

家政扶贫 企业借力补充用工缺口

北京家政业向来以外来人员从业居多,这为扶贫带来了新动能。如今家政服务企业进入乡镇开展家政培训会,并召集人员到京培训,供给北京家政服务市场。企业搭建培训平台可以吸纳社会闲置劳动力,填补家政的用工缺口。



城乡对接 增加家政从业者供给

逐渐规范化的家政服务行业,成为贫困县居民就业的新领域。北京商报记者近日了解到,管家帮在河北省灵寿县开展了家政服务培训活动,活动当日有108名符合条件的家政培训人员参加培训。管家帮相关负责人表示,报名后在北京接受家政培训的家政员将在北京从业。

截至目前,管家帮共招工、培训贫困群体2万余名。

实际上,家政行业已经成为扶贫重要工作线。此前,58到家宣布与多个地方政府合作推出职业技能培训项目。截至目前,58到家已为超过200万劳动者提供了相应的工作机会。另外,去年商务部开展的“百城万户”行动,组织109个城市与1万多个村对接,进行家政人员培训。其中,阿姨来了安置家政人员2万人。

针对用工短缺的问题,部分家政企业也在二三线城市开设分公司,在二三线城市,居民的消费理念已

经逐渐形成,管家帮招聘、培训的部分家政员将为贵州居民提供家政服务,另外大部分家政员将输入一线城市,服务于北上广等地区。

供需两热 仍存逾千万缺口

家政服务业不断发展,越来越多的家庭开始聘请家政员负责处理家庭卫生、照顾老人孩子。加之二孩政策和人口老龄化趋势的加剧,保姆、育儿嫂、养老护理人员等家政服务需求量逐年攀升。

据中国家庭服务业行业协会近三年的数据显示,目前我国家政从业人员超过2000万,而需求量超过了7000万户。按照每位家政人员每天服务2户到3户家庭计算,家政市场的供需缺口仍存逾千万。

在管家帮副总裁付昕昕看来,月嫂根据工作周期,可以循环地为不同家庭服务。而育儿嫂、住家保姆等岗位长期处于供不应求的状态。一位家政服务行业从业者则认为,近年来育婴师的需求连年增长,未来几年,消费者对育婴师的需求不会饱和。

北京商报记者曾在某家政公司的保姆、月嫂见面会上发现,到场的雇主人数远超过保姆、月嫂的数量。

一位在家政企业运营一线工作的人员向北京商报记者透露,在家政扶贫过程中,曾有企业对接数百个贫困县,并对贫困县居民进行职业培训,由于这些企业未涉及“市场业务”,使经过培训的家政员无法供给市场。

服务升级 高端服务需求大

家政市场存在巨大供给缺口,也源于部分雇主家庭坚持“宁缺毋滥”,希望具备一定专业技能和工作经验的精品保姆,能够提供更为高端服务的家政员成为雇主争抢的“香饽饽”。不过,去年58到家发布相关数据显示,在北京,每天有上千的家庭有高端保姆的需求。现在北京每个月完成培训的精品保姆数量仅在20人左右,目前来看,高端家政、精品保姆存在严重供应不足的问题。

在业内人士看来,家政服务团队扩大,主要因为家政员对自我岗位的认知有所转变,家政员渐渐为自己设立职业规划,企业也为家政员提供进阶的机遇。一直以来,家政行业的人员流动性较大,家政员对职业有了规划设计后,行业稳定性、规范性会进一步提升。以月嫂行业为例,企业会根据服务评价、服务频次、考核成绩对月嫂进行评级,评级越高的月嫂,收入也会随之增加。同时,企业可以借此吸引年轻人进入到家政行业,行业向专业化、职业化转变,让年轻的家政从业人员留在岗位上,打破家政行业年龄瓶颈,以供给升级适应用户需求。

与此同时,随着越来越多的新家政员进入市场,企业拥有高素质人才是发展的关键。在提升家政员个人素质的同时,企业也应当加强技术投入。

北京商报记者 王晓然 王维祎/文并摄

家电下沉考验供应链和数字化能力 ——专访苏宁零售云集团总经理刘怀力



零售云集团总经理刘怀力接受了北京商报记者的专访。他表示,零售云将进入大规模扩张阶段,2019年计划新开2000-3000家门店。扩张过程中除绕不开的成本问题外,如何构建供应链及数字化能力则是发展关键。

据北京商报记者了解,由于采取加盟模式,租金成本几乎都由加盟主承担,零售云主要承担的是人工成本。一个小镇平均有五六万人口,基本以熟人经济、实体零售为主,一镇一店的配比基本已经饱和。筹备一家店的周期需要45天,按照现在的扩张规模,背后势必首先需要至少几百人的地推团队,然后是总部的技术和管理人员,至少也要100人以上。

对于2019年,刘怀力认为零售云主要有三个任务,首先是继续做大规模。零售云计划2019年新开2000-3000家门店。在规模扩张以外,零售云还要扩张店铺类型,探索家电以外的母婴店、家居品类店、快销品类店等。与此同时,在已有的线

下门店之外,零售云将尝试构建线上运营能力,实现流量变现。

据刘怀力透露,下沉乡镇市场的家电门店将作为苏宁的流量入口,每一个加盟店都可以构建全场景平台,通过拼团、社交电商等模式将乡镇消费者向线上导流。按照刘怀力的构想,未来,零售云线下门店卖低频、单价高、高毛利的家电、3C商品,而面向线上的场景,则有其他高频低价的非家电产品进行互补。

从零售门店到全渠道平台,电商企业对于县镇市场的野心不小,不过实现不容易,背后也更加考验企业的供应链构建、数字化能力。据刘怀力透露,目前零售云主要会复用苏宁的供应链和物流体系,随着家电以外的品类扩展,也会搭建自己的供应链体系。而在数字化方面,由于乡镇市场的电商渗透率并不高,电商的使用率和客单价都还有进一步提高的空间,如何研发出更适合县镇用户需求的数字化平台和模式还有待探索。

北京商报记者 王晓然 徐天悦

北京市税务局制作 “税收伴您同行” 宣传特别节目

4月1日,北京市税务局联合北京交通广播电台103.9“一路畅通”栏目制作播出了“税收伴您同行”直播特别节目,北京市税务局党委书记李亚民向广大纳税人致辞,拉开了第28个税收宣传月的序幕。

本期节目以“落实减税降费,促进经济高质量发展”为主题,与广大听众朋友展开互动交流。北京市税务局总经济师沈永奇、北京市税务局减税降费办公室副主任赵卉竹、朝阳区税务局总经济师王军作为特邀嘉宾,为纳税人现场解答了减税降费的最新政策、纳税服务便民措施等老百姓关心的税收知识与案例。节目围绕听众感兴趣的热点税收话题展开互动交流、宣传税收知识,通过解释增值税降率会通过价格传导机制惠及最终消费者来说明此次国家减税降费的优惠力度及广度,并且节目中不断有听众咨询此次减税降费优惠政策的持续时间及如何申报等具体问题。本期节目以最接地气的形式为广大市民和驾车上班族提供了一份丰盛的税收资讯早餐,让广大听众关注、关心、参与身边的税收问题,使纳税人在轻松愉快的互动氛围中了解税收知识,感受税收春风。

当一二线市场趋近饱和,电商巨头不约而同将目光瞄向乡镇市场,并以标准化、客单价高的家电品类打头阵。近年来,乡镇市场已吸引阿里、京东等众多电商巨头入局。不过,从村淘到新通路,尚未有掘金成功者。面对市场无限的小镇经济,电商下沉或因不够了解市场而水土不服,或因不接地气而未获市场认可。苏宁的打法又有什么不同?近日,苏