

### 陷阱1 伪造资质骗取信息

一些非法职业介绍机构以介绍工作为名,向求职者变相收取各种名目费用,其典型特征是没有人力资源服务许可等相关资质,冒充或伪造相关资质骗取求职者信息。这些非法职业介绍机构即便提供了岗位信息,也是与高校毕业生需求不匹配甚至虚假的就业岗位。

#### 防范提示

高校毕业生求职时,应当优先选择公共就业人才服务机构和正规市场中介机构,对市场中介机构应了解其经营范围是否包含职业介绍业务,是否具备人力资源服务许可证。与市场中介机构签订协议时,不要轻信其口头承诺,一定要看清签约的内容,不要盲目签字。

### 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 以招聘为名乱收费

用人单位或者中介机构以招聘为名,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等都需要谨慎对待,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4 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

高校毕业生要增强辨别意识,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,注意保留相关材料。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。



当前正值求职季,高校毕业生即将走向职场。人力资源和社会保障部日前发出预警,提醒毕业生在收获岗位录用通知的同时,也要小心求职骗局。一旦遭遇以下八类“求职陷阱”,应立即拨打12333电话或前往人力资源社会保障部门投诉举报。如果人身安全受到威胁或伤害,立即向公安部门报警。

# 求职存在八大陷阱 毕业生注意避坑



### 陷阱5 误入传销圈套

传销是指组织者或经营者以亲友极力推荐的途径传播,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6 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。有的劳动合同内容简单,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

高校毕业生在签订劳动合同前,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7 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

试用期有不同的时限限制,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。

### 陷阱8 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。

(综合新华社、中国青年报)

## 促消费 扩就业 助企业

——看服务业数字化发展如何影响你我生活

国家互联网信息办公室5月23日发布的报告显示,我国数字经济规模已达50.2万亿元,总量稳居世界第二。数字产业规模稳步增长,数字技术和实体经济融合日益深化。

服务业数字化为生活带来了翻天覆地的变化。记者采访发现,服务业数字化持续深入推进,有效激发消费、促进就业,同时助力服务业中小微企业数字化转型发展。

### 提供优质消费体验 激发消费潜力

如今,日常生活已难离支付宝、微信、美团等App,购物、聚餐、点外卖、交水电煤气费等大量日常生活开销几乎只需一部手机即可完成。服务业数字化发展带来便捷、高效的消费体验,大大提升了人们的生活质量。

服务业数字化在带给消费者便捷服务的同时,也帮助商家提升服务质量。

日前,中国社会科学院财经战略研究院发布的《平台社会经济价值研究报告》提到,在餐饮行业,通过桌面点单系统,人均消费增加了10%至20%。在平台协

同下,商家将线上线下流量统一运营,能快速增加用户和流量,带动营收增长。

报告认为,平台推动商家深化对线下流量运营,可进一步提升服务体验,深度挖掘用户价值,增强用户黏性,提高核心竞争力。

与此同时,一些数字服务平台通过创造新的服务场景与服务模式,释放更多消费需求。比如“即时零售”以即时配送体系为基础,形成了高时效性的“到家”消费业态;依托大数据、人工智能、区块链等技术建立信用体系,使中小商家快速积累信用资本,推动生活服务交易效率有效提升。

中国社科院财经战略研究院服务经济研究室主任刘奕表示,互联网平台在促消费上显示出巨大的潜能与韧性。

### 催生新职业形态 提供多元就业渠道

近年来,随着服务业数字化发展的不断深入,主播、骑手等一大批新职业形态应运而生。

此次中国社科院发布的报告显示,数字经济与实体经济的融合使得“互联网+”在各行各业广泛渗透,由此诞生的新模式、新业

态推动就业朝着形态多样、形式灵活的方向快速变化,这一过程创造了大量的就业机会,并且不断涌现新的职业类型。

扫码就能找工作、一键申请打“零工”、薪水日结还带保险……数字技术还带来招聘和就业效率的提升,求职者尤其是灵活就业人员在找工作时,不再需要东奔西跑,求职过程更加方便高效。

此外,服务业数字化发展也催生了更多就业新形态。例如“直播带岗”,从“人找工作”转向“工作找人”,大大提升人岗匹配率。据统计,近4个月招聘机构通过支付宝平台上线近1000场就业直播,累计观看超6000万人次。

中国服务贸易协会副会长兼秘书长仲泽宇表示,未来应发挥平台在聚合劳动力需求、解决就业信息不对称、提高技能认定可靠性、降低创业门槛等方面的作用,实现对就业效率、就业质量等多维度助力。

### 探索新路径 助商家跨越“数字鸿沟”

近年来,服务业数字化进程

不断向前发展,但其中存在的难点、痛点也不可忽视。

上述报告显示,有意愿有能力进行数字化并能够独立运营App的商家不到1%,但现有数字化方案的高门槛、高成本和高人力资本要求,使大量商家难以跨入数字化的门槛。

基于此,中国社会科学院大学平台经济研究中心执行主任李勇坚在报告中指出,在符合中国产业特征的数字化实践中,商家企业、服务商、平台、消费者四方协同,根据不同企业特点提供低成本、低门槛、低人力资本需求、可信任、更精准的数字化解决方案,使数字技术真正普惠不同行业中小微企业。

数字化工具对服务业商家经营降本增效作用明显。报告指出,2022年,在支付宝平台产生交易的小程序商家小程序GMV(商品交易总额)同比增长49.2%。

仲泽宇表示,不能让技术与成本成为产业数字化升级转型的“拦路虎”,产、学、研多方共同努力,让中国服务业发展更上一层楼。

(新华社)

### 数读数字中国

## 2022年

●我国数字经济规模达**50.2**万亿元,总量稳居世界第二。

●电子信息制造业实现营业收入**15.4**万亿元,同比增长**5.5%**。

●软件业收入跃上十万亿元台阶,达**10.81**万亿元,同比增长**11.2%**。其中,信息技术服务收入达到**70128**亿元,同比增长**11.7%**,占全行业收入的比重达**64.9%**。

●电信业务收入达**1.58**万亿元,同比增长**7.5%**。

## 截至2022年底

我国网络视频用户规模近**10.31**亿,网民使用率达**96.5%**。其中短视频用户规模首次突破**10**亿,网民使用率达**94.8%**。

网络直播用户规模达**7.51**亿,同比增长**6.7%**。

网络游戏用户规模超过**6**亿,占网民整体的六成以上。

