

行将“驾崩”的三大行业 赶快跳槽吧!

马云说“天变了”。是的,互联网时代的来临,的确让世界大变天。商场、店铺关门,淘宝却创造一天销售191个亿的奇迹;唱片行倒闭,手机音乐却牛气冲天;银行算是稳定的产业了吧?余额宝来了,却让它也慌了点儿神。互联网时代,中国许多行业正面临着大洗牌。

你能想象到未来我们可能不用出门,就能在家里上班吗?你能想象到纸质的书在未来可能几乎不再生产吗?你能想象到商场以后可能倒闭吗?连沃尔玛这个曾经的世界首富都在忙着关店,中国联通和移动两大巨头的收费项目都在被“抢钱”,你还会不相信未来的千万种可能性吗?当然,有的朋友会认为,这是促进社会进步、时代发展的好事儿。小编真心相劝:长点心吧,以后都互联网时代了,现在所从事的行业会不会失业呢?

这应该是目前不少人担心的问题。的确,随着互联网的迅速发展,中国已经正式步入“互联网时代”,从衣食住行方面,我们都受到了互联网带来的便利。但同时,互联网行业的过猛势头也使传统行业正承受着不同程度的冲击。于是,开始有人高喊,快跳槽吧,这些传统行业可能要完蛋了!



大型连锁超市 冲击力:★★★★☆

曾经风光无限的连锁商业超市业态,在宏观经济转型及新型商业业态的叠加影响下,正在进入微利时代。2012年中国大型零售企业增速降至10%以下,而2011年的增速是20%,沃尔玛、苏宁、万得城等多家零售巨头关店,外资尤为严重,部分零售商靠地产和集

团财力勉强过冬。

互联网称霸,受打击最重的莫过于传统零售业,而传统零售业中,连锁超市可谓重创难愈。近年来强势崛起的电子商务企业,对于商超业态的冲击是最为直接的。电商业态对零售商业企业的传统经营方式带来了强烈的冲击,尤其是

对商场规模大、商品种类多、物流开支大、人员成本高的大型连锁超市来说,销售增长的空间大幅缩减,利润也开始下滑。连锁零售商正面临挑战。

小编有话

马云说:“沃尔玛带来了B2C。今天倒过来了,互联网带来了C2B,这个时代刚刚开

始。我想告诉大家,我们今年做到1万亿,3至5年内超越沃尔玛不再是一个奇迹了。”事实上,我们也看到了这句话的印证。

近年来,多家大型超市关闭连锁店甚至倒闭。按照这个态势发展,如果身处商超行业,你还在犹豫什么?

传统百货 冲击力:★★★★★

上海第一百货淮海店2012年关门停业,不久之后被宝马品牌展示店所取代。1993年开业的第一百货淮海店一度是此地地标性百货公司,在上世纪90年代经营可谓风生水起,而19年后,它却选择了关门。

近一年的时间,太平洋百货、上海第一百货等知名百货商场相继倒闭,难道传统百货业会成为下一个实体店,消失在街头?说消失,也许太过夸张,但是现实状况是,传统百货业在经过了近10年的快速发展期之后,的确走到了一个

瓶颈期:网购、消费者购买习惯的改变以及自身成本的压力,都使得传统百货面临着生死时速考验。而传统百货在向高端消费转型的路上,经营模式也面临着巨大的挑战,成功的案例十分罕见。

“我上看某品牌的凉鞋,先在百货店进行试穿,挑选好颜色、款式之后,再在淘宝上购买,价格是百货店的三分之一。”北京女孩王小甜与同事交流购物心得。王小甜月入过万,这正是传统百货的目标客户群,然而,这样的客户却

逐渐向互联网靠拢。

随着企业服务与产品品质的提升,消费者对网购的信任与依赖程度增强,网购客户群从年轻主力消费群体逐渐扩张至高年龄层,该行业呈现出从低消费、低频率到高消费、多频率演变的发展趋势。

与此同时,B2C网站愈演愈烈的价格战,吸引和分流了传统百货业和网络购物之间左右摇摆的消费群。逐年递增的网购市场,蚕食了传统百货的份额。不可否认,百货业销售下滑较大的品类也正是方便

网络购买的品类,比如家电、IT产品、纺织品,甚至奢侈品。

小编有话

虽然人们除了购物,也需要享受购物体验,但价格毕竟是人们最关注的问题。传统百货能提供完善的购物体验,却很难降低产品价格,更便宜、更便捷的互联网购物正在逐渐赢得消费者的芳心。如果你只想做个本分的员工,那么传统百货还有你的一席之地,如果你想成就事业,赶紧跳槽吧,这里已经没什么可赚的了!

传统家居行业 冲击力:★★★★★

从事家居行业10年的刘峰,2013年五一过后,面对着巨大的压力,觉得几乎无法喘息。他对这个行业、对自己所从事的工作产生了怀疑和一丝动摇。

进入2013年以来,刘先生的销售压力明显加大。按往日的惯例,节假日的促销会掀起一轮销售高峰,或至少客流量有足够的保证。

但新的家居业态模式,正以不可逆转的潮流迅速分食着传统家居卖场。客流量明显减少,成为销售下降的直接诱因。做过调查分析之后,刘先生发现,集采模式、电商模式是家居

卖场最大的“敌人”之一。

其实,遇到这种问题的并不只有刘峰。数据显示,2012年全国规模以上建材家居卖场全年累计销售额12467亿元,同比下降2.46%。2012年似乎是中国家居卖场的分水岭,一批知名、大型家居卖场或退出市场,或倒闭关店。2012年9月,家得宝正式关闭在中国内地市场仅余的7家大型家居建材零售商店,全线退出中国内地市场;2012年1月,曾经号称是“中国最大家居建材超市”的东方家园在国内的多家门店停业,并传出“破产”传闻。在北京市场上,从2012年8月到

2013年3月,共计约12家各类家居建材卖场宣布关闭。沈阳、成都、重庆等地相继在2012年爆出家居卖场关店、撤店等事件。

家居卖场扩张过快,成为行业亏损的诱因之一。但一个不得不说的现象是,面对市场的多变,以及基于电子商务对商业模式的影响,家居卖场行动迟滞。经营成本过高、扩张过快、家居电商挑战传统卖场模式、缺少创新,是家居卖场亏损的关键词。

刘峰对家居类电子商务的诱惑力有亲身体会。“你们有网购吗,能在网上买你们的产品

吗?如果能买的话,网上的价格、产品质量和实体店一样吗?”这是刘峰在实体店时,大多数消费者都会询问的一个共性问题。家居电商、线下团购,成为分食家居卖场消费者的两股重要力量,而这两种方式,正成为越来越多的消费者购买家居建材时的首选。

小编有话

种种迹象表明,家居电商+实体店模式正成为一股潮流,受到消费者的追捧。如果还想在家居行业里打拼,结合电商是唯一的突破口。所以,不要继续挣扎在实体店,赶紧行动起来吧!

报告称二三线城市 用人需求超一线城市

人力资源服务商前程无忧近日发布《2013典范企业人才招聘状况报告》,报告显示,2013最佳人力资源100家典范企业今年的招聘规模超过30.8万人,每3个新入职人员中有1人为1990年后出生的年轻人。报告同时传递出的信息还有:深受大学生青睐的大企业们将有更多招聘基层岗位,二三线城市的用人需求超过一线城市,同时重视对人才的长期培养和使用。大学生们则多注重当前,倾向体面、高薪和环境舒适的工作。

前程无忧首席人力资源专家冯丽娟表示,在转型升级、重新构建竞争优势的过程中,员工技能成为最关键因素。在一线城市,人力资源的多样化和国际化,100家典范企业有较多的选择空间,包括从海外引进技术和专业人才的便利。而在二三线、三四线城市的发展中,尽管典范企业也面临基层员工数量的不足,但人员的缺口主要还是源于技能的不匹配。

预计2014年大学毕业生的求职难度难有较大程度的缓解。冯丽娟解释说,由于多数行业在2010-2012年期间招募的应届毕业生规模较大,加上全球经济依然不景气,诸如IT、机械和汽车等行业的大学生招聘量收缩。更深刻的原因还是技能要求和职业态度的矛盾。

90后成职场“土豪” 重薪资更重个性

一年一度的黄金校招期又到了,2014届毕业生即将步入社会,这是90后毕业生进入社会的第二年。去年此时,第一批90后毕业生正式走上工作岗位,至今已有一年多。作为被贴上标签的职场新一代,他们跨出校门,引起了社会的广泛关注。90后是否和大家所想象的那样:弱不禁风、与领导格格不入、工作能力差?

对此,中国人才热线做了一次关于90后员工工作现状的调查。调查显示,超八成企业认为90后员工富有工作激情,创新性强;然而他们也存在实干能力较弱、跳槽频繁等特点。中国人才热线专家表示:对90后要多鼓励,少批评,尽可能发挥他们的优势。

个性突出,敢于挑战,90后受青睐

调查中,超八成企业认可90后员工的创造力和工作激情。

深圳市中储黄亚投资有限公司的HR主管熊娇:“公司90后员工很有激情,有个性,敢想敢做,创新能力不错!”

深圳市蓝凌软件股份有限公司的招聘主管黄丽春:“90后员工更活泼、更直接、更有创造力。对于企业来说,他们更青睐敢于挑战和富有创造力的员工,可以给企业注入新鲜的血液和强大的活力。”

深圳市招商局信息科技有限公司HR经理:“90后员工性格活泼,做事也挺踏实,且非常有主见,并有自己的兴趣爱好,团队合作也不错。”

由此,大部分企业对90后员工的认可可见一斑。

实干精神较弱,跳槽频繁,仍需更多锻炼

然而,据调查显示,90后员工也存在执行力差、经验不足、频繁跳槽等问题。很多受访HR戏称90后员工为“职场土豪”,注重自我胜于注重薪资。

艾默生电气(深圳)有限公司的HR主管邓清华:“90后对公司制度的执行力相比80后、70后较弱,实干能力也稍弱,经常受自己兴趣和情绪的影响,容易跳槽,需要增强毅力和责任心。”

深圳市赛雷智控制股份有限公司的HR经理颜宾:“90后员工自我意识强,对经济利益不是很注重,更注重的是自己的感受,所以才会出现不顺心就跳槽的情况。”

对此,中国人才热线专家表示:一方面,企业应加强对90后员工的激励。因90后比80后更注重自我,更需要得到认可和表扬,是否能激发90后员工的活力和工作热情,责任在企业;另一方面,90后员工也应该意识到,频繁跳槽不能真正解决问题,唯有不断提升自己,打造核心竞争力,才是职业发展的正确方向。

(本报综合)