



毕业生求职 谨防这七大陷阱



当前正值求职季,高校毕业生即将走向职场。在收获岗位录用通知的同时,大家也要小心求职骗局。记者采访了人社部相关司局,梳理了七类常见求职陷阱。

新华社记者 姜琳

陷阱1:黑中介乱收费

一些非法职业介绍机构以招聘为名,收取高校毕业生报名费、服装费、体检费、培训费、押金、岗位稳定金、资料审核费等各种费用。有些中介机构与不法用人单位合作,先以推荐工作为名收取费用,毕业生到用人单位入职时,不法用人单位再编造各种理由拒绝毕业生上岗或中途辞退。还有些机构向毕业生承诺提供高薪实习岗位,但毕业生必须缴纳相关服务费用。

防范提示:毕业生要谨记,应聘工作本身不需要任何费用,对于将先交费作为条件的招聘面试实习等都需谨慎对待,核实有无收费的法律依据。求职时应优先选择公共就业人才服务机构和具备《人力资源服务许可证》的正规市场中介机构。

陷阱2:高薪兼职实为诈骗

一些诈骗分子打着高薪兼职、点击鼠标就能赚钱、刷单返现等幌子进行诈骗。其特点是门槛较低,号称轻松兼职、薪酬丰厚。

防范提示:不要轻信既轻松又赚钱的好事,应了解当前岗位的市场薪资水平,明白天上不会掉馅饼,掉下的往往是陷阱;同时注意个人信息安全,不要轻易泄露银行卡、网银、支付宝等密码信息,不要随意打开陌生网址链接。

陷阱3:培训就业背负高额借贷

个别中介机构或用人单位以高薪就业作为诱饵,向高校毕业生承诺培训后包就业,但须向指定借贷机构贷款支付培训费用。培训结束后,培训机构往往难以兑现承诺,或推荐的工作与原先承诺相差甚远,毕业生可能会面临身负高额借贷又没有实现就业的不利局面。

防范提示:毕业生要看机构或企业经营范围是否包含培训内容,看承诺薪资是否与社会同等岗位大体一致,慎重签署贷款协议或含有贷款内容的培训协议。一旦发现被骗,立即向有关部门报案。确有需求参加职业培训的,请到当地人力资源社会保障部门官方网站查询公布的正规培训机构。

陷阱4:误入传销圈套

传销是指组织者或经营者通过发展人员,要求其缴纳费用或者以购买商品等方式,取得加入或发展他人的资格,牟取非法利益的行为。传销一般以亲友极力推荐的途径传播,基本都以轻松赚大钱、无需面试直接上岗为噱头。传销面试或工作地点都比较偏僻且转换频繁,公司业务不能清晰说明。

防范提示:传销属于违法行为,在求职中要了解传销的基本特征,对发展下线的宣传,要保持头脑高度清醒,防止陷入传销设计的圈套中。如果不慎进入传销,在确保人身安全的前提下,第一时间脱身报警。

陷阱5:合同签订不规范维权难

在合同签订过程中,个别用人单位为降低用人成本、规避用工责任而侵犯高校毕业生合法权益。有的仅签订《就业协议书》,或以谈话、电话等口头形式约定工作相关事项,没有签订书面劳动合同。有的合同内容简单,缺少工作岗位、工作地点、工资、劳动条件、合同期限等具体内容。有的以少缴税款为由,同时准备两份不同薪资的“阴阳合同”。有的包含“霸王条款”,要求几年内不得结婚、无条件服从加班、试用期离职不结算工资等。

防范提示:在签订劳动合同前,应与用人单位认真协商、慎重对待,不可草率签订。要注意劳动合同是否

具备劳动合同法规定的必备条款(用人单位基本情况、合同期限、工作内容和地点、工作时间和休息休假、劳动报酬、社会保险、劳动条件等),特别要高度警惕其中于法无据、明显不合理的条款,防止掉入陷阱,难以维权。

陷阱6:假试用、真使用

有的用人单位超过法定上限约定长时间试用期,或者重复约定试用期。有的用人单位以试用期为由,支付工资低于当地政府规定的最低工资标准,或者不缴纳社会保险。还有的用人单位为了降低用人成本,大量招聘应届高校毕业生,试用期约定较低的工资,等试用期结束后,便以各种理由解聘。

防范提示:试用期最长不超过6个月,同一用人单位与同一劳动者只能约定一次试用期;以完成一定工作任务为期限的劳动合同或者劳动合同期限不满3个月的,不得约定试用期;劳动合同仅约定试用期的,试用期不成立,该期限为劳动合同期限。试用期内,应正常缴纳社保,工资水平不低于单位相同岗位最低档工资或者不低于劳动合同约定工资的80%,并不低于当地最低工资标准。

陷阱7:玩文字游戏美化岗位

有的用人单位故意夸大单位规模、业绩、发展前景、工资和福利等,有的玩弄文字游戏,对招聘职位的工作内容模糊处理,将销售员、业务员等职位美化成“市场部经理”“事业部总监”等有诱惑力的名称。

防范提示:高校毕业生可通过企业官网、媒体报道、工商登记注册信息等查询用人单位基本情况,仔细甄别各类招聘信息。要详细询问岗位信息、工作内容,不要盲目轻信。对长时间大量招聘、离职率高的公司,要提高警惕。

创新+跨界“老字号”拥抱新时代

新华社记者 桑彤 杨有宗 谢希瑶

《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》提出,“打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。在5月10日至14日举行的2023年中国品牌博览会现场,凤凰锂电助力自行车、豫园预制食品品质构分析仪、回力数字资产球鞋……众多“老字号”齐聚一堂,向世界展现中国品牌的创新力、跨界力和想象力。

抢抓新赛道:吹响产业升级的号角

20世纪80年代,上海品牌凤凰自行车就已进军国际市场。如今,凤凰通过嫁接新能源技术向中高端市场持续攀升,希望能弯道超车。

在中国品牌博览会现场,凤凰带来了四辆供应欧美不同市场的锂电助力自行车。

上海凤凰企业(集团)股份有限公司品牌运营部总监甘霖介绍,锂电助力自行车是当下的一个风口,它起源于日本,流行于欧美,在传统自行车的基础上增加了电机、传感器、控制器等,以“人力+电力”的混合动力模式运行。

记者了解到,在两轮骑行领域,电动化已成为一个趋势,凤凰是这一领域的首批入局者,其推出的锂电助力自行车已在海外多国上市销售。

甘霖透露,早在2019年,凤凰就已组建锂电产品的专业研发和业务团队,开设专业锂电产品制造工厂,并搭建锂电上游供应链合作。“最近三年,自行车出行渐受欢迎,对凤凰来说是巨大的契机。我们希望在锂电助力自行车的新赛道上强化自主创新,发展高端制造和智能系统,一起吹响产业升级创新的号角。”

拥抱新科技:适应消费新需求

在中国品牌博览会现场,“老字号”拥抱新科技无处不在。比如,为适应时代需求,餐饮老字号纷纷推出预制菜,通过辅助工具的创新,提升质量、延展品牌生命力。

在拥有17个“中华老字号”品牌的豫园股份的展台一隅,穿着防尘实验服的工作人员正在操作食品品质构分析仪,这是豫园布局预制菜新赛道的研发“利器”。豫园文化饮食科创中心研究员聂蔚在现场展示了一块肉如何通过质构分析仪来分析其酥烂、脆度、弹性等特质,保障预制菜产品的口感与质量。

经过科创中心的研发,上海德兴馆大汤包、上海老饭店肚肺汤、松鹤楼松鼠桂鱼等“老字号”预制菜产品,都已成为经过市场验证的爆品。

同样是预制菜领域,“中华老字号”广州酒家与格兰仕合作打造的“无人零售+智能烹饪解决方案”,展示了“一键填饱肚子”的打开方式。

在广东展区,记者看到粤菜师傅现场给大家“烹饪”美食,只要在微波炉前扫一扫外包装上的条形码,微波炉就会自动识别出菜品、分量,并智能匹配最佳烹饪时间与火

力,几分钟后一份正宗的广式点心就能食用了。

同时,为贴合数字时代的便捷需求,预制菜微波炉还可实现远程控制,满足中央厨房、便利店、机场、高铁站等不同场景下的智能烹饪需求。

引领新消费:跨界打造“新网红”

随着年轻消费群体的崛起,企业开启跨界共创新姿势,“老字号”纷纷转型为“新网红”。

上海华谊集团旗下“老字号”品牌回力亮相中国品牌博览会,除了带来消费者熟悉的经典WB-1低帮篮球鞋和565型篮球鞋以外,还带来了众多新款联名鞋。“不服老”的回力更是打造了“数字资产”,实现“老字号”的逆生长。

据介绍,2022年,回力首发数字资产“回力DESIGN元年”,是上海数据交易所数字资产板块成立以来发布的首个数字资产,通过数字资产可兑换购买限量球鞋的权益。受到消费者热捧后,回力又推出了国内首款AR数字资产“哎啊兔”并在上海数据交易所完成登记,通过AR技术进一步提升数字资产的可玩性和消费者的体验感。

与此同时,百年画材品牌马利不仅演绎了新潮中国色,还主动拥抱时代变化,在保证品牌延续经典、传统的同时,积极迎接年轻和未来。其通过虚拟形象代言人和Q版形象以及先进的数字技术,赋予品牌创新、多元、时尚的属性。

为充分释放“老字号”的创新活力,商务部等五部门于今年年初联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》。商务部副部长盛秋平说,“‘老字号’在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。”