

市场需求巨大,从业人员多,但乱象丛生

福州探寻家政规范之路

■本报记者 吴铎思

“请个好保姆,咋就那么难?”马年正月将过,但福州市的陈女士颇感无奈,她从年关就在物色保姆,可是一直找不到合适的。“通过家政公司还是找不到,而且价格一直在攀升。”

据了解,福建目前约有家政公司1500家,家政从业人员约20万人,按照家庭数来测算,市场需求缺口约71万人。

今年1月起,福州出台新规,所有家庭服务企业应使用统一的合同、上岗证、档案制度等,力求建立一个专业的家庭服务市场,业内期待,一系列的“统一”政策能否破解行业目前的发展瓶颈,行业朝着健康有序的方向发展?

市场巨大,行业问题多

“每天的订单有一两百个,但能派出的保姆只有三四十个。”在福州台江区人力资源和社会保障局主办的2014年台江区“春风行动”企业招聘会上,福州中青家政服务服务有限公司人力资源部负责人表示,原本计划招收500名家庭服务员,但从目前来看,招聘情况并不理想。

业内人士指出,目前,家庭服务员流动性大,持有的各种上岗证、技能证也是五花八门,而由于家庭服务行业鱼龙混杂,没有统一的格式合同,各个家政服务企业在基本上属于“各自为政”,这也直接导致了各类家政服务纠纷不断出现。

据福建华南女子职业学院女性与家政学研究中心调查显示,在“请保姆”的原因中,工作繁忙,没空料理家务的占全部雇家庭的83.6%,家庭经济条件宽裕,想让生活更舒适的占21.1%,自己不会做,需要依靠专业的家庭服务人员的占15.6%,老人活动不便占1.6%。

在福州家庭服务行业协会成立前,福州



福州家政服务组织开展岗前培训。

张斌/CFP

有关部门曾对家政市场做过调查:福州市区人口218万户,约60%有家庭服务需求,按一个家政服务员可为3个家庭提供服务计算,福州家政服务市场需43.6万个岗位,按每个家庭年均消费3000元计算,年消费总额将达39亿元。

一边是巨大的市场需求,另一边却是混乱的行业现状,据统计,目前福州约有家政公司180家,其中注册资金10万元以上的占比不到5%。全市家政从业人员近十万人,绝大部分是初中及以下文化程度,90%以上是外省区市农民工。

“家政企业多数由中介公司起家,企业发展水平普遍较低,没有形成产业链。”据介绍,由于家庭服务市场需求量大,而行业门槛低,没有准入制度,造成市场混乱无序。有业内人

士透露,“花两三千元,甚至更少费用就可以把保姆服务站办起来”。

强制“统一”建专业市场

福建华南女子职业学院女性与家政学研究中心调查发现,近年来家政服务企业,管理者从事家庭服务工作的年限为最短1年,最长8年,仅少数人有单科家政学相关技能,如医务护理,儿童教育等,而大多数则未经过规范的家政专业及管理训练,很多管理人员根本不知道什么是“家政”,管理水平有待提高。

另外,当前市场上,规模大的公司为少数,多数公司实为“小中介”。大多数机构是由十几平方米的民房、几张桌椅、几部电话、几个工作人员拼凑而成,家庭服务机构

据新华社电 (记者孙铁翔)“如何缓解‘十面霾伏’、保障呼吸安全已经成为民生最大期待,将成为今年全国两会热点之一。”第十二届全国人大代表、经济学家辜胜阻24日在民盟中央召开的一场新闻通气会上指出,空气污染治理是一项系统工程,只有从整体出发研究和处理该区域空气污染问题,才能实现区域空气污染状况的有效改善。

辜胜阻介绍,我国华北大部特别是京津冀地区近期持续出现雾霾天气,广受社会关注。统计显示,2013年北京市PM2.5年均浓度为89.5微克/立方米,超过年均35微

中管理人员数量最多的28位,最少的1位。

调查还显示,福州家庭服务从业人员,文盲占12.4%;小学文化占22.6%;初中文化占37.2%;高中文化占10.2%;大专文化占10.2%;本科占6.6%。初中以下文化程度占72.2%,大专和本科学历的从业者均为在校大学生,暑期以家庭助理(家教兼家务)作为临时性勤工助学工作。

总体来看,“乱”是家政市场给人的总体印象,据了解,市场上家政服务的交易方式主要通过中介介绍进行,交易流程大致如下:保姆与雇主各自在家政公司登记,家政公司配对后,双方见面面谈;谈妥后,保姆、家政公司、雇主共同签署合同,达成交易。

针对家政行业的乱象,福州进行了一系列整改。今年,福州家政业强制推行一系列“统一”的规范,例如对家庭服务员建立统一的工作档案将成为强制性的规定,档案中应包括从业人员的基本资料、从业经历、培训情况以及客户评价等信息,还要建立家庭服务员服务质量跟踪管理制度。对于没有按要求执行的家政企业,将由商务主管部门责令改正;拒不改正的,可处2万元以下罚款。对于违规使用合同的企业,也将责令整改。

“要打造一个专业的家庭服务市场,首先要整合现有资源,把全市范围内所有的家庭服务企业以及从业人员都纳入‘统一’的框架里,用同样的标准来规范他们。”福州市家庭服务业协会有关人士表示,统一规范不仅让消费者放心,对家政企业自身的发展也更为有利。

规模化经营还需要更“专业”

据了解,为鼓励家政服务业的发展,福州市日前出台优惠政策,支持优势企业通过收购兼并、特许经营等方式,整合家庭服务社会资源,开设连锁经营网点,同时对已拥有5

消费者的质疑更不该被“清零”

■新华社记者 梁建强 宋晓东

手机上网流量没用完,月底被“清零”究竟是否合理?面对越来越多消费者的呼吁,作为规则的制定者,强势的运营商应当表现出怎样的态度和调整措施?人们清楚地发现,与手机流量质疑之声相伴相随的,是诸多消费者心头压抑已久的不公平感。

事实上,国内三大运营商对手机上网流量实行月底清零的做法一直饱受诟病。一份由媒体与网站联合开展的调查结果显显示,参与调查的85973人中,高达97.1%的受访者认为运营商将用户手机套餐流量月底清零的做法不合理,反对清零者态度鲜明;剩余的流量也是付费购买,为什么不能下月续用?

“流量月清”之所以引发广泛质疑,根源在于计费机制“话语权”不对等带来的不公平感。现行计费方式之下,费用如何收取完全由运营商“大权独揽”,公众丝毫没有议价权。同时,流量套餐内外的计费标准存在巨大悬殊,上网流量超出部分需要加线,且价格不菲;但如果用不完,却要无条件清零。如此的不对等,消费者“不

公平”之感自会油然而生。

面对消费者的疑虑,各大运营商不应置若罔闻。作为占据定价绝对主导权的运营商们,更多地聆听消费者的呼声,是一种应有的姿态,更是一种责任。当运营商把流量未用完解读为“消费者对权利的自动放弃”时,可曾想过,有多少“放弃”是出于真正自愿?又有多少“放弃”是在缺少转移、续用的途径下的无奈之举?

流量是否月清或许可以商榷,纾解消费者的不公平感却是不可或缺的关键课题。一方面,运营商的计费方式与标准应当更加阳光、公开,让消费者更清楚地了解计费依据,是否存在暴利;另一方面,也应适当汲取其他国家或地区的成熟经验,并根据消费者的呼吁作出及时果断的调整。国外部分运营商已开放对流量转移及续用的限制,国内部分城市也曾尝试流量按季度结算,或允许将流量与朋友分享,这些又何尝不可以学习借鉴。

多一些新举措、新惊喜,少一些“被选择”、“被放弃”,消费者的信任和公平感才能逐步累积,才能少一些较真和指责,真正构建起和谐健康的互动关系。

12306 网站将对互联网购票进行身份信息核验

本报讯 (记者刘静)记者日前从中国铁路总公司获悉,为了进一步完善铁路实名制购票工作,从2014年3月1日起,12306网站将对互联网购票进行身份信息核验。

实施身份信息核验后,在12306网站上使用二代居民身份证的注册用户和常用联系人身份信息将有“已通过”、“待核验”、“未通过”三种核验状态,使用护照、港澳居民来往内地通行证、台湾居民来往大陆通行证的注册用户和常用联系人身份信息将有“已通过”、“请报验”、“预通过”、“未通过”四种核验状态。身份信息核验状态为

“已通过”、“预通过”的注册用户和常用联系人,可在12306网站正常办理购票业务;其它状态的注册用户和常用联系人需要确认在12306网站所填信息的正确性,或持相关证件原件到车站窗口或代售点办理身份信息核验。

在实施身份信息核验的同时,12306网站将对旅客办理网上购票、退票、改签,网购车票在车站办理换票、退票、改签,以及注册用户添加常用联系人(乘车人)等功能进行完善。在车站窗口以及代售点购票仍执行既有的实名制购票规定。

9 家企业主动召回 9 批次玩具产品

据新华社电(记者陈伟伟)国家质检总局24日通报,山东、湖北、上海、北京4省(市)9家玩具生产企业日前向其所在地省级质监局备案了主动召回计划,决定对其生产的9批次存在缺陷的儿童玩具产品(包括童车)实施召回。

这9批次儿童玩具产品是:山东好儿郎儿童用品有限公司生产的商标为“好儿郎”、型号为TC616的儿童推车,山东省滕州市万宝童车有限公司生产的商标为“福康”、型号为F351的婴儿学步车,莱阳市小贝乐儿童用品有限公司生产的商标为“小贝乐”、型号为A29的儿童推车,山东祺月童车有限公司生产的商标为“cheerway”、型号为S603的儿童推车,湖北童霸儿童用品有限公司生产的商标为“童

霸”、型号为E203的儿童推车,上海爱丽儿工业有限公司生产的商标为“爱丽儿”、型号为SW-600的婴儿学步车,上海方通玩具有限公司生产的商标为“方通智慧”、型号为H1030的小布丁原木积木产品,上海凤凰自行车有限公司生产的商标为“凤凰”、型号为DB1204的儿童自行车,北京德喜天地科贸有限公司生产的商标为“木丸子”的环形迷宫产品。

据了解,上述产品生产企业与其经销商将通过各种方式向社会公示其召回信息及具体召回措施。儿童玩具的购买者可直接与当地经销商或生产厂家联系,也可登录国家质检总局缺陷产品管理中心网站,或拨打国家质检总局缺陷产品管理中心热线电话010-59799616,了解情况。

比亚迪纯电动大巴在巴西开展乘客体验活动

日前,比亚迪纯电动大巴在巴西帕尔马斯市举办纯电动巴士试乘体验活动。据了解,本次在帕尔马斯的试运行将持续四天共六趟,大巴于不同的线路上运行。大巴主要搭载市参议院议员、学术机构代表、大学教授、学生及社区居民。

帕尔马斯市正在着手打造城市快速公交(BRT)系统,目标是推广100%纯电动大巴。据介绍,比亚迪纯电动大巴充满电后可行驶300公里左右,与传



统柴油大巴相比,其维修保养费用将更低,绿色环保无污染,无尾气排放,适合于运用到城市快速公交(BRT)系统。目前,比亚迪

纯电动大巴已于巴西圣保罗、萨尔瓦多顺利完成了试运行,接下来还将前往里约及累西腓。(金水)

百度收购糯米网 阿里拟巨资收购高德 腾讯入股大众点评

互联网三巨头加快布局 O2O

■实习生 华姝

2014年刚开年,互联网就硝烟弥漫。百度对糯米网从战略控股变为全资收购,阿里巴巴不再满足仅是控股高德,拟以11亿美元对高德公司进行全面现金收购。腾讯上周宣布买入大众点评20%的股份。

BAT(百度、阿里巴巴、腾讯的合称)三大互联网巨头动作频繁。

从这些大手笔的收购和投资中,不难看出三大巨头正在O2O(即Online To Offline,是指将线下的商务机会与互联网结合,让互联网成为线下交易的前台)市场上快速圈地,抢滩O2O市场。

风云变化的互联网正处于产业变革时期,商业圈的拓展,用户的积累,又特别是移动用户的积累,以及流量入口的开拓成为三巨头博弈的主要内容。

腾讯的社交链能够帮助其构建一个庞大的O2O商业圈,其短板在于缺乏线下数据,与大众点评的合作恰恰能够丰富其线下资源,从而提升腾讯用户的体验,增强腾讯用户

的黏性。

有业内人士认为,腾讯入股大众点评是腾讯争夺O2O市场的重要步骤,本身有地图产品的腾讯,想依靠大众点评网在团购领域的积累,完成社交+地图+团购+微信支付快速变现之路,此举虽然刚刚起步,但是看起来前途无限光明。

腾讯不断挑战阿里的核心利益,即电商和支付,而阿里巴巴更是加紧在多领域的布局。

有业内人士分析,随着移动互联网的兴起,地图已成为人们日常生活不可或缺的一部分。同时,地图服务是整个O2O产业链的重要入口。因此,对于拥有巨大的商业资源,但缺少导航服务的阿里巴巴来说,高德无疑是最好的选择。

目前,阿里巴巴将旗下淘点点、淘本地生活等服务平台等分别引入了高德地图和导航的应用。如果未来阿里能把团购、打车、地图、购物等进行有效整合,全面拓展O2O战略,收购高德将是一笔很有价值的交易。

百度从人人网手中全资收购糯米或被认

为是对其O2O和移动端业务的延伸。一直以来致力于不断强化生活服务导航和大数据分析的百度,在地图导航方面已经领先腾讯和阿里巴巴。拥有导航优势的百度如何弥补线下商务的短板呢?虽然百度地图已在PC端和移动端拥有强大的用户群,但其在线下商务经营的弱势也随着互联网竞争的激烈日渐凸显。据介绍,百度收购糯米网后,将在搜索、地图及线下经营等方面进行深度整合,未来将呈现一个由“导航+吃喝玩乐”组成的闭环产业链。

随着互联网的发展,O2O市场潜力巨大。艾瑞发布数据显示,2011年中国本地生活服务O2O市场规模为361.1亿,比2010年增长134.9%;2012年市场规模达到755.6亿,增幅为109.2%。

和网络购物相比,本地生活服务O2O在线市场的增长速度更快,预计到2015年中国本地生活服务O2O在线市场规模将超过2700亿。BAT三巨头通过收购、入股等方式在O2O市场快速圈地,正是敏锐地嗅到了其巨大商机。

山东新能源汽车推广城市数量占全国12.5%

本报讯 (记者丛民 通讯员郭敏 郭鑫 郭亮)2月12日,记者从国家财政部、科技部、工业和信息化部、发展改革委联合发布的第二批新能源汽车推广应用城市名单中获悉,共有12个城市或区域开展新能源汽车推广应用工作。山东省淄博市、临沂市、潍坊市、聊城市成为第二批新能源汽车推广应用城市,加上首批已列入试点的青岛市,山东省试点城市数量增至5个,占全国总数的12.5%。

为了更好地推进全省新能源汽车推广应用工作。国网山东省电力公司按照《山东省大气污染防治规划》的有关要求,结合机动车排气污染防治工作相关内容,协助政府全面掌握电动汽车技术发展、性能提升、产业带动、节能减排、城市形象、社会效应等方面的信息,发挥电动汽车在节能减排方面的优势,全力推动电动汽车的开发运营。

未来,随着新能源汽车的不断推广,智能电网建设水平的不断提升以及人们节能环保意识的不断增强,电动汽车的开发运用将成为业界和民众关注的焦点。

今年用电量增速降至7%



中国电力企业联合会24日发布报告,预测2014年中国电力消费增速为7%,相比2013年7.5%的增速小幅回落。报告认为中国治霾行动将促进电力消费并提高用电效率,呼吁加快制定实施“电能替代”战略以引导多用电少烧煤少燃油助力治霾。

任卫红/东方IC

近百家中国企业参加世界移动通信大会

据新华社电(记者卢苏燕 周喆)一年一度的世界移动通信大会24日在西班牙巴塞罗那开幕。在接下来的4天时间里,全球1700多家参会企业将推出新产品、展示新技术,其中包括来自中国的近百家企业。

本次大会的一个亮点是中国企业的集体高调亮相。中国参会企业不仅数量多,而且活动密集。大会正式开幕前一天,华为就推出其7英寸平板手机——华为MediaPad X1;在大会开幕当天,中兴又发布其超薄高性能多模6英寸LTE手机——中兴Grand Memo II。

对此,一些外国同行对新华社记者说,这表明中国企业已经盯住欧美市场,力图与苹果、三星等企业在国际市场上展开角逐。还有记者分析说,中国移动通信企业发展迅猛,其产品无论从质量和价格上都有相当大的竞争力,前途不可小觑。

1995年,首届世界移动通信大会在西班牙马德里举行,随后移师法国戛纳。此后几经周转,于2006年2月最终落户风景优美的地中海海滨城市巴塞罗那。随着规模越来越大,世界移动通信大会日渐成为全球移动通信最新技术的发布场和风向标。

东芝召回58.3万台洗衣机不涉及中国市场

本报讯 据报道,东芝日前宣布召回58.3万台洗衣机,对被召回的产品进行无偿检修。东芝对媒体称,此次召回并不涉及中国市场。

相关报道指出,召回的洗衣机是2005年7月至2011年11月生产的30种机型,之所以召回是因为这些带烘干功能的洗衣机多次发生自燃事故。

资料显示,日本爱知县某家庭去年12月曾发生一起东芝洗衣机自燃事故,洗衣机发生燃烧后导致周围物品燃烧,进而造成两人被烧伤。去年5月份和7月份,在日本静冈县和青森县还发生了两起类似事故,不过东芝家用电器方面表示并没有出现人员伤亡的报告。

2008年4月,东芝召回6.4万台带烘干功能的洗衣机,2009年8月,东芝召回8.29万台带烘干功能的洗衣机。

东芝向中国媒体表示,此次召回产品只在日本地区有售,不涉及中国市场。

(宗新)

2014年我国手机出货量将超过13亿部



2013年我国手机对主要市场出口全面增长,尤其是对欧盟市场出口明显复苏,对新兴市场出口增长迅猛,对非洲市场出口也由负转正。预计2014年我国手机出货量将超过13亿部,出口总额将在1100亿美元左右,同比增长15%左右。

据海关统计,2013年我国手机出口11.9亿部,同比增长16.9%,出口额为951亿美元,同比增长17.4%,继续保持快速稳定的增长势头。

耿国东/东方IC