



三面财经·新职业

气球派对师：把美好氛围营造到底

中青报·中青网记者 朱彩云

杨雄斌不用再和别人过多解释自己是做什么的了。以前，他总被认为是“站在街上拿着很多气球（在卖）”。实际上，他的工作远非“卖气球”那么简单。作为一名气球供货商，他的客户是重庆本地大大小小的气球派对公司或工作室，他的仓库也从10年前的40平方米扩容到现在的300平方米。

7月末这几天，一些气球派对师的生意进入了淡季，但杨雄斌每天都得补货。遇到新入行的人，他还会教对方给气球配色、帮忙估算复杂造型所需要的气球个数。杨雄斌也是气球供货商中少有的会做气球造型的人。

气球派对，这个以气球造型为元素的派对形式，近年来越发流行，也吸引了不少年轻人加入。固定找杨雄斌买气球的段绪夕，在2015年创立“呆萌气球”工作室。2013年，俩人一起做气球造型。段绪夕告诉中青报·中青网记者，市面上的店铺看名字就可以大致判断出老板的入行时间。“如果叫某某派对，基本上是最近5年入行，如果叫某某气球，那可能入行于5年之前。”

但无论是专攻气球造型还是侧重于气球派对，强调氛围感与仪式感的消费需求正在提升。“这一行给顾客带去美好的体验感与氛围感。”从业21年的孙杰是“球迷气球”品牌的创始人，他告诉记者，如今气球派对的客源在变多，消费主力是90后和00后，一些小规模的派对在本地就可以找到策划与执行团队，“以气球为元素之一的派对已逐步下沉到小镇，走入寻常百姓家”。

市场“热”了

和大部分生意人一样，杨雄斌是从手里货品的销量变化中，率先感知到行业变化的。2018年，一些国产气球的订单多了起来，与此同时，售价为国产同规格气球2-3倍的国外某进口品牌气球越发难卖。

“当时国产气球的品质较2013年有了很大提升，气球规格也逐步增加到几十

90后、00后是现在气球派对消费的主力，这也与该行业的从业者高度重合。“以前办18岁成人礼派对的客人较多，但现在的年轻消费者会在19岁、20岁、21岁等不同年龄办生日派对。”“以气球为元素之一的派对已逐步下沉到小镇，走入寻常百姓家”。



左图：段绪夕与端午龙舟气球造型合影，该造型龙头用时4小时左右，船身用时1小时左右。右图：孙杰（右一）与自己制作的立体海豚气球造型合影。



受访者供图

种。”从小就看父辈做气球批发生意的杨雄斌，很快结束了对国外某进口品牌气球的代理，2019年成为某国产品牌气球的代理商，这也是该品牌刚开始在全国招代理商。

告别以代加工为主、开始专注打造自主品牌与拓展国内市场，国产气球品牌发展的背后，是国内气球派对市场需求的上漲。相比于气球造型艺术，气球派对更强

调整体的策划与多种道具的运用。“融合多个环节，类似于婚庆的策划流程。”杨雄斌说。

2019年30岁的谢升华就是在这时期入行，并在南京创立觅糖派对公司。他告诉记者，最早一起做气球派对的，还有他请来的做蛋糕的朋友，“都是类似创造甜蜜与美好的行业从业者”。

4年过去，更多95后、00后加入谢升

华的团队。这个去年营业额达500万元的团队已入驻200平方米的办公场地，还有个1000平方米的院子供展示及租用。与此同时，市场上的同行也在涌向同一赛道。“在南京，光我知道名称的气球派对公司或工作室就有2000多家。”谢升华说。

市场热度的变化也“藏”在杨雄斌的仓库里。2016年，杨雄斌把40平方米的

仓库扩容到300平方米，“最开始感觉仓库太大，东西装不满，但现在，进的货都放不下。”

杨雄斌过去做气球造型经常忙到凌晨两三点，随着国产气球品种的丰富，这条路慢慢走得顺畅起来。他告诉记者，从利润上看，目前100个一包的普通十寸圆形气球，利润在一两元，而之前这个金额在一两毛左右。从客户群体上看，自己现在的客户早与父亲过去的熟客不同，前者以气球派对师为主，后者则是一些节日用品店老板，“以卖婚庆产品为主”。

有些客人比你更懂气球

“这几年气球派对行业发展较快，但不同城市之间仍存在差距，像北上广深的客人需求会相对更高，甚至一些客人比你更懂气球，会指定一些品牌。”从业10年、创业8年，段绪夕发现这个市场发展呈阶梯状，一些高端定制的项目不仅需要气球派对师具备建模等设计能力，还要在气球光泽、颜色等品质方面提供最优选项。

孙杰也注意到，多年前做气球派对的人需要主动给客人看案例图，讲解气球造型艺术是什么，但现在，一些客人会直接发来图片、指定气球最终的呈现效果。

“前两年气球派对被指定最多的是ins风，去年是韩风，今年则流行新中式风格。”谢升华告诉记者，每年派对流行的风格都不一样，这要求从业者具备年年创新的审美与设计能力，因此，他更愿意称团队里的成员为气球派对策划师。

实际上，对氛围及仪式感的营造，也是气球派对行业近几年来发展的特点之一。孙杰分析说，现在人们举办派对，早就把注意力放在吃吃喝喝上，而是注重一种精神层面的消费、一种场景氛围上的体验感。

他记得，10年前布置的派对更看重场地的选择，与场地的气派相比，即使布置的元素少一些也无妨。“但现在的消费者更愿意花一部分钱在布置上，尤其是能够提供拍照打卡的场景布置”。

孙杰说，90后、00后是现在气球派对消费的主力，这也与该行业的从业者高

度重合。

“以前办18岁成人礼派对的客人较多，但现在的年轻消费者会在19岁、20岁、21岁等不同年龄办生日派对。”去年组织团队办过2000场气球派对的谢升华说，一些明星同款生日派对也会被要求复刻。

在他看来，一方面新入行的从业者在增加，另一方面，新的市场需求也在增多。

气球派对向小镇下沉

但新入行者的增多也会让行业价格陆续走低。“新加入的同行往往会因为缺少接单降价等办法，吸引客户。”眼下团队人数较少的段绪夕全靠老客户的支持度过这段时间的价格冲击。

从业10年，这个90后和很多同行一样，有过背上背包就去现场布置的日常，也曾与团队在商场熬夜做美术陈列。在段绪夕眼里，这个职业始终是美好与辛苦并存，“尤其是完成后受到客户认可的那一刻”。

他说，某场活动是团队千千万万场活动中的一场，但对客户来说，却可能是唯一一场或是很重要的场。“所以每一场都需要气球派对师很郑重地去对待。”段绪夕印象中就有一场悄悄准备的结婚周年生日派对，“在家中布置，给对方惊喜”。

通过气球派对的策划与搭建，更加个人化的纪念被定格，派对的小规模化趋势也在加速用户下沉。

“一些订购气球的订单就来自小镇。”孙杰回忆说，过去国内有实力做大规模气球派对的公司只有几家，往往需要十几个人花一天半的时间，用气球把500平方米的场地包裹起来，但现在小规模派对逐渐流行起来。“小型派对的策划与执行甚至不需要到外地找团队，在本地就能找到合适的派对师团队。”

结合自己所在的业务交流群、订货群，孙杰估算，全国起码有20万-30万家气球派对工作室或公司，“因为这个行业人力成本占比较大，有的工作室其实就只有一个人或两个人。”

有调研显示，预计2023年中国气球派对市场规模将超过百亿元。

新入行者仍在增加，教过不少学生的孙杰说，这其中有些源于兴趣的，也有认为“做气球派对投资少、回报高”的。在他看来，包括气球派对在内，一个行业要经历洗牌，留下的人不光要喜欢这个行业，还要有较强的学习能力，“就气球派对而言，最好能够叠加一到两个技能，比如摄影、绘画或是互联网营销。”

别被“不确定性”捆住手脚，这类“小众”企业可大有作为

有多家专精特新企业相关负责人向记者表示，“不确定性”是毕业生担心的问题，一些毕业生在收到他们的录取通知后仍放弃入职。“我们花了大量时间和精力给学生们介绍企业，线下还会组织学生来企业集体参观，进行深度交流。但最终学生可能会由于一些外部原因放弃，一些年轻人更愿意去稳定性更强的地方。”

中青报·中青网见习记者 裴思童

今年毕业季，张晓昱选择去一家专精特新企业工作。她认为相比大型企业，在某一专业方向精细化深耕的专精特新企业，会为她带来更多的成长空间和更广阔的成长空间。

张晓昱是北京工业大学电子信息专业的硕士生，在她看来，专精特新企业能够让她得到很好的锻炼，“并且政府对专精特新企业有比较大的帮扶力度，进入这样的企业工作也能对我未来的职业发展有所助力。”

专精特新企业即指专业化、精细化、特色化、新颖化的企业，是中小企业中最具创新潜力的主体，长期深耕细分市场，科技创新实力突出，掌握关键核心技术，是增强产业链供应链韧性的生力军。

2021年，工业和信息化部、国家发展改革委等部门印发《“十四五”促进中小企业发展规划》，特别提出要聚焦创新型中小企业、专精特新中小企业、专精特新“小巨人”企业，构建从孵化培育、成长扶持到推动壮大的全生命周期梯次培育体系。

今年7月17日—9月30日，专精特新中小企业面向2023届高校毕业生网上招聘活动启动，其中，中国中小企业发展促进中心举办专精特新中小企业直播带岗活动，工业和信息化部人才交流中心举办专精特新中小企业硕博巡回招聘活动。对专精特新企业的人才支持工作，不仅是推动中小企业发展的有力引擎，同时也为扩大就业市场、解决就业难题，提供了新的方向。

专业化人才需求量大

据工业和信息化部中小企业局局长梁志峰介绍，截至目前，全国已累计培育专精



7月28日，河南郑州，“招聘夜市”中原区万达广场专场举办，50家用人单位在招聘会现场接受求职者咨询，共提供招聘岗位1万余个。

视觉中国供图

特新中小企业8万多家，在2023年1-5月新上市企业中，专精特新中小企业占56%，成为上市主力军。到2025年，工信部力争培育100万家创新型中小企业、10万家专精特新中小企业、1万家专精特新“小巨人”企业。

“中小企业量大面广，是发展经济、扩大就业和改善民生的重要支撑力量。”北京市经济和信息化局（以下简称“北京市经信局”）副局长苏国斌向中青报·中青网记者介绍，近年来，北京市高度重视专精特新企业发展，针对专精特新企业人才方面相继推出多项措施，市经信局联合市人社局、市人社局，开展专精特新人才专项工作，优先支持专精特新企业引进高级经营管理人才、专业技术人才和优秀毕业生。

今年3月，北京市经信局联合市人社局、北京市就业促进中心、北京高校毕业生就业创业指导中心，启动专精特新人才专项工作，与北京工业大学、北方工业大学等13所北京市属高校合作，联合举办5场招聘会，共有300余家专精特新企业提供近千个岗位，涉及人工智能、集成电路、新能源、信息技术、生物技术等热门行业。约有

3000人次毕业生参加招聘会，投递简历8000余份。

与此同时，北京市中小企业公共服务平台还联合猎聘网开展针对专精特新企业的直播带岗活动，由专精特新企业现场直播带岗精准对接专精特新企业与求职者人才，线上观看超1万人次，后续还将逐月定期安排重点行业专场，集中发布企业岗位需求，加强对各类人才的吸引力。

据报道，7月中旬，一场“专精特新”企业专场招聘会在河北省定兴县卓汇孵化基地举办，涵盖生物医药、高端制造、电子科技、新型农业等行业的10余家专精特新企业及创新型企业。定兴县人力资源和社会保障局就业服务中心副主任刘强表示，招聘会为解决“专精特新”企业人才选、育、用、留等问题搭建了人才平台，为企业的发展注入了新的活力，同时为全县的高质量发展提供了智力支撑。

相较于普通的中小企业，专精特新企业对于人才招聘有着更高的要求专业化要求。“专精特新企业因长期专注于某一细分领域，专业性强、创新性强，对高端人才、专业技术人才的需求更高。专精特新中小企业

户均从业人员近百人，其中研发人员平均占比超45%，自主创新是专精特新企业的灵魂，技术研发是这些企业的重中之重。”苏国斌说。

据北京市中小企业公共服务平台总经理黄晓昱介绍，近年来，专精特新企业的人才需求一直在保持增长，特别是对于技术型和研发型的人才需求最为旺盛，专精特新企业所提供的就业岗位对于人才的教育程度、职业技能的要求也在逐年提升。“从我们的统计看，本科及以上学历的适配职位占比是逐年增加的，大专以下呈逐年减少的状态，对于一些技术型，特别是软件信息化和生物制药这类人才的需求还是比较旺盛的。”

今年3月，北京工业大学举办了一场面向专精特新企业的校园招聘双选会，据北京工业大学就业创业中心的教师晋媛媛介绍，最终与专精特新企业达成签约的学生，集中于电子信息、集成电路、生物医学工程、机械工程专业方向。

苏国斌认为，专精特新企业主要对三类专业化人才有强烈需求。一是企业家人



7月22日，江苏省连云港市人力资源市场，求职者在查看和了解岗位招聘情况。

视觉中国供图

对企业家们的创新精神和冒险精神等有一定的要求；二是创新领军人才，对于多数属于制造业的专精特新企业来说，创新领军人才缺乏将直接导致企业创新后劲不足；三是高技能人才，专精特新企业专注于细分市场，需要大量在某一细分领域具有高超技能的人才。

待破解的人才招聘困局

专精特新企业对人才的需求大、要求高，招人难。

北京工业大学应用物理学专业的本科毕业生张凯旋说，在学校举办专精特新企业的专场招聘双选会之前，他对专精特新企业并无了解。当天参与专精特新企业招聘会的学生也并不多。

晋媛媛也表示，她观察到同学们对于专精特新企业的概念整体上依然缺乏了解，“同学们可能会在求职中想要进入国企、事业单位、互联网大厂或者银行等，但不会特别想到要把专精特新作为一个专门的求职类别，这个概念在他们求职的过程中并没有特别的意义。”

这也是专精特新企业招聘过程中一个比较突出的痛点。“专精特新企业大多处于成长期，它自身的品牌还不够响亮，而且好多专精特新企业都深耕于行业的细分领域，那么它与传统的大企业相比，名声并不显著。”黄晓昱说。

因此，参加集体招聘活动对于专精特新企业而言则是一种有效的拓宽影响力的方式。“其实我们每年都来参加这种校招，不仅仅是希望能够找到合适的人，还有一个重要需求就是增强我们企业在学生中的知名度。”北京浦丹光电股份有限公司相关负责人林子说。

晋媛媛说，在未来举办面向专精特新企业的招聘专场时，学校会更加注意对相关企业的宣传工作，“因为专精特新企业相对来说比较小众，所以我们也想在之后是不是可以对他们进行更加精准的宣传，通过企业集聚抱团的方法进行打包式推广，进一步扩大专精特新企业的品牌影响力。”

值得关注的是，专精特新企业作为中小企业的要求，在就业环境、资金能力和人才支持等方面还是存有不足和制约，这也会大大影响到专精特新企业的招聘效果和人才留存能力。

有多家专精特新企业相关负责人向记者表示，毕业生的“不确定性”是他们担心的问题，一些毕业生在收到录取通知后最终仍选择放弃入职。“我们花了大量的时间精力给学生们介绍企业，线下还会组织学生来企业集体参观，进行深度的交流，但最终学生可能会由于一些外部原因放弃，一些年轻人更愿意去到央企、国企、事业单位等稳定性更强的地方。”林子说。

据晋媛媛观察，对于应届的毕业生而言，很关注进入中小企业的职业发展情况，企业本身发展的稳定性、薪资情况和福利待遇等问题是影响毕业生进入到专精特新企业非常重要的因素。“但我们希望学生们能了解，能够达到专精特新标准的企业相较于一般的中小企业而言，经营情况都还算稳定，也都能提供合法合规的劳动合同和福利待遇。”林子称。

同时，户口问题也是在北京的应聘者非常关注的指标。虽然政府一直在为专精特新企业提供落户指标和其他扶持政策，但仍存在缺口，这也导致企业在引进高端人才和优秀毕业生上存在挑战。

对此，北京市经信局近期印发《关于实施十项专项行动激发专精特新企业活力的若干措施》，其中“京才荟聚”行动涉及人才引进、住房等多项保障措施，一方面“引得凤凰来栖梧”，希望通过此行动吸引一批科技领军人才、青年科技人才和创新团队；另一方面，希望通过政策将人才专项工作形成常态化机制，提升企业急需人才供给效率，进一步坚定“专精特新”企业及其优秀人才在京发展信心。

下一步，北京市经信局还将通过高校招聘活动、直播带岗、信息对接等方式帮助本市广大优质中小企业对接更多更好的人才，以智力引擎助推本市重点产业企业高质量发展。