

职业女性 | 榜样

她将和田玉远销全国100余个城市,并将原本单打独斗的新疆特产加以整合,打造新疆名优特产销售链;推动企业发展的同时,不忘扶持女大学生及女企业家就业创业——

赵晓萍:人生如玉,磨砺方成器

中国妇女报全媒体记者 刘旭
王丹青

初次见到新疆福聚祥庭州文化产业有限公司董事长赵晓萍,是在位于北京的新疆大厦。因为工作关系,她常常奔波于全国各地,但她心里,始终记挂着那片土地和生活在那些土地上的人们。

20世纪90年代,赵晓萍辞去稳定的工作,转身投入和田玉行业,开启了艰难的创业旅程。如今,她已将商业版图从昌吉市一家扩展到全国30多家连锁店,更将原本单打独斗的新疆特产加以整合,打造新疆名优特产销售链,并扶持女大学生及女企业家就业创业。她本人也获得自治区及昌吉州三八红旗手、昌吉州五一劳动奖章、昌吉州城乡妇女岗位建功立业先进个人等荣誉称号。

但在赵晓萍的心里,她更喜欢来自老乡们、孩子们的一声声呼唤——“玉姐姐”“玉妈妈”“爱心妈妈”……“他们都这么叫我,我听了觉得很幸福。”赵晓萍笑着说。

讲好一颗“石头”的故事

赵晓萍出生在新疆生产建设兵团奎屯屯农七师131团,爷爷是一位和田玉雕刻师。从小耳濡目染,让她爱上了温润的和田玉,而在兵团的成长经历,又让赵晓萍传承了兵团人攻坚克难、敢打敢拼的精神,憧憬自己成为推动社会进步的有用之士。

大学毕业后,赵晓萍回到家乡昌吉州,应聘至当地政府部门工作,但赵晓萍的心里始终记挂着父辈所坚守的和田玉事业。怀着振兴家乡的理想,她决定“闯一闯”。

“其实当时和田玉的市场并不太好,一只质地好的羊脂玉手镯顶多能卖10元钱。”赵晓萍坦言,但和玉一起长大的经历,让她对和田玉有着特殊的感情,她希望传承祖辈留下来的雕刻工艺,也希望能够为新疆和田玉文化的传播出一份力。

“从刚开始创业的那日起,我就做好了



迎接困难和挑战的准备。”赵晓萍曾去往和田与昆仑山一带收原石、采玉矿,“原石很重,扛不动就用小火车一车一车地推。”制作好的产品找不到销路,她就自己去火车站摆地摊叫卖。“乌鲁木齐的冬天真冷啊。”当时30岁的赵晓萍用厚厚的围巾裹着脸,只露出两只眼睛,双手冻得红肿、皲裂。

1998年,赵晓萍创立福聚祥玉器公司,并逐渐从一个只有11名员工的小店发展为产品远销北京、上海、广州、深圳、宁波等100多个城市,拥有30余家全国连锁店及多个雕刻加工基地,近三年年均销售额2.5亿元,吸纳就业人员200多人的企业。

在企业的发展过程中,赵晓萍逐渐将重心放在和田玉文化的推广上。“中国的玉石文化源远流长,常以玉象征高尚的品德,儒家有‘君子比德于玉’的用玉观。和田玉

的原矿藏在‘万山之祖’的昆仑山深处,经历天地沧桑风霜雨雪,终于破山而出,温润而泽,成为最具生命力最珍稀的自然遗产。”说起和田玉,赵晓萍如数家珍。

作为昌吉州玉文化产业协会会长,赵晓萍常常到全国各地参加展会,讲述和田玉的文化故事。她一直有一个愿望,那就是织密织大和田玉产业供应链网络,将和田玉产品送到全国各地,将新疆和田玉文化推介传播到全国乃至世界。

而在带着和田玉走出新疆的路程中,赵晓萍结识了很多种植瓜果梨枣的农民、制作新疆传统织物、经营食品加工企业的女企业家。在与这些人的交流中,赵晓萍意识到,新疆有很多值得推广的特产,每一种产品都代表着新疆文化,都有一段美好的故事。2014年,赵晓萍成立新疆福聚祥庭州文化产业有限公司,进入文化产品创新领域,致力于推动区域文化产业发展进步。

为更多年轻人搭建创业平台

2017年,赵晓萍带领团队在昌吉市打造具有地标价值的产业园——乐活小镇,经营业态涵盖文化、旅游、商贸、餐饮、休闲、娱乐等多个领域。截至目前,乐活小镇入驻创业项目268家,其中餐饮项目150个,汇集新疆200余种菜品、文创项目48个。园区开业后直接解决就业3000多人,带动相关就业5000多人。

赵晓萍还计划通过乐活小镇这个企业大本营、全业态集散基地,实现玉文化带动一大批相关产业发展的中期目标。“我们要将其打造成西部地区最有特色、最有影响力的文化创意、旅游、康养、电商、科技等创业孵化基地、文化创意及特色小镇。同时联合新疆大剧院、昌吉回民小吃街、杜氏旅游、灵秀山大佛等单位,共同打造以人文特色为主的文化旅游融合发展高地。”

而在乐活小镇的诸多项目中,最让赵晓萍骄傲的,是乐活小镇的众创空间。据了解,这是赵晓萍为年轻人实现创业梦想搭建的平台,如今,众创空间入驻企业40

余家,已出孵成熟企业两家。

赵晓萍告诉中国妇女报全媒体记者,乐活小镇为前来创业的大学生、残疾人提供统一装修、免收房租等服务,以降低他们的创业门槛和创业风险。

“爱就是付诸行动,回报社会”

在采访中,赵晓萍提起她认识的一位种植瓜果的新疆姑娘的故事。“前几天我问今年的瓜果收成怎么样、销售怎么样,她急得直哭,听得我也揪心。”赵晓萍的眉头紧皱着,这是采访中她少有的沉默时刻。

赵晓萍一直希望能以自己的方式为家乡人民尽一些微薄之力。“爱就是付诸行动,回报社会。”

创业20余年来,赵晓萍多次举办爱心慈善捐助活动,资助过聋哑学校、孤儿院、敬老院以及辖区内的许多贫困家庭。每年春节,她会带团队慰问社区数十户需要帮助的家庭,给他们送去春联、慰问金和生活用品。据统计,赵晓萍已出资800多万元用于公益慈善事业,先后帮助30人实现了创业梦,资助18个残疾孩子圆了上学梦。

赵晓萍的善举,也感染着她的家人和身边的朋友。女儿在结婚时坚持用一场爱心慈善活动代替婚礼,并带头将办婚礼的费用全数捐出;作为昌吉市女企业家协会会长,赵晓萍常常带领协会成员一同慰问困难家庭和特殊学校,带头捐款捐物。

对于未来,赵晓萍也有着新的规划,“我们在福州、泉州、厦门建设了福州工艺美术、泉州华侨酒店、厦门东南亚大酒店三家闽台援疆馆,重点营销新疆名优特产,以期实现以点带面,在福建全域以及全国各地逐渐建立起新疆名优特产销售链。”与此同时,赵晓萍还将打造乐活小镇抖音电商基地,聚焦开展线上电商代运营业务、电商主播培训、带货、供应链及供应链金融资源整合等业务。“我希望能构建一个全疆农副产品和生鲜类目,具有垂直深度的抖音电商生态圈,为助力新疆发展进步做出新贡献。”赵晓萍说。

商学院

女性谈判进阶指南(上)

随着女性参与决策管理的步伐不断迈进,智慧地进行谈判、改善自己的不利地位日渐重要。



范语晨

在职场真人秀《令人心动的offer4》官微留言中,不少应届毕业生表示,“想学求职谈判技巧”,还有网友回顾了《令人心动的offer2》律师季中的谈判“名场面”——

在第二季第三期节目中,8名实习生分成四组和对方面律师谈判。令观众有些意外的是,成绩最好的是看上去个性最温和、不事不抢的詹秋怡。之所以对这个结果感到意外,与我们脑海中对于“谈判”的一贯印象有关。通常人们认为,谈判是争夺利益的较量。温和、缺少攻击性的女性不容易占据上风。

初入律所时的詹秋怡看起来恰是如此。她谨慎有余,自信不足,不太会主动表达自己的需求。但是,在这次炒股纠纷谈判中,她沉稳冷静,与搭档配合默契,全程认真倾听对方律师的表达,敏锐地找到了对方话语中的逻辑漏洞。这也使得她的反问无须咄咄逼人,却能温和、精准、一击“致命”。

詹秋怡刷新了人们对谈判的一贯印象,也在一次次“必须完成”的谈判与任务中,突破着内心“不敢主动表达”的桎梏。

实际上,“不敢提要求”,反映着长久以来女性在职场与生活面临的困境。

2003年,琳达·巴布科克和萨拉·拉斯谢弗的《妇女不要求》一书出版。书中指出,“女性自我优越感水平普遍较低”,同男人比起来,女人很少会选择通过谈判来争

取自己想要的东西。

作者认为,“不要求”给女性带来了经济与身心上的消极影响。同时,妇女力量无法充分发挥,也不利于整个社会的发展。

随着女性参与决策管理的步伐不断迈进,智慧地进行谈判、改善自己的不利地位日渐重要。

看似公平的谈判桌上有性别差异吗?

谈判须以平等为前提,这是一个公认原则。但实际上,在谈判尚未开始时,双方的博弈就展开了,甚至高下已分。

1995年,两位美国法学家艾尔斯与西格曼在芝加哥进行的一项“购车砍价”试验,呈现了性别因素对谈判的影响。

研究者挑选了38名年龄在28~32岁之间,教育程度类似,中等相貌的应试者。不同性别或种族的应试者两两配对,前往芝加哥的153个汽车销售点购车。他们统一着装,采取相同的“砍价”策略与店家商谈。

最终结果显示,与白人男性相比,女性和黑人在买车时需要付出更高的价格。

如果说这个研究证明,性别因素影响谈判的结果,那么2014年,肯塔基大学教授格莱斯顿和康奈尔大学教授奥康诺的合作实验则告诉我们,偏离真实的性别差异,仅仅是拥有女性化外貌的谈判者,就更容易

被“看扁”。

该研究在实验室中提供了一系列电脑合成的人像,这些人像呈现出不同程度的男性化或女性化面部特征。研究者安排应试者其中自主选择谈判对手或谈判代理。

结果表明,当人们选择谈判对手时,更愿意选择女性化的面孔;但在选择谁来为自己做谈判代理(如代理律师)时则相反,更愿意选择偏男性化的面孔。

此外,当人们面对女性化面孔的谈判对手时,往往出价更高。

为何女性在谈判里总被认为更好对付?正如我们在开篇提到的那样,这与人们对谈判的认知有关。可以说,谈判这项活动不是个中性词,它是有“性别”的。

进化心理学与社会学的一些研究表明,从原始社会时男性负责捕猎、女性负责采摘的分工,再到漫长的男权社会中,女性不被鼓励外出工作和参与公共领域,这都使得女性在文化结构中,不是主动积极的利益追逐者。

同时,女性的缺席也使得早期的谈判思维形成了“索取价值的心智模式”。在这种心智模式下,谈判成为基于权力的较量,双方均把注意力放在自己如何分得更多蛋糕上,体现出强竞争状态。

因此,在总体的社会认知上,谈判依然是一个更加男性化的活动。男性化的特点,也就是我们对男性的刻板印象,包括强硬、独断、理性、自信、竞争等,被认为更适合谈判。更值得注意的是,对谈判的男性化想象,制约的不只是女性谈判的结果,还有女性的谈判意愿。

女性为何总是诉求在心口难开?

2017年,美剧《生活大爆炸》的四位男主角和一位女主演的片酬高达每集100万美元,而后加入的两位女性常驻角色——伯纳黛特和艾米的扮演者片酬仅为每集20万美元。后经协商,五位主演同意每人每集降薪10万美元,给后来的两位女演员加薪。

自从女性进入就业市场,薪酬的性别差异就始终是个世界性问题。有不少研究致力于解释这一收入鸿沟,分析其多方面的历史与现实原因,例如女性的生育养育负担更重给女性收入造成负面影响等等。

但有一些研究者却发现,女性较低的谈判意愿,也是导致薪酬差异的原因之一。

也就是说,在应聘面试、确定起薪的时刻,女性往往就因为不敢提要求而“输在了起跑线上”。

《妇女不要求》一书中有这样一项统计:在卡内基梅隆大学的毕业生里,有57%的男生经历了起薪谈判,而这个数字在女生中只有8%,这造成了男生起薪比女生多了约4000美元。即使是在学校名列前茅的优秀女生,也会在面试时放弃争取高薪的机会,想着“只要给我岗位就可以了”。

2005年,哈佛大学教授鲍尔斯、麦金与卡内基梅隆大学教授巴布科克的合作研究结果表明,薪酬性别差异与行业薪酬标准的模糊性有关。

研究者调查了MBA毕业后的第一份工作,发现如果行业有着清晰的薪酬标准,那么不同性别的薪酬差异并不显著;如果行业的薪酬标准较模糊,那么起薪年薪的性别差异为11000美元。

研究者进一步考察发现,行业薪酬标准模糊意味着有更多的薪资谈判余地,而女性发起谈判的意愿逊于男性,成为薪资鸿沟拉大的重要原因。

那么,同样的情境下,女性为何更容易“知足”,或是“诉求在心口难开”?

从性别视角关注谈判学的研究者发现,女性不要求,与她们受到更多的社会规约有关。

由于女性更多地被要求表现得“优雅”“贞静”,因此在谈判时更倾向于收敛锋芒,或干脆不提诉求,以规避被看作“泼妇”“大妈”等带有污名色彩的形象。

而社会对女性气质的期待与男性化的谈判文化相冲突,进一步导致了女性在谈判时面临的两难处境。

美国西北大学教授伊格利和英国韦尔斯利学院教授卡里较早提到了妇女面临的“两难处境”:

合群、倾向于通过交流进行决策的女性领导者可能被指责为“优柔寡断”、主体性不足;

但是,主体性强、缺乏群体意识。

可见,相同的行为表现,却可能仅仅因为谈判者的不同性别而受到不同评价。动辄得咎的压力形成了强大的负反馈,拖住了女性迈向谈判桌的脚步。

中国妇女报全媒体记者 李雪婷

12月8日,中国消费者协会发布《适老化APP消费监督评测项目研究报告》。报告显示,76.2%的调研对象对手机APP(以下简称APP)适老化的现状整体持满意态度,消费者常用的餐饮购物、社交通讯等受众多、服务日常生活的APP领跑适老化进程。评测表明,在工业和信息化部等有关部门的大力推进、企业积极参与下,APP适老工作开始让所有老年消费者受益。同时,老年消费者对安全性期待仍然较高,更希望APP方便操作、功能实用,并增加使用引导与辅助措施。

餐饮购物、社交通讯等APP领跑适老化进程

据悉,2022年中国消费者协会组织专项调研,对相关企业推进APP适老化的现状进行评测调查,并提出相关建议。

本次评测调查结果得出七条主要结论,一是76%的APP符合适老化改造的基本要求,共有79款APP达标率在75%及以上,20款APP达标率在60%~75%之间,表明大多数APP在开发设计或迭代更新过程中能够适当兼顾老年人的身心特点,并采取了相应的举措;二是餐饮购物、社交通讯等受众多、服务日常生活的APP领跑适老化进程,餐饮购物、便捷生活、社交通讯、教育新闻类APP在整体设计时更多地考虑到了老年人的需要,APP所属行业赛道较成熟、用户规模大且无明显年轻化属性,评测指标综合达标率在90%以上;三是APP在可操作性方面适老化程度较高,在便于老年人理解方面提升空间较大,平均达标率仅为66.6%,部分APP适老化应更贴合老年人在听觉、视觉、触觉以及思维、认知方面的身心特点,休闲娱乐类APP在兼容性方面、影音娱乐类APP在安全性方面需重点提升;四是老年消费者对安全性期待仍然较高;五是老年消费者更希望APP方便操作、功能实用,并增加使用引导与辅助措施;六是医疗健康、养老资讯等方面的适老化成果更受期待,老年消费者对医疗健康类、养老资讯类APP的期待最高;七是APP适老化成果宣传及推广力度可进一步加强,调研发现,部分APP仍存在内嵌界面不方便检索、适老版本信息不够突出,以及适老版本APP知晓度和实际使用率不高等情况。

近半数老年消费者迫切需要老年人专用APP

中消协在发布的报告中,对评测主要发现的六方面现象及问卷调查中发现的四方面现象也进行了详细阐述。如:四成APP的适老化停留在“点状”推进阶段;59.7%的APP内嵌适老界面或有单独适老版本,其中21.2%的APP同时开发了老年人专用版本,38.5%的APP内嵌适老界面,可以切换至老年模式;40.3%的APP既无老年人专用版本,也无内嵌适老界面。又如:个人信息安全得到保证,但广告插件及诱导操作现象尚未完全杜绝,适老化公益性与企业盈利的矛盾仍未化解,81.7%的APP在禁止广告插件方面符合适老化要求,92.3%的APP无诱导下载或诱导付款情况。再如:老年消费者能够接纳新鲜事物,并不排斥手机网络的新鲜事物,近半数老年消费者迫切需要老年人专用APP,同时,使用智能手机受身心因素影响最大,字体小、广告多、弹窗不易关闭等困扰老年消费者。

强化APP个人隐私及财务信息风险监管

依据此次评测调研结果,中消协建议,应完善APP适老化消费监督机制,以需求为导向加快医疗健康、养老资讯、生活缴费、社区服务等重点领域APP适老化进程。另外,倡导以老年人为中心的APP适老化改造,促进APP适老化改造先进技术和模式共享,同时还要强化APP个人隐私及财务信息风险监管等。

据统计,我国60岁及以上的人口占总人口的18.9%,65岁及以上的人口占总人口的14.2%,60岁及以上老年网民规模达1.19亿。但由于身体、心理等方面的变化,不少老年人不会上网、不会使用智能手机,在出行、就医、消费等日常生活中遇到不便,无法充分享受智能化服务带来的便利,老年人面临的“数字鸿沟”问题日益凸显。2020年,国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难实施方案的通知》,明确提出推进移动互联网应用(APP)适老化改造。工业和信息化部先后出台《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》《关于切实解决老年人运用智能技术困难便利老年人使用智能化产品和服务的通知》《关于进一步抓好互联网应用适老化及无障碍改造专项行动实施方案的通知》等政策,并于2021年1月起实施“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”,首批推动对八大类115家网站、六大类43个APP进行适老化及无障碍改造。据了解,目前已累计有648家网站和APP通过适老化及无障碍改造和评测。

医疗健康、养老资讯等方面的适老化成果更受期待

中消协评测:超七成老年人对APP适老化现状满意