

DAXUESHENG
ZIWU YINGXIAO CELUE

大学生自我营销策略

曾浩 李方红 钟文锐◎主编



华中科技大学出版社

DAXUESHENG
ZIWUYINGXIAO CE LUE

大学生自我营销策略

主 编：李方红
副主编：杨军
马新华
编：曾文锐
副主编：张峻
黄志华



华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

大学生自我营销策略/曾浩,李方红,钟文锐 主编. —武汉:华中师范大学出版社,2013.6

ISBN 978-7-5622-6138-4

I. ①大… II. ①曾… ②李… ③钟… III. ①大学生—职业选择
IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 137014 号

大学生自我营销策略

© 曾 浩 李方红 钟文锐 主编

责任编辑:张晶晶

编辑室:第二编辑室

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67863426/3280(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccupress.com>

印刷:华中科技大学印刷厂

字数:275 千字

开本:787mm×960mm 1/16

版次:2013 年 6 月第 1 版

印数:1-3500

责任校对:易 雯

电话:027-67867362

封面设计:胡 灿

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

督印:章光琼

印张:15.75

印次:2013 年 6 月第 1 次印刷

定价:27.50 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027-67861321

前言

《大学生自我营销策略》的编写,旨在适应时代潮流,带领大学生主动关注生涯发展、积极开展个人品牌自我营销。美国管理学者汤姆·彼得斯曾经说过:“21 世纪的工作生存法则就是建立个人品牌。”作为大学生,不仅要学会建立个人品牌,而且要实现个人品牌的自我成功营销。而这里面又有两种意蕴:其一,个人品牌的自我营销是分阶段的营销——对于大学生而言,必须从大学一入学起就将自己当成品牌,树立主动发展、自我发展的意识,将“学涯”阶段变成塑造、提升个人品牌的过程,以“强者”的身份出现在用人单位面前并成功促销自己;其二,个人品牌的自我营销是终身的营销——一个人,每时每刻都在营销自己,而不是找到了一份工作就不再需要自我营销,一个人要追求人生成功与幸福,必须要将个人品牌的自我营销践行为“终身的营销”,实现“学涯”与“职涯”的有效衔接,在生涯发展中不断刷新自我、勇攀高峰,把握人生成功的“航向”。

为帮助大学生及早树立自我营销意识,以“个人品牌的自我营销”为主线主动进行职业生涯规划,我们编撰了此书。本书的核心内容在于运用营销学理论中最流行的 5Ps 理论来指导大学生进行自我营销、生涯发展,主要包括五个方面的“行动方略”,即产品(Product)、定位(Position)、渠道(Place)、促销(Promotion)、价格(Price)。本书从关于个人发展与就业的传统观念说起,结合大学生就业面临的新形势,认为在新形势下大学生就业和个人发展要有新思想,即“坚持主动发展、自我发展,树立自我营销意识”、“坚持全面发展、系统发展,树立个人品牌意识”、“寻求持续发展、终身发展,追求人生成功与幸福”。在此基础上,阐述了营销与自我营销的理论,强调“营销与职业生涯的结合——自我营销”。其中,重点用五章的篇幅带领大学生开展“个人品牌的自我营销之旅”,即个人品牌的“自我审视”、“合理定位”、“准确定价”、“自我营销渠道”、“成功促销”。将自己和企业一并营销的创业,也视为个人品牌自我营销的特殊境界。最后,本书还将个人品牌的自我营销转入职场,介绍了实现终身职业生涯自我营销的常规途径和应注意的问题。

长期以来,大学生“就业难”的趋势越发凸显,大学生在开展职业生涯规划这件事情上,往往是被动的;在“咄咄逼人”的用人单位面前,也往往感觉“低人

一等”。解决大学生“就业难”的问题，政府、社会、高校理应形成合力，但毕业生自身的观念转变和就业能力的整体提升方为根本之道。大学生如果缺乏足够的适应市场变化的能力，无论就业市场多么开阔，最终也难免落得被淘汰出局的命运。而本书所倡导的“个人品牌自我营销”，目的在于扭转大学生在职业生涯规划 and 求职就业过程中的“被动意识”和“弱势地位”，引导大学生以主动的、积极的心态，以提升个人品牌核心竞争力为目标的自觉行动去挣脱这种“世俗”的束缚，攻破职场中的壁垒，达到“我的市场我做主”的目的。而这，也成为本书的第一个特色。本书的第二个特色是指导与实践紧密结合。在附录中，我们开发了“基于自我营销理念的大学生职业生涯发展档案”。这相当于一份职业生涯发展履历，大学生做出了开展个人品牌自我营销的决定后，即可结合全书主要内容开始填写这份发展档案，直至初入职场。这也是我们在大学生生涯发展教育中一直想做的，即既要“授人以鱼”，更要“授人以渔”，行动比想法显得更重要！

本书由华中师范大学一批有丰富教学实践经验的就业指导教师编写，内容包括9章和1个附录，各部分编写分工如下：第一章：李方红、曾浩；第二章：李娜；第三章：黄志华、郎东鹏；第四章：马新华；第五章：钟文锐、沈娟；第六章：杨军、潘广伟；第七章：张晓骏、丁玉斌；第八章：郭庆、王莉、袁立辉；第九章：杨国强；附录：周义。全书最后由张晓骏、杨军、黄志华、马新华负责修改和统稿，由曾浩、李方红、钟文锐负责审阅和定稿。华中师范大学经济与工商管理学院高炳华教授为本书写作大纲的拟定提出了宝贵意见和建议，在此表示感谢。

本书既可用于《大学生自我营销》课程的配套教材，也可作为大学生开展自我营销的行动指南，同时也适合初入职场的人士阅读。对于任何一名大学生来说，我们的冀望是：不管处于何种阶段，只要看了本书，都能激发起对成功的欲望，从现有的阶段开始迅速投入个人品牌自我营销的行动中去，披荆斩棘，勇往直前！

本书参考和引用了一些相关著作、论文以及网络文献的观点和成果，未能一一注明出处，在此谨向这些作者表示感谢，并致歉意。本书的编写，是在大学生生涯辅导和就业指导领域的一种尝试。由于编写经验不足、编写人员的理解和认识也不尽一致，错误和不足之处在所难免，恳请读者及专家批评指正，我们一定会吸收意见并加以修改完善。

编者
2013年5月

目 录

第一章 新形势与新思想	(1)
一、关于个人发展与就业的传统观念	(1)
二、大学生就业面临的新形势	(5)
三、新形势下大学生就业和个人发展的新思想	(11)
第二章 营销与自我营销	(17)
一、认识营销理论,学会在职业市场中自我营销	(17)
二、制定营销组合,分解打造完美发展策略	(22)
三、转变思维,实现自我营销式生涯管理	(26)
四、建立个人营销计划,迈出生涯发展第一步	(31)
第三章 个人品牌的自我审视	(36)
一、我是谁?	(36)
二、我的“产品价值”是什么?	(42)
三、我是用人单位想要的“产品”吗?	(46)
第四章 个人品牌的合理定位	(64)
一、定位个人品牌	(64)
二、确定职业生涯方向	(77)
三、制定个人发展规划	(83)
第五章 个人品牌的准确定价	(90)
一、定价之基础——提升个人品牌	(90)
二、价格之误——品牌定价容易陷入的三个误区	(100)
三、价格“新解”——价格的构成	(102)
四、价格谁说了算——价格的影响因素	(111)
五、你价值几何——个人品牌的定价策略	(120)
第六章 个人品牌自我营销的渠道	(124)
一、求职过程中自我营销的主要渠道	(124)
二、发现和利用就业信息的主要渠道	(131)

三、选择自我营销渠道需注意的问题	(138)
第七章 个人品牌的成功促销	(148)
一、个人品牌的促销策略	(148)
二、个人品牌的促销方式和工具	(150)
三、成功促销第一步:让简历和求职信打动“买家”的心	(151)
四、成功促销第二步:在面试和笔试中脱颖而出	(162)
五、成功促销第三步:薪酬谈判	(176)
第八章 自我营销的特殊境界——创业	(180)
一、为何创业——我们的创业观	(180)
二、适合创业乎——创业者的自我审视	(184)
三、现在行动——创业的“5Ps”攻略	(188)
第九章 终身职业生涯的自我营销	(197)
一、从学校到职场:自我营销的转折点	(197)
二、初入职场的品牌塑造	(198)
三、勇攀职业生涯高峰	(206)
四、寻求工作与生活的“双赢”	(214)
五、总结:自我营销是每日小事、终身大事!	(223)
附录 基于自我营销理念的大学生职业生涯发展档案	(224)
一、自我营销 STEP 1:个人品牌的自我审视	(224)
二、自我营销 STEP 2:个人品牌的合理定位	(226)
三、自我营销 STEP 3:个人品牌的准确定价	(232)
四、自我营销 STEP 4:拓宽自我营销的渠道	(235)
五、自我营销 STEP 5:个人品牌的成功促销	(236)
六、自我营销 STEP 6:终身职业生涯的自我营销	(239)
主要参考文献	(244)

第一章 新形势与新思想

众所周知,我国高等教育已经进入了大众化阶段,大学生就业开始呈现平民化、市场化和社会化的特点,面临着新的形势,接受着新的挑战。大学生就业难的问题不能简单归咎于某一个方面,而是社会、学校、个人、家庭等多方因素综合作用的结果。

但俗话说:打铁还需自身硬。大学生是求职的主体,就其个人而言,应该如何做好自己的功课呢?大学生自身准备好了吗?大学生难道是要等到即将走入市场才开始准备吗?大学生必须认清形势,与时俱进,摒弃旧观念,用符合现实要求、适应时代发展的新思想来武装头脑,在将来的职场竞争中“抢”得自己的一杯羹!

一、关于个人发展与就业的传统观念

(一)计划经济时代,大学生就业没有竞争

高校毕业生就业市场形成之前,大学生就业完全没有竞争意识。新中国成立以来直至社会主义市场经济体制建立前,中国社会逐步形成了由计划经济体制所决定的劳动人事制度。计划经济体制下,劳动力首先是社会经济活动中的一种重要资源,工、农、商、学、兵以至干部,从现实劳动力到后备劳动力包括各种资源,均由国家依靠行政手段、通过指令性计划去配置和管理。一成不变的职业,被人们戏称为“铁饭碗”,并成为计划经济用人制度的基本特征,那时候没有劳动力市场,很少有职业流动。

在新中国建立之后的40年里,大学生就业是“统包统分”、“包当干部”的模式,不需要职业生涯规划、树立个人品牌以及自我营销。那时大学毕业生就业就是由国家各级政府负责统一分配工作;大学生只占当时总人口数万分之二的比例,是我国社会的一小部分精英,他们不用为找工作发愁,根本不用规划他们的职业生涯。高考分数决定了一名学生应该上哪所大学、选择主修什么专业。在大学期间,大学生努力学习以尽可能地取得高分,在大学最后一年,决定是否考研。大学期间的考试成绩、学术表现以及综合表现决定了他们的工作和生涯。也就是说学生依据个人表现,就会得到由一些主管部门分配

的工作,不需要“个人品牌”,也不必“自我营销”。

有研究人员把我国高校毕业生就业阶段划分为“学历证书”阶段、“学历证书+资格证书”阶段、“资格证书+能力”阶段^①。

那个不需要职业生涯规划和个人品牌自我营销的年代就是“学历证书”就业阶段。当时的大学生对于自身就业基本没有选择的权利,也没听说过职业生涯规划理论,其实他们的职业生涯是由政府规定好的,大学生们可以依靠政府组织,很少有人可以选择自己的职业生涯。高校教育大学生要服从组织分配安排,而大学生自身也以“服从组织分配”为荣。他们被安排到需要他们的岗位上去,甚至被放在自己根本不感兴趣的岗位上“从一而终”。

由于大学生们不用为找工作而竞争,也就不用为他们的职业生涯做决策。因此大学里没有就业指导中心,教师在职业生涯咨询方面没有受过培训,更没有一些相应的书籍或者专业的社团来为大学生进行职业生涯规划做辅导。

确实,当时大多数人不用担心工作的稳定性、工作变化或者任何在竞争的就业市场里经常出现的问题。政府承担了责任,政府控制的工作分配体系被称为“统一的工作分配”,通俗点说就如同“包办的婚姻”。统一的工作分配由人事部门操作,他们批准在国有企业(甚至集体企业)中的所有员工都按照资历获得晋升,这就是所谓的“铁饭碗”体系。这就意味着国有企业职工都享有工作的终身性和所有的福利保障,比如公费医疗服务、福利住房、养老金等。甚至国有企业工人的孩子可以在父母退休后“顶职”接手其工作。这样的工作永远不会丢掉,就像铁饭碗永远不会被打破一样。所以他们根本不需要进行职业生涯规划,不需要彰显“个人品牌”,不需要推销自己。

(二)社会主义市场经济时代,大学生就业仍然受着旧观念的影响

实事求是地说,计划经济体制下的劳动人事制度并非一无是处,在当时这一制度对我国的社会主义经济建设和社会安定起到了不可或缺的历史作用。通过国家统一计划的安排,较快地解决了旧中国遗留的就业问题,劳动力尤其是城镇劳动力获得了稳定的职业保障,同时也建立了一支稳定的职工队伍,培养、造就了一大批生产技术骨干。与此同时,为建设我国社会门类比较齐全、结构比较完整的社会生产服务体系组织配备了各种类型的劳动力,形成了相对稳定的职业体系。

与旧中国的雇佣用工制度相比,这些无疑是历史性的巨大进步,也显示了社会主义制度的优越性。问题在于,高度集中的计划经济体制难以及时响应

^① 范向前:《从资格概念到能力概念》,《中国大学生就业》,2013年第3期。

社会生产服务的实际需要,也无法兼顾劳动者个人在职业发展方面的实际需求。企业不能依据生产需要调节使用劳动力,冗员充斥、纪律涣散,劳动者个人难以据其所学、所长选择职业,积极性受到限制。这种机制,既阻碍着劳动生产率和经济效益的提高,也直接地制约着职业发展的活力。而近30余年来改革的重要任务之一,就是要革除计划经济机制对发展生产力的羁绊,以新的社会主义市场经济体制来发展生产力。

大学生就业政策在1995年进行了调整,毕业生开始自主择业。1995年2月,我国第一次出现了毕业生人才市场,为学生与用人单位提供平台,进行双向选择。1996年起全国所有大学毕业生自谋职业,长达40多年的“统包统分”、“包当干部”的政策和“大学文凭等于铁饭碗”的时代结束了。但是,即使是在社会主义市场经济时代,即使是在大学生就业已经高度市场化、大学生被认为是“普通劳动者”的今天,仍然有太多的大学生跟不上时代的节拍,其思想观念仍停留在旧时代,羁绊着就业的步伐。

影响至今的是哪些旧观念呢?

第一,认为只要在学校时学习好就能有“铁饭碗”。现在大学生的长辈们中,仍有很多人认为职场与事业成功的关键,是从小好好读书,这样才能在高考中得高分,才能上好大学,到了大学继续好好学习,就能有一份稳定不变的好工作。也就是说,从幼儿园到大学只要一直做一个学习成绩好的学生,那么他一辈子的饭碗就不发愁了,那就等于成功的职业生涯。

第二,认为大学生是“天之骄子”,总会得到社会重视。显而易见这还是受以往高等教育是精英教育的影响,未能完全接受高等教育大众化的社会现实,对自身的价值缺乏理性的定位,并且较少考虑自身素质与能力,仍凭感性思维,认为自己支付了高额的高等教育成本,理应成为精英一族,应该得到社会重视,等待受到重用。

第三,“人分五等、官分九级”的封建思想还存在。受我国封建社会传统伦理观念影响,人们心目中的职业等级观念、“官本位”思想等旧观念仍然较浓,认为“当干部”,进党政机关、事业单位是最好的,可以“活到老,做到老,靠到老”,很多人在求职过程中目标一味紧锁党政机关、大型国企单位不放,认为如果没有到“国”字头的单位、“公”字头的单位,而是到了民营企业、小企业、基层单位、农村去工作就是低人一等,挺不起腰板。

殊不知,随着我国经济体制改革不断向“深水区”迈进,“自主择业,双向选择,竞争上岗”的就业政策成为时代主流。工作不再是分配且稳定的了,大单位难进了,国企也不是“旱涝保收”的了。在就业模式变更的初期,很多大学生

并不适应,没有组织安排工作了,让自己自由选择职业带来的是他们的不知所措和不安安全感。对大学生来说,他们不得不考虑怎样找工作、找什么样的工作以及职业生涯规划等问题了。

这时很多毕业生发现就算在学校时成绩好,当进入职场时也不能保证找到工作。如今的用人单位要的不仅仅是能考高分的学生了,还需要学生有一定的经验、有一些重要工作能力,比如领导和团队合作能力、思考能力,包括分析和创造性地解决问题的能力。很多用人单位抱怨大学生缺少“真实世界”的实践能力,对快速适应工作环境变化的要求准备不足。对大学生来说,面对这种剧烈的变化,他们不得不考虑在大学如何规划自己、发展自己,以便在充满竞争的人才市场立于不败之地。

(三)以“等、靠、要”为特征的被动选择的就业观念,阻碍了大学生的职业选择和个人发展

在就业市场,大学生的求职心理和行为也是矛盾重重。一方面,多数大学生认为自己在用人单位面前是“弱势群体”,无法取得与用人单位平起平坐的“谈判”地位。与此相对应的结果是:不管来什么用人单位,不管用人单位提供的岗位是否适合自己,他们都想去应聘,心里想的是先找一个单位落脚再说。另一方面,很多大学生虽然知道工作不好找,但是却不知从何入手去找工作:一味等待用人单位来学校招人,而不是主动走出去与外校学生竞争;一味等待学校就业主管部门推荐,或者依靠父母和亲戚的关系、“后门”安排工作,而不是勇敢地有主见地去闯、去拼;一味想着自己想到什么样的单位和岗位,而不曾想想自己的实力是否适合那些单位和岗位的要求。

这种“等、靠、要”的传统就业观念,与现实世界格格不入,更阻碍了大学生的职业选择和个人发展。高等教育的大众化发展在给高校毕业生带来激烈竞争的同时,也带来了在不同领域发展的机会。就业环境的改变使得当代大学生择业目标呈现多样化特质,表现在不同的职业性质、不同的职业地域等,大学生的择业取向也应日益多样化。大学生在“学涯”阶段,应该主动了解职业需要,了解人才市场行情,自觉对自身的职业兴趣、性格、价值观等进行审视,积极地去寻找适合自己的职业。

但是,我们常常可以看到,在大学里,学生没有太多时间去探究不同的职业生涯和做职业生涯规划,完成3年或4年的大学课程之后,也没有获得很多课堂之外的经验,也没有花更多的时间考虑或者计划毕业之后下一步该怎么走。还有的学生在最后一学期仓促写份简历,缺少计划、缺乏准备就去参加招聘会,然后开始漫无目的地投简历。这样做的结果就是,大多数人找不到合适

的工作,为了就业而就业可能勉强找了一份工作,但并不适合自己,从而导致后来的“跳槽”现象,个人发展也不断面临窘境。

曾有公司高管对我们说:“接触过很多的各个层面的大学毕业来的员工,其中最让人感到遗憾的一个现象就是很多人有着非常好的素质,甚至有的还是名校的毕业生,因为不懂得去规划自己的职业,在工作多年后,没有什么明显进步,依然拿着微薄的薪水,养不了一个三口之家。很多这样的人,他们只要稍微修正一下自己的职业方向,就能够在职业发展的路上走得更从容。”

这段话,正是当前大学生缺乏职业生涯规划与实践、成为职场“迷途羔羊”的真实写照。

二、大学生就业面临的新形势

(一)面对两大矛盾突出的高校毕业生就业形势,大学生不主动“亮牌”就无法在就业市场上胜出

众所周知,高校毕业生就业形势之所以日益严峻,主要是两大矛盾比较突出:一是供需矛盾突出,二是结构性矛盾突出。

首先,近年来高校毕业生就业市场“僧多粥少”的现象日益突出。2013年,全国普通高校毕业生规模为699万人,比去年增加19万人。与此同时,受国际经济形势持续低迷的影响,青年就业问题严峻。2013年1月联合国发布报告称,2013年世界经济仍将持续低迷,预计增长率为2.4%。欧美等大多数发达经济体面临着经济复苏缓慢、财政紧缩、主权债务风险上升、低增长高失业等诸多问题,很多发展中国家也受到波及,呈现出口下滑、投资需求减少、失业率上升等现象。国际劳工组织发布报告显示,2013年全球失业人口将突破2亿,青年失业率将高达12.6%。国际经济及就业形势在一定程度上抑制了我国的外贸、出口、投资、就业等,势必也将对高校毕业生就业产生影响。

其次,国内宏观就业形势面临三重压力。经济增长下行压力和产能相对过剩的矛盾有所加剧,企业生产经营成本上升和创新能力不足的问题并存。我国GDP增速由2009年的8.7%下降到2012年的7.8%,2003年又下调为7.5%,GDP增速的下调对就业将产生重要影响。2013年国内城镇需就业的劳动力已达到2500万人,高校毕业生总量比2009年增加了近100万人,宏观就业压力增大。同时,随着产业结构的调整和创新驱动发展战略的实施,部分地区用工需求与劳动力供给结构性失衡现象更加凸显,我国宏观就业形势面临经济放缓、就业总量持续增加和结构性矛盾突出三重压力。

第三,针对高校毕业生的有效用人需求呈下降趋势。2013年2月,教育部对近500家用人单位统计的结果显示,这些单位2013年计划招聘岗位数同比平均降幅约为15%。从行业情况看,医疗卫生、咨询、电子商务、旅游、文化体育等行业用人需求略有增加,但钢铁、机械、采矿、能源、建筑等行业的用工需求都有不同程度的减少。在调研的200多所高校中,约有60%的高校认为就业形势严峻,特别是很多地方高校反映用人需求下降或明显下降。部分毕业生也对就业前景感到担忧,少数毕业生甚至感到焦虑^①。

由于以上两大矛盾的长期存在,进入就业市场求职的大学生所面临的竞争的激烈程度可想而知。尤其是近年来高校一些专业盲目扩招,使就读这些专业的大学生面临“无业可就”的困境。在这样的境况之下,大学生要学会提前应对,积极改变自己,在茫茫人海中主动亮出自己的品牌,才能在就业市场中占据一席之地。

(二)社会经济的不断发展和剧烈转型,对人才素质提出了更高的要求

当前,我国正处于社会经济的深入发展和转型期,对大学生这种人才的素质要求更高,影响更直接,冲击也更大。主要体现在以下几个方面:

第一,我国实施创新驱动发展战略,建设创新型国家,要求大学生成为创新型人才。党的十八大提出的“实施创新驱动发展战略”,“建设创新型国家”这一目标的实现,需依靠全社会、各领域、各行业的协同努力,需要高校、科研机构与社会、企业、学生联动。大学生是国家的人才资源,理应成为建设创新型国家的后备军,成为拔尖创新型人才。创新能力的高低直接关系到国家民族的前途和命运,是当代大学生内在素质的核心,只有具备一定的创新意识和能力才能学有所得、学能所用、学会所创,使大学时期的学习过程转化为真正的吸收的过程、转化的过程、创造的过程。创新同时又是当代大学生获取知识的关键,在知识经济时代,知识增长率加快,陈旧周期不断缩短,知识转化速度猛增。在这种情况下,对知识的选择、整合、转换和操作就变得尤为重要。当代大学生要成为拔尖创新型人才,不光要有知识水平、创新能力,更重要的是要有高素质、有理想、有抱负、有爱心、有民族责任感。大学生应积极响应党的号召,主动适应未来社会,增加知识储备,注重素质修养,提升创新意识和能力,用自己的本领来施展个人才华,铸就成功。

^① 杜玉波:《认清形势 狠抓落实 全力做好2013年高校毕业生就业工作——在2013年全国普通高校毕业生就业工作推进会(网络视频会)上的讲话》,中国教育新闻网,2013年4月12日, http://www.jyb.cn/job/jysx/201304/t20130412_534067.html

第二,产业结构的调整与升级,对高校毕业生需求结构产生了重大影响。当前,我国正进入产业结构的调整期,毕业生需求结构也随着产业结构的调整与升级而发生着深刻的变化。产业结构是指在社会再生产过程中,一个国家或地区的产业组成、产业发展水平以及产业间的技术经济联系。产业结构与人才需求结构之间是相互依存、相互促进的关系,产业结构的发展状况决定着人才需求的分布、类型、规格、数量和质量,人才的需求与一定时期的社会经济发展水平相联系,并处于不断的变化之中。产业结构的变动对人才需求的影响,主要体现在四个方面:一是产业结构的高度化改变了人才需求的能级结构;二是产业结构的柔性化改变了人才需求的知识结构;三是技术装备水平的提高改变了人才需求的层次;四是产业结构的专业化分工改变了人才需求的类型和规格^①。产业结构升级对人才需求结构的影响更多地表现在对各层次人才需求比例的变化以及对素质要求的提升上,主要是质量而非数量的影响。产业结构升级,主要是需要高技能高素质的人才、创新性的人才、有发展潜力领域的专业人才。比如,随着产业结构升级,生物技术、以信息为主导的高新技术、新材料科学领域、新能源及相关技术开发领域、空间技术、海洋技术与海洋资源开发等将是产业结构升级的方向,是很有发展潜力的领域。由此就会产生对相应专业人才的大量需求,电子技术、航天技术、海洋开发与利用、新能源、新材料、信息技术、机电一体化、农业科技、环境保护技术、生物工程技术、工商与国际贸易、法律等方面的人才将有广泛的用武之地,也将更好地促进社会良性发展^②。高校毕业生要关注国家产业发展战略,主动适应产业结构调整 and 升级对人才需求结构的变化,才能被发展前景大、需求旺盛的产业所接纳。

第三,行业和职业的深入发展与细化,提高了大学生的准入门槛。行业一般是指按生产同类产品或具有相同工艺过程或提供同类劳动服务划分的经济活动类别,如饮食行业、服装行业、机械行业等^③。行业的发展规律是:由低级的自然资源掠夺性开采利用和低级的人工劳务输出,逐步向规模经济、科技密集型、金融密集型、人才密集型、知识经济型转变,从输出自然资源,逐步转向输出工业产品、知识产权、高科技人才等转变。随着社会经济的不断发展、产

① 李彬:《产业结构的调整与人才需求及供给的选择》,《科学学与科学技术管理》,2005年第12期。

② 柏明顿人力资源管理咨询公司:《产业结构升级对劳动力需求结构的影响分析》,博锐管理在线,2008年12月18日,<http://www.boraid.com/article/html/102/102193.asp>

③ 《行业》,百度百科,2013年3月18日,<http://baike.baidu.com/view/114338.htm>

业结构的不断调整以及科学技术的日新月异,行业内部的深入发展与细化也进一步加快,不但催生了新的行业、职业,消灭了旧的行业、职业,而且促进了保留下来的行业和职业的从业人员的准入要求和相关能力的相应提升。大学生如果不适应这种变化,则往往会与想从事的行业、职业擦肩而过。如快速消费品行业,以前只需要一线的生产工人、销售商品的售货员、对外推销的业务员,对应聘者的要求不高;而今,随着快速消费品行业的飞速发展,对从业人员的职业素养和能力也变得要求很高。



快速消费品行业人才观^①

在选择进入快速消费品(简称“快消”)行业前,我们应对自身有一个深入认识,分析自身的长处和短处,然后对比快消行业从业人员所需具备的人才素质,看自己是否适合,以制定未来的职业发展规划。

1. 问题解决能力

不仅仅是在企业培训和项目实战中总结积累经验,同时也需要拥有运用经验进行改革创新的能力和魄力。FMCG(Fast Moving Consumer Goods 的英文简称,指快速消费品)行业当然需要敏捷的思维能力和问题应对能力,捕捉市场信息,及时从杂乱的信息中决定下一步的策略,迅速对市场作出反应。

2. “国际化”素质

目前许多公司面临因缺乏全球视野、多元文化管理人才而失去竞争力的威胁。高流动率、高培训成本、停滞的市场份额、失败的合资公司和并购,以及高机会成本,这些都是全球化管理层选拔不力所不可避免的后果。英语作为“国际化”素质中基本而重要的一项,不管是跨国公司还是国内公司对其都有比较高的要求,提高英语水平是进入这个行业首先需要做到的。

3. 诚信

从2005年伊始,FMCG行业的诚信危机屡屡发生,涉及食品、化妆品、冷饮等多个品类,一时起危机营销大行其道,“诚信、透明、迅速”成为有社会责任感的快速消费品企业化解危机的法宝,因而身处FMCG行业中的同仁对“诚信”这两个字有了更深刻的理解,因为对客户而言,诚信是关键。

^① 改编自《快消行业人才观》,应届毕业生求职网,2010年6月19日,<http://www.yjbys.com/news/639.html>

4. 自我成就与自我剖析

这是一个瞬息万变的行业,每天都有无数条来自市场的信息充斥,作为一名身处这个行业的从业人员,拥有一份强烈的成就心至关重要。当然在认可自我成就的同时也要做好自我剖析的工作,盲目的乐观自信是不可取的,缺乏自信也是不行的。

5. 团队精神

对于 FMCG 的企业来说,制造、营销和销售等几个环节环环相扣,就拿营销这一个部分来说,也会按照不同品牌被细分为不同的小组进行作业。相对而言,FMCG 企业更加珍视具有团队精神的员工,而团队精神也影响着企业将来的发展。

6. 永不满足

大部分 FMCG 的企业欣赏那些拥有无限激情的员工,无论是对待工作和企业改革,还是对待下一个市场的开拓和另一种类型客户的发展。勇于开拓的开拓精神和敢于面对挑战是 FMCG 企业人力资源部门招聘时倾向于选择的性格特点。

第四,用人单位日益“挑剔”,给大学生求职带来了巨大的挑战和压力。“从资格概念到能力概念”,这一新的教育论断来自“国际 21 世纪教育委员会”主席雅克德洛尔向联合国教科文组织提交的一份报告^①。这句话是该报告中有关教育的建议之一。对一个大学生来说,这个建议对个人的谋职、发展是最有力量、最有内涵的建议,也是一个可具体操作的建议。由于知识和信息对生产系统起着支配作用,专业资格的概念变得有些过时,个人能力的概念则被放在首要地位。我们可以看到,用人单位在职场“居高临下”、“趁火打劫”,对应聘者的素质越来越挑剔,越来越注重能力方面的要求,而不仅仅是对资格方面作要求,对能力素质中的交往能力、与他人共事的能力、管理和解决冲突的能力越来越看重。君不见,我国沿海经济发达城市,“中学教师研究生化,小学教师本科化”早已成为普遍事实;君不见,用人单位动辄要求“综合成绩排名前 20%”、“担任学校或学院主要学生干部”,阻挡了多少求职者的步伐;君不见,面试现场即兴演讲、动手实践环节屡见不鲜……大学毕业生要成功就业,找到适合自己特点的岗位发展自己,关键就是要有核心竞争力,其中“能力”居于首要位置,如基本工作能力(包括学历、学位)、专业实践能力(包括资格证书等)、求职技能(包括处理信息和自我营销)、心理调适能力(包括身心健康)、职业适

^① 范向前:《从资格概念到能力概念》,《中国大学生就业》,2013 年第 3 期。

应和发展能力,等等。大学生求职就业首先必须要具备这些能力。

(三)来势汹汹的全球化、信息化时代,“竞争”与“发展”成为人才市场的两大主题

首先,在全球化时代,在没有硝烟和战火的求职场上,适者生存、不适者被淘汰的例子屡见不鲜。在用人单位面前,求职者之间的竞争,呈现出竞争对手多元化、竞争过程白热化的特点。高校毕业生所面对的竞争对手,不仅有本校的毕业生,还有外校的毕业生,甚至有从国外“镀金”回来的“海归”乃至外国公民。当然,往年未就业的“校漂族”、“啃老族”也会对你拟应聘的岗位“虎视眈眈”。据《现代快报》报道,在南京春季海外人才交流会暨中高级人才精品交流会上,大多数用人单位给海归一族开出的月薪,与部分国内毕业的本科生相当。这意味着“海龟”已变成“海草”,留学归来人员的工作也不好找。一家生物技术有限公司的人事主管坦言,“现在海归们想单凭语言优势求职,已变得很困难了,关键还是看能力和工作经历”。“海归”尚且还要看能力,国内普通毕业生就更应绷紧“竞争”这根神经,及早发展、提升个人品牌,才能进入用人单位的“法眼”。

其次,在当今这个信息化时代,信息化从一场技术革命转化为一场产业革命,对大学生就业市场产生了巨大的影响。一是信息通信技术的广泛应用引起了就业岗位增减的变化。信息通信技术对就业市场的影响效应是不确定的,它取决于就业岗位所需要的技术升级与劳动者实际的技术升级之间的时滞长短。信息技术手段广泛应用而使一些传统产业部门就业岗位数量减少的同时,信息通信技术服务业又创造出大量的新岗位。二是影响就业方式。由于互联网的普及,人们可以在任何一个地方工作,这直接影响到工作方式和 workplaces 的选择。另外,企业可以通过互联网来细化工作,并在不同位置完成工作。此外,信息化时代还诞生了大量依靠网络办公的自由职业者,他们被称为“SOHO”一族,如自由撰稿人、网店店主等。三是加快了就业信息传递的速度。信息化实现了就业信息资源的快速流通和共享范围的扩大,提高了个人获得和使用就业信息的速度,使得人们能够更快获取和使用就业信息^①。但同时,这也意味着劳动力市场求职的透明度提高了,同一时间内同一岗位竞争的激烈程度加大。毕业生必须要抢占先机,先入为主,亮出自我,才能有效地利用信息,实现成功求职。

^① 《信息化对就业市场的影响》,中国网,2005年10月26日, http://www.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2005-10/26/content_6006323.htm