



新经济新业态对青年思想行为的影响

赵联飞

“新经济”涉及一、二、三产业，并不仅仅指第三产业中的“互联网+”、物联网、云计算、电子商务等新兴产业和业态，也包括工业制造中的智能制造、大规模的定制化生产等，还涉及到第一产业中有利于推进适度规模经营的家庭农场、股份合作制、农村一二三产业融合发展等情况。按照这一解释，新经济在当前更多的是笼统指代信息技术环境下涌现出的新的经济形态。新经济新业态的出现带来了新就业。据统计，2019年4月以来，人力资源社会保障部发布了五批共74个新职业，涵盖了人工智能工程技术人员、物联网工程技术人员、区块链工程技术人员、城市管理网格员、互联网营销师等多个类别。业界机构委托开展的研究则列出了更多的职业类别，例如，《2019—2020 微信就业影响力报告》显示，微信生态新职业不断涌现，2019年微信生态相关职位同比增长156.6%，新媒体运营、社群运营、小游戏开发工程师、微信公众号运营、小程序运营等职业岗位快速增长。2019年支付宝新职业报告数据显示，支付宝成立15年来，在其平台上总共诞生了超过40种新职业。此外，统计数据表明，截至2021年底，快递员和外卖骑手群体的总规模超过1000万人。这些数据展示了新职业群体规模的快速扩大。

从中国近30年来的发展历程看，无论是互联网的快速发展还是高等教育的普及化，都与当代青年群体的成长经历高度重合。2020年8月，人力资源社会保障部发布的《新职业——网约配送员就业景气现状分析报告》显示，2020年1月20日至3月30日，美团平台新注册且有收入的新增网约配送员达到45.78万人，20—30岁为疫情期间新增网约配送员的主要年龄段，占比为45.3%。美团研究院发布的《2019年生活服务业新职业人群报告》数据显示，在从事生活服务业的新职业人群中，92.13%的新职业人群年龄都在40岁以下。艾媒咨询发

布的《2020H1 中国直播电商行业主播职业发展现状及趋势研究报告》显示，20—30岁和30—40岁的网络主播的比重分别为46%和35%。腾讯电竞发布的《2019年度中国电竞人才发展报告》显示，20—25岁从业者所占比例为43%，26—30岁的比例为39%。新经济、新业态的蓬勃发展对青年产生了深刻的影响。

青年作为社会成员受到新经济新业态的影响

第一，培育了新的生活方式。新经济新业态的出现，改变了日常生活的样态，催生了全新的生活方式。随着移动互联网的出现和普及，中国互联网的发展开始从早期国家倡导信息化转向了由市场力量驱动的全面商业化，以移动支付、网购、团购、网上炒股、网上预订、网约车为代表的互联网应用使得人们的日常生活变得更加便捷；以网络文学、网络游戏、网络音乐、网络视频为代表的网络休闲活动则极大地改变了人们业余时间的分配模式；以QQ、微信、微博为代表的社交软件改变了人们社会交往的方式。由于手机上网极大地消除了受教育程度对个体上网能力的限制，上网人群出现低龄化和高龄化的趋势，其受教育程度的平均水平也逐渐下降。《第49次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年12月，我国网民规模达10.32亿，互联网普及率达73.0%。网民使用手机上网的比例为99.7%，网络视频（含短视频）用户规模达9.75亿，网络支付用户规模达9.04亿，网络购物用户规模达8.42亿，网上外卖用户规模达5.44亿。上述数据表明，互联网在我国经过30余年的发展，已经全方位影响了人们的生活世界，并改变了经济和社会的形态。同时，数据还显示，我国未成年网民已达1.83亿，互联网普及率为94.9%，远高于成年群体互联网普及率。这一数据反映了当代青年作为

【摘要】新经济新业态培育了新的生活方式，促进了新消费理念的形成，丰富了流行文化。新经济新业态在赋能青年成为经济社会发展主力军的同时，重塑了青年群体的职业观和职业生涯轨迹，改变了传统的劳动关系和劳动过程。在长时段历史变迁过程中考察新经济新业态对青年思想观念和行为的影响，将有助于人们进行更为透彻的分析并作出更为理性的判断。

【关键词】新业态 新经济 青年群体

【中图分类号】F49 【文献标识码】A



“网络原住民”的现实，以至于出现“可一日不食，不可一日无网”的说法。

第二，促进了新消费理念的形成。如果说网购、团购、网上炒股、网上预订等网络应用还只是传统业务“搬”到互联网上，那么，以共享单车、共享汽车、共享厨房为代表的共享经济则在深层次改变了人们的消费观念。从共享经济在现实中的表现来看，其根本特征是消费者暂时转移对物品的使用权，并因此获得收益。与此同时，暂时获得使用权的消费者则为此付出相对较低的代价和成本。在这里，使用权被转移的物品既包括像汽车、自行车、房屋这样的实物，也包括游戏账号等虚拟物品。共享经济是在信息技术支持下发展起来的新型经济模式，一方面，它提高了已经生产出来的各类物品的使用效率，从总体上节省了资源，顺应人类社会发展的潮流；另一方面，它革新了人们的消费理念，对消费的理解从“占有并使用”转变为“不必为我所有，但求为我所用”。在共享经济发展的同时，二手物品和闲置物品交易也开始流行，以二手书、二手玩具、二手电器、二手汽车等为代表的二手交易近年来迅速发展。相关的行业研究报告表明，中国二手闲置物品交易规模从2015年约3000亿元快速提升至2020年破万亿元的市场规模，预计2025年将达到近3万亿元的市场规模。

第三，极大地丰富了流行文化。这一过程可以从三个方面进行观察。一是网络世界本身是流行文化的重要策源地。在用户创造内容（user generated contents，

UGC）模式下，网络信息正以前所未有的速度膨胀，尤其是随着商业机构以UGC模式介入网络内容生产之后，众多内容制作机构通过对大众流行文化特征以及大众心理的主动把握，制作了大量易于传播的文化产品，促进了流行文化的发展。二是网络环境加速了流行文化的传播。新经济新业态依赖于网络信息技术，能够在短时间内形成现象级热点，推动流行文化的形成。网络传播强化了流行文化所具有的“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的特点，往往是旧的热点尚未完全消失，新的热点已经开始出现。三是新经济新业态催生了新的流行文化生产模式。推动个人IP形成而后进行流量变现成为新经济模式下流行文化生产的重要机制。在这种机制的基础上，形成了近年颇受人们关注的“网红经济”。

青年作为新职业从业者受到新经济新业态的影响

第一，赋能青年成为经济社会发展的主力军。首先，一部分基于新经济新业态产生的新职业对从业者的信息技术素养有较高的要求，例如，人工智能工程技术人员、物联网工程技术人员、大数据工程技术人员、云计算工程技术人员、数字化管理师、建筑信息模型技术员等，从事这些职业需要掌握前沿信息技术，而青年相较于年长的群体，在这方面具有无可比拟的优势。

其次，新经济为青年就业创业提供了更多的发展机遇。例如，以阿里巴巴为代表的B2B网站，以京东为代



表的 B2C 网站，以微信为代表的社交平台，以美团、大众点评为代表的生活服务平台，以知乎、豆瓣为代表的在线知识分享平台，以新浪微博为代表的自媒体平台，等等。这些平台为青年提供了更多的就业和创业机会。最为典型的是，在平台经济发展初期出现了一批具有鲜明个人特色的“草根”博主，他们利用互联网平台，改变了自身的经济状况。

最后，新经济在一定程度上缩小了城乡之间、区域之间的差距，为青年提供了新的发展机遇。从 2000 年开始，以淘宝为代表的电商带动网店快速发展，使得一些无法在传统就业市场中获得良好职位的青年人获得了新的发展机遇。在短视频和直播兴起以后，身处农村地区的青年人通过直播带货推销家乡的农产品，提高了自己的经济收入，同时也为乡村的产业兴旺开辟了新的发展路径。这其中最为典型的一个案例是李子柒，她通过拍摄唯美的乡村生活视频赢得大量粉丝，并成功创办了独立品牌的商业实体。

第二，重塑了青年的职业观和职业生涯轨迹。一是职业选择的变化。伴随新经济新业态发展而出现的一些新职业颠覆了人们此前的认知，例如，电子竞技成为正式体育竞技项目，电子竞技运营师与电子竞技员被列为新职业。在电子竞技员中，除了职业游戏选手，还出现了“游戏陪练师”“游戏代练师”等新职业，从事这些职业的青年在此前被人们认为是“不务正业”和玩物丧志。又如，不少具有高等学历的青年加入了快递员、网约车司机等职业群体，而在此前人们的刻板印象中，从事这些行业的人员学历普遍较低。调查数据表明，大专及以上学历人才在这些职业群体中占比并不低，例如，《2019 年生活服务业新职业人群报告》显示，具有大专及以上学历的从业者比例占到 68%；《新职业——网约配送员就业景气现状分析报告》则表明，快递人员中，大专及以上学历的比例占到 14%；《2020H1 中国直播电商行业主播职业发展现状及趋势研究报告》则指出，主播中 40% 具有大专以上学历。这表明人们在选择职业时已经不同程度摒弃了此前的刻板印象，构建了新的职业身份认同。

二是供职模式出现了新动向。近年来，“斜杠青年”“两

栖青年”“多栖青年”大量出现。所谓“斜杠”“两栖”“多栖”均是指人们同时从事两项或者两项以上的职业，这些职业所需要的工作技能乃至工作特点彼此差异可能较大，甚至角色横跨了老板和员工，模糊了雇佣者和被雇佣者的身份。之所以出现这种模式，是因为有的人认为单一职业的收入不能满足自身对收入的要求，有的人认为自己的能力没有得到充分发挥，还有的人认为既有的职业并不是自己的兴趣和爱好所在。

三是职业生涯的发展样态呈现跨界特征。在新经济新业态的影响下，许多个体改变了传统的单一职业发展路径，在“两栖”和“多栖”的基础上，一些青年的职业生涯呈现出多轨并进的特征。例如，一些文艺和体育明星在获得一定的社会荣誉之后，走上直播带货的发展道路，商业研究者通常称这种现象为“流量变现”。从深层次的角度分析，这种现象反映的是社会资源的交换和应用方式在新经济模式下的更新和放大。回顾历史，20 世纪 80 年代的中国就已经出现电影和体育明星代言广告的情况。如果我们认为当时的这种明星广告代言是较低层级上的跨界。那么，在新经济模式下，职场人士充分利用自己所掌握的技能 and 资源，同时也充分利用互联网环境下劳动自主性增强的特点，在多个领域进行发展，则代表了一种新的职业发展理念，这种跨界的实践模糊了既有的职业界限，彰显了劳动者作为主体的自由度。

第三，改变了传统的劳动过程和劳动关系。从劳动过程来看，互联网平台在很多时候突破了传统上对劳动时间和空间的限制，从而使得劳动过程获得相对的自主性。在农业社会和工业社会中，劳动者被绑定于固定的劳动场所，尤其是在工业社会中，为了满足工业生产的内在节奏，劳动者的工作时间也受到严格控制。而在互联网平台，尤其是在移动互联网的支持下，劳动者的劳动场所大为拓展。新冠肺炎疫情背景下，居家办公的工作方式已经越来越常见，无论劳动者身在何处，都可以通过网络来完成处理订单、与客户视频会谈、远程签订协议等工作任务。随着虚拟现实技术的发展，劳动过程对时间和空间的限制可能会进一步放松，从这一角度讲，新经济新业态使劳动者获得了较高等度的劳动自主性。

从劳动关系来看，互联网平台的出现改变了传统的


劳动关系，同时也给现行劳动法的实施带来了挑战。在传统的劳动关系中，雇佣方和被雇方身份明确、权责清晰，而互联网平台在劳动关系中并不是明确的雇主身份，这为现行法律框架下的劳动者权益保护带来了法律难题。在这方面，最为典型的案例表现在网约车平台和直播平台中。由于网约车司机与网约车平台之间签订的并非劳动合同，网约车平台仅按照业务抽取订单提成，因而在网约车司机出现疾病或在劳动过程中受到伤害时，其劳动权益无法得到全面保障。同样地，在直播平台中，如果主播及其辅助人员并不隶属于某一个多频道网络（multi-channel network, MCN）机构，而是直接与平台公司签订合作协议，那么，当他们遭受劳动伤害时也面临类似网约车司机的情况。

新经济新业态对青年的影响是深刻且全方位的

总体来看，新经济新业态建立在信息技术的应用之上，并且始终处于快速发展过程中，由此增强了从业者在其中面临的社会风险和不确定性。新技术对旧技术的取代将使得原来的从业者不得不转向全新的行业。新经济新业态的这种内在特质使得从业者在客观上需要终身学习以应对社会的快速变化。新经济新业态强化了德国著名社会学家乌尔里希·贝克所言的“制度化的个体主义”。基于社交网络软件形成的个人社会网络正在取代传统上基于地缘、血缘和业缘而形成的社区，而互联网平台经济在提供一定的劳动自主性的同时，也将个体与劳动社会组织进一步割裂，不仅在实质上与工业社会同样加速个体化进程，更在形式上强化了这种“制度化的个体主义”。新经济新业态造就的新的财富分配格局和发展空间对不同的青年群体有着不同的影响。由于“数字鸿沟”的出现，青年群体在信息技能方面存在差异，新经济新业态在很多情况下放大了这种差异，并最终体现在不同青年的职业发展轨迹和人生轨迹中，由此可能出现新的社会不平等生成机制。也正因如此，在新经济新业态迅速发展过程中，有效消除“数字鸿沟”成为一个值得重视的社会议题。

新经济新业态对青年思想状况和行为的影响很可能

是一个双向的作用机制。一方面，如前所述，新经济新业态对青年的思想产生了影响；另一方面，如果我们认同思想文化的变化是一个累积和连续的过程，那么，自20世纪80年代以来出现的各类社会思潮，实际上对新经济新业态的发展也带来了一定的影响。

改革开放以来，我国经济社会快速发展，在40余年的时间内，中国已成为世界第二大经济体，同时，社会领域的改革也大步前行。而西方各种思潮在改革开放进程中大量涌入并广泛传播，比如个人主义、自由主义、消费主义、工具理性等社会思潮，对人们的思想和行为产生深刻影响。在新经济新业态的高速发展中，可以观察到上述社会思潮的影子。例如，从“斜杠青年”的实践中可以看到个体主义和文化自由主义的影子；在“网红经济”以及流量快速变现的商业模式中，消费主义和工具理性的影子时常出现。尽管这种影响是双面的，是潜在的而不是显性的、是间接的而不是直接的，但在长时段历史变迁过程中来考察新经济新业态对青年思想观念和行为的影响，将有助于人们进行更为透彻的分析并作出更为理性的判断。

（作者为中国社会科学院大学社会与民族学院教授，中国社会科学院社会学研究所研究员，调查数据处理与研究中心主任）

【参考文献】

- ①中国信通院政策与经济研究所：《2019—2020 微信就业影响力报告》，2020年。
- ②《快递从业群体的职业认同和权益维护》，北京：北京邮电大学出版社，2020年。
- ③人力资源社会保障部：《新职业——网约配送员就业景气现状分析报告》，人力资源社会保障部网站，2020年8月26日。
- ④赵联飞：《从信息化到全面商业化——中国互联网应用渗透率分析（1997—2018）》，《新视野》，2019年第6期。
- ⑤中国互联网络信息中心：《第49次中国互联网络发展状况统计报告》，2022年2月25日。
- ⑥张敏：《经济、环保、低碳，Z世代热衷二手交易》，中国青年报客户端，2021年12月3日。
- ⑦赵联飞：《现代性与虚拟社区》，北京：社会科学文献出版社，2012年。

责编/银冰瑶 美编/李祥峰