年成交金额同比增长了122%。2021年,安徽女性消费者“悦己”消费的成交金额占比达到51%,并呈现逐年提升的趋势。其中,手机通讯、电脑办公、美妆护肤是女性消费者最偏爱的“悦己”品类。

“研究院发布的《2022年女性消费趋势报告》显示,女性在消费中呈现出更加多元的新形象。对于‘悦己消费’的品类正在两性消费者之间转移,力量型运动器材、高科技产品、军事类图书等从前看似是男性消费者专属的消费品,逐渐在两性消费上趋于平衡。女性消费者也可以追求力量,拥抱科技,关注军事。”京东消费及产业发展研究院相关人士表示,女性消费者更偏爱智能机器人、健康监测、智能配饰、智能手表和智能手环。同时,也一直是购买图书的主力军,2021年女性消费者贡献了52%的图书销量。对家用电器的选择也逐渐转向高科技和“小而美”,用智能家居解放双手,把更多的时间留给自己,在消费中重建自己和物品、消费以及世界的连接。

在一系列提振消费“组合拳”作用下,消费市场持续回暖,市场信心不断提升,需求稳步恢复。“我省坚决贯彻落实扩大内需战略,举办‘皖美消费·乐享江淮’系列促消费活动,消费内生动力持续增强,恢复势头全国领先,新型消费扩容提质。”省商务厅相关人士表示,无论是出于对个性与生活审美的表达,还是需求多元化趋势,都是消费理念不断优化的结果,刷新和丰富着“新消费哲学”。



·市场漫话·

对过度借贷营销坚决说“不”

■ 何珂

日前,中国银保监会发布《关于警惕过度借贷营销诱导的风险提示》,提醒消费者远离过度借贷营销陷阱,防范过度借贷风险。《提示》列举了多种过度借贷营销诱导行为,包括诱导消费者办理贷款、信用卡分期等业务,侵害消费者知情权和自主选择权;诱导消费者超前消费;过度收集个人信息,侵害消费者个人信息安全权等。

费信贷服务与各种消费场景深度绑定,便利了大家的生活,减轻了即时的支付压力,也在一定程度上推动银行金融机构、其他借贷平台的业务及利润增长;从深层次看,借贷营销也在激发内需拉动经济增长、稳定社会就业等方面发挥了重要作用。然而,我们也必须清醒地认识到,消费信贷虽好,但过犹不及。消费者若频繁、叠加使用消费信贷,易引发过度负债、征信受损等风险。近年来,信用卡违约数量激增,大学生网贷事件频

发,均与过度借贷营销有关,其危害巨大,亟待整治。
遏制过度借贷营销乱象,防范过度借贷风险,必须双管齐下,既要规范金融机构的个人消费信贷服务,对诱导消费者过度借贷营销的行为进行打击,也要对消费者进行教育,做到打防结合、有效防护。具体来看,一方面金融机构要对信贷风险引起高度重视,提高社会责任意识,克服逐利冲动和业绩至上观念,规范借贷流程,加强信贷审核与管理,坚决遏制

“以贷养贷”“以卡养卡”等行为,引导消费者健康理性消费;另一方面,消费者要坚持量入为出的消费观,合理使用信用卡、小额信贷等服务,在不起出个人和家庭负担能力的基础上,合理发挥消费信贷产品的作用,养成良好的消费还款习惯;要从正规金融机构获取信贷服务,不要轻信非法网络借贷虚假宣传,一旦发现侵害自身合法权益的行为,及时维权。
扩大内需,促进消费是推动经济走向长期稳定增长的关键内生动力。只有刹住过度借贷和过度消费之风,营造安全健康的消费环境,才能持续释放消费潜力、促进消费升级。对于相关部门来说,要强化监管,压实责任,严厉打击诱导消费者过度借贷的行为,严防消费领域金融风险。