

年轻人悄然转向制造业： 就业新趋势折射产业新动向

■新华社记者姜琳

年轻人向哪里走，一直以来都被看作产业发展的风向标。招聘机构数据显示，高校毕业生到制造业就业的意愿持续提升。不少制造企业收到毕业生简历数量明显增加，一些先进制造业企业更是成了就业市场的“香饽饽”。

年轻人为何从“逃离制造业”转为“投身制造业”？人才流动潮汐背后有哪些产业更迭与变化？

瞄准“高精尖”，制造业成为大学生就业新选择

10月25日，上海秋季最大规模毕业生招聘会在上海第二工业大学举办。1325家招聘单位近半数属于高新技术企业，吸引了约2.5万名毕业生前来求职。在国资和“专精特新”专区，每家企业摊位前都排起了长队。

“主要奔着代表未来的朝阳行业、科创企业，比较有潜力，薪资待遇也不错。”上海第二工业大学能源与材料专业研三学生小袁投出多份简历，还现场完成了一家心仪企业首轮面试。

与全国一样，上海2024年高校毕业生规模将继续增加。压力之下，不少毕业生选择早动手、广开路，将眼光更多投向前沿行业和高科技领域。

猎聘大数据显示，截至4月末，2023届应届毕业生投递人

数增长最快的十大行业赛道中，智能制造、AIGC（生成式人工智能）、AI大模型排名前三，同比分别增长303.12%、297.27%、235.25%。

从投递行业的占比变化看，互联网、房地产行业分别从2021届的28.92%、12.86%下降为2023届的19.39%、7.85%。而机械制造从2021届的4.47%上升为2023届的9.14%，在15个行业中上升趋势最明显。

“这几年我们也感受到大学生到制造业就业的意愿在回升，在校招中收到的简历数量明显增加，2023届突破了1万份。”陕西汽车控股集团有限公司党委组织部部长孙丕武说，这一方面是毕业生顺应大环境变化，求职路径更加多元；另一方面显示出迈向中高端的“新制造”，对年轻人的吸引力在提高。

西安电子科技大学就业指导服务中心主任张博告诉记者，该校2023届毕业生中有1266人进入制造业就业，占比达26.64%，为历史最高值。

产业“新风口”，打开就业新空间

部分年轻人“脱虚向实”，既有面对激烈就业竞争的转换和调整，更有对制造业数字化智能化发展前景的认同和期待。

“毕业生日趋青睐和就业意愿增强的，是先进制造业、战

略性新兴产业，尤其是新能源、集成电路、工业自动化等行业的头部企业。在这些行业和企业中，相对于传统制造业，他们想去的是数字化车间和智能工厂建设、管理、运维相关岗位。”猎聘副总裁把冉表示。

近两年来，我国持续推进制造强国建设，高技术制造业投资连续保持两位数以上增长。在把冉看来，电气机械、汽车、电子及通信设备等一批技术含量高、韧性强的新产业崭露头角，不少年轻人从中看到了就业新选择、发展新空间。

去年毕业于合肥学院的李志强告诉记者，在入联合肥某车企的一年间，眼见自己所在部门从几十人迅速扩充至一百多人。就在不久前，新能源汽车销量进入“全球前十”的比亚迪，在全国招录了3.18万名2023届毕业生。

在另一个就业热门赛道光伏行业，龙头企业西安隆基绿能科技股份有限公司人力资源部副总经理马福海介绍：“公司业绩持续较快增长，用人需求特别是工程师需求不断增加。2023届校园招聘超过9000人，占比较去年增长50%。”

催生就业新增长点的同时，新兴产业新技术新模式带来的良好薪资待遇和职业前景，也让不少年轻人“心动”。

猎聘大数据显示，招聘人数最多的10个新赛道中，有8个招聘2023届毕业生平均年

薪超过了15万元；“含金量”最高的智能制造、AIGC、AI大模型3个赛道，招聘毕业生平均年薪分别为33.02万元、30.36万元、27.99万元。

在我国已建设近万家数字化车间和智能工厂的背景下，一些年轻人对制造业的印象也在改变。

格兰仕中山工业4.0基地内，机电工程师唐智正在负责一条由17个机器人设计安装的生产线。“我们团队中‘95后’占主力军，大家干劲都很高。”他说，“制造业不像大家想象中那么无趣，它涉及的领域很广，可以尽情发挥年轻人的创意和价值。”

加大紧缺人才培养力度，挖掘更多就业潜力

大学生的回流，无疑壮大了制造业人才队伍，有利于激发创新活力。不过，不少企业反映，目前的人才供给仍不能满足企业智能化、数字化发展所需。随着制造业转型升级加速，人才短缺的问题将会更加突出。

一些制造企业直言，现在来求职的大学生很多，但要从中招到想要的人才不容易。即便学的是相关专业，但知识结构和技术认知都与企业所需有差距，交叉复合型人才才是比较少。

“最需要高水平的工程师，这一岗位我们曾经招聘半年都没遇到合适人才，各家都

在抢。”吉利集团所属雷神动力智能微米工厂总监廖长青感慨地说。

东方汽轮机叶片分厂副厂长曾敬平也表示：“叶片生产线建成‘无人车间’后，仍需要少量技术运维人员。我们想要既掌握机械加工、数控等实操技能，又懂电气技术、信息技术等基础知识的人才，这也是制造业转型中最紧缺的人才。”

按照《产业数字人才研究与发展报告（2023）》，我国数字化人才总体缺口约在2500万至3000万。为强化职业指引、提高人才供给，2022年修订后的国家职业分类大典，首次标注了97个数字职业，新增“数字技术工程技术人员”小类13个新职业。

“我们正在加快推进数字技术工程师培育项目，重点围绕智能制造、大数据、区块链、集成电路等相关新职业，每年培养培训数字技术技能人员8万人左右。”人力资源社会保障部专业技术人员管理司司长李金生介绍。

多家高校也紧随产业发展新方向、新技术、新趋势，尝试深度推动产教融合，通过一系列方式方法把技能、认知“前置”，促进人才供需更加匹配。可以预见的是，随着更多年轻人成长为市场真正所需人才，“制造业招工难”和“青年就业难”的结构性就业矛盾将得到有效缓解。

台州玉环： 有序推进铁路建设



昨日，杭绍台高铁线温岭至玉环铁路漩门湾大桥工程工地上，中铁十四局工人在不同的岗位上，浇筑桥墩、安装现浇梁模板，为海岛早圆高铁梦而有序推进工程建设。

温玉铁路作为浙江省“1小时交通圈”的重要组成部分

分，是长三角经济区连接海峡西岸经济区的便捷通道。温玉铁路也是台州第一条地方性铁路项目，采用PPP模式投资建设。建成后，玉环至杭州将实现全线通车，仅需要1个多小时即可到达。

通讯员吴达夫 摄

毛衣姐姐： 做直播经济“赶潮人”

通讯员鲍嘉、叶银芳报道
毛衣姐姐，原名王改地，1970年出生于河南郑州，16岁开始“闯荡”商海，练过地摊，做过零售、批发、微商。2015年，在第二届世界互联网大会乌镇峰会召开之际，她乘“峰”来到桐乡濮院，之后成为濮院直播经济初代网红达人，现为浙江毛衣姐姐电子商务有限公司负责人。

出走半生，归来仍是少年。这位年过五旬的直播达人，眼神里仍有着少年人的清澈和求知欲。王改地说，自己对世界充满好奇，喜欢踩在“风口”之上的感觉。

2016年6月，她带领3人团队在濮院租下了10平方米的工作室，开启了抖音直播之路。仅用半年时间，粉丝量达到30万。

2021年6月，她租下了1500平方米的直播场地，拥有了自己的电商公司。如今，员工增至40多人，粉丝涨至200万，月销售额最高达500万元。

在局外人看来，直播就是张张嘴，“赚钱可快了”。但对王改地而言，这是大多数人的偏见，直播不仅是卖货，更要保持与时俱进的思维，始终坚持“赶潮”的冲动。

**入局者说——
衣服是有灵性的**

我做了20多年线下生意，但在2008年左右，看到互联网经济越来越红火，就觉得线下批发生意会受到冲击。

2011年，微商正火，我觉得很新鲜，不需要门面照样卖货，于是我立马入局，一做就是4年。

2015年，抖音开始火了。一位朋友对我说：“你看人家做直播带货，生意这么好，你也行。”当时我对电商的概念还停留在京东、淘宝，但好奇心已经蠢蠢欲动。

我当时想，要做直播，就要创自己的品牌，于是创立了“毛衣姐姐”品牌。为了和品牌匹配，我觉得要去原产地才能获得更好的发展。当时在广州和濮院之间做选择。濮院虽然只是一个乡镇，但这里节奏慢生活舒适，烟火气十足，在权衡利弊后选择了在濮院发展。

万事开头难。刚开始直播的时候，粉丝量很重要，当时抖音直播的“底线”是30万粉丝量，所以我做了很多短视频，比如教大家系丝巾、围巾等，最高播放量达到了1000万，那时每天都能涨粉一两万。

曾经的热爱在源源不断回报我。当时大家直播卖货，

基本就是扯着嗓子喊，压低价格，一股上阵冲锋的状态，但我不愿意这么做。

衣服是有灵性的，我会介绍服装搭配、适穿场合，在当时算是一股“清流”。我至今还保持这种直播风格，这形成了我的个人IP。

起初，很多人不看好我。大家都觉得直播属于年轻人，我一个快50岁的人肯定干不了这个。但我觉得，年龄不应成为女性追求价值的阻碍。我的粉丝大多在40岁到60岁这个年龄层，我常常和她们说，50岁的女人一样可以追求美丽，一样可以有优秀的事业。

**有文化和温度的
分享最打动人**

一开始，我们行走的速度太快了，踩着“风口”飞驰，满脑子都是出单带货，以至于没有去观察周边的风景。

最初那几年，我每天早晨4点起床，7点准时开播，一直持续到傍晚才下播。如果业绩不佳，晚上还要再加场，一天十几个小时几乎没有休息。由于人手不足，从选品到发货每个环节都得亲力亲为，最高纪录是一天手写600多份订单。就这样蒙头干了8年。

如今，大家都开始“卷”起来，生意不好做。有一段时间，我特别焦虑，最后开始静下心来反思，思考怎么样去解决问题。

其实大家也能发现，直播经济的爆点已过。接下来，直播会成为生活常态、工作常态，流量会下滑，但不会消亡。

对于“毛衣姐姐”，我也有了更清晰的认识。产品是我们立足的根本，创新是生存的法则。我们的产品要创新、有创造力，才会在行业有竞争力。我希望能沉淀品牌理念，重新解读我们的产品，提高和工厂之间的默契度，加快产品更新。

产品不仅仅是商品，如果我在直播中做了一次有文化、有温度的分享，粉丝的互动就会很热烈，我想这才是最能打动人的环节。前段时间我去安吉直播，结合场景分享运动服装，效果就很不错。

在团队培养上，我更加注重吸纳优秀员工、培养优秀员工，带领团队一起成长，让大家都能从这份工作里找到幸福感、归属感。

作为濮院最早一批直播者，我见证了直播经济的崛起，见证了毛衫人的转型。我希望自己能带来一些积极的能量，带领身边人更好地迈向未来。



婺剧角色“二次元”作品

通讯员郑宇恒报道 近期，一组“二次元”的婺剧角色在网络上火起来，设计者是一名“80后”。她称呼自己为“童童”，还用“火腿村”来称呼金华。她说：“金华是一座非常宜居的城市，火腿又是最为人所知的特产，我觉得这样的昵称会让金华显得更亲切可爱。”

童童是土生土长的金华人，也是一名婺剧爱好者，每当谈起婺剧，她的眼睛就亮了起来，兴致勃勃地“安利”自己喜欢的婺剧唱段。当发现婺剧这颗明珠，大多以艺术的形式存在于舞台上时，今年6月，童童萌生了创作婺剧主题文创产品的念头。她将《僧尼会》《牡丹对课》等婺剧经典唱段中的戏曲形象做成“二次元”，通过印章、冰箱贴、明信片的形式呈现出来。

儿时赶集种下婺剧的种子

“小时候，我会跟着家人去赶集，当时最快乐的事就是在市集上看婺剧表演。”热闹的氛围、精美的戏服以及流畅的武戏给童童留下深刻印象，让她对婺剧一直念念不忘，“当时我听不懂唱词，长大后查资料，看了更多演出，才知道每一位婺剧演员在台上的精彩表现都是花时间与精力练出来的，婺剧的魅力就在他们每一次‘唱念做打’中。”

后来，位于金华文化路上的浙江婺剧团与婺州公园为

童童的生活增添了更丰富的婺剧元素。“我以前住在后街附近，常常路过当时的浙江婺剧团，能听见里面有人练声，而婺州公园聚集许多老戏迷，我偶尔会去看他们排练。这些和赶集时看到的正式表演不同，我看到了演出背后的东西，十分有趣。”

如今，童童在金华古子城经营一家餐厅，她在这里设计文创、策划展览，当别人在听流行音乐时，她会打开婺剧视频，在戏曲声中获取灵感。

文创产品获婺剧名家认可

“我做文创的初衷，就是想通过自己的理解和感受，把金华的特色文化，做成‘二次元’的东西，以年轻化的形式传播。”今年6月至今，童童设计了一系列造型可爱、色彩亮眼的水印产品，并注册了版权，其中以婺剧为主题的作品广受好评。

《僧尼会》根据婺剧滩簧《僧尼会》和昆腔《孽海记》改编，是婺剧经典曲目。以婺剧演员吴光煜的小和尚扮相为原型，童童设计了第一个婺剧形象。“《僧尼会》里的小和尚，不管是妆容，还是‘甩珠’‘抖下巴’等高难度的动作，都非常有辨识度，特别能展现婺剧武戏的精彩。吴光煜老师把这个角色演活了，在我的感知里小和尚就该是这样的，所以这成了我的第一个作品。”

童童在社交平台上分享



婺剧角色“二次元”作品

自己的作品，当她把《孽海记·僧尼会》这一最终成品发到网络上时，吴光煜的家人也看到了。“吴光煜老师的外孙媳妇买了一些周边回去，老人家看到以后非常喜欢，还告诉我这是小和尚不高兴的表情，希望我能再设计一个小和尚笑着的样子。”于是，两个不同表情的小和尚诞生了。

回忆起创作与设计的过程，童童直呼“不容易”。“因为我没有美术基础，不会在电脑上作图，当我有了想法后，只能先粗略画出线稿，再请插画师润色。与我合作的插画师虽然也是金华人，但她对婺剧不了解，为了呈现出更好的效果，我们进行了反复的沟通。”

为了让入一眼就认出这

是婺剧文创，童童优先以《牡丹对课》《白蛇传·断桥》这类更具代表性及知名度的剧目为创作对象。接下来，她想复刻《穆桂英大破天门阵》中的场景，通过立体书的形式，设计出更具冲击力的作品。

将婺剧介绍给更多人

自“集章热”以来，许多人被童童设计的金华元素印章吸引，纷纷前来打卡，其中不乏一些婺剧从业者。童童通过他们了解到更专业的婺剧知识，并将婺剧介绍给更多人。

“前几天来了一群金华艺术学校的学生，都是有下乡演出经验的演员，他们看到这些文创产品都很高兴，说我做得挺不错。”童童借此机会，与这