昨天上午,中国社科院社科文献出版社出版的就业蓝皮书《2012年中国大学生就业报告》在京发布。

蓝皮书指出,从总体就业去向分布上来看,2011届大学毕业生中,有82.1%的人毕业半年后受雇全职或半职工作。但仍有近57万人处于失业状态,10多万人选择"啃老"。这个报告是在2011届大学生毕业半年后社会需求与培养质量的抽样调查基础上形成的。调查人数达到46万余人,共覆盖31个省区市2093所高校、1247个专业。

57万 处于失业状态

2011届大学毕业生中,82.1%的人毕业半年后受雇全职或半职工作,1.6%的人自主创业。另有9.3%的人处于失业状态,其中1.1%准备国内外读研,6.1%准备继续找工作,另有2.1%放弃了继续求职和求学。2011届大学毕业生为608.2万人,按比例推算,有近57万人处于失业状态。还有10多万人选择"啃老"。

另外,2011届本科毕业生中有更多的人选择了继续读研,比例较2010届增加了2.5个百分点。

70万 学非所用

大学里学的东西,到底是"学以致用"还是"学非所用"?针对这一问题,此次蓝皮书提出"低就业人群"的概念:从事与专业不相干的工作,并且在本地区月收入最低的1/4群体被定义为"低就业人群"。

调查显示,2011届就业的本科毕业生有13.3%处于低就业状态,高职高专院校这一比例为14.6%。按比例推算,全国就业的499万学生中,有近70万人处于"低就业"状态。

《2012年中国大学生就业报告》发布
就业率持续走低薪资较低的专业不少

红牌专业

动画、法学、生物技术、生物科学与工程、数学与应用数学、体育教育、生物工程、英语、国际经济与贸易都入选红牌专业

名词解释 因失业量较大,就业率持续走低,且薪资较低的专业,被列为高失业风险型专业,也就是红牌专业。与之相反,则被称为绿牌专业。

绿牌专业 地质工程、港口航道与海岸工程、船舶与海洋工程、石油工程、采矿工程、油气储运工程、矿物加工工程等10个专业因薪资、就业率持续走高而入选绿牌专业。

蓝皮书指出,2011届本科毕业生半年后就业率最高的专业门类是工学92.5%。

50% 本科就业满意度

就业蓝皮书显示,在就业的2011届大学毕业生中,有47%对自己的就业现状表示满意,其中本科为50%,高职高专为44%。2011届本科毕业生半年后在"政府机构、科研事业"的就业满意度最高,为60%;在"民营企业、个体"的就业满意度最低,为43%。

2766元 平均月收入

蓝皮书指出,大学毕业生半年后月收入2010届、2011届连续两届呈现增长。2011届大学毕业生平均月收入是2766元,比2010届增长287元。

其中,2011届本科专业门类中,毕业半年后月收入最高的是工学,其月收入为3297元;最低的是教育学2621元。

工作过的雇主数越多,其月收入反而越低;为5个及以上雇主工作的本科毕业生三年后月收入最低,仅为4461元。

解决方法 国家、省、高校应建专业预警机制

调查称,解决大学生就业问题的有效途径之一是解决专业结构性失业,解决此失业类型的核心是调控各专业的供应量。

工学人才的培养需要大量的投入。对于大学而言,开设工科院系的成本高,需具备一定的师资力量和教学设备;对于工科学生而言,则需要投入大量时间和精力,成才不易。专家建议,大学生就业的专业预警机制应该包括三个层面:国家层面、省级层面(主要是省、直辖市、自治区)以及高校层面。

据《北京晚报》

创全新渠道开拓模式
东风日产加速渠道网络下沉

在经历了多年的飞速发展之后,国内车市增速在今年明显放缓,整体车市两位数增长的时代已不复存在。面对寒冷的车市,各大厂商你有张良计,我有过墙梯。有的加速扩张步伐,开始大规模投资建厂、扩充产能,以期在新的一轮增长期到来时捷足先登;有的加大品牌建设力度,以期增强品牌知名度和美誉度。而东风日产则独辟蹊径,将视角转向了未来极具发展潜力的三四线市场。

日前,东风日产首开行业先河,面向全社会精英,正式推出精英创富战略,以创新性的渠道开拓模式加快向三四线"蓝海"市场的掘金步伐,推动东风日产品牌与产品的渠道下沉。作为汽车营销模式在渠道下沉方式上的突破与尝试,精英创富战略的推出也给其它汽车企业拓展三四线市场提供了解决范本。



三四线市场潜力无限 渐成未来增长新蓝海

在北京,由于摇号购车、尾号限行、交通拥堵等不利于消费的因素,市场已经处于基本饱和状态。北京如此,上海如此,几乎所有的一二线城市都出现了这样的状况,汽车企业要想在这些市场中寻求更高的增长,已经毫无可能。虽然目前中国社会的汽车保有量已超过 1 亿辆,但是相对于 10 多亿的人口来说,中国汽车保有量的数据还有非常可观的增长空间。

那么,巨大的增长空间来自哪里呢?对此,工业和信息化部副部长苏波指出,未来十年中国汽车工业不会再爆发式增长,但三四线城市及农村市场将保障汽车业在未来十年或更长时间的稳定增长。

三四线市场潜力有目共睹,但困难与发展瓶颈更为突出。首先,整体规模巨大,占比高达 50%,但独立市场很小,碎片化明显;其次,各地文化差异巨大,更缺少独当一面的经营人才。以往在一二线市场起到重大作用的 4S 经销方式已完全不适用于三四线市场,目前多数车企对如何建立三四线市场的销售渠道还在尝试和探索阶段。

可以预见,谁在三四线市场的渠道布局中占有了先机,谁就有可能占据未来中国汽车市场增长的制高点。

敢为天下先 以全新模式开创"蓝海"样本

基于对未来市场、渠道建设、网络布局、乃至人才战略的深度思考,东风日产敢为天下先,创新性的推出了"精英创富战略"。精英创富战略,是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。作为天使投资人,东风日产将通过创富基金平台,为他们提供资金及运营支持,建立全新渠道网络模式 -- 东风日产"精英店"。

据介绍,东风日产"精英店"多选择在市场潜力大的区域,具有NISSAN 品牌和启辰品牌车型销售以及综合维修的全维度功能,运作模式与现有 4S 店基本一致。东风日产市场销售总部副总部长杨嵩认为,精英创富战略是对行业渠道开拓模式的大胆创新,通过全新的'精英店'模式,将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面,更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉,具有非常好的示范作用。

在精英创富战略中,东风日产将作为天使投资人,帮助创富精英实现创业的梦想。具体而言,是指东风日产将与创富精英合作,开设一家拥有正式品牌授权的东风日产"精英店",使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商,从而实现精英们的创富梦想。

据悉,东风日产"精英店"的投资规模在 300 万 –500 万元左右,创富精英个人只需出资 50 万 –60 万元。在"精英店"成立初期,"精英店"股份比例将按照创富精英个人和东风日产的实际投入金额比例来确定。在日常的经营过程中,作为小股东的创富精英将完全享有自主经营的权力,东风日产只对精英店进行财务监管。此外,东风日产还会为"精英店"提供流动资金、管理咨询等全方位的业务运营支持。

不仅如此,"精英店"所有的经营利润将在"精英店"的公司账面积累,当"精英店"利润累积到一定的额度,创富精英就可以使用"精英店"的盈利所得回购东风日产在"精英店"中所占的部分股权,从而实现对"精英店"的控股,真正成为"精英店"的老板。

在创富精英实现股权回购后,东风日产仍将在"精英店"中保留少量的股份,与创富精英继续保持战略合作的关系,并持续为"精英店"提供运营支持和保障,从而提高"精英店"的抗风险能力,确保"精英店"实现长期、稳定的发展。

对于精英创富战略的推出,东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:"借助'精英创富战略',我们希望能够吸纳、扶持社会精英人才共同发展和开拓具有深厚潜力的'蓝海市场',以'领先半步'的策略占据市场高点和先机。同时,精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一,未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力,赢取在'蓝海市场'、在未来十年竞争中的主动权。"

对此,有业内专家指出,三四线市场是未来的新增长点,但多数厂商对此还一筹莫展。东风日产此时推出思考全面的精英创富战略,不管是资金支持、人才激励抑或是渠道模式,无不切中三四线市场发展要害,可以说是目前最完美的三四线渠道拓展方式。以创新为驱动力,站在中国汽车行业第一集团的高点上,东风日产已找到开拓三四线市场新蓝海的最有效手段,无疑正开始加速其向百万年产销量目标前进的步伐。

