

核心话题

年轻人不愿进工厂的深层次原因是什么？

近年来,年轻劳动力的供需市场出现了一定程度的失衡,一面是广大制造业工厂存在不同程度的招工难问题,即使工厂提高待遇也难招到合适的工人,另一面则是年轻人即使选择外卖、快递等服务业,或者干脆不工作也不愿意进入制造业当一名流水线工人。

对此,很多老一辈的工人认为问题主要出在年轻人身上,批评他们缺乏吃苦耐劳的精神,而年轻人则认为在工厂工作不仅辛苦赚钱还少,更没有发展前途。双方似乎都有道理,要真正弄清这个问题还需要从供需两个方面进行深入分析。

先说供给端,现在年轻劳动力的主力军是90后和00后,他们无论生长环境还是受教育程度显然都比老一辈要好,在择业时自然而然地也会更加关注工作的性价比,如果还拿老一辈的眼光看待当前的年轻人显然不合时宜。现如今很多工厂能给年轻人提供的工作仍然是流水线工作,工作时间较长、强度较大,工作与居住环境不佳,能提供的薪水也没有较强的竞争力,各种制度非常严格,员工

文/范欣



作者为财经评论员

很多老一辈的工人认为问题主要出在年轻人身上,批评他们缺乏吃苦耐劳的精神,而年轻人则认为在工厂工作不仅辛苦赚钱还少,更没有发展前途。

稍有不慎就会被扣钱,更为重要的是缺乏发展机会。与此相对应的是,网约车、外卖送餐、快递等行业虽然工作同样辛苦,但时间相对自由,在大城市获得的薪酬水平也高于工厂流水线。年轻人有较大的结婚买房和生存压力,在此背景下,年轻人当然不会把进工厂工作作

为优先选项,这其实与吃苦耐劳精神并没有多大关系。当然,从事这些行业的年轻人也有一个普遍的特点就是学历不高、专业技术能力欠缺。

再看需求端,我国是全球制造业大国,制造业增加值连续12年位居世界首位,每年生产大量的商品供全球消费者购买使用,且产品门类一应俱全。另一方面,我国整体制造业“大而不强、全而不优”的问题近年来虽有所缓解但目前仍广泛存在,主要表现在一些高附加值商品的关键零部件存在“卡脖子”问题,如iPhone,我国赚的仅仅是组装和一些零部件生产环节的钱,附加值最高的设计部分、核心零部件如芯片等的钱则被国外公司赚走,居民日用产品行业基本上也是同样的情况。我国传统劳动密集型行业受东南亚国家制造业竞争压力较大,不能给流水线上的员工提供较高的工资水平、较好的工作环境、健全的保障体系以及为员工提供培训、职业发展机会等,这也必然导致年轻人不愿进入工厂工作。

由此,年轻人不愿意进工厂的原因就清晰起来,主要是制造业转型升级速度滞后于经济

社会的发展。未来随着人口结构的变化,年轻劳动力会逐渐减少,特别是社会平均工资水平的提升与全球大宗商品价格持续高位将让传统工厂压力进一步增加,如不及时进行转型这一矛盾会更加突出。

制造业强则国强,制造业不仅能为社会提供丰富的就业机会,也是社会的稳定器,更能促进社会的进步,提高科技发展水平。相比制造业,服务业虽然同样能吸纳广泛的就业,但说到底是依附于制造业的,全社会过于依赖服务业会造成产业空心化问题,只有制造业足够强才能提高居民整体收入水平,整个社会才能实现良性发展。

其实,当今的制造业强国德国、日本当年也曾面临同样的问题,两个国家都曾出现过其生产的产品质量较差而被“贴”上廉价和劣质标签的情况,工厂盈利能力不足导致在就业市场上没有竞争力。他们之所以能最终成为制造业强国,其中的奥秘总结起来在于以下几条:在仿制的过程中不断创新、抓住技术变革所带来的机会并逐渐掌握行业标准向

产业链高价值端延伸、严控产品品质、建立起梯队式人才培养机制并为员工提供舒适的工作环境、福利保障、完备的职业教育体系,最终培育起世界性的工业巨头企业以及围绕在这些企业周围众多的“专精特新”制造业企业。

我国当前在某些领域其实已经开始出现这样的企业,最为典型的汽车产业。曾几何时,国产车质量与性能的确不如合资车,买国产车就是图便宜,而如今的汽车市场早已今非昔比,在燃油车领域,国产车陆续涌现出能与合资车竞争的国产新势力品牌,同档次车型国产新势力品牌功能配置更高且价格更低,使得很多车型一上市就供不应求,提车还需等待较长时间。在新能源车领域更是形成了国产车对外资车的合围之势,国产品牌销量并不低于外资品牌。由此,这些国产汽车厂商的规模和利润水平也逐年提高,继而这些国产汽车厂商给员工提供的工资待遇、工作环境也相对于其他传统制造业有较强的竞争力。更重要的是,这些车企周围还诞生了一系列

为其提供关键核心零部件的“专精特新”小企业,这些小企业有些已经将国外关键技术本土化,大幅降低了成本。

未来,随着人口结构的变化和国产车企盈利能力的提高,可以预见的是,在这类工厂中一些枯燥且缺乏技术含量的流水线岗位将逐渐实现“机器换人”,这样不仅能减少人力成本,更能提升产品的品质,未来企业更多需要的是一些有技术能力的新时代工人。其他行业本质上与汽车行业相似,这也要求我国教育体系应进行针对性的改革,逐步加大职业教育力度,为新时期的制造业提供更多专业化的人才,促进我国制造业整体加快转型升级。

综上,当年轻人宁愿去送外卖、跑网约车也不愿意进工厂表面上看是由于他们缺乏老一辈吃苦耐劳的精神,深层次原因则是我国制造业处于转型升级的关键时期,传统劳动密集型制造业的流水线工作性价比已低于互联网服务行业,未来随着我国制造业转型升级进度的加快,专业化人才需求缺口会逐步扩大,这也要求我国教育体系更多地偏向职业教育和专业教育。

囊中江湖

我国医疗投资方兴未艾

当前,我国人口老龄化速度正在加快,慢性病群体的范围也逐渐扩大,目前已经超过3亿人,对卫生医疗体系提出了更高要求。同时,我国居民收入水平持续提高,对医疗健康服务的标准和层次也随之提高,相应的支出也在大幅增加,这些因素都支撑医疗需求不断扩大,推动了相关产业的发展,根据艾媒咨询数据显示,我国大健康产业营收规模从2014年的2.5万亿元增长到2020年的7万亿元,呈现出明显加速态势。但是,与发达国家相比依然存在较大差距,美国、德国、法国等医疗卫生支出占GDP的比重都超过10%,经合组织国家比重平均为8.8%,而我国目前占比为6.6%,考虑到我国经济的体量规模,医疗健康行业还有较大的发展空间。

我国医疗健康行业基础较弱、起步较晚,行业发展初期科技含量也不高,缺乏想象空间,因此资本关注相对较少,对医疗企业的投资布局也是零散

文/骆振心



作者为经济学博士

随着我国医疗健康行业巨大空间逐渐展现,医疗行业也渐渐成为投资新大陆,吸引了风险投资、创业投资、产业资本等各类投资资金进入。

的,资本对行业发展的推动作用有限。2015年被看作是医疗行业投资的分界线,这一年,互联网医疗开始成为投资机构热捧的对象,互联网问诊、互联网医院、医药电商成为投资的重点,其主要原因不是医疗行业内因素所驱动,而是基于互

联网向医疗健康领域的渗透,只是互联网改造传统行业的一个分支,可以说,互联网医疗投资是TMT行业投资的外溢,但是带动了整个医疗行业投资的兴起,医疗行业逐渐成为一个独立、热门的赛道和投资领域。但由于是依靠外部力量推动,因此医疗健康投资的第一次热潮,在互联网“共享经济”等泡沫破灭后迅速消退。

科技创新是驱动医疗健康行业发展的关键因素,科技的重大突破往往给投资带来丰厚的回报,近年来在世界范围内,生命科学进步迅猛,新企业和新项目如雨后春笋般涌现,资本对医疗科技进步的关注也达到前所未有的程度。我国的医疗行业也孕育了一些新的机遇,主要集中在两个方面:一个是在生物基因测序编辑、肿瘤免疫治疗、干细胞与再生医学、生物医学大数据等新兴领域,在这些领域我国与发达国家的差距相对较小,有希望与国际先进国家“并跑”。另一个是在我国的常见病领

域。我国疾病谱具有明显特点,比如胃癌、食道癌、肝癌在我国高发,且死亡率较高,还包括国内的一些“罕见病”,这些领域我国具有丰富的临床资源,医药研发的投入也较大,培养了一批科学家和专业技术人才,有望实现重大突破。这些领域由于存在较好的科技基础,有望取得科技突破,因此,是医疗投资的重点方向。

近年来,虽然经济下行压力加大,资本市场出现较大波动,加之基金监管趋紧,创业投资募集资金难度加大,部分行业的投资步伐放缓,但我国医疗健康行业投资总体上呈现稳步上升的态势。据智研咨询数据显示,从2015年至2021年,我国医疗健康领域投资交易事件稳步上升,交易事件数量从904起一路攀升到1577起,交易总金额从866亿元增加到3971亿元。医疗健康投资在经历2019年的短暂放缓之后,在新冠肺炎疫情的影响下迅速强劲回升,2020年同比增速高达83.1%,资本源源不断涌入医

疗健康领域,使其成为最热的投融资赛道之一,投资不断创出历史新高。

随着我国医疗健康行业巨大空间逐渐展现,医疗行业也渐渐成为投资新大陆,吸引了风险投资、创业投资、产业资本等各类投资资金进入。资本成为医疗健康行业发展的关键因素,尤其是机构投资者扮演了重要角色,投资机构大体可以分为四类:第一类是风投机构,既有红杉资本、新加坡政府投资公司等国际投资机构,也有君联资本、经纬中国等本土创投公司,这些机构长期在风险投资领域深耕,具有基金募集的优势和运营创投企业的经验。第二类是大型医药企业,包括恒瑞医药、药明康德都成立了投资基金,这些医药企业都是行业领先者,在医药人才、技术和知识上具有明显优势,对行业发展的趋势看得比较准,围绕企业的战略布局投向一些高成长项目,增强医药企业的协同性,提升在整个行业的竞争力。第三类是大型互联网企业,

包括阿里、京东、腾讯、小米等互联网巨头,也纷纷对大健康产业加码布局,主要是通过收购和投资的形式,利用互联网流量来为医疗健康产业赋能。还有一类是产业资本,主要是政府投资基金,武汉、济南等市都成立了专门的医药投资基金,独立运作,集中投向医药企业和项目,不少地方政府的产业基金中专门安排一部分额度来投资医疗健康领域。

随着大批投资者蜂拥而至,越来越多的资本追逐医疗健康项目,导致医疗健康投资正在变得越来越拥挤,项目的估值也越来越高,今年一季度海外早期医疗项目融资,平均每家企业融资额度超过1亿元人民币。总的来看,医疗健康行业投资具有技术门槛高、周期长、风险大的特点,对政策、技术、人才、资金方面的要求都很高,需要良好的生态,这就加快改革创新步伐,完善投融资机制,让医疗投资回归理性,形成良性循环,推动医疗健康产业高质量发展。

商业点评

预制菜提效之外还能给消费者带来什么？

预制菜,也即运用现代标准化流水线作业,对菜品原料进行前期加工,后续再通过加热或蒸炒等方式,就能直接食用的便捷菜品。如今,预制菜被称为餐饮行业的下一个风口,不仅资本和商家瞄准了风口,不少地方也看好其发展潜能。近期,广西壮族自治区南宁市就在全区率先发布《预制菜术语》《预制菜分类》《预制菜冷链配送操作规范》三项第一批地方标准,这是全国范围内该产业术语、分类及冷链配送标准的首创,助推预制菜产业标准化、规模化发展。

预制菜最大的好处在于提效。预制菜可以为众多餐饮商家提供已经事先制作好的“半成品”,商家进行二次加工乃至直接加热,即可作为成品菜提供给消费者。在就餐高峰期,预制菜能够保证商家快速应对消费者需求,从而加快上

文/毕炯



作者为财经评论员

预制菜食品安全频出问题,一方面暴露出部分预制菜企业在食品制作及质量管理等方面责任意识不强,另一方面也与当前预制菜企业“小、散、乱”现象有关。

菜速度,也就能提升翻台率(一个饭店一天内每张桌子平均的使用次数),带来人工等成本的减少及运营效率的提升。

同时,由于预制菜采取量产,部分流程还能采取机器作业,其生产成本大幅度降低,可以让餐饮商家以更低价拿货,又进一步增加了商家收益。

也因此,预制菜从最早为解决节假日期间家宴、团餐等大菜制菜单程序繁杂的痛点,提供更为便捷的辅助方案,逐渐扩散至外卖乃至堂食等领域,这有助于促进食品餐饮企业的标准化生产,简化了复杂的烹饪制作,也可以让一家中小型餐馆通过采购不同菜系、口味的预制菜,从而丰富菜品供应,吸引更多客源。

在快节奏的时代,人们都追求方便、快速、效率,预制菜就如同其他速食食品一样能满足此类需求,解决不少人“不会做、没时间”的厨房难题。

有关数据显示,预制菜产业市场规模从2015年的650亿元增至2021年的3136亿元,年复

合增长率达到30%,基于餐饮行业降本提效和消费者快捷获得食品的双重需求,预制菜产业处于高速增长态势。

然而,预制菜除了为餐饮商家和消费者省时、省力、提效外,在食品安全、品质保证及口味多样化等方面仍有很长的路要走。

江苏省消保委今年2月发布的《预制菜消费调查报告》显示,近八成消费者表示购买预制菜遇到过质量问题。其中,有25.71%的消费者遇到了菜品变质腐败的问题,15.39%的消费者表示购买的预制菜内含有异物。

预制菜食品安全频出问题,一方面暴露出部分预制菜企业在食品制作及质量管理等方面责任意识不强,另一方面也与当前预制菜企业“小、散、乱”现象有关。

天眼查数据显示,截至目前,

中国有超过6.8万家预制菜相关企业,有超过54.7%的企业注册资本在0-100万元之间,56.6%的企业成立于近5年内。如此多的小型预制菜企业扎堆进入预制菜赛道,带来了两方面问题:

一是行业竞争日趋激烈,导致企业利润率下降,不排除某些企业在价格战压力下,对食材品质及食品安全管理成本的人为减少,最终出现问题。

二是部分企业追赶预制菜风口而盲目进入,但自身管理水平无法满足标准化管理需求,其急功近利的思维也会让管理者忽视自家产品的品质及安全性。

因此,预制菜行业未来的发展需要有关部门加强管理,同时行业发展趋势也决定了优胜劣汰之下,必然会淘汰一部分无法适应市场要求和政府管理的企业。

预制菜产业发展面临的另

一大问题,则是如何适应国人对于中餐口味多样化、以及讲求新鲜的习惯。预制菜发端于美国,逐步流行于日本与欧洲,就在于西餐、日餐的历史传统更偏重于标准化,预制菜与国民习惯能迅速对接。但中国餐饮文化源远流长、品类众多,地方口味差异明显,同时对于食材口味、品质要求更高,也就让不少消费者仍对预制菜心存疑虑。

正如有关机构调查所显示的,预制菜当前主要消费群体为城市打拼的年轻人,如工薪一族、单身人士,而中老年人以及家庭用户对于预制菜的接受程度偏低。显然,预制菜还要在菜系、菜品开发,以及如何通过技术创新,减少预制菜与传统烹饪方式所带来的口味差异等方面下功夫,如此才能吸引更多消费群体,带动预制菜产业的持续发展。