

就业服务送到家门口

春招旺季,各地立足就业服务核心,以多元创新举措破解供需对接堵点。从浙江人工智能(AI)赋能春招,到广西“就业大篷车”穿梭村屯,再到四川以网络联动群众,各地正努力让就业服务直达群众身边。

AI 打通供需壁垒

本报记者 柳文

如何破解企业“招才难”、求职者“求职烦”的痛点?在浙江,AI技术正加速重构传统招聘模式,为供需双方搭建高效桥梁,为春招注入数智新动能。

近日,浙江省2026届高校毕业生新兴产业专场双选会在浙江计量大学举行。求职者只需扫描二维码上传简历,系统便基于学历、专业、求职意向等多维度信息,智能匹配并精准推送适配岗位。

据悉,本次双选会吸引400余家企业参与,来自浙江全省高校的5000余名毕业生到场求职,初步达成就业意向2800人次。不少采纳AI优化建议的毕业生已收到面试邀约或录用通知。

“AI就像给简历做‘深度诊疗’,改完后焕然一新。”中国计量大学毕业生张小航借助AI建议,将简历梳理为核心技能、项目成果与活动亮点三大模块,突出关键数据,专业感显著提升。

随着AI技术演进,其在大学生就业服务中的作用越发凸显。浙江大学推出的AI视频模拟面试平台,覆盖上百个热门岗位模拟场景,惠及6万余名在校生。“AI的追问机制帮我适应面试节奏,理清答题逻辑。”该校毕业生姜雨彤说,系统会生成个性化反馈

报告,指出优劣势,帮助拿到理想单位录用通知。

浙江大学就业指导与服务中心主任曹磊介绍,学校打造智能化就业服务体系,自主研发的AI智能体整合政策解读、就业指南、行业趋势等资源,为学生提供精准的岗位推荐与个性化的职业发展建议。

数据显示,浙江省2026届高校毕业生生预计达46万余人,规模再创新高。浙江省教育厅、人社厅等相关部门正积极运用新技术手段,构建全链条、一站式就业支持体系。

专家指出,AI通过智能推送、精准匹配、能力评估与趋势预测等方式,能显著提升供需双方的信息透明度与流动效率,促进高质量充分就业。

近日,杭州青年人才交流大会在杭州大会中心举办。与往年相比,今年AI面试舱、AI就业一体机等智能设备已大规模投入使用。其中,AI面试舱配备独立空间,求职者一键投递简历后,系统智能匹配企业需求,10分钟至15分钟内即可完成全流程面试,并自动生成人才画像,实现“一次面试,千企匹配”。

杭州衍进科技人事主管吕佳霖评价,AI面试舱能精准提取关键信息、深度追问,高效完成人才初筛,大幅提升了招聘效率与人岗匹配精度。



广西梧州市苍梧县“就业大篷车”开进村屯,村民在了解就业信息。(资料图片)

大篷车满载新岗位

本报记者 童政

近日,广西梧州市苍梧县梨埠镇清水村、田众村、平昨村、料口村等村屯迎来了“就业大篷车”。车身屏幕滚动播放企业招聘信息、就业政策解读和职业技能培训通知等内容,并配备工作人员跟车指导,可随时提供职业指导、技能培训报名、政策咨询和求职登记服务,把就业服务精准送到群众家门口。

“工资怎么计算?”“包不包食宿?”……带着2000多个岗位的“就业大篷车”吸引了不少村民前来咨询。“岗位真不少,想选个能顾家又能挣钱的活儿。”梨埠镇清水村村民黄亚生说。

自2月18日起,这辆载着县内外企业岗位信息和政策礼包的大篷车,穿梭于村社广场、田间地头,举办“家门口的招聘会”。石桥镇湾岛村村民陈灿森便是受益者,他通过大篷车提供的本地岗位信息,成功入职玩具礼品(苍梧)有限公司,实现“挣钱顾家两不误”。

联志玩具礼品(苍梧)有限公司厂长陈守基称赞道,“就业大篷车”是高效的招工渠道和贴心的政府服务,吸引了大量求职者应聘,这种招工方式精准、直接、有效,为企业解决了用工难题。

“就业大篷车”的推出,是对农村就业痛点的精准破解。苍梧县部分农村偏远,群众找工作、了解政策需奔波往返,求职成本高、意愿低;线上发布、乡镇集中招聘等

传统方式,难以覆盖年龄较大、不熟悉网络的群体,存在信息传递“最后一公里”堵点。

苍梧县人社局局长潘思源介绍,“就业大篷车”的核心理念是变“人找服务”为“服务找人”。相较于传统固定服务和集中招聘会,它是“会跑的就业服务站”,可根据农时、人员聚集情况灵活调整线路和时间,覆盖偏远村庄、集市等区域,将服务直接送到群众家门口。“它整合岗位推送、政策宣传等多项功能,实现‘下车即招工、上车可咨询’,提供‘一站式、零距离’服务。”潘思源说。

苍梧县在构建“县级总枢纽—乡镇服务站—村(社区)服务窗”三级固定网络的基础上,将大篷车作为重要补充。该县对150余名基层经办员开展轮训,打造“金牌就业管家”队伍,大篷车出发前,会提前整合最新岗位和政策信息,确保内容准确及时。

截至目前,“就业大篷车”已累计巡回服务120余次,推送岗位信息超2.1万个,延伸服务至固定站点难以覆盖的角落,让就业服务流动起来。

网格联动精准对接

本报记者 刘畅

“春节后,我在眉山东站‘眉好就业’服务站了解到眉州公证处招聘信息,在工作人员的热心对接下,前后仅半个月就顺利入职。”四川省眉山市眉州公证处公证员助理李智慧说。

这样的暖心就业故事,正是眉山市推进实施全国公共就业服务能力提升示范项目、构建多方协同基层就业服务体系的生动实践。

针对以往就业服务“上热下冷”、末梢力量薄弱、供需信息不对称等痛点,眉山打破部门壁垒,由市人社局牵头,联合财政、民政等多部门构建全域联动服务体系,创新推出“网格+救助+就业”联动机制。

洪雅县柳江镇花溪社区网格员李红珊负责辖区100多名居民的就业服务工作。“联动机制建立后,我每月都会分批次上门走访,动态摸排网格内失业人员、就业困难群体的求职意向和培训需求,再通过上门推送、微信群转发等方式,把企业用工信息、就业政策精准送到群众手中。”

截至目前,眉山已构建起“区县有窗口、镇街有服务站、村社有服务点、网格有服务触角”的四级就业服务架构,还依托救助管理站、邮政网点、交通枢纽等场景,建成了一批特色服务驿站。到今年年底,眉山将全面实现“城市15分钟、乡村5公里”就业服务

全覆盖升级,城乡劳动者在家门口就能享受到更便捷高效的就业服务。

精准帮扶的核心,在于读懂不同重点群体的差异化需求,靶向破解就业难题。“大龄就业困难人员缺技能、难适应,宝妈群体盼兼顾家庭的灵活岗位,返乡农民工想就近稳定就业,不同群体的需求各不相同。”青神县青竹街道花园社区党委副书记、“眉好就业”服务中心负责人何联说,除了常态化做好岗位公示,还通过近50个微信群发布就业信息,为灵活就业人员解决社保补贴办理等实际难题。

针对不同群体需求,眉山市量身定制差异化帮扶方案。在基层服务站设立“匠心工坊”技能体验区,将培训送到家门口、生产一线;培育“青神竹编”“苏小妹”等知名劳务品牌,带动超16万名劳动者凭技能就业。

此外,眉山还将网格员采集的就业信息同步接入四川公共就业创业服务管理信息系统,搭建动态更新的劳动力资源库与企业用工需求库,让岗位找到人、人找到岗,持续推动就业服务提质增效。

“一句话购物”带来消费新体验

本报记者 赖奇春

用户只需向人工智能(AI)描述消费需求,便能立即获取商品推荐、购买建议,点击附带的商品链接,就能直达下单页,完成“一句话购物”。近期,豆包AI正在灰度测试电商功能,此前,阿里、京东、美团、拼多多等头部平台纷纷推出AI购物,持续投入资源推进生态建设与场景落地。

近年来,内需尤其是消费已成为推动我国经济增长的关键引擎。今年的《政府工作报告》提出,打造一批带动面广、显示度高的消费新场景,加快培育消费新增长点。专家表示,随着AI逐渐迈向规模化应用阶段,“AI+购物”正重构消费路径、重塑消费场景,释放更大的消费潜力。

“AI+购物”之所以能快速兴起,首先源于便利性和体验感的提升,其次则在于供需匹配效率的跃升——通过用户对话,AI可以刻画用户偏好与场景,实现更精准的人货匹配,提升转化率与满意度。

“AI+购物”的背后,是消费路径的重构。传统的消费路径,无论是

线下消费,还是线上选购、下单,本质上是“人找货”的信息检索逻辑,依赖用户主动筛选和判断。而如今,用户在AI对话框中直接描述需求,AI就能自动完成筛选和推荐。

国家发展改革委宏观经济研究院研究员张林山认为,AI正深刻重塑消费形态,通过精准洞察、效率优化与体验升级,推动消费向智能化、个性化跃迁。

也要看到,AI购物等新消费方式,目前还处于起步阶段,仍有很多问题亟待解决。比如,当前部分AI助手还存在信息幻觉频发的情况,容易出现商品参数错误、价格虚报、推荐不符合需求等问题。

北京理工大学特别研究员曾亮提示,用户在使用AI完成购物时,很容易将AI当成一个客观、中立的“购物顾问”,但它给出的结果背后可能叠加了商家的竞价排名、平台的流量分发和商业化排序机制。

文“投喂”AI大模型,灌输虚假信息,以此操纵搜索推荐结果,误导用户。这些问题都将削弱用户信任基础,扭曲消费决策路径,对平台治理能力与行业规范提出了更高要求。

此外,数据安全和隐私问题同样备受关注。曾亮建议,针对AI技术催生的新消费场景,应尽早明确高风险界限和责任归属的基本规则,让制度建设跑在技术扩张前面;技术研发方面,需同步加强人工智能安全方向的研究,重点围绕权限控制、决策可解释、异常干预、提示注入防护、越权调用识别和责任追溯等关键问题持续攻关。

推动“AI+购物”健康有序发展,需政府、平台、企业、用户多方协同、多管齐下。张林山建议,监管层面,应加快出台AI应用分级分类标准,强制要求算法备案与可解释性说明,确立“最小必要”数据采集原则;机制层面,构建“算法影响评估”制度,明确平台作为推荐服务提供者的连带责任,并设立第三方仲裁机制简化维权流程。同时,需加强消

费者数字素养教育,通过多方共治构建可信、公平、普惠的AI购物生态。

曾亮提醒用户,在使用AI购物、点外卖、打车时要有信息安全意识,对涉及价格、支付、地址、自动续费关键环节保持最后核对。同时,AI给出的推荐和决策不一定天然客观,面对高科技和人工智能,不能把“先进”直接等同于“可信”。

AI会成为下一代主流消费入口吗?在工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林看来,尽管各大平台软件此前已陆续上线AI导购、数字人主播、一键换装等功能,但AI购物对于很多用户而言仍然是新鲜事物,尚未形成习惯和足够的信任感,目前更多停留在辅助工具层面,而非决策中枢。

盘和林表示,随着AI技术的不断成熟,以及对各类消费场景体验的持续优化,相信未来消费者会逐步适应并接受“AI+消费”的新模式,AI将深度融入消费全流程,进一步重构消费逻辑,释放消费潜力。



四川眉山市青神县青竹街道花园社区“眉好就业”服务中心站,网格员正在讲解就业政策。(资料图片)

投资个体市场面面观

最近,网上突然冒出不少质感惊人的短剧、动画,点开简介,主创只有一个人或是仅有几个人的工作室。巧的是,阅文集团最近推出了一项名为“火种计划”的AIGC视频共创项目,重点扶持个人创作者,包括启动漫剧大赛、签约千名人工智能(AI)方向的导演,投入亿元资金扶持个人创作者与小型工作室等。

把这两件事放在一起看,一个清晰的信号浮现出来:AI创作,正从技术赋能变成个人机会,而这背后,是内容产业底层逻辑的深刻变迁。

过去,影视、动画等内容生产是典型的资本与人力密集型产业,一部作品往往需要数十人团队、数月周期。如今,AI工具正在极大降低创作的技术门槛。一个人就是一支队伍,一个创意就可能火爆全网。近期在社交平台引发关注的“你在雪山救了一只狐狸”系列短剧,正是个人创作者借助AI工具完成的生动案例。可以预见,“超级个体”将不再是零星现象,而会成为内容生态中不可忽视的力量。

头部企业将资源向个人创作者倾斜,释放出一个值得关注的信号:在AI时代,内容产业的生产要素正在重组,资源和机会正在向更具创意活力的“人”本身回归。

投资个人,本质上是投资内容生态的多样性与可持续性。头部爆款需要大制作、大团队,但真正让内容生态保持活力的,是无数中小创作者在海量选题上的持续探索。他们更灵活,更贴近用户,更易捕捉细腻的情绪变化与审美趋势。投资个人,顺应了“超级个体”崛起的时代趋势,也回应了创意多元的内在需求。

投资个人,体现了技术普惠的价值导向。影视创作曾是高门槛行业,而AI工具的普及,让更多才华但缺乏资源的普通人有机会进入这一领域。企业开放IP库、提供资金与工具支持,降低的是“好故事”的产出门槛,让创意不再因资源匮乏而被埋没。这对于激发全社会文化创造力、拓宽内容创作的群众基础具有积极意义。

投资个人,也凸显了技术与人的辩证关系。技术越先进,人的价值越突出。AI可以模仿风格、优化效率,但它无法替代创作者从生活经验、情感体验和独特视角中生长出的原创火花。好故事的核心,永远是“人”的表达。资本与平台对个人的扶持,恰恰是对这种不可替代的人的价值的肯定。

当然,在拥抱技术红利的同时,行业也需要以冷静、审慎的态度,共同面对几个关键问题。

第一,厘清技术工具与创作目的的关系。AI可以生成画面,但无法替代情感。真正打动人心的作品,往往源自创作者对生活的观察、对人性的理解。行业应引导创作者善用技术,而非被技术所驾驭。

第二,加快构建AI时代的版权与原创性规则。AI创作涉及训练数据来源、生成内容版权归属等一系列复杂问题。这要求平台、创作者与监管方共同探索,建立清晰、公正的规则体系,既鼓励创新,又切实保护相关权利人的合法权益,为AI内容创作提供稳定的法治预期。

第三,警惕流量逻辑对内容质量的挤压。内容的价值在于质量而非数量。AI极大提高了内容生产效率,也可能带来同质化内容的泛滥。平台在算法设计与流量分配上,应旗帜鲜明地鼓励创新、注重品质,而非简单追逐点击率。

好内容,来自于人,服务于人。平台、创作者与管理者唯有秉持这一共识,才能在技术浪潮中不迷失方向,共同构建一个更具活力、更加健康、更富人文关怀的内容生态。

