



抗疫保供使命在肩的北人们

■ 本报记者 李子晨

突如其来的疫情,让石家庄市藁城区成为疫情高风险区。藁城北国商城总经理褚建伟,深知藁城北国承担的保民生保供应的重任。

疫情发生以来,褚建伟连续十几天没回家,一直奔波在路上。从统筹组织货源到安排好各项工作运转,从处理紧急事情到去高风险区送货,从打包蔬菜到挑拣外卖,哪个岗位需要他,他便出现在哪里,门店里、配送车上都有他忙碌的身影。

“没有人生来勇敢,正是因为有需要,所以才选择逆流破浪。”褚建伟是一名共产党员,他也在用行动诠释着共产党员的精神和责任,全力以赴实现着党员的人生价值。

作为石家庄本土重点零售企业,石家庄北国人集团在石家庄抗疫保供战中,把初心落实到行动中,把使命践行在岗位上,充分发挥党员“硬核”作用,主动担当作为,舍小家顾大家的远不只褚建伟一人。

“三头六臂”的超市店长

1月14日,藁城卓达太阳城希望之舟小区出现确诊病例,随后周边十余个社区村落被纳入全封闭管理区。1月16日,北国超市太阳城店店长王宏涛带领超市的党员王学

志、入党积极分子张艺,亲赴已出现确诊病例的封闭小区希望之舟,为社区居民送去馒头、桶装水、蔬菜等物资。

为了更好地服务周边社区,王宏涛积极联系周围小区物业对接配送事宜,利用微信群了解居民需求,协商民生组合套餐,安排各部门主管与各小区物业经理对接订货,并将商品配送至小区,赢得小区物业人员及社区居民的一致好评。

疫情开始以来,王宏涛坚守一线10余天没回家,每天带领在岗员工卸货拣单、打包配送。

“我是店长,更是一名党员,我必须在岗!”这是正定北国商城超市的店长武腾龙对家人的解释,更是对员工的承诺。

疫情发生以来,正定北国超市按照政府要求,确保正定县27个社区的民生品供应。作为店长的武腾龙深入一线,从货品储备到员工调度,统筹安排线上运营及社区配送,和员工们一起卸货、拣货,确保非常时期商品供应,每天都在挑战12小时以上的工作强度,家人也只能通过视频见到他。

“爸爸,你什么时候回家啊?我好想你啊!”6岁的女儿在视频里哭着说,武腾龙只能一遍遍哄着孩子:“再等等爸爸就回去啦,现在还有好多叔叔阿姨都在辛苦工作呢,爸爸是店长,要带头呢。”

穿梭一线的“保供专员”

“蔬菜套餐,众美A区35份、B区46份……好的,我们备货,明天上午给您送过去。”在河北省石家庄市全域实行封闭管理后,北国超市蓝山店业务科长郝敬敬每日的工作之一,就是与各个小区的居委会联系第二天的配送数量。

在小区封闭的状态下,蓝山店开展便民服务,将需要的民生商品送到小区。郝敬敬介绍道,“蓝山店第一天只做了一种套餐,销售了400多套,后来根据微信群里的顾客需求,又增加了套餐品种的数量,现在除了果蔬、肉禽、乳品等套餐,还有休闲食品套餐、家居用品套餐等,满足顾客的多样化需求。”

前段时间,郝敬敬在群里看到部分中风险小区的顾客有购物需求,便主动联系到小区居委会和志愿者,表示北国超市可以给小区送货。每天下午小区负责人把需要的套餐和份数告诉她,郝敬敬安排备货,第二天配送到位。

“作为党员,这个时候我们不能逃避。现在我们店社区团购服务辐射到了周边30多个社区,套餐商品也已经送到3000多个家庭,希望通过这种方式,能够服务到更多人!”郝敬敬说。

早上七点不到,北国超市蓝山店的员工们就把要配送的团购商品都搬上了车。“今天

要去5个社区送货!”司机师傅周磊说。周磊是蓝山店的大宗经理,疫情突发导致线下门店关闭,员工们也开始重新定岗,会开大车的周磊便自告奋勇当起了送货师傅。

“从早上七点开始一直持续到晚上八九点。”这些天周磊从早到晚开着车奔波在送货路上。蓝山店在裕华区,周边有的小区出现了确诊病例,由于中风险区域的严控制度,社区居民买菜暂时有些困难。“这个时候能给他们提供服务,是应该的,我是党员,更要带头。”周磊说。

为保障安全,周磊和同事在送货之前要穿上防护服、戴上护目镜和一次性手套,配送车辆每次出车需要进行三次消毒。车辆到达小区后卸货,并将商品交给社区管理人员,再由管理人员一个接一个送货上门。看着微信群里那么多顾客的感谢信息,周磊说:“辛苦点没什么,我们超市的5名党员都一直奋战在抗疫保供一线,这个时候,我们必须先上!”

病毒无情,彰显人间大爱,众志成城,凝聚万众一心。北人集团广大党员用行动绘就了一幅幅动人的画卷,用行动践行了担当与誓言,充分体现了北人集团的国企担当,更为石家庄战胜疫情注入了坚强的决心和莫大的勇气。

2020年,受新冠肺炎疫情影响,临时保洁、简单家务等家政业务受到影响,而养老、育儿等刚需市场支撑家政行业稳步发展,近日,互联网家政服务平台阿姨来了推出的《2020 雇主年鉴》用数据向人们展示了家政业的发展趋势。

一老一小刚需强劲

2019年一直使用白班服务的尹先生表示:“疫情期间,家人更加注重健康防护了,请的阿姨每天往来奔波,总是有点担心在人群中的过多接触,直接住家也不是很方便,所以就克服一下先不请阿姨了”。

自己经营服装店的孙女士也透露:“受疫情影响,今年在家的时间比往年多了,很多家务就自己做,另外,疫情对今年的收入也有一些影响,亲力亲为也节省了请阿姨的支出。”

上有老下有幼 80后成家政市场消费主力

■ 本报记者 曲晓丽

受疫情影响,很多消费者选择自己投入更多的时间和精力进行日常保洁,这也使得这类非刚性需求家政服务需求下降。根据《年鉴》,家务类服务的客户相较2019年下降明显,但是高端家务及别墅类家政服务的占比实现同比提升,表明高端家政服务需求仍强劲。

一老一小家政服务同样显示出强劲的需求。《年鉴》显示,2020年接受阿姨来了服务的客户中,老年护理及养老服务的占比9.5%,同比提升了4.7%;选择育儿类服务的占比48.2%,同比提升了5%,其中育婴及早教(不做家务)的客户占35%,比2019年大幅提升了19%。

数据反映出,由于疫情下幼儿园、托儿所及养老机构出于防疫需求,或关停或封闭管理,市场对育儿和养老服务的需求明显增加。

疫情难掩家政业“朝阳”本色

根据《年鉴》,2020年阿姨来了的全国客户分布中排名前五的省市分别为:北京(53%)、湖北(12.4%)、浙江(8%)、上海(7.2%)、江苏(7%)、广东(3.5%)。与2019年相比,服务范围相同,占比稍有变化,其中湖北尽管受到了疫情影响,但接受服务的客户数量却环比上升。

《年鉴》指出,从一个侧面反映出家政服务是一个朝阳的产业,有着不被环境所左右的市场需求。

从2020年的客户构成中可以看出,60后客户占比8%,70后客户占比17%,80后客户占比54.5%,90后客户占比14.8%;与2019年的客户构成对比,80后仍是最重要的客户群,占比超过一半,60后和70后的客户呈下降趋势,而90后的客户正在快速增长。

《年鉴》认为,随着城市老年人口比例持续提高、二胎政策的日益推进,80后和90后是“四老+两小”家庭构成的主力一代,再加上自身持家的重担,今后很长时间内都将是家政服务的主力消费人群。

85后阿姨最走俏

消费者何女士说:“春节后幼儿园一直没有开学,我和孩子的爸爸都要上班,父母也不在身边,只能请个阿姨来家照顾,等了两周也没有找到那个‘最满意’的,后来想想学历、年龄这些其实也不重要,只要性格好、对孩子有耐心,能让我们放心就好。”

何女士的这种想法在2020年的家政市场中很有代表性。《年鉴》显示,雇主希望阿姨年龄在35~45岁的占比15.5%,要求35岁以下的占比1.3%,要求45岁以上的占比4.7%,不限制年龄的雇主提升到78.5%。另有14.5%的雇主明确要求阿姨具备一定学历,25.2%的雇主明确要求阿姨有相关的从业经验。

《年鉴》认为,35~45岁、高中以上学历的阿姨走俏除了精力旺盛,年龄相仿、容易沟通也是一个重要原因。年龄的降低、学历的提升将是未来阿姨的就业趋势。

根据统计,有4.2%的雇主对阿姨的户籍有要求,1.2%的雇主对阿姨的属相有要求,虽然环比都在下降,但是《年鉴》仍呼吁消费者消除地域偏见,给予阿姨们一个平等就业的机会,只要服务满意,就是对的选择。



就地过年催生临时用工新需求

多家餐企发布网上招聘信息

■ 本报记者 李子晨

“每年春节前,随着务工人员返乡,都会遇到人手不足的情况。汤先生的每家门店后厨要配置3~5人,每年春节档,除日常招聘外,还会补充寒假工来负责外卖打包,总部留沪过年的人也会来顶班。”对快餐连锁品牌汤先生合伙人刘信而言,今年春节与往年还有些不同。

“今年春节有一点特殊,因为各地就地过年的倡议,留在上海的人多一些,我们判断堂食、外卖订单都会比往年春节要多,这也对用工提出了新要求。”刘信说,今年春节期间,汤先生计划招聘10人,主要集中在基础岗位。

■ 本报记者 魏 桥

党的十九届五中全会提到,坚持把发展经济着力点放在实体经济上,坚定不移建设数字中国以及加快数字化发展。

在实体经济中,尤其是实体商业的数字化转型步伐正在持续加快。正如商务部流通发展司负责人在解读《商务部办公厅关于完善重点零售企业联系制度的通知》时所说,近四年来,零售业创新发展步伐加快,数字化、智能化加速推进,新技术新模式新业态不断涌现,线上线下深度融合,行业发展处于深度变革和调整期。

数字化为实体商业赋能

“数字经济是一种赋能型经济,其主要赋能对象正是实体经济,而促进数字经济与实体经济融合发展也已成为全球经济发展的重要趋势。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受国际商报记者采访时表示,从宏观角度看,与实体经济融合后,一方面,数字经济才能拥有真正落地的基础;另一方面,数字化也能够使实体经济更好地发展拓展新空间,有助于推动传统产业转型升级,催生新产业、新业态、新模式等。

北京同和居月坛店厨师长、餐饮部经理武根深刻感受到了今年“春节档”餐饮业用工的一些新变化。“在地方防疫举措下,有些员工回家后就不能返岗了,同时外地人进京难,也招不上人。目前,我们前厅后厨满编要百余人,现在还有20%的缺口,大家都是加班加点补位干。”

今年,北上广深等一二线城市或将迎来人流量最多的春节长假。餐饮业也面临“最需要人”的春节档,一些选择不打烊的商家通过各种方式保障人手充足。

记者了解到,饿了么商家端开通的招聘通道上,近1个月来,近1200家餐企通过饿了么发出招聘,吸引到超过1万名有就业意向的人员报名。同时,为响应京沪等地“春风行动”,饿了么在春节期间为有临

时就业需求的人员,提供超过1.5万个岗位。

“1月中旬以来,商户用人需求增加,新增岗位供给出现峰值,环比1月初上涨180%。从春节档招工情况来看,一般老牌餐企员工相对稳定,中小型餐厅、新开张饭店的人手比较紧张。从发布招聘意向的商家情况来看,有不少是紧急新增的岗位。对于一些就地过年、开门营业的商家来说,需要招聘一些人来备战春节档的服务。另外,在‘就地过年’倡议下,一些留下来的求职者选择就地就业,报名比例较日常提升了近3倍。”饿了么商家运营部行业运营专家王力表示。

餐企的招工需求多集中在北京、上海、杭州、深圳等城市。岗位以服务员需求最高,占比近80%,此外,配菜、打包等岗位也

比较紧缺。

与此同时,求职市场也一改常态,“留下过年”让有就地就业意向的人员增多。饿了么商家生态及创新服务负责人王丽表示:“往年春节档,去异地尤其一线城市兼职的寒暑假短期工会比较多。但今年在‘就地过年’的倡议下,跨省就业的人数少了,而就就业的人数占比之前提高了2倍。”

记者从饿了么了解到,除了开辟招聘通道,满足商家用工需求之外,饿了么还将在北京、上海等地区提供超过1.5万个骑手岗位。春节期间,饿了么将和商家一起,保障餐饮外卖、急送药等订单配送到家服务。针对坚守岗位的蓝骑士,饿了么将提供多重补贴,对年后返岗的骑手也将提供开工红包、补贴。最高补贴金额超过1万元。

与数字化相融

实体商业路更阔

从微观角度看,付一夫认为,企业的数字化转型有助于推动组织管理和业务流程的重塑,极大地提高生产经营效率,在增强自身竞争力的同时,也能有效助力产业的转型升级与国民经济的高质量发展。

毋庸置疑,插上数字化翅膀后,实体商业发展之路更加广阔。据了解,去年4月,万达商管以万达广场小程序为载体,实现全国200城320座万达广场联动,两个月期间累计派发超过4亿元万达广场消费券,快速拉动了万达广场消费复苏;去年5月,320座万达广场还同步开启了万达广场小程序线上直播,5天内共开设5258个直播间,过万用户参与,观看人次超过500万,并通过万达广场线上直播打通线上线下营销闭环,实现全国万达广场线上规模化同步直播带货的突破。

作为数字零售服务商的Dmall,目

前已经合作了120多个连锁商超,覆盖全国13000家门店,服务用户达到1.5亿。其正是将实体零售的全流程各环节,用数字化的思想、方法、逻辑,用基于云的架构、基于数字化的最新工具,重构了零售的传统管理系统,做到提高效率、降低成本,实现了会员、商品、供应链、运营等全面的一体化。

进一步推进数字化转型

当前,实体商业的数字化转型亦面临一些难题。在付一夫看来,在数字经济细分行业层面,我国相关企业的核心发展思路依然是面向C端,即追求快速增长的用户数量,以互联网营销思维、流量思维、平台思维推动数字经济规模持续扩张。在结构层面,数字经济的发展还存在着城乡发展不平衡、区域发展不平衡、大中小企业之间渗透不均

等问题,尤其是对于中小企业来说,受资金、技术、人才等因素所限,其数字化转型步伐更为缓慢,网络化、智能化的基础设施建设,并探索跨区域共建共享机制和模式;另一方面,要加快形成大中小企业协同发展的数字化产业格局,通过大企业建平台和中小企业用平台的双轮驱动,推动数字化资源协同对接,强化企业彼此间合作;此外,也要完善相关法律法规,探索人才培养新机制,推动实体经济与数字技术人才的融合,为企业数字化转型提供保障。