

“自雇经济”崛起，你准备好了吗？

甘维是一名自由摄影师，曾在一家公司负责宣传业务，近年来在家附近租了一套房子当作摄影棚。他告诉记者，摄影是他热爱的事业，他不喜欢朝九晚五、按部就班的生活，现在就是他理想的生活状态，之前工作积攒的经验和客户让他现在能够自由支配时间、自由选择想要合作的对象。

年轻人离开传统职场，加入“自雇经济”大军，似乎已成为一股悄然流行的风潮。在数字经济与平台经济蓬勃发展的背景下，职业类别也变得更为多元：知识分享、技能服务、内容创作、付费咨询等都成为职场人士就业谋生的新方式，“自雇经济”正迅速崛起。

◆ “劳动者只需拥有一台电脑”

2020年，年过35岁的万艳突然产生了很强的职场焦虑。随着阅历的增长，她强烈地感受到职场可选择的机会越来越少。“因为我已经处在了高等教育行业顶级的公司里，跳槽选择空间极少。如果为了求稳维持现状，是我不希望看到的结果。”回顾当时离开的原因，万艳这样告诉记者。

正是在这一年，万艳决定离开传统职场，成为一名独立的“职场优势教练”，主要帮人做职业生涯咨询，“如果职场人士遇到职业困境，我可以从每个人的优势出发，协助他们解决困扰”。

从事自由职业远比起前的全职工作忙碌。万艳告诉记者，她通常会会在6点半开始读书或写作，早餐后就开始为当天的咨询工作提前做准备。“当一个咨询结束之后，我还要花三五个小时写复盘报告。晚上有时候会为接下来的咨询或一些外部合作提前做些准备，或是留出时间学习，让自己保持专业能力和知识的提升。”有时候一天要忙12个小时甚至更久，但她感到充实，“并不会像上班那样总感觉身心疲惫”。

郝威则这样描述自己离开上一家位列全球500强的大型企业后，彻底成为自雇人士的感受：“我找到了大学时那种自由成长的感觉。所有的事情都是自己想做的，所有的决定都是自己做。简单说，不再内耗。”

虽然上述受访对象的选择未必符合大众“求稳”的传统心态，但这却是新时代人们就业观念变化的真实写照。他们希望拥有更灵活的工作时间，做自己喜欢的事，在追求自我价值的同时赚取收入。随着数字经济和平台经济的发展，自雇已经成为一种较为普遍的选择。

与人们印象中传统的“打零工”不同，更多选择自雇的年轻人拥有比较丰富的工作经验和社资源。北京师范大学经济与工商管理学院人力资源管理系副主任许志星认为，当前的自雇模式与过往的“个体户”不同，是时代进步的一种表现，会成为越来越多年轻人的职业选择。他对记者表示：“随着技术进步，供需对接问题得到有效解决。如今的劳动者只需拥有一台电脑，就可以不依附于其他生产资料，创造出生产价值。”

◆ “一个人的战斗”

对于选择自雇的人来说，成为自由职业者的这条道路并不只意味着真正的自由。许志星表示，自雇就业者收获了自由，但是与之相对的责任也会转移到个人身上。人们需要为自己的职业生涯负责，这在能力、人脉和心理素质三个方面对自雇职业者提出了更高的要求。“在自雇就业模式下，很多时候就业者都是一个人在战斗。心理韧性高、抗压能力强的人更适合这一模式。”

尽管很多自雇从业者已具备了能力、人脉的资源优势，但安全感缺失仍是当前面临的一大问题。甘维告诉记者，若长期间接不到单，内心会很慌张，因为房租、设备，每一样都需要花钱。而且，为了以后养老有保障，五险一金都需要自己全额缴纳，“没有钱进账是一件很可怕的事情”。

在自雇模式下，个体的技能培养成本随之转嫁，这也增加了自雇从业者的压力。万艳向记者坦陈职业转型遭遇“低谷期”时的焦虑：无论过往经历多丰富，转行都意味着要经历一段低谷期。经济收入会同样遭遇低谷期。“我并不想要为了赚钱而做教练，可没有客户就没有收入来源。如何在两者之间取得



平衡，常会让我焦虑。”

对于自雇人士而言，系统的知识技能培训和定期的人际交流是帮助他们化解危机感、提高个人成就感的有效方式。郝威告诉记者，他曾借助微信平台开设水果美食微店，也在上海经营过实体咖啡馆，如今选择成为一名健康财富规划师，行业相对完善的知识体系与职业通路让他再一次感到“人生到了refresh(刷新)的时刻”。

◆ “社会需要关注到新的情绪”

有分析报告指出，包含自雇经济在内的灵活用工行业发展迅速，并呈现渗透率提升、

劳动者地位提高、行业规范化及数字智能化不断提升等趋势。

在产业转型升级的背景下，中国大量劳动力正在从传统制造业转移到数字经济、共享经济领域。同时，企业也愿意将一些项目外包给自雇就业者，因为这让组织可以对外界环境变化快作做出反应，也可以极大降低组织的成本。能够线上、居家办公的自雇模式正在成为新的趋势。

“自由职业看似自由，但其实也是一个相对孤独的职业，是非常需要支持系统的。”多名受访者在接受采访时表达了类似的观点。“自雇经济”浪潮之下，自雇就业

人员需要不断保持职业生涯的可持续发展，在自身主动出击，积极求变的同时，更需要来自社会的系统性支持。“如何完善法律、保障个体的各种劳动权利或就业权利、为自雇就业者提供更好的工作环境，是需要整个社会共同思考的问题。”许志星表示，传统劳动法关于权益保障的规定大多为稳定就业而设计，自雇模式下，社会需要关注到新的情绪。

相关的法律措施已在不断涌现及优化。2022年3月1日开始实施的《互联网信息服务算法推荐管理规定》第二十条规定，算法推荐服务提供者向劳动者提供工作调度服务的，应当保护劳动者取得劳动报酬、休息休假等合法权益，建立完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法。2022年10月，《促进个体工商户发展条例》发布，其中也对个体工商户健康发展、权益保护、社会保障等多方面进行规范。

《中国灵活用工发展报告(2022)》蓝皮书显示，2021年我国有61.14%的企业在使用灵活用工，企业更倾向于扩大而非缩减灵活用工规模。根据前瞻产业研究院《中国人力资源外包(HRO)行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》测算，2025年中国灵活用工行业市场规模将首次突破万亿规模，灵工劳动者的福利水平将随着新的五年计划发布而得到进一步提升，行业复合增长率有望提升至15%的水平，预计到2027年行业市场规模将突破1.5万亿元。

“在巨大的增长潜力面前，相应的法律机制和社会保障未来还有提升空间。”许志星表示，只有社会和政府都做好应对准备，自雇模式才能让更多劳动者受益，自雇经济才能高质量地发展，形成新动能。

本报综合消息

年轻人为啥不换新手机了？

你有多久不买新手机了？近日有报告显示，一季度，全球手机市场出货量大幅下滑，一些知名品牌的手机出货量都同比两位数下降。手机市场发生了什么？

品牌手机出货量下滑严重，三星苹果也难避免

根据市场调查机构Counterpoint Research公布的最新报告，2023年第一季度全球智能手机市场出货量为2.802亿部，同比下降14%，环比下降7%。这是自2013年以来最疲软的假日季度。

照此计算，仅仅一季度，全球手机市场出货量就同比减少了约4500万部。

另外，上述报告指出，2023年第一季度，中国智能手机销量同比下降5%，是2014年以来销量最低的第一季度。

不过值得注意的是，国内手机市场相比前几个季度两位数的同比降幅，今年一季度同比降幅已有所改善。另外，一些国产手机品牌表现优异，例如在高调回归中国市场后，一季度一加手机销量同比增长200%以上。

但大部分手机品牌一季度业绩并不如意，Counterpoint Research报告指出，OP-PO、小米、vivo都经历同比两位数下滑，即便是三星，一季度出货量下滑19%。

在近日苹果发布的截至3月31日的第二财季报告显示，该季度营收948亿美元，同比下滑3%；净利润为241.6亿美元，同比下滑3%。

即便是主打海外市场的传音控股，一季度手机营收同比也下滑18%，为84亿元；手机出货量3600万部，其中智能机1300万部，同比下滑20%。

手机为啥卖不动？创新乏力或是关键

平安证券发布的研报分析称，当前全球经济下行压力持续加大，下游消费需求疲软，叠加手机创新边际减弱且产品同质化严重，智能手机行业步入存量替换阶段，根据IDC统计数据，2022年全球智能手机出货量同比下降11.3%至12.1亿台。

通信行业资深观察人士、中关村信息消费联盟理事长项立刚接受记者采访时分析，除了经济原因，更深层次是因为手机行业没有新的技术突破来拉动出货量，尤其是苹果、三星创新乏力，国内市场华



为手机又遭打击，所以消费者购置新机意愿并不强。

Counterpoint Research报告指出，除了受到全球经济不振影响外，智能手机市场也受到一些主要品牌新品供应减少的打击，另外，消费者也在选择减少更新频率，购买时选择更耐用的智能手机。

确实，目前不少手机都比较耐用，现实中也有一批手机“钉子户”，到现在他们还在用着几年前发布的机型，例如iPhone 6 Plus或小米6等。甚至是小米CEO雷军对此都“头疼”，4月份，小米13发布后，雷军调侃，“现在还有人在用小米6吗？推荐升级到小米13。”

手机出货量的锐减除了给手机厂商本身带来影响外，对上下游产业链也带来冲击。项立刚表示，手机终端的出货量不足，它的上游，比如说屏幕、电池、摄像头等相关配件生产都会受影响，甚至波及原材料。

Tech Insights报告指出，2022年全球智能手机内存市场规模同比大幅下降23%，DRAM和NAND产品价格也大幅下降。智能手机NAND闪存市场的总收入同比下降了20%，智能手机DRAM市场收入下降26%。

换新周期拉长，年轻人也没动力换手机？

值得注意的是，被寄予厚望的年轻消费者，也不再频繁更换新手机了。

艾瑞咨询今年3月份发布的报告显示，79.5%的Z世代更换手机频率在1年至3年之间，75.9%的人偏向定价2000元至6000元的机型。而据平安证券的研报称，用户换机时长拉长至43个月。

艾瑞咨询报告还显示，手机数码消费已经进入注重消费者体验的新阶段，对于Z世代消费者，手机数码不仅仅是功能型产品，而是代表了其专属的审美态度和价值认同，一种基于消费理性、品牌信任与文化认同的良性交互关系正在慢慢成形。

有消费者对记者表示，“手机里面存了大量的照片等资料，懒得折腾。”还有消费者表示，有换机需求，但想等等新品，目前手机的功能对自己吸引力并不大。

还有用户称，“有那闲钱还不如去旅游吃烧烤呢，现在手机就挺好，拍照够用。”这就好比坐着公交去酒吧，主打的就是“该省省该花花”。

你呢，多久才换一次手机？

本报综合消息