

在小组讨论中如何脱颖而出？说想要多少月薪才是完美回答？抽到了完全不了解的题目该怎么办——

面试关：有了窍门就有机会

经济日报·中国经济网记者 余颖

毕业生就业季

能接到面试电话的人都是幸运儿。从以往经验看，简历环节至少会淘汰70%的人，只有约30%的人能参加面试。根据招录规模，其中仅有约5%至30%的人能留下。

如何在小组讨论中脱颖而出？说想要多少月薪才是完美回答？一对一面试抽到了完全不了解的题目该怎么办？记者在两次面试现场，找到了求职者最需要的答案。

与众不同才是真

“大家好，我叫王雪，是北外研一学生。我曾经在西部地区支教一年。”

“大家好，我叫刘媛媛。我是北外校学生会主席。”

“大家好，我叫张馨月。我是院学生会体育部部长，在中国银行实习过。”

4月8日，“2017年高校毕业生就业力大赛”在北京外国语大学国际关系学院举行，一群大三和研一的学生们提前参加了一场模拟面试，第一个环节就是自我介绍。

一圈10多个穿着白衬衣、黑西服、黑头发的女生自我介绍完毕，嘉宾们只记住了特别亮眼的几个人，比如校学生会主席刘媛媛、西部支教的王雪，点评也围绕他们展开。

“同学们都很优秀，但是，为什么你们非要按照同样的格式自我介绍呢？有针对性地作一些介绍多好。”一位评委直接点出了同学们的短板，“我们这里有中国外运长航负责人，如果说你曾经对物流术语、跨境贸易英语有过一定了解，我想她就会记住你。”

同样的情况，在真正的面试现场再次出现。

4月11日，91金融今年的第一场管培生面试在公司举行，求职学生的自我介绍基本也是三段式——学校专业、实习经历、个人特点。

别看只有六七个人，一圈听下来还真记不住谁是谁。“有的学生有过海外留学经历、有的学生参加过不少校园活动，学生们可能觉得自己的经历独一无二，但这些情况面试官一年要听成百上千遍。只有在现场表现出色，面试官才会印象深刻。”91金融副总裁施健说。

面试中，施健发现，第一个开口的学生往往会决定整场自我介绍的调子，后面的学生总是习惯性地跟着第一个人的格式。施健认为，“可能学生觉得这样比较保险，不想表现得与众不同，或者他们就是习惯了随大流”。

他的感觉与参加北外比赛的张馨月、参加91面试的何敦龙如出一辙。这两位女生都表示，自己原本准备了一个自我介绍，但是现场听前面的同学讲成了三段式，自己也统一标准了。

“自我介绍环节是打动面试官的第一步，选择千篇一律的自我介绍，就是自己放弃了第一次机会。”施健以自己10多年的人事工作经验总结说，“如果能结合企业、岗位和面试官的特点作一些有针对性的信息推送，留下的印象肯定更为深刻。比如说我们是一家金融公司，如果你曾经在蚂蚁金服实习过，就会有亮点。”

同时，有些学生会在自我介绍环节



① 91金融的管培生面试中，求职学生的自我介绍基本就是三段式——学校专业、实习经历、个人特点。



② “2017年高校毕业生就业力大赛”在北京外国语大学国际关系学院举行。

③ 图为“2017年高校毕业生就业力大赛”一等奖获得者张馨月（中）。余颖摄

把简历里的情况再复述一遍，施健认为这也不可取。“简历里的东西，面试官都掌握了，他想听到的是纸上没有的东西。总之，在自我介绍环节想要脱颖而出，一定要与众不同。”

能力素质很重要

面试的第二个环节通常是小组讨论，被称为群面。在这一环节，北外和91金融的面试都选择了“如何合理安排收入”题型。

记者拿到了这两次面试的考题。其中91金融的题目是小A姑娘生活在西部某省会城市，2016年初毕业，2016年7月份入职北京一家互联网公司。她的父母已经退休，有个弟弟今年上初三。公司在中关村，宿舍在霍营，宿舍不需要房租，但水电费用需要独立承担，公司提供免费午餐。小A目前的工资为7000元，让大家来分配工资。

北外的题目类似，也有大量信息，不可能有唯一答案。张馨月抽到这个题型，自我定位后担任记录员角色。她认真地记录小组成员的讨论，希望尽力得出一个最佳答案。最终评委的话却让她大吃一惊。

“学生的生活经验明显不足，没有想到用手机查一下地铁费用，但这并不是考察的核心。我们并不需要学生给出一个最合理的分配答案，而是看他们在这个过程中，对细节的把控能力、思辨能力和团队协作意识。”当天到场的评委说。

在91金融的面试现场，人事部工作人员告诉记者，学生对细节的关注不够，比如没有人提出目前工资7000元是税前还是税后？作为金融专业的学生，这是很基本的知识。

听了面试官的指点，参加91金融面试的何敦龙有点懵。“其实我想到了工资税前后的问题，可看大家都没有

提，我也就没敢说，怕引起争论。”何敦龙不好意思地补充，“还有大家在讨论每个月要留出旅游基金，一年出去玩两三次，我想在互联网公司可能没有这个时间。”可因为不想显得跟小伙伴不一样，她也把这些疑问吞了下去。

这个环节，何敦龙这一组都没有得到太高的评价。“学生在群面中要充分思考，积极表述。我不怕你的想法是错的，就怕你没有想法。”施健总结说，你的想法如果是错的，很快事实就会让你知道你是错的。你会不断地寻找正确答案，不断进步，但如果你没有想法，也就没有进步空间。

工资问询有技巧

小组讨论后，通常是一对一面试环节。由于问题是随时变化的，所以每个人遇到的问题都不一样，但有一个问题经常被问道：你对薪资待遇有什么要求？

谈钱，可能是刚出校门的同学们最难启齿的话题，可又是他们最关心的。“要么工作好，要么挣钱多。”中央财经大学毕业生于雯也直接地说，“我的心理预期是8000元左右，如果公司和职位都很好，可以下调2000元，如果不是很好，那就上浮2000元。”

她认为自己的回答完美。但是在专业人士眼里，这个答案并不理想。

“其实求职者完全没有必要给出薪酬预期，因为用人单位都会有自己的衡量标准和薪酬体系，尤其是对应届毕业生，都有一个比较标准的起薪价格，求职学生自我报价并没有实际意义。”施健建议，从留下好印象的角度来说，学生可以表示自己尊重公司的薪资标准，并表达自己对公司平台和职业本身感兴趣，相信自己的努力会证明自己的价值，也相信公司会给自己合理的报酬。“借机表达希望能在公司获得

一个更好的岗位平台就ok啦，报高价或者低价其实都不是很好，没有必要。”

还有一个必选考题是抽词表述，面试人员随机出一个题目或者让求职者抽一个题目，自行发挥。“国产航母”、“人民的的名义”、“12306购票”，都出现在题目中。

何敦龙就抽到了《人民的的名义》。他没有看过这部电视剧，说不出太多。但他记起走进公司时，看到的“实现中华民族伟大复兴的中国梦”横幅。由这个点出发，他说到自己的成长得到了社会的帮助，也希望将来能回馈人民。

他的表述得到了面试人员的认可。“抽到完全不了解的词汇不要怕，面试不是要考察知识，而是要看临场应变能力。能结合个人、企业、岗位情况发挥是最好的。”施健见过有应聘者作了两三分钟的名词解释，结果可想而知。

通过模拟面试，张馨月、刘媛媛觉得自己收获很大，对今后找工作肯定有帮助。这也是学校举办就业力大赛的初衷。

“从学生身份到职场人乃至社会人的角色转变，对每一位毕业生来说都是不容忽视的挑战。在专业课程之外，举办就业力大赛等实践活动，就是为了让学生在思想上、行动上迅速成长和成熟，以便更加适应社会期待、企业需求。”北京外国语大学国际关系学院院长李永辉建议学生在在校期间不可放松学习，要掌握真本领，同时多参与有益身心的社会实践活动。

李永辉强调，在职业选择上，学生要有自己的判断，不要人云亦云，看什么热就做什么，“随着社会发展特别是互联网迅速普及，传统行业和非传统行业之间的界限已渐渐模糊。希望同学们在就业过程中，抛弃先入为主心态，调整就业期望值，在平凡的工作岗位上做出不平凡的成绩”。

4月23日是世界读书日。从早晨8点起，爱书的人们就陆续来到北京三联韬奋24小时书店海淀分店，挑战“24小时阅读马拉松”。

84岁的史宗辉和77岁的徐友于老夫妇是最早来的“挑战者”，史老先生告诉记者，每天读一点书，写一点字，让自己觉得非常充实。4岁半的小朋友孟泽霖则拿着自己最喜欢的恐龙画册埋头阅读，刚刚开始认字半年多，他就已经书不离手了。

在这个不间断、不熄灯的阅读接力挑战空间内，读者们只需要领取一本“阅读护照”，登记自己开始阅读的时间和书目，就可以开始挑战。成人读者坚持阅读6小时、3岁至8岁儿童坚持阅读1小时以上、9岁至18岁青少年坚持阅读3小时以上，并且完整地读完一本书，就可以完成本次阅读马拉松挑战。坚持阅读12小时以上的读者还会获得“优胜者证书”。

“不作秀、只读书”是三联韬奋书店始终坚持的原则。据介绍，“阅读马拉松”目前已成为一项世界性的公众阅读与慈善活动。2016年4月23日，三联韬奋书店首次联合读联会举办“阅读马拉松”活动，号召读者排除杂事，在阅读空间不间断读完一本书，吸引了200多人参与。

在今年的世界读书日期间，“阅读马拉松”推广至全北京，正式成为“书香中国·北京阅读季”启动当天的一项重点活动。通过北京阅读季平台，全北京50多家阅读空间开展了“2017年北京阅读马拉松”活动，近万人报名参加，读者热情空前高涨。

书香中国·北京阅读季创办之初，就注重培育社会力量，让公众在推广全民阅读过程中承担责任，发挥效应。在每年全民阅读活动中，一直有一批很有活力的社会力量，以活跃的姿态和有创意的方式，让阅读活动更好地深入普通百姓心中。

“诵读小站”就正式落户三联韬奋24小时书店，为读者和听众搭建小小的展示平台。读者可以在这些“诵读小站”通过专业录音设备，录制心仪的文学作品，倾吐阅读感悟，音频资料经过北京电台的精心编辑，每天都将在北京电台文艺广播播出。4月23日，三联韬奋24小时书店海淀分店一层中央新落成的灰蓝色“诵读小站”围满了等候诵读的人群，许多读者选择钟爱的书籍片段，大声诵读，这种全新体验让他们心爱的文字转化为声音，让阅读成为更加丰富的体验。今后，在北京的文化场所将出现更多“诵读小站”。

包括“阅读马拉松”在内，4月23日北京共举办了300多场阅读活动，全城尚读成为了北京城最亮丽的风景线。当日，西城区发布了北京首个区级《北京市西城区“十三五”时期全民阅读推广规划》；海淀区今年创新推出“文化行走 悦读海淀”系列主题活动，打造海淀区特色文化地标，并面向全区开展“阅读大使”征选活动，结合读者年度阅读表现，选拔2017名阅读大使；朝阳区“阅读行走12小时”将阅读与行走创新结合；房山区继续“诵读之乡”传统，开展5000人大型诵读活动等。北京市16区利用各区资源优势，创新阅读推广模式，将阅读工作深耕于城市公共生活每个角落，也将构建书香社会落到实处。

读书日寻找读书者



4月23日是世界读书日，在重庆市长寿区桃花新城商圈，5岁的王慕琳和妈妈在街头“亲子阅读快闪秀”活动中阅读绘本《猜猜我有多爱你》。



在河南省义马市新区办事处千秋村，95岁的魏祖鹤老人（右）与59岁的儿子一同阅读书籍《古文观止》。新华社发

“讨好”消费者，国际品牌也是拼了

吉蕾蕾

为期10天的北京SKP十周年“乐享时尚生日庆”活动前不久终于落下帷幕，并创造了单日销售额突破4.6亿元的商圈神话。短时间、高销量是商家的目标，而商场销售神话的有力推手就是产品的文化价值和品类的多元化。

以宝格丽为例，灵蛇形象一直是宝格丽的标志。早在20世纪40年代，象征智能、生命和永恒的蛇形象就被宝格丽率先运用到腕表设计中。如今，从百万高级珠宝、腕表，到入门级珠宝，再到包袋，宝格丽产品丰富多彩。宝格丽在保持着高端珠宝品牌形象的同时，推出了更多产品线，以满足不同受众需求。有些产品还实现了私人定制、免费刻字，以迎合消费者的

个性化需求。

赶在北京SKP生日庆活动期间购买婚戒的乔友飞欣喜地告诉记者，他和未婚妻一直比较喜欢宝格丽的品牌文化，早就看中了宝格丽的多圈弹簧戒指。“4月15日，正好是宝格丽专柜的品牌日，可以享受10倍积分和满1000元赠送100元电子礼金的优惠，折算下来比平时价格更具吸引力。”乔友飞兴奋地说，最关键的是可以定制刻上彼此名字，这独一无二的意义太赞了。

多样化产品给消费者带来更多选择空间，心思缜密的时尚品牌们也从未停歇，还在继续挖掘适应市场的消费点。特别是每到七夕、春节等具有中国特色传统节日时，各大时尚品牌无不推

出带有中国元素的产品，每年“轮值”的生肖更是被时尚品牌表现得淋漓尽致。

今年的主角当然是丁酉年的鸡。迪奥的生肖手链、路易斯威登的鸡年特定钱包、蒙口的刺绣公鸡羽绒服……这些带着生肖图案的产品看起来都意气风发。不得不说，为了讨好消费者，这些漂洋过海时尚品牌也真是“煞费苦心”。

当然，讨好好像慧子、乔友飞这样注重产品文化价值和背后寓意的消费者，这些时尚品牌是成功的。不过，面对越来越老道和挑剔的消费者，要继续赢得市场欢心，在产品的质量和实用性设计方面还得下番功夫，只简单靠中国元素而没有深得中国文化精髓的时尚品牌产品肯定是走不远的。

经营有道

4月23日那天，慧子终于赶在北京SKP闭店之前，冲进迪奥专柜买下了心仪许久的小蜜蜂珍珠耳钉。慧子直言，自己工作特别忙碌，寓有“勤劳小蜜蜂”之意的这款珍珠耳钉迎合了自己的工作状态，才迫不及待去“拔草”的。

慧子的消费理念也是大众消费的一个缩影。如今，随着人们生活水平提高和消费升级时代的到来，大众消费需求已不仅仅停留在物质需求层面，而是更注重文化诉求。消费行为能否体现文化素养，也就成了消费关键。

注重品牌与人之间的关系，创造品牌的文化价值便成了许多国际品牌的信条。这成就了国际品牌产品的多样性，也造就了一些商场的销售奇迹。