

阿里巴巴零售电商平台就业吸纳与带动能力研究 (2017)



中国人民大学劳动人事学院课题组

2018 年 3 月

内容提要：

2017 年，我国电子商务、移动支付、共享经济等引领世界潮流。

“互联网+”广泛融入各行各业。大众创业、万众创新蓬勃发展，快速崛起的新动能，正在重塑经济增长格局、深刻改变生产生活方式，带来中国新就业形态的蓬勃发展。

国内依托各类电子商务平台创造了大量的灵活就业（平台型就业），成为传统就业的重要补充，成为农民返乡创业就业的第三就业空间，其中以阿里巴巴零售生态（以下称“大淘宝”¹）对就业的贡献尤为明显。为此，课题组利用投入产出法等对大淘宝的就业带动进行测算，结果显示：2017 年大淘宝总体为我国创造 3681 万个就业机会，其中包括 1405 万个交易型就业机会²、2276 万个带动型就业机会³（其中包括 543 万个支撑型就业机会和 1733 万个衍生型就业机会）；在大淘宝的 26 个经营类目中，服装鞋帽针纺织品类（354 万个）、日用品类（229 万个）、家用电器和音像器材类（113 万个）带动的交易型就业机会数位居前三。同时，报告针对促进电子商务、新零售等领域新就业形态的发展提出若干政策建议。

关键词： 电子商务 新零售 阿里巴巴零售生态 就业机会测算

¹大淘宝：主要包括淘宝、天猫和聚划算等零售业务。

²交易型就业机会：指在淘宝、天猫、聚划算平台从事零售工作的就业机会。

³带动型就业机会：包含支撑型就业机会和衍生型就业机会。其中，支撑型就业机会是指从事快递物流、电商服务等与零售业务密切相关的就业机会；衍生型就业机会是指零售上下游相关环节工作的就业机会，包括研发、设计、制造以及售后服务等。

目 录

一、前言.....	3
二、宏观背景	4
(一) 经济情况.....	4
(二) 就业状况.....	5
(三) 新就业形态状况	6
(一) 投入产出法测算就业带动系数.....	10
(二) 行业类目交易规模模型法测算总体就业	13
(三) 平台商家电商团队就业情况.....	15
四、大淘宝就业吸纳典型案例	19
(一) 案例一 山东菏泽农村电商“引凤还巢”从业人员近 40 万	19
(二) 案例二 盒马鲜生：新零售创造就业新岗位、激发人才新需求	20
(三) 案例三 小狗电器：新制造创造就业新岗位	22
(四) 案例四 老板电器：传统家电行业电商转型与人才升级.....	23
(五) 案例五 百万快递员冒雪送包裹	24
五、促进电子商务等新就业形态发展的政策建议	27
参考文献.....	28

一、前言

2017 年，中国就业表现全球大赞。全球著名商业教育机构瑞士洛桑国际管理学院发布的《2017 年度世界竞争力报告》显示，在全球最具竞争力的经济体中，中国从 2016 年的第 25 位跃升至第 18 位，而在细分项中，“就业”表现在全球 63 个主要经济体中名列首位。中国就业市场景气指数(CIER 指数)显示，2017 年互联网/电子商务行业 CIER 指数领跑全行业。以新零售为代表的电子商务领域激发人才新需求，传统零售百货、商超企业加速拥抱互联网，纷纷涉足电子商务、新零售业务，随着产业结构的调整，相应带来就业结构、工作岗位、人才技能的变化。

课题组利用投入产出法对大淘宝的就业创造效果进行测算。2017 年大淘宝总体为我国创造 3681 万个就业机会，其中包括 1405 万个交易型就业机会、2276 万个带动型就业机会（其中包括 543 万个支撑型就业机会和 1733 万个衍生型就业机会）；在大淘宝的 26 个经营类目中，服装鞋帽针纺织品类（354 万个）、日用品类（229 万个）、家用电器和音像器材类（113 万个）带动的交易型就业机会数位居前三。同时课题组实地调研大量平台商家，近年来随着电商业务快速增长，电商团队规模迅速壮大，为上下游创造大量就业机会。结果显示，本文对于交易型就业机会、支撑型就业机会和衍生型就业机会的测算是科学可信的。

二、宏观背景

（一）经济情况

2017 年，我国“十二五”规划圆满完成，“十三五”规划顺利实施，经济社会发展取得历史性成就、发生历史性变革。五年来，经济实力跃上新台阶。国内生产总值从 54 万亿元增加到 82.7 万亿元，年均增长 7.1%，占世界经济比重从 11.4%提高到 15%左右，对世界经济增长贡献率超过 30%。经济结构出现重大变革。消费贡献率由 54.9%提高到 58.8%，服务业比重从 45.3%上升到 51.6%，成为经济增长主动力。

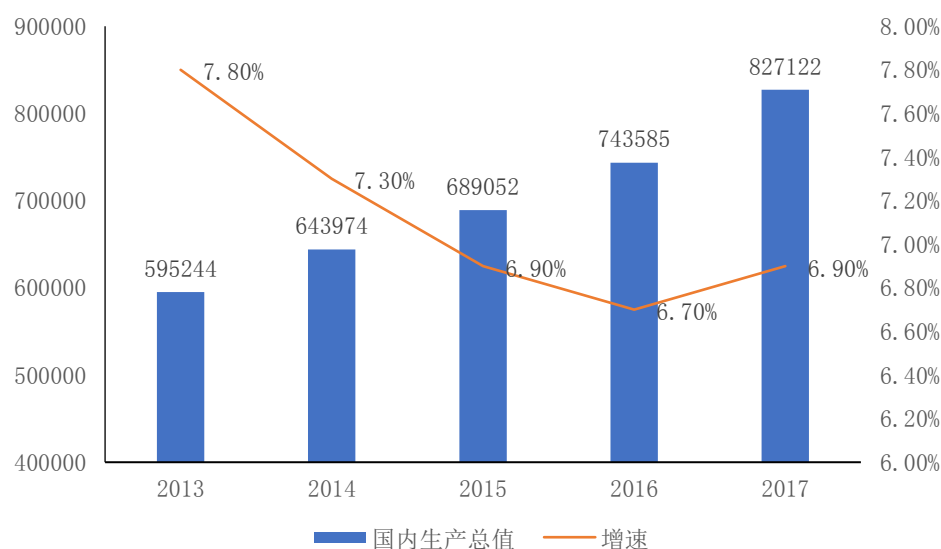


图 1 2013-2017 年国内生产总值（亿元）及其增速变化

数据来源：国家统计局，2017 年国民经济和社会发展统计公报，2018.2

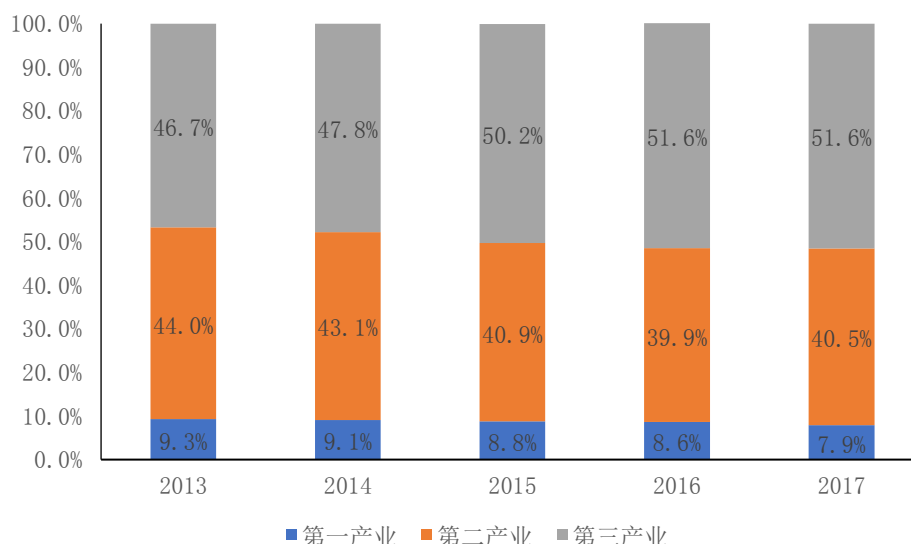


图 2 2013-2017 年三次产业增加值占国内生产总值比重

数据来源:国家统计局, 2017 年国民经济和社会发展统计公报, 2018. 2

国家统计局数据显示, 2017 年全年国内生产总值 827122 亿元, 比上年增长 6.9%。其中, 第一产业增加值 65468 亿元, 增长 3.9%; 第二产业增加值 334623 亿元, 增长 6.1%; 第三产业增加值 427032 亿元, 增长 8.0%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为 7.9%, 第二产业增加值比重为 40.5%, 第三产业增加值比重为 51.6%。全年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 58.8%, 资本形成总额贡献率为 32.1%, 货物和服务净出口贡献率为 9.1%。

(二) 就业状况

2017 年末全国就业人员 77640 万人, 其中城镇就业人员 42462 万人。全年城镇新增就业 1351 万人, 比上年增加 37 万人。全年城镇登记失业率始终控制在 4% 以内; 高校毕业生就业情况整体向好; 同时, 实现就业困难人员就业 177 万人, 城镇失业人员再就业 558 万人; 因化解产能过剩需要开展的职工安置工作整体稳定, 以钢铁、煤炭两个行业为例, 2017 年全年分流安置约 38 万人, 累计安置职工约 110 万人。

服务业为代表的第三产业是吸纳就业的绝对主力。从行业结构上看，2017 年农业、制造业、建筑业、服务业从业人员分别累计净增加 6.56%、4.57%、10.25% 和 6.29%。2017 年底，全国服务业从业人员数量约为 35880 万人（根据 2016 年服务业从业人员测算），约占总体就业人口的 46.21%。2017 年第三产业新登记企业 479.4 万户，同比增长 7.5%，占全部新登记企业总数的 78.9%。

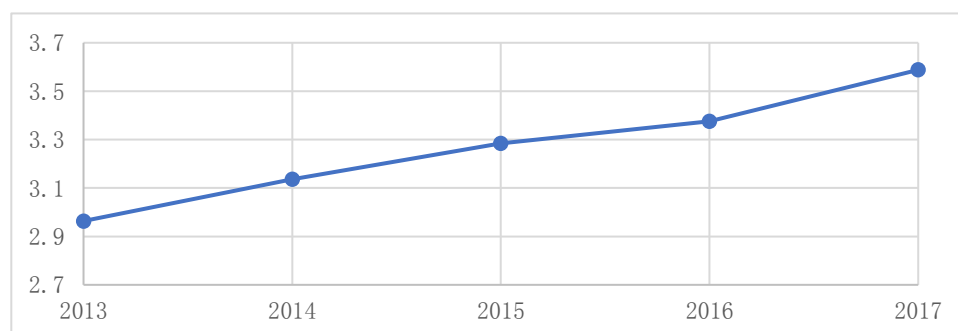


图 3 2013-2017 年第三产业从业人员数量变化（单位：亿人）

数据来源：国家统计局 <http://data.stats.gov.cn>

伴随着云计算、大数据、人工智能、物联网等的发展，借助技术创新、模式创新、服务创新，线上线下将加速融合，消费者深层次、个性化的服务需求将会不断得到满足，从而会催生更多基于互联网的服务业新业态，分工得到进一步细化，与之相伴会创造出更多服务业新岗位、就业机会。

十八届五中全会提出的“促进就业创业，坚持就业优先战略”在一定程度上可以理解为是现阶段就业促进工作的主要思路，与之相对应的政策主要集中在支持创业、鼓励新就业等方面。自 2013 至 2017 年，国务院共发布 45 份通知、文件对创新、创业工作进行规范与指导；在 2017 年的《国务院办公厅关于推广支持创新相关改革举措的通知》中，提出了在 8 个区域建立创新改革试点，涉及科技金融、政策环境、人才引进等方面的内容。

（三）新就业形态状况

2017 年，我国电子商务、移动支付、共享经济等引领世界潮流。“互联网+”广泛融入各行各业。大众创业、万众创新蓬勃发展，日均新设企业由 5 千多户增加到 1 万 6 千多户。快速崛起的新动能，正在重塑经济增长格局、深刻改变生产

生活方式，带来中国新就业形态的蓬勃发展。商务部数据显示，2017 年我国网络零售额达到 7.18 万亿元，同比增长 32.2%，增速较去年提高了 6 个百分点。对社会消费品零售总额增长的贡献率为 37.9%，比上年提升 7.6 个百分点。



图 4 2017 年四季度不同行业就业景气指数排名

数据来源：《2017 年第四季度就业形势分析》，中国就业研究所，2018.1

2017 年互联网/电子商务行业就业景气领跑全行业。根据中国就业研究所，中国就业市场景气指数(CIER 指数)显示，2017 年第四季度，互联网/电子商务行业 CIER 指数为 10.24，是 CIER 指数最差行业的 14 倍。以新零售为代表的电子商务领域激发人才新需求，猎聘网数据显示，在 2017 年上半年的全国主要城市人才净流入率排名中，杭州以 11.21%的人才净流入率位居榜首。打开招聘网站，输入关键词“新零售”，在惯例的新春抢人大战中，新零售讲师、新零售销售、新零售履约物流主管、新零售营运区总、新零售数据分析师等成为职业新宠。

2017 年中国共享经济保持较快增长。根据国家信息中心《中国共享经济发展年度报告(2018)》显示，2017 年中国共享经济市场交易额约为 49205 亿元，比上年增长 47.2%。2017 年知识技能、生活服务、房屋住宿三个领域市场交易额增长最快，增速分别为 126.6%、82.7%和 70.6%。从就业情况看，2017 年中国提供共享经济服务的服务者人数约为 7000 万人，比上年增加 1000 万；共享经济平台企业员工数约 716 万人，比上年增加 131 万。未来五年，中国共享经济有望保

持年均 30%以上的高速增长。

人机协作成为电商领域就业新常态。人工智能催生就业新机会，机器人饲养员、训机师、数据标签工、算法工程师……2017 年双十一，共有 4 亿张海报，是由人工智能设计系统“鲁班”完成的，每秒可生产 8000 张商品海报，如果这些内容完全由设计师完成的，需要 100 个设计师连续做 300 年，AI 解决了双十一期间激增的重复性工作，让人类设计师去做更有创造性地工作。人工智能等技术进步对劳动力市场的影响是巨大且深远的，从地区结构到产业结构，从岗位到工资，从管理流程到管理伦理，不少国外学者认为这种变化是安全的，或者说不会出现致命性的变化，更多地是工作中所做的任务组合将会有所调整，从人与人配合发展到人机协作，即工作任务会得到更为复杂的计算机化、自动化技术的支持与帮助，而不是替代。这种变化，某种程度上是对 2012 以来出现的中国适龄劳动人口绝对数值的下降的积极应对，中国发展动力从人口红利转向技术进步红利。

三、大淘宝创造就业机会的测算

2017 年是阿里巴巴引领中国商业形态升级的“新零售元年”。截至 2017 年底，阿里巴巴已经形成了以原来的天猫为天，以菜鸟为地，全市场、全渠道的新零售布局，包括：在天猫及线下一体化运营的品牌店；与银泰打造的新购物体验 and 购物零售业态的百货业；与苏宁合作的从城市到农村的数码电器领域；以盒马和以大润发为代表的、包括跟天猫超市结合在一起的食品快消领域；用技术、数据和整个经济体资源驱动的消费者独特体验的口碑领域；能够打通城市和农村双向供应链和消费链路的村淘；让所有的小店变成用互联网技术来赋能的智慧小店。在新零售力量推动下，传统实体零售企业在 2017 年焕发活力。近三年时间，阿里巴巴在投入传统零售企业方面已经花费近千亿元人民币，银泰、苏宁、三江、百联、欧尚、大润发等传统零售企业加入新零售版图。作为阿里巴巴在商超新零售领域的“一号工程”，盒马鲜生 2017 年成为“网红”，在全国开始门店 25 家，成为零售业创新标杆。根据阿里巴巴集团公布的 2018 财年第三季度财报（2017 年 10 月 1 日—12 月 31 日）显示，三季度收入 830.28 亿元（127.61 亿美元），同比增 56%。其中核心电商业务 732.44 亿元人民币（112.57 亿美元），同比增长 57%。天猫进一步扩大 B2C 市场领先地位，同时，跨境及国际零售业务、云计算、数字媒体和娱乐业务等多方面实现强劲增长。2017 年活跃用户数量为 5.15 亿，2/3 的中国网民为阿里巴巴的用户。

电子商务成为带动我国返乡创业就业的重要力量。中央农村工作领导小组原副组长兼办公室主任陈锡文提出“乡村振兴要为农民创造第三就业空间”⁴，这个第三就业空间就是让农民人在农村，但是主要不依赖于耕地。很多地方都在创造，比如说电商、网购、乡村旅游等等这些都是这样。人没有离开农村，但是这样的新增就业机会主要不是依靠耕地，这是农民的第三就业空间。而一二三产业的融合发展就是通过这个方式来想办法，扩大农民的就业空间，拓展农民的增收渠道”。2017 年全国淘宝镇数量达到 242 个，淘宝村活跃网店超过 49 万个，带动直接就业机会超过 130 万个，如果考虑到仓储物流、产品供应链等环节的劳动力需求，这一数字还将进一步扩大。

课题组通过投出产出法对大淘宝就业情况进行测算，按照大淘宝涉及业务的

⁴陈锡文提出：耕地是农民的第一就业空间，城镇和非农产业是农民的第二就业空间。

范围，课题组将就业机会分为，交易型就业机会和带动型就业机会（包含支撑型就业机会和衍生型就业机会）。



图 5 阿里巴巴零售生态就业示意图

（一）投入产出法测算就业带动系数

诺贝尔经济学奖获得者列昂惕夫从 1931 年开始研究投入产出技术，编制投入产出表。投入产出表又称部门联系平衡表，是反映一定时期各部门间相互联系和平衡比例关系的一种平衡表。投入产出分析法的优点之一是它揭示了国民经济部门之间的相互联系，能提供不同行业对劳动力需求的直接和间接效应。

在我国，大量学者在 20 世纪 50、60 年代初开展投入产出研究。1974 年 8 月，为研究宏观经济发展情况的需要，国家统计局和国家计委的组织联合各大高校编制了包含 61 种产品的第一张实物型投入产出表（1973 年）；十一届三中全会后，投入产出技术的研究和投入产出表的应用工作得到了迅速的发展，特别是《1987 年中国投入产出表》的编制，是在全国范围内进行第一次投入产出专项调查后编制的，不仅包括物质生产活动，还首次将非物质生产活动作为核算对象，并未为以后编制 SNA 式投入产出表进行了有益的探索，积累了经验，此后每 5 年进行一次投入产出表的编制（逢 2 和逢 7 的年份编制）。在外贸领域，商务部也通过投入产出表来测算外贸对于就业的拉动。

2012 年，国家统计局编制了第六张全国投入产出基本表。2012 年投入产出

表参照《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)，国民经济生产活动划分为 139 个部门。本课题使用投入产出表实际上是利用表中所客观反映出的国民经济中的结构关系，具体来看主要使用的是 GDP、消费、资本形成总额、进出口、最终使用、中间使用以及总产出之间的数量结构关系。

表 1 是投入产出表简化表，反映出每生产一单位的最终使用品，需要多少中间投入。表中第 I 象限反映部门间的生产技术联系，是表的基本部分；第 II 象限反映各部门产品的最终使用；第 III 象限反映国民收入的初次分配；第 IV 象限反映国民收入的再分配，因其说明的再分配过程不完整，有时可以不列出。通过投入产出表，我们不难发现，上述几项指标中存在如下关系：

$$\text{最终使用} = \text{GDP} + \text{进口} = \text{消费} + \text{资本形成总额} + \text{出口} \quad (1)$$

$$\text{总产出} = \text{中间使用} + \text{最终使用} - \text{进口} = \text{中间使用} + \text{GDP} \quad (2)$$

说明：消费=农村居民消费+城镇居民消费+政府消费；资本形成总额=固定资本形成总额+存货增加。

表 1 2012 年（最新）投入产出简表

单位：亿元

产出 投入		中间使用			最终使用				进口	总产出
		农产品	...	合计	消费 小计	资本形成 总额	出口	合计		
中间投入	农产品	4965.6		38789.4	9339.7	1697.7	640.2	11677.6	3841.5	46940.5
	...		I	II				
	合计	16724.3		1064826.9	271718.6	248389.9	136665.9	656774.3	122027.0	1601627.1
增加值	劳动者报酬	30761.0		264134.1						
	生产税净额	-1847.7		73606.2						
	固定资产折旧	1302.8	III	71682.0		IV				
	营业盈余	0		127377.9						
	合计	30216.1		536800.1						
	总投入	46940.5		1601627.1						

数据来源：国家统计局

由于 2017 年我国的编制投入产出表（逢 2 和逢 7 的年份编制）尚未公布，所以假定在 2017 年与 2012 年的中间使用和最终使用的比例关系保持不变，进行相关估算（来测算淘宝网 26 个行业类目直接消费（最终使用）与中间使用、总产出的关系，这 26 个类目与《国民经济行业分类》中 41 个部门有关系）。国家统计局数据显示，2017 年我国 GDP 初步核算为 827122 亿元，进口额 124603 亿元。

依据投入产出表中的关系（1），可以估算出 2017 年我国最终使用=GDP+进口=827122+124603=951725 亿元；

根据上述假定，估算出 2017 年中间使用=951725*（1064827/656774）=1543031 亿元。

根据投入产出表中的关系（2），我们大致可以估算出总产出=中间使用+最终使用-进口=中间使用+GDP=1543031+827122=2370153 亿元，具体数值见表 2。

表 2 2017 年中间使用、最终使用和总产出推算 单位：亿元

	2012 年	2017 年
GDP	534123	827122
进口	122027	124603
最终使用	656774	951725
中间使用	1064827	1543031（估计值）
总产出	1601627	2370153（估计值）

数据来源：国家统计局及课题组推算

假定：生产 1 单位的最终使用产品和生产 1 单位中间产品所耗费的劳动力数量相同，由此可通过计算中间使用/最终使用=1543031/951725=1.62，测算得出就业带动系数为 1.62。

（二）行业类目交易规模模型法测算总体就业

课题组通过建立如下行业类目交易规模测量模型的方法测算交易型就业机会。考虑到目前大淘宝的经济效益是随生产规模的扩大而逐渐增加的，课题组认为电商规模增加所带来的经济效益呈现出非线性的特点；此外，由于不同行业电商的发展程度并非完全同步，所以各行业的规模系数也不会完全相同。综合考虑上述因素以后，对阿里巴巴各行业类目建立如下的规模经济模型：

$$y_j = e^{p_{j0}} * e^{(\sum_{i=1}^n x_{ij})^{p_{j1}}} \quad (3)$$

其中， y_j ：行业 j 中的人均销售金额， x_{ij} ：处于第 j 行业中的第 i 家企业的年度月均交易金额， p_{j0} 和 p_{j1} 表示行业 j 的参数（待估计）。等号两侧取对数，公式（3）转换为：

$$\ln y_{ij} = p_{j1} * \ln x_{ij} + p_{j0} \quad (4)$$

大淘宝每家企业的 x_{ij} 已知， y_j 未知。但在抽样调查中， x_{ij} 和 y_j 均已知，因此通过估计式（4）可以得到 p_{j0} 和 p_{j1} 的参数估计值，将 x_{ij} ， \hat{p}_{j0} 和 \hat{p}_{j1} 代入公式

(5)，我们即可得到大淘宝不同行业类目带动的交易型就业机会为：

$$emp = \sum_{ij} \frac{x_{ij}}{\hat{y}_{ij}} = \sum_{ij} \frac{x_{ij}}{\hat{p}_{j1} * \ln x_{ij} + \hat{p}_{j0}} \quad (5)$$

表 3 大淘宝带动不同行业类目的交易型就业机会

各行业值 社零行业类别	\hat{p}_0	\hat{p}_1	emp_{tra} (万个)
粮油、食品、饮料、烟酒类	0.41	4.96	69
服装、鞋帽、针纺织品类	0.438	4.76	354
化妆品类	0.484	4.34	47
金银珠宝类	0.523	4.07	10
日用品类	0.446	4.61	229
五金、电科类	0.394	5.09	52
体育、娱乐用品类	0.424	4.78	56
照相器材类	0.588	3.49	3
书包杂志类	0.388	5.12	8
电子出版物及音像制品类	0.771	1.89	2
家用电器和音像器材类	0.553	3.53	113
中西药品类	0.283	6.31	3
文化办公用品类	0.461	4.45	24
计算机及其配套产品	0.555	3.66	29
家具类	0.43	4.82	56
通讯器材类	0.503	4.14	36
建筑及装潢材料类	0.473	4.36	19
汽车类	0.458	4.4	33
其他实物商品类	0.461	4.59	72
餐饮服务类	0.773	1.84	1
住宿服务类	0.572	3.74	1
旅游服务类	0.628	3.08	3
通信服务类	0.715	2.36	1
文化娱乐服务类	0.871	1.05	12

家庭服务类	0.69	2.51	6
其他非实物商品类	0.625	3.08	166
合计	0.454	4.58	1405

数据来源：阿里研究院、课题组联合测算

通过公式（5），测算出大淘宝不同行业类的交易型就业机会为 1405 万个。在大淘宝的 26 个经营类目中，服装鞋帽针纺织品类（354 万个）、日用品类（229 万个）、家用电器和音像器材类（113 万个）带动的交易型就业机会数位居前三。

$$\begin{aligned} \text{阿里巴巴零售平台总就业机会} &= \text{交易型就业机会} + \text{带动型就业机会} \\ &= 1405 + 1405 \times 1.62 = 3681 \text{ 万个} \end{aligned}$$

说明：带动型就业机会中，包含 306 万社会化电商物流从业人员⁵和 237 万电商服务业从业人员，为阿里零售平台带动的支撑型就业机会；剩余 1733 万属于中间产业链环节带动的就业，我们定义为衍生型就业机会。

综上，2017 年大淘宝总体为我国创造 3681 万个就业机会，其中包括 1405 万个交易型就业机会、2276 万个带动型就业机会（含 543 万个支撑型就业机会和 1733 万个衍生型就业机会）。大淘宝成为中国新就业形态的重要载体。

（三）平台商家电商团队就业情况

2018 年 1 月底至 2 月初，课题组依托淘工作(<http://zhaopin.taobao.com>，阿里巴巴旗下招聘平台)针对淘宝、天猫平台商家发放问卷，经过清理，共回收有效问卷 1285 份（包括天猫平台商家 915 家、淘宝平台商家 466 家，其中有 96 家同时开设天猫、淘宝店铺），分布在广州市、深圳市、上海市、北京市、杭州市、苏州市、温州市、金华市、东莞市、泉州市等主要城市，涉及女装/女士精品、3c 数码、男装、女鞋、美容护肤/美体/精油、箱包皮具/热销女包/男包、女士内衣/男士内衣/家居服、饰品/流行首饰/时尚饰品等主要类目，分析得出如下情况：

1、电商业务，超四成企业电商业务年均增速超 50%

受访商家电商业务量近 3 年来增长迅速。43.8%的商家电商业务量年均增长率在 50%以上，其中约 1/4 商家电商业务量实现年均增长翻番。

⁵北京交通大学.《全国社会化电商物流从业人员研究报告》报告模型估算, 2016.5

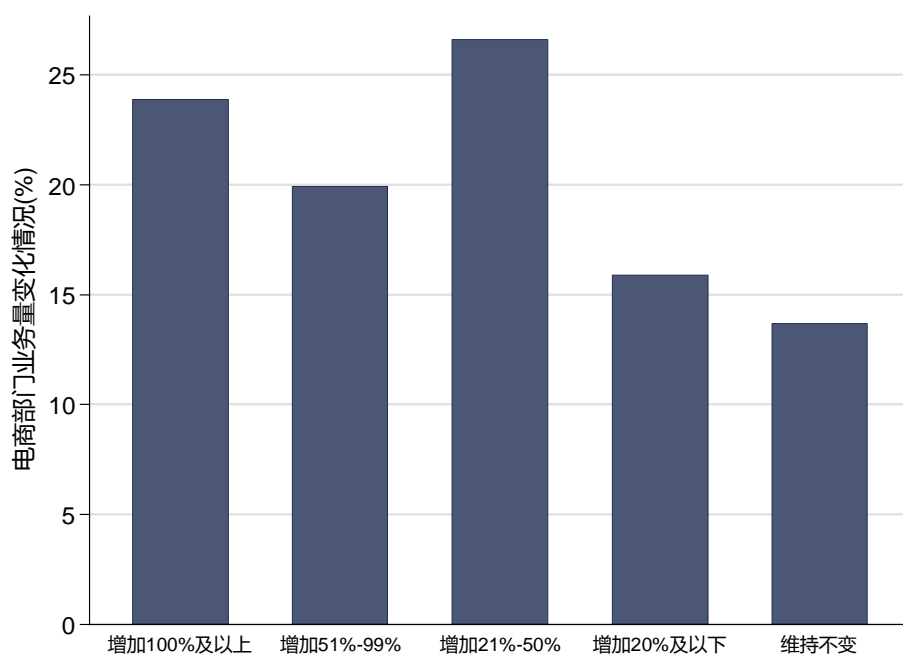


图 6 受访商家近 3 年电商业务年均增速情况

数据来源：淘工作问卷调研，2018.2

2、人员规模，半数以上受访商家电商团队人员规模超 10 人

只有 27.5%的受访商家的电商团队成立时超过 10 人。但是，电商团队的人员规模呈现明显的扩张趋势。目前，54.6%的受访商家电商团队的人员规模在 10 人以上。

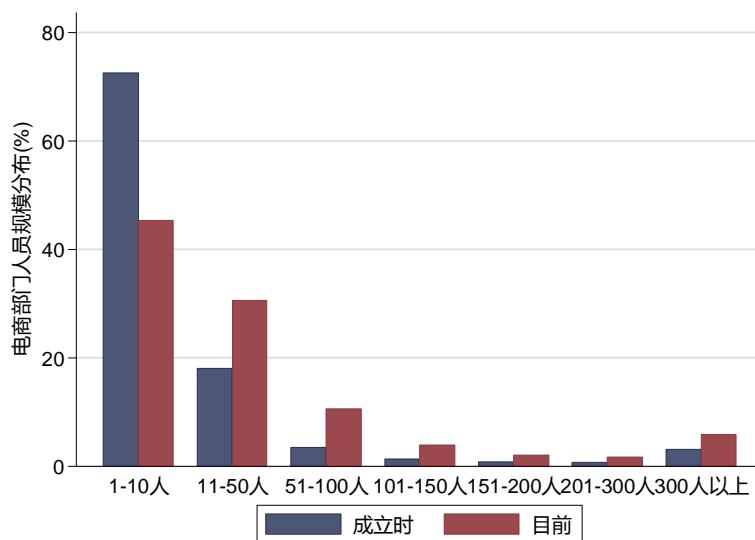


图 7 电商团队人员规模变化

数据来源：淘工作问卷调研，2018.2

3、人员年龄，电商团队约八成员工年龄小于 30 岁

受访商家电商团队人员总体较年轻，以 80 及 90 后为主。其中 26-30 岁人员最多，占 57.7%。

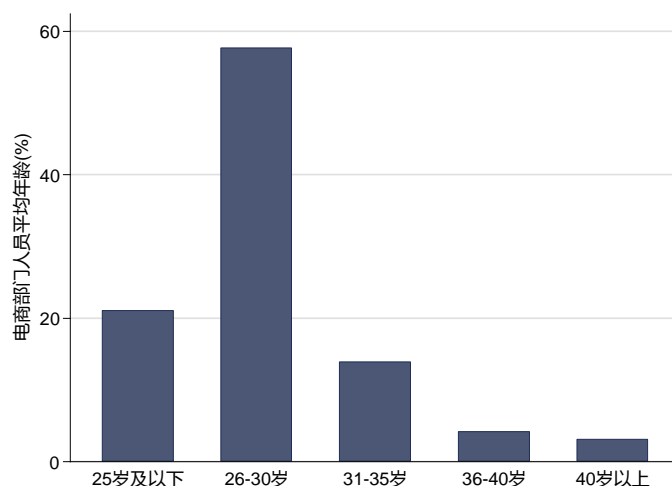


图 8 电商团队人员年龄分布情况

数据来源：淘工作问卷调研，2018.2

4、人员学历，电商团队超 5 成拥有大专以上学历

受访商家电商团队大专及以上学历人员约占 55.1%，高于社会平均学历水平。

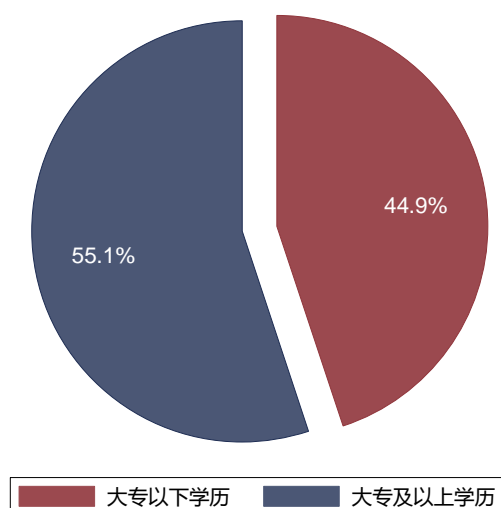


图 9 电商团队学历情况

数据来源：淘工作问卷调研，2018.2

5、人员收入，超六成商家电商岗位人员月均收入超 6000 元

电商团队成立初期，电商人员月均收入高于 4000 元的企业只占 28.3%。目

前，月均收入高于 4000 元的商家约占 64.9%。当前，电商团队人员月均收入较成立电商团队成立初期大幅度提高。

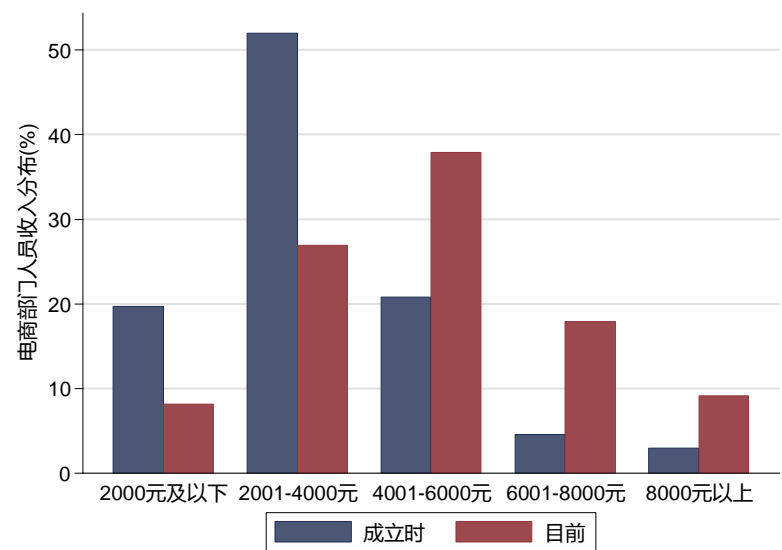


图 10 电商团队人员收入变化情况

数据来源：淘工作问卷调研，2018.2

四、大淘宝就业吸纳典型案例

（一）案例一 山东菏泽农村电商“引凤还巢”从业人员近 40 万

2017 年，菏泽市农村电商从迷茫质疑到试水破土，从脱盲触网到推广普及，从宣传动员到风生水起，在短短 2 年多的时间走过了一段豪迈与激情，成就与辉煌的历程，已逐渐成为菏泽经济社会发展的重要引擎。

农村电商成菏泽名片。2017 年，山东省有 243 个淘宝村，菏泽市 168 个淘宝村，占全省的 2/3、全国的 1/12，与浙江金华市并列全国地级市第一位。24 个淘宝镇，占全省的 2/3、全国的 1/10，位居全国地级市第一位。实现了两个“全覆盖”，全市 7 县 2 区淘宝村、镇全覆盖，曹县大集镇 32 个行政村实现淘宝村全覆盖。此外，农村电商服务体系建设实现全覆盖。全市 7 县 2 区全部成立县级电子商务公共服务中心，在江北地区率先实现“千县万村”试点县区全覆盖，共建成 3000 余个镇村电子商务服务站点，有效打通了“网货下乡、农产品进城”的渠道。

电商催生新经济、新就业崛起。菏泽市立足一村一品、一乡一业、特色村、特色镇，在乡镇、村级层面号召各乡镇、各行政村立足各自优势，学习借鉴曹县“大集模式”、千县万村项目的“郛城标准”、农村电商发展的“天华速度”，江苏“沙集模式”，走好了“一村一品一店”的路子，推动电商村（镇）成长壮大。全市已建成电商园区 48 个，入驻企业 2594 家，从业人数 38 万余人，实现电商交易额 207 亿元，带动形成了如天荣创意家居小镇等一批电商产业加工园区，引领了新实体经济发展。



图 11 山东菏泽曹县大集镇演出服加工

农村电商就业带动溢出效应显现。带来了上下游产业链、配套服务业的快速

聚集。随着设计、包装、配件、物流、培训等服务业快速兴起，淘宝村出现了适应电商生活规律的夜排档、24 小时营业的超市、淘宝大酒店、淘宝豆捞、酒吧、KTV 等现代服务业。



图 12 山东菏泽曹县电商达人任志勇大爷“一指禅”打字开网店

电商成为精准扶贫、乡村振兴新路径。2017 年，菏泽市新增电商企业、网店 2 万余家，受益贫困群众 2.5 万人，24 个贫困村发展为淘宝村，实现整村脱贫。曹县大集镇新增汽车数量占到了全县的 1/3；菏泽全市 61 个淘宝村刑事案件发生率低于全市 50%。让村民“看到外面的世界”，在生态服务、创业孵化、公益文化方面延伸出更多触角，改变了乡村面貌。

（二）案例二 盒马鲜生：新零售创造就业新岗位、激发人才新需求

2017 年，跨界零售新物种“盒马鲜生”，通过商品再造、技术再造、流程再造和物流再造，把一般意义上的生鲜超市转变为移动互联时代的体验式消费中心。围绕“餐饮体验+生鲜超市零售+基于门店配送”，打造了新零售的样板间。过去一年，作为阿里新零售标杆的“盒马鲜生”一路狂奔，在全国 9 城开出 35 家门店，盒马鲜生创造的不仅是企业自身就业，同时也将商业效益辐射到上下游供应链，以及周边的商业配套。

以北京十里堡店为例，经营面积达 1 万平米，继承了盒马“生鲜+半成品+熟食餐饮”的超市品类，引入更多业态如花店和天猫超市，除餐饮外全店在售商品数 8000 个，是一个融合“生鲜食品超市+电商+餐饮+物流配送”的新零售综合体。该店总共有员工约 400 人，设有店长、厨师及餐饮服务、仓库拣货，柜台服务、配送等岗位。技术人员集中在公司总部，后台开发岗位占比超 6 成。年龄学

历：员工以 85 后年轻人为主，平均年龄 28 岁左右。主管以上岗位都是大专以上学历。稳定性：稳定性高于传统零售企业，主要因素：第一良好的工作环境；第二良好的工作氛围，以正向引导为主，营造积极向上的工作氛围，吸引更多年轻人参与。

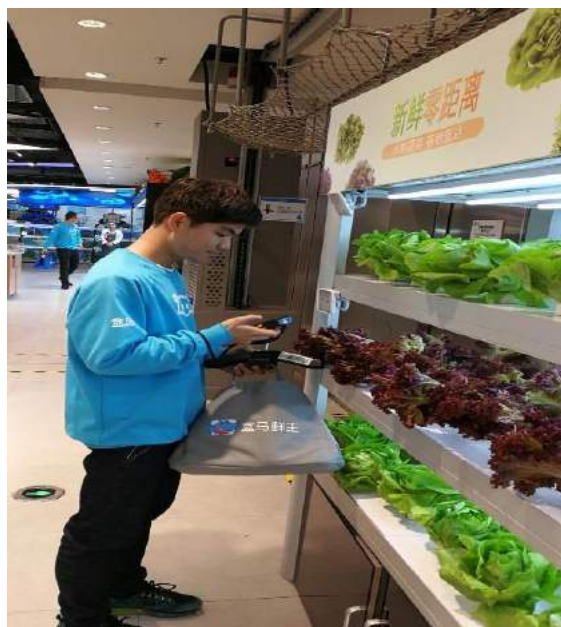


图 13 盒马门店工作人员利用手持终端进行捡货

从业人员技能特点：员工“数字化”能力要求提升，员工管理以“鼓励文化”为主，“以客户为中心而不是商品”。与传统零售人员差别：传统零售“服务商品”，员工要求有力气就好，以搬货、码货能力为主；盒马新零售“服务顾客”，用设备搬货，员工更多服务消费者，重视“互动能力”。



图 14 盒马门店引进第三方业态

盒马鲜生创造的不仅是企业自身就业，同时也将商业效益辐射到上下游供应链，以及周边的商业配套。目前，盒马十里堡店内有 17 家第三方门店，包括宏

图 Brookstone、贡茶等，就业岗位超 50 人。

（三）案例三 小狗电器：新制造创造就业新岗位

小狗电器是国内最早的吸尘器品牌之一，品牌注册于 1999 年。2007 年起，先后入驻淘宝及天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购、国美在线、亚马逊、当当网、1 号店等国内主流电子商务平台，基于互联网电子商务模式为消费者提供商品和服务。目前产品已出口至 86 个国家。2014 年，推出中央维修售后服务模式。小狗电器三大服务理念：“感动到笑、感动到哭”、“把信任交给用户”，“一生只卖 7 台吸尘器”。



图 15 小狗电器员工工作场景

就业情况：目前企业员工 316 人。其中男性员工约 60%。工龄分布：5 年以上的是 16%，3-5 年是 27%，1-3 年 29%，1 年以内是 28%。岗位分工：以研发、专利、文案、工艺、财务、行政、人资、国际岗位为主。年龄学历：80%为大专以上学历。员工平均年龄 29 岁。

表 4 小狗电器上下游供应链人员统计

小狗电器·供应链人员统计													
序号	名称	2017年				2016年				2015年			
		总人数	管理人员	研发人员	工人	总人数	管理人员	研发人员	工人	总人数	管理人员	研发人员	工人
1	一供	300	94	27	179	470	139	24	307	350	120	18	212
2	二供	50	7	3	40	50	7	3	40	80	11	5	64
3	三供	1,011	273	55	683	634	190	39	405	469	159	26	284
4	四供	150	24	6	120	145	23	6	116	133	20	5	108
5	五供	160	14	6	140	80	6	4	70	52	6	2	44
6	六供	106	18	5	83	102	17	5	80	97	16	4	77
7	七供	1,228	290	60	878	1,116	264	54	798	1,142	271	55	816
8	八供	700	102	25	573	600	89	20	491	400	58	15	327
9	九供	2,000	220	80	1,700	2,000	220	80	1,700	2,000	220	80	1,700
10	十供	11	3	1	7	17	5	3	9	19	6	4	9
11	十一供	240	90	20	130	220	83	18	119	220	83	18	119
12	十二供	70	12	1	57	65	12	1	52	40	2	1	37
TOTAL		6,026	1,147	289	4,590	5,499	1,055	257	4,187	5,002	972	233	3,797

单位：人

数据来源：小狗电器

上下游供应链人员情况：目前，小狗电器也带动上下游 12 家供应商的相关就业岗位。2015 年供应链总人数 5002 人，2016 年 5499 人，2017 年 6026 人，总人数呈上升趋势，实现了更大程度的促进就业，并且研发人员、管理人员都在逐渐增多。

（四）案例四 老板电器：传统家电行业电商转型与人才升级

老板电器电商部门成立于 2008 年，目前，电商渠道营收约占到公司销售收入的 30%。老板电器是众多传统企业中较早发力电商品牌企业，走出了一条品牌企业自主电商发展之路。公司电商发展阶段。第一阶段（2007 年到 2010 年）探索期。公司考虑是否要进入互联网行业，通过内部重构，尝试对供应链、用户体验进行改变。当时阶段无法追踪货物流向，行业整体覆盖率并不理想；第二阶段（2011 年到 2015 年）成长期。公司抓住互联网未来的趋势，线上产品与线下进行区隔。老板电器入驻天猫、国美等电商平台，从以往供应商配送方式变为一点发全国；第三个阶段（2015 年至今）新时期。过去十年，老板电器抓住了互联网、房地产红利。2017 年开始研究和寻找新的增长优势。未来，中国存量市场是最大的势（消费升级），寻找新的风口。

老板电器公司有员工 4500 人，全国代理商队伍 16000 人。目前电商团队有 230 人，12 部门，包括 5 个前台（天猫旗舰店、B 店、京东、电视购物等渠道）和 7 个中台（供应链、20 个落地云仓、运营组、市场部、数据商业部、组织与人才发展部门、电商财务部门）。老板电器的电商团队的优势在于独立架构、独立组织。近年来，公司产量每年增幅在 30%左右，生产员工数量增幅在每年 5-8%。虽然产量在不断增长，但人员的需求量增速降低了。

工作岗位变化。近年来，老板电器在产品开发、互联网等相关岗位增幅在 10%左右，传统的岗位被替代最明显的仍然是操作员工的岗位。公司招聘时更倾向于技能人才、专业人才的招聘，目前计划增加数据统计、规划方面人才的引进。另外，公司还将大力引进内容营销相关岗位人员，开展直播、社群营销。公司不再只看重工作经验，而是更加注重年轻的心态和学习能力，搭建年轻化人才梯队。



图 16 老板电器相关负责人介绍公司电商发展及就业情况

目前电商发展最紧缺的人才。一是电商战略人才，现在最紧缺的是具备整合企业中长期发展规划的人才；二是电商合伙人，电商既是劳动密集型产业，也是知识型产业，需要人才在这两方面衔接，具备思维模式转变的能力。

（五）案例五 百万快递员冒雪送包裹

2018 年 1 月 25 日，全国迎来大范围低温雨雪天气，大雪影响湖北、安徽、浙江、江西、湖南和重庆等地部分地区。极端天气下，消费者日常出门购物受到影响，转而加大了网购的数量。加上时值腊月，正是年货消费的旺季。连日来，大批年货正从电商仓库里发出，顶风冒雪赶往消费者家中。菜鸟网络的数据显示，尽管天气恶劣，但天猫等网购平台的商品还是如期配送。当日达和次日达的投递比率与日常持平。这背后是快递员们在寒冬中的辛苦付出。据统计，全国有近百万快递员处于风雪天作业的环境下。



图 17 芝麻开门快递员冒雪配送包裹

在杭州，芝麻开门的配送员仍在雪地里勉力前行，把当天的天猫超市商品送给消费者。消费者收到包裹后说，原本以为这么大的雪，快递员不会送来了，没想到当消费者在暖暖的屋子里等待的时候，快递员正在寒冬里风雪兼程。



图 18 德邦快递员用绳子拉着三轮车送包裹

河南南阳卧龙岗的德邦快递员梁之领，用绳子拉着三轮车走过积雪路段，坚持给消费者送货。



图 19 中通快递独臂小哥王小亮冒雪送包裹

在湖北襄阳，中通快递的独臂小哥王小亮也没有歇着，他的工作能力比健全人还强。他肩上扛着包裹，一步一个脚印踩着积雪去配送。

2018 年 1 月 26 日，阿里巴巴 CPO、菜鸟董事长童文红通过微博等社交媒体向一线物流人发出关切，同时，菜鸟宣布投入 1000 万元成立温暖基金，保障有需要的天猫配送员及其家庭有一个温暖的冬天。

五、促进电子商务等新就业形态发展的政策建议

一是深化“放管服改革”促进电子商务、新零售等新业态发展。对跨界零售企业提供便利的审批服务，各部门简化和合并审批流程，如建立一站式审批窗口或开设大企业绿色通道。新生跨界零售，以线上线下全渠道经营和跨品类跨业态经营为主要创新手段，新业态往往是跨界、跨部门的产物，需要获得多项行政许可，如施工许可证、消防设计审查、验收和开业检查、地下空间使用备案、营业执照、食品经营许可证、药品经营许可证等，现有串联式审批方式导致全部证照办理时间长达数月。地方审批方式创新与实践，值得推广借鉴，如深圳市设立大企业直通车绿色通道，对连锁经营规范标准化的企业提供专项服务。大型连锁经营企业获得“大企业直通车”资格后，即可享受工商、食药监、城管等各项业务在市局统一办理的政策支持。

二是行业协会组织，高校、企业联动，探索跨部门、跨界人才培养，共同培养适应数字经济大背景的零售业数字化专业人才。未来新型百货购物中心将需要大量复合型零售人才，包括具有自主设计和读取数据能力的复合型买手、专业零售服务人才、具有技术背景和零售实践结合的复合型人才等。应未雨绸缪，提前开展研究，加强行业从业人员培训。

三是传统零售企业，要转换思路，积极拥抱新零售，推动现有人才转型和储备新型人才。一方面，为现有人才快速转型提供培训机会，对老员工加以培训提升，如零售服务技能培训，新营销工具使用等；另一方面，做好数字化新型人才的培养和储备工作，特别是具有数字技术背景和零售实践结合的复合型人才。在快速变化的市场中立于不败之地。

参考文献

- [1] ILO(2004), *The Future of Work and Quality in the Information Society: The Media Culture, Graphical sector*. Report, TMMCGS, 2004.
- [2] Kretschmer, T. (2012), "Information and Communication Technologies and Productivity Growth: A Survey of the Literature", OECD Digital Economy Papers, No. 195, OECD Publishing.
- [3] Mitter, S. and Rowbotham, S. (1995), *Women Encounter Technology: Changing Patterns of Employment in the Third World Countries*. Routledge: London and New York.
- [4] OECD (2012), "ICT Skills and Employment: New Competences and Jobs for a Greener and Smarter Economy", OECD Digital Economy Papers, No. 198, OECD Publishing.
- [5] OECD (2013a), OECD Economic Outlook, Vol. 2013/1, OECD Publishing.
- [6] OECD (2013b), "Measuring the Internet Economy: A Contribution to the Research Agenda", OECD Digital Economy Papers, No. 226, OECD Publishing.
- [7] Sumanjeet S. (2008), "Impact of Internet and E-Commerce on the Labour Market", *Indian Journal of Industrial Relations*, Vol. 43, No. 4.
- [8] 北京交通大学,《全国社会化电商物流从业人员研究报告》,研究报告,2016.5。
- [9] 国家统计局,《中华人民共和国 2017 年国民经济和社会发展统计公报》,2018。
- [10] 国家统计局国民经济核算司,《中国 2012 年投入产出表编制方法》,2014。
- [11] 国家信息中心,《中国共享经济发展年度报告(2018)》,研究报告,2018.2。
- [12] 中国就业促进会,《中国网络创业就业发展状况和对策研究》,研究报告,2013。
- [13] 中国就业促进会,《网络创业就业统计和社保研究报告》,研究报告,2014。
- [14] 中国就业促进会,《网络创业就业统计和大学生网络创业就业研究报告》,研究报告,2015。
- [15] 中国互联网络信息中心,《中国互联网络发展状况统计报告》,研究报告,2018.1。
- [16] 中国人民大学中国就业研究所,《中国就业市场景气报告》,研究报告,2018.1。
- [17] 商务部,《中国电子商务报告(2016)》,研究报告,2017.5。

课题组成员

杨伟国 中国人民大学劳动人事学院院长 教授 博导

吴清军 中国人民大学劳动人事学院劳动关系系主任，副教授

陈 轩 中国人民大学劳动人事学院助理教授

王 非 中国人民大学劳动人事学院助理教授

邱子童 中国人民大学劳动人事学院博士研究生

聂文文 中国人民大学劳动人事学院硕士研究生

雷皓铭 中国人民大学劳动人事学院硕士研究生

课题支持

郝建彬 阿里研究院创业就业研究中心主任

蒋正伟 阿里研究院高级数据专家

课题致谢

感谢淘工作、盒马鲜生、小狗电器、美空网、老板电器、顾家家居、光云科技、宝尊电器、东印公司、水星家纺等公司相关负责人对于本课题调研给予的大力支持。