

新职业成为青年就业新选项

新职业打开就业新空间

9月16日下午,在2026年秋季湖北高校就业促进巡回招聘会湖北大学专场,2023级汉语言文学(师范类)专业学生陈珂菲早早来到招聘会现场。她穿梭于各个展位间,武汉一网络技术公司的展位吸引了她的注意。

“什么是AI应用工程师?”面对这一新职业,陈珂菲主动上前询问。企业相关负责人向她介绍:“AI应用工程师需要运用AI工具推动公司业务高效落地,所以我们更看重求职者的AI工具实操能力、项目实践经历以及数据思维。”

详细了解后,陈珂菲坦言,她希望依托自身创作积累与AI实操经验尝试这一职业。同样将目光投向AI新兴岗位的,还有2023级数字经济专业学生梅艳秋。“我所学的数字经济专业是一门新设的文理交叉学科,注重将数字技术融入传统行业。”她表示,面

开学伊始,秋招已至。日前,全国各地开启2027届高校毕业生校园招聘,很多招聘场地设置金融与专业服务、数字科技、能源化工、装备制造等招聘专区。今秋招聘市场的聚焦方向逐渐清晰,而就业新风口早已有迹可循。

对不断涌现的新岗位,毕业生要敢于探索,在新兴赛道上寻找属于自己的机遇。

人社部公布第八批新职业

人社部等部门近期正式发布了第八批新职业,数字孪生工程技术人员、具身智能机器人应用技术员等11个新职业,以及适老化改造设计师、低空物流员、智能体开发员等23个新工种正式入列。2019年以来,我国已累计发布8批共121个新职业。

一年前,山东济南市民于大爷的卫生间完成了一次“微改造”。老人腿脚无力,不能长时间站立和行走。“改造后,



洗澡比过去容易多了。”于大爷说。给于大爷的卫生间“问诊开方”的,是适老化改造设计师樊海青。6年前,她还是一家工装室内设计公司的设计师,2020年进入山东某企业后,专门从事适老化改造设计。出台发布的新职业让樊海青所从事的职业有了正式“名分”。

这些岗位凭啥成为新职业

工业产品数字建模师、运动数据分析师……为什么这些岗位会成为新职业?主要是因为从业人员到了一定规模,并且未来还有广阔的发展空间。一句话就是,非常缺

人。

比如说具身智能产业,现在人才缺口达到了100万。“具身智能机器人应用技术员”这个岗位的需求量,一年就涨了30%。现在路上跑的新能源汽车有4397万辆,而有经验的持证技师不到10万人,“新能源汽车检测员”就非常吃香。还有养老领域,目前我国60岁以上老人超3.23亿,像“适老化改造设计师”的工作,就是给老人改个卫生间、装个扶手等。

机会这么多,怎么才能够入行呢?业内专家表示,要是汽车电工的底子,可以考虑重型汽车修理工、智能家具装调工这些技术活;如果您想投身新赛道,可以考虑低空物流员、智能体开发员这些新工种;如果您心灵手巧,动手能力强,不妨试试制香香艺师、鲜切花加工工、冰雪雕塑工。

(综合《工人日报》《湖北日报》等)

警惕加盟店“快招”骗局

“全国超500家加盟店,门店存活率超95%”“不收加盟费,全供应链保障”……近年来,一些招商宣传语听起来令人心动,吸引不少商户加盟。然而商户运营后才发现,虚假宣传、合同欺诈、乱收费用等问题接连暴露出来。

碰瓷大品牌,诱骗商户

加盟连锁本是品牌共享、统一管理的良性模式,却被一些人变成诱骗筹码。他们以知名品牌为幌子,夸大公司实力和盈利能力。

陕西的平先生今年4月在网上看到一家茶饮品牌广告,萌生创业念头。到总部考察时,对方称“我们是著名国资奶业品牌旗下子品牌”“全国200多家门店”“毛利率可达60%”。平先生很快交了4.9万元加盟费。签完合同才发现,所谓“制作大礼包”只有一台机器,原材料需另花2万余元购买。他后来查证发现,这家茶饮根本不是国资品牌的子品牌,门店也只有34家。投资15万元的门店开业后,经营状况远不如预期。

河北伍女士想加盟某知



名茶饮,咨询时泄露了手机号。很快有自称该品牌的工作人员致电,说品牌已饱和,转而推荐“旗下子品牌”,朋友圈全是该品牌招商内容。对方承诺“一年开千家、半年回本”,催促当天签约。伍女士以为有大品牌背书便签了约。开业后遇到问题想求助,对方却时不时失联。后来她才发现,自己加盟的品牌与知名茶饮毫无关系。

加盟的虚假承诺无法兑现

一些商家加盟时看中的是稳定供应链和品牌信誉,但当这些变成空话,就成了“快招公司”割韭菜的工具。

河南刘先生想开零食集合店,知名品牌加盟门槛高,一家不知名品牌主动找上门,宣称利润率达40%至45%。开业后他试图低价进货,却被以

“限购”“货不全”屡屡设限,2.8元的冰红茶每次限购5瓶,0.6元的矿泉水仅限10瓶。更离谱的是,签约时承诺“终身免费”的收银系统,后续以维修费、升级费为由又收了10余万元。半年后店铺被迫关门。他在短视频平台发现大量同类受害者后,才意识到这是一场骗局。

山东黄先生被明星站台的广告打动,交了1.68万元加盟费和9000元代理费。结果运营帮扶、选址指导等全未兑现,还被强制购买高价原材料。他调查发现,这家公司不具备“两店一年”的资质,未做特许经营备案,盈利核心就是收取加盟费和强制采购费。他联系了10余名受害者,已向有关部门举报。

李女士2024年加盟某健康管理品牌,其“果蔬饮”售价158元,她去工厂考察发现成本仅为2元、毫无有效成分。更惊人的是,品牌推出“拉人头”模式:邀1人返利6000元,邀3人成合伙人再奖4000元,还用营销话术哄骗新人。她已向市场监管部门举报。

多方合力,严打“套路加盟”

此类案件跨区域分布、资产转移隐蔽,维权困难。今年8月,最高法发布7起商业特许经营典型案例,明确“套路加盟”应适用的法律,厘清各方权利义务。

检察机关总结了“快招”骗局特点:案发地多在经济发达地区,受害者多为中小投资者;公司呈专业化和集团化运作,分工明确;手段虚实结合,提供表面服务却无实质经营指导。

北京外国语大学法学院副院长万方建议,建立全国统一特许经营信息公示平台,动态公开备案、直营店、闭店率、处罚记录等信息;加大惩处力度,提高罚款幅度,对重复违法从重处罚;建立行业禁入和信用惩戒制度,限制严重违法者再次从业。

律师崔西彬提醒商户,加盟前应仔细核验资质,警惕“低投入高回报”承诺,实地考察多家门店区分“样板店”,仔细审查合同条款,遇可疑情况及时举报。

(摘自《人民日报》9.28)