

# 产经

新闻

责任编辑:刘 静  
新闻热线:(010)84151603  
E-mail:grbrcjxw@sina.com

在“海归”人才与国内用人企业磨合的过程中,企业也应当作出一些改变

## 让更多理工科“海归”找到用武之地

本报记者 赵 昂

启德教育与前程无忧、应届生求职网于10月19日在京联合发布的《2019海归就业力调查报告》显示,有相当一部分海归在实体经济就业。而这些理工科海归的薪资也相对较高,就业3~5年的理工科专业“海归”年薪在15万~20万元的占比41.67%。

事实上,在多年之前,海归多以经济管理专业居多,相当一部分理工科留学人员选择留在境外就业。

这一方面是因为在难度较大的STEM专业,即科学、技术、工程和数学,发达国家本地学生愿意读者少,而一些中国学生理工科基础较好,能够应对STEM专业的学习和工作,并且这一类专业的学习和就业语言难度也相对较低。

另一方面,则是彼时境外工业和高新技术企业的薪资远高于国内,在这样的情况下,很多欧美工业和高新技术企业,经常可见贵面孔的工程师就不难理解了。

但是,这样的就业格局正在变化。一些发达国家正在减少“去工业化”的影响,鼓励本土学生就读和从事STEM专业,多重原因使得中国理工科留学生在海外的就业机会减少。另外,不少已经在海外就业的中国工程师,发现自己存在晋升的隐性“天花板”,工作岗位中,工程师多高岗少。

与此同时,国内工业企业和高新技术企业蓬勃发展,迫切需要开拓更为广阔的国际市场,所能提供的薪资和晋升机会都对海归具有吸引力。在这样的情况下,理工科海归比例上升,亦不难理解了。

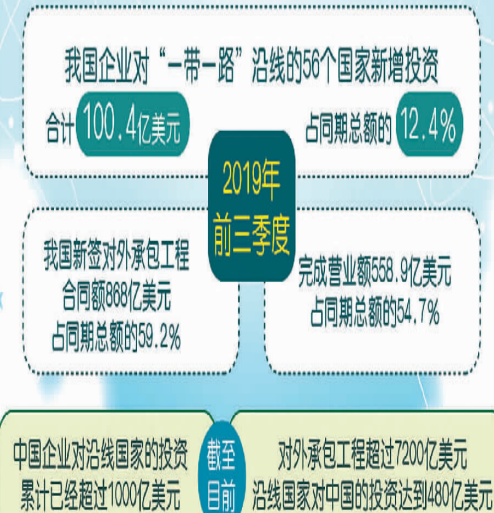
大量的理工科海归是重要人才资源。但是,想让这些人才更好地发挥能力,需要为他们提供的不只是较好的薪资和晋升机会较多的岗位。毕竟,有的工业企业远离一线城市,驻地文化、生活资源相对稀薄,对于海归来说有一定的适应过程。当然,海归需要适应的不只是生活本身,还有企业文化和管理模式,包括一些企业标榜的所谓“加班文化”。

其实,在海归人才与国内工业和高新技术企业用人企业磨合的过程中,企业也应当作出一些改变。比如,进一步提升管理水平,从制度设计上更加鼓励创新,尽可能实行扁平化管理,以更好地发挥员工积极性。

要知道,如今80后、90后海归工程师的工作倾向,也是如今95后,未来00后工程师的选择偏好。而在这样的改变过程中,企业本身也会发生有益的改变,特别是对于企业的创造力而言。



## 2019年前三季度我国对“一带一路”沿线国家新增投资破百亿美元



新华社发(朱海制图) 资料来源:商务部

# “外卖化”将成为未来消费领域的一大增长点 外卖,藏在手机里的“热经济”

本报记者 吴锋思

一天的外卖规模超过了20亿元!据研究机构易观发布的《互联网餐饮外卖行业数字化分析》估算,今年第三季度,我国餐饮外卖市场的整体交易规模达1952.9亿元,同比增长35%。

据了解,我国在线外卖行业起步于2012年,随着互联网的发展,在线外卖产业也得到快速增长,市场规模越来越大。随着智能配送系统的发展,外卖产业的即时配送能力不断提高。分析人士认为,外卖行业将从餐饮进一步跨度到生活服务行业,消费者的需求不断推动服务业与零售业的融合,“外卖化”将成为未来消费领域的一大增长点。

### 外卖成为生活必要部分

“中午快到期用餐时间拿起手机点个外卖,几十分钟后热腾腾的美食就送到单位来了;下午下班前一小时,再用手机下单,买一些晚餐需要的食材,等我到了家里,菜也差不多送到,就能下厨了。”作为职业女性,王丽丽已经离不开外卖了。

中国饭店协会外卖专业委员会、美团研究院近日联合发布的《中国外卖产业调查研究报告(2019年上半年)》显示,中国外卖产业上半年市场规模保持较快增速,约为2623亿元。

“这两天降温了,不想出门,基本叫外卖。”王建明是一位白领,一个人在乌鲁木齐南湖附近租了套单身公寓,“生活节奏快,一个人懒得下厨,外卖消费的比率很高”。

根据中国科学院大学网络经济与知识管理研究中心的研究测算,美团外卖每单能为消费者节约48分钟,在餐厅往返间的路途时间和到店后的等候时间都可节约大半。

根据艾媒咨询的数据显示,24岁以下人群是外卖订单的主体,其中24岁及以下用户在“饿了么”平台占比高达65.27%。“美团外卖”上则占比52.59%。95后、00后实实在在地撑起了外卖订餐的半壁江山,成为外卖经济的主力。在福州,每周



10月1日,在国庆游行中,出现了代表新职业的外卖小哥。这也是,快递、外卖小哥首次出现在国庆游行队伍中。

本报记者 王伟伟 摄

外卖消费在3次以上的用户占比高达63.3%。而超过六成的用户选择外卖的原因是工作节奏快,没时间或不愿意在家做饭。

研究报告发现,中国三线及以下城市成为外卖产业新的增长点。2019年上半年外卖产业新增用户中三线及以下城市的占比达到了44.2%。刚刚过去的国庆假期,多家外卖平台数据显示,假期外卖订单量一路飙升。美团全国外卖订单量同比增长43%;京东到家数据显示,节日期间外卖生鲜销量同比去年增长三成。

### “万物皆可外卖”

“现在基本不去超市、商场了,所有东西都通过网络平台购买,不用出门,约定时间内就能送到家里,特别方便。”王丽丽的生活方式,正是当下不少年轻人的现状。

记者采访发现,越来越多的年轻消费者喜欢在外卖平台上消费。而很多外卖平台不仅可以送餐,还可送生鲜美食、代购送药,送花上门,配送生活用品……“万物皆可外卖”成为外卖平台的新动向。

京东数据显示,今年国庆期间售价不菲的大闸蟹销量一路飙升,10月1日至4日平台销量为去年同期的两倍,环比更是增长4.5倍。国庆假期期间,“美团”闪购订单同比增长了60%。增幅最快的品类是药品,同比涨幅达到249%。此外生鲜品类也有大幅增长,同比涨幅为135%。饮用水、啤酒、感冒药位居销量排名前列。此外,充电宝、充电线、雨伞等物品的销量也有大幅增长。

《中国外卖产业调查研究报告(2019年上半年)》指出,随着中国智能配送系统的发展,中国外卖产业的即时配送能力不断提高,外卖的服务场景由餐饮拓展至生活超市、生鲜果蔬、医药健康、鲜花绿植等多个品类。

此外,随着人们生活水平提高,外卖产业向品质、放心、环保、科技等方向发展。数据显示,2019年上半年来自品牌商家的外卖订单量占比约为四分之一。饿了么数据显示,今年以来,福州品质商户的商户数量增长了24%。品质商户的订单量增速高于平均水平,这意味着有更多的用户选择了品质商户,选择吃



## 5G生活悄然而至

本报记者 刘 静

10月18日,第六届世界互联网大会的“互联网之光”博览会如期开幕,5G成为本届大会最大的吸睛点。本届展会,既面向各行各业,展现5G如何促进产业数字化;也面向百姓大众,展现5G如何满足美好数字生活需要。

记者来到中国移动展区“5G+生态”板块,这里精华项目包括5G+8K直播、5G+远程驾驶、5G+智慧渔业、5G+智能制造、5G+智慧医疗、5G+警务勘查等等。在这里你可以看到5G智慧渔业如何智能监测水质自动投喂养鱼,也可以看到移动5G如何赋能智能制造,为企业降本增效。乌镇的智慧道路上,远程驾驶成为了现实,无人车在道路上来回穿梭,一幅幅科技感十足的画面构成了智慧乌镇的新画卷。

而中国铁塔的“5G+智联”板块,则展示了中国铁塔凭借独一无二的巨大铁塔资源、机房、电力保障和专业化维护4大优势,面向5G+物联网、大数据、云计算等需要,不断拓展和深化共享的广度和深度,为应急管理、生态环保、能源管道、国土农林、交通运输、边缘数据中心等行业,提供信息化解决方案,有效提升社会信息化水平。

图为:中国移动展区,绣娘正在5G+8K高清直播镜头下进行苏绣制作。

吴庭摄

倾向于网络平台,不管是微博微信还是其他社交平台,保健品的广告越来越多,网红们也是不遗余力为保健品代言,打造一波又一波爆款产品。

### 商机背后的营销乱象

综艺节目《我家那闺女》里,吴昕对着镜头吞下了五种保健品,据称:她到哪儿都要带着药盒,一天吃两次保健品。养生恐慌不仅仅是普通人有,明星也有,这种恐慌背后的商机有多大自然不言而喻,但商家背后的乱象,也是不容小觑。

比如前段时间网络上火了一把褪黑素,查一下褪黑素的功效,百度百科里写着:“延缓衰老,改善睡眠。”而对于此保健品的副作用却只字未提。可这两种功效,也存在不少疑问,失眠是一种病症,治病当用药,褪黑素作为保健品,不是药品,如何治疗失眠?最近有媒体报道,褪黑素的副作用不容忽视。据了解,长期大剂量服用褪黑素会造成低体温、释放过多泌乳激素导致不孕,还有降低男性生理欲望的副作用。有医生指出,相比现代新型治疗失眠药物,全球范围的医院对褪黑素的使用是慎用模式。实际上,除美国把褪黑素视为保健食品外,加拿大、英国、法国、意大利、爱尔兰等绝大多数国家(地区)均对褪黑素的使用持谨慎态度。

夸大功效却不提副作用,除了褪黑素营销乱象以外,另外一款网红产品——抗糖丸,也引起关注。不知道从什么时候开始,不论海内,从明星到网红再到普通人,掀起了一阵“抗糖风”。“不喝奶茶不吃糖这种行为还算能理解,但外涂抗糖护肤品,内服抗糖丸,口服液就真的让人看不懂了,特别是日本一款网红AG抗糖系列,动辄上千元还经常缺货。

类似的保健品层出不穷,前有神奇的胶原蛋白,后有无所不能氨基酸,现在抗糖神药引来各路明星代言,小视频广告扑面而来,不得不感叹,这届年轻人的养生本真真太难。

当然了,这种收割智商税的营销手段被专家辟谣了。专家指出:“保健品不是药品,更不能过量服用保健品。合理膳食、适量运动、戒烟限酒、心理平衡和工作劳逸结合,才能真正保持年轻态。”

## “褪黑素”“抗糖丸”“辅酶q10”……

# 90后养生焦虑推动保健品新一波崛起

本报记者 徐 藩

如果你稍微关注一下微信好友里的保健品代购,可以看出它一直在推荐购买期颐的褪黑素和抗老的抗糖丸等保健品,而消费者不是容易“上当”的中老年,反倒是90后成为购买主力军。

而身边部分不到30岁,风华正茂的青壮年,已经陷入了深深的养生焦虑。泡枸杞喝,买各种美容仪,买保健食品,90后的养生焦虑已经推动了保健品产业的新一波崛起。

### “过了25岁就必须保养”

90后养生焦虑到底怎样?

在某视频网站工作的Lucy刚过26岁生日,生日这天她没有吃蛋糕更没有喝奶茶,而是如往常一样煲了赤豆茯苓莲子汤。“喝这个补气,北京太干燥了,过两天得炖银耳汤滋补一下。”Lucy严肃告诫记者,“过了25岁就必须保养,我看你得多买点燕窝才行”。

31岁的小雪在科研部门工作,曾经也是大口喝酒大口吃肉的潇洒女汉子,“去年开始戒糖了,我现在有点脱发,很焦虑,试了不少防脱产品。”小雪打开淘宝购物车,向记者展示了准备双十一囤货的产品,基本都是防脱精华、生发液之类。

实际上,困扰90后的远不止脱发、抗糖、补血补气。

前不久,微博上了热搜的“90后不敢看体检报告”让不少年轻人找到了组织,“原不止我一个人不敢看体检报告”几乎成了每个90后的共同心声。不敢体检,体检后不敢看报告,这实际是90后对自己身体状况的不自信,也说明大家认同:生活不规律,身体亚健康。

在县城基层单位工作的张铭告诉记者,加班多,压力大,办公桌和背包里都常备护肝药、降压药。“我才不到30岁,戒烟戒酒,挣的钱除了养活老婆孩子,每个月买不少保健品吃。”张铭说,这种焦虑不仅是他独有,身边很多同事都开始提前进入养生跑道,比60多岁的大妈还积极。

有调查指出,90后的养生焦虑一方面来自于90后步入职场,一方面作为独生子女,危机感比其他群体要更强。从人口普查的数据来看,目前我国90后总人数为1.88亿人,占总人口的14.1%。在2017年,1999年的最后一批90后已经成年,并且大多数步入了职场。随着90后越来越多地担负起工作、生活的重担,他们承受的压力也会更大,而且他们多数为独生子女,由此产生的“抗衰老”消费需求也就更多。

而丁香园发布的《2019国民健康洞察报告》指出一个有趣的现象:在各个年龄层的人群中,90后对自己的健康评分竟是最低。这也难怪年轻人开始购买保健品,成为消费主力。

### 保健品细分年轻市场

既然年轻人购买力强,那么干脆好办年轻人

钱。保健品行业精于此道,各保健品公司开始细分年轻市场,研发针对年轻人养生焦虑的产品。

保健品公司早在2015年就嗅到了苗头,或者说,开始布局。跨境电商的蓬勃发展成功带动了国外保健品的销售,尤其是年轻女性消费者,成为主力买手。

数据显示,2015年度,保健品中增速最快的酵素类、膳食纤维、葡萄籽提取物等,都是年轻女性消费者贡献的销售额。中国保健协会预测,中国膳食营养补充剂市场规模未来10年内将以10%的年均增速增长,有望超越日本成为全球第二大膳食补充剂市场。

业内人士认为,年轻消费者在保健品方面的需求与中老年人存在明显差异,年轻人更讲求科学,也更注重营养品的补给效率。而年轻人的消费习惯与老年人也大不相同,年轻人将保健品视为生活方式而不仅仅是产品,年轻人在设计、理念方面也更加挑剔。“保健品品牌在渠道铺设、人群定位以及消费者的互动上都与传统的保健品营销方式存在明显的差别。”该业内人士介绍。

从代言人的变化也可以看出保健品公司想方设法捆绑年轻消费群体,从中老年影星迅速改为青年演员或网络红人便是最简单直接的方法,比如美国老牌保健品自然之宝2013~2015年间先后启用了金秀贤和汤唯作为其品牌和产品代言人,金秀贤的广告一上线,年轻女粉丝就停不下地买买买。

以往,保健品会选择电视购物平台投放广告,现在更