

《关于推动家政进社区的意见》专家系列解读之二

疏堵点破难点 打通家政服务“最后一公里”

□ 中国妇女报全媒体记者 周韵曈

《关于推动家政进社区的意见》(以下简称《意见》)指出,要充分发挥家政企业市场主体作用,培育社区经济,激发市场活力和创造力。并要求各地制定社区家政服务网点建设指南,明确独营、嵌入、合作、线上等家政进社区的路径和方式,提出解决堵点、难点等问题的针对性措施。

场所是企业扎根社区的关键

在阿姨来了董事长、全国工商联养老与家政服务专业委员会企业家秘书长周袁红看来,《意见》带给家政企业多个利好。“家政企业的服务场景就在社区。”周袁红表示,家政企业发展的最大难点就是房租成本,“给家政企业提供场所,我们才能真正扎根在社区。”

《意见》在“支持家政企业在社区独立设点”一条中提到,“有条件的地区可减免家政网点租赁费用。家政企业在社区设置服务网点,其租赁场地不受用房租限制,水电等费用缴纳沿用居民价格。”“从《意见》来看,政府很想用好社区的免费房屋资源来为家政行业提供便利,从而降低行业成本。房租成本降低了,服务价格也随之降低,家政服务的便利性与时效性也会随之进行改善,这样肯定能支持企业提供更快、更准、更放心的服务。”周袁红说。

《意见》中还提到,“鼓励有条件的社区为家政服务人员就近居住、统一存取服务工具包提供便利条件”。

“过去我们也曾跟多个社区进行过对接,但没成功。原因是虽然房子可以免费用,但社区只能提供一张桌子,解决不了家政服务问题。”她解释,“家政企业都有面试、培训、住宿等需求,这些需求仅凭一

张桌子难以实现。这也是家政进社区亟须解决的痛点之一。”

亦泰母婴董事长俞蓓芬认为,《意见》的及时出台,能“充分调动政府部门、家政企业积极性,发挥家政企业市场主体作用,激发家政市场的活力和创造力。”

在她看来,家政服务类企业进驻社区,需要具备扎实的软硬件条件。首先,要加强社区、街道等部门的重视,可将家政企业等社区公共服务设施建设纳入社区建设考核指标;其次,社区能满足一定的空间标准、设施要求等,便于开展服务培训、服务咨询等;最后,要进一步明确家政进社区的主管部门,从而让家政企业进驻社区的路径更顺畅。

“现在我们非常关注具体的配套措施等落实情况。”俞蓓芬告诉记者,目前公司正在为进驻社区积极准备,“希望尽快能与对口部门沟通了解进驻社区的流程、服务要求等,从而尽快为社区家庭提供育婴、家政等民生保供服务。”

各部门协调联动疏堵点破难点

近年来,我国家政服务业产业规模持续扩大,家政从业人员年轻化、高学历化趋势明显。但对于雇主来说,找到合适的家政服务人员并没有变得容易。

家住东城区的郝女士告诉记者,她曾通过线上、线下、邻居介绍等各种方式寻找合适的家政服务人员,也交过不少中介费,结果发现:有的家政服务人员技能水平跟家要的工资完全不符,还有的中介连续推荐三四名都不能让人满意,光面试就花去不少时间。

因此,当郝女士看到《意见》中提到“建立便捷畅通的消费评价机制,对于在社区口碑差、投诉多的家政企业,社区和行业组织依法依规依约取消其社区的相关支持措施”时,她表示非常期待。

北京前门街道草厂社区党委书记、居委会主任李峰告诉记者,近年来,时常有居民为寻找靠谱的月嫂、家政工等找上社区。同时,辖区内虽不乏一些小型家政公司,但“这些公司在招工用人中存在的人

员流动频繁等问题,以及经营过程中因租赁房屋等给周边居民带来的不便,让我们深感‘挺挠头的’。”他直言,不规范的家政企业不仅不能为居民提供优质服务,也给社区治理带来难题。

因此,看到《意见》中提到支持品牌化员工制家政企业发展,鼓励各地打造地域性家政品牌,李峰认为,“优质规范的家政企业进入社区,既能帮助居民解决实际问题,也能通过跟社区已有便民资源融合进一步弥补需求空白,是件好事儿。”他表示,社区可以通过多种途径,如“小院议事厅”协商议事平台等协助家政企业摸准需求,向居民提供精准服务。

但现实问题还是聚焦在场地和空间上。李峰解释,居民有需求,社区也想增加便民服务,但也需要主管、监管等部门的支持。“从硬件上来讲,作为基层社区,我们主要对辖区内的居民开展保障服务、生活服务、养老服务等服务,对辖区内的房屋并没有管辖权。涉及胡同内空间场地的使用,则由多个部门分管。”在他看来,在资源协调方面需进一步加强部门协作和精准对接,为家政企业进社区打通渠道。

“家政企业在进驻社区的过程中遭遇场地问题,往往集中在老旧小区。”北京家政服务协会会长、北京爱依养老科技发展股份有限公司董事长穆雨杰也认为,“要解决这一问题,地方民政局、商务局、街道办事处等部门单位一定要联动、协调起来,不仅解决房源问题,还包括企业进驻社区所涉及的消防、卫生、培训、就业等一系列问题。这一系列问题都能解决顺畅,家政进社区才能实现规模化、集约化发展。”

聚合优质资源做强优质品牌为社区服务

通过梳理上海市家庭服务业行业协会近年来在家政进社区方面的积极探索,协会会长、原上海市妇联主席张丽丽告诉记者,上海家政企业进社区正在探索五种模式。

一是功能嵌入模式。在社区服务布局中,将家政服务内容嵌入,作为整个社区服务的一部分,便于百姓就近找得到;

二是空间建制运营模式。街道以公建民营的形式将服务中心整体让家政企业(机构)运营,为群众提供家政、老年食堂、托育、文化活动等综合服务;三是信息平台推广模式。在社区信息平台上推广优质服务品牌企业,让百姓优先得到优质服务,同时也让品牌企业获得更多的市场信息资源,从而扩大市场,壮大企业;四是线上线下联动服务模式。搭建服务对接平台,整合更多资源,为家庭提供更方便的服务;五是购买政府项目模式。对政府要特别关怀的一些特定人群家庭提供家政服务,由政府有关部门立项招标,购买家政企业的服务。

通过学习领会《意见》精神,张丽丽认为,文件更多强调了家政企业与社区载体的融合共享,如家政企业可嵌入社区综合服务中心、日间照料中心、托育机构等现有社区公共服务设施,也可与便民超市等市场主体共同运营社区“家政服务超市”。并鼓励符合条件的物业服务企业开设家政服务机构。

由此她认为,下一步家政进社区可通过两条路径。第一条路径是实现专业服务相融合,如与养老、托育等服务相融合,以及与小区物业相结合,共享物业所掌握的场地空间、服务配送等资源。第二条路径是聚合家政优质资源、放大物理空间。

“如上海每个街道(乡镇)都设有社区服务中心,可在中心内为家政服务争取一席之地。这个空间不是由某个家政企业运营,而是以16个行政区为划分单位,让市家协各区办事处或区家协来协调。”张丽丽告诉记者,近年来,上海市家协已在16个区实现了组织架构的全覆盖,由所在区的领头羊企业负责人或有影响力的人员兼任区办事处或区家协负责人,由区商委和区妇联指导工作。家政服务进社区可以由区级组织发挥协调功能,支持品牌企业以信息化支持的方式入驻社区。

“贯彻《意见》的关键,是要聚合家政服务优质资源,做大做强优质品牌,以最大能效推进家政进社区,为居民提供便捷、优质、暖心的家政服务。”张丽丽说。

下天天观点

□ 樊树林

近日,在哈尔滨一地铁站女厕所内,一名女子发现有个男童在里面上厕所并且没关门,于是对孩子说:“这里是女厕所,男孩不能进来。”在隔壁的男童妈妈听见了,一脸怒气责怪女子吓到她6岁的孩子,要求对方给男童道歉,否则不让她离开。

“如何看待妈妈带男童上女厕”的话题屡次引发公众激烈讨论,一些人认为这是许多妈妈都会遇到“迫不得已”的事情,也有人认为这的确给其他女性带来了不便。究其原因,是在公共卫生间建设中“第三卫生间”的有所缺失,满足不了群众的需求。

“第三卫生间”可理解为“家庭卫生间”。不同性别的家庭成员共同外出时,如果其中有人行动无法自理,难免遭遇如厕尴尬。而“第三卫生间”就是为了解决一部分特殊对象如厕不便的问题,主要包括女儿协助老父亲,儿子协助老母亲,母亲协助小男孩,父亲协助小女孩等情况……毫无疑问,建设“第三卫生间”不仅是公共服务设施的完善,也体现了人文关怀。

2016年年底,国家住建部新修订的《城市公共厕所设计标准》要求,城市中的一类固定式公共厕所,二级及以上医院的公共厕所,商业区、重要公共设施及重要交通客运设施区域的流动式公共厕所,均应设置“第三卫生间”。而实际上,在一些旅游景区、商场等地方,“第三卫生间”要么缺失,要么数量少得可怜,要么挪为他用。同时,一些年轻的父母对“第三卫生间”的概念也缺乏了解。

一个城市的温度,往往体现在细节之中;一个城市的公共服务提升,更需要下一番“绣花功夫”。对于“妈妈带男童如厕”这一“老话题”屡次成为“新关注”,我们应“实打实”去化解,不能任由其成为城市发展的阻碍,成为文明建设的“肠梗阻”。因此,无论是景区、商场,还是其他人员聚集的场所,都应该将“第三卫生间”的建设和提升作为厕所革命中的重要事项,按照国家制定的标准去建设和完善“第三卫生间”。同时,相关部门还需强化宣传,提升公众对“第三卫生间”的认同度,以此提升其“上座率”,不能建成了却成为摆设。

此外,“第三卫生间”须要有,但也不能全“依仗”。不可否认,对待低龄的幼儿,爸爸和妈妈带他们如厕是责任,而对于那些稍大些的孩子,父母也应该在家庭生活中鼓励他们自己如厕,在日常生活中注重性别教育和独立意识培养,让孩子们在日积月累中形成一种好习惯。

新闻壹段评

“办不成事”反映窗口,真办事!

吉林省长春市公安局交通警察支队南关交警队服务大厅有个特殊的窗口,叫“办不成事”反映窗口,这个窗口的核心职能,就是帮助前来办理业务的群众解决各种疑难问题,努力使那些因诉求特殊、政策变化等原因“不好办”“办不成”的事“办得成”“办得好”。

“办不成事”反映窗口虽小,解决的却是群众的大事。小小的窗口是政务服务创新的具体体现,也是政府部门为民服务的有力彰显。该窗口在帮助群众排忧解难的同时也是自身工作的“监督台”,在为民服务过程中发现制度、服务方面存在的问题,从而提高服务质量,期待出台更多这样暖民心的创新举措。

“女王专属”?少拿女性做噱头

近日,江苏扬州一商场设“女王专属”停车位引网友热议。有网友称,是不是看不起司机驾驶技术?还有网友表示,说好的男女平等,这种做法对男司机不公平;更有网友表示,商场也许认定女性的商业价值更大。工作人员回应,女性专属车位比普通车位空间更大,主要为方便带娃女司机,并不拒绝男性司机停车。

如今,女性消费者成了消费的“主力军”,一些商家设置“女性专属车位”,为其提供个性化服务,带来更好的停车体验,或许是为了“讨好”女性消费者。然而,如此“讨好”却引来网友“讨伐”。对于商家来说,要想吸引消费者,与其制造各种噱头倒不如在品质、服务、价格上多下功夫。

砸打秦桧像,切勿解了气丢了脸

随着电影《满江红》热播,岳飞与秦桧的那段历史,再次成为公众关注的对象。据报道,不少游客在河南周口淮阳区太昊伏羲陵景区岳武忠祠排队打秦桧像。

由于电影的热映再次激发了民众对岳飞的敬意以及对秦桧的痛恨,在全国多地,打秦桧几乎成了一道景观。但是,如果发展到砸打秦桧像的地步,未免太过极端,把憎恶完全发泄到雕像上,很可能损坏的是雕像。面对秦桧跪像,将内心的“打”和外在的保护统一起来,这才是最理智的做法,也是真正的文明进步。

治理“价格刺客”还需监管“利剑”

1月30日,中消协联合人民网舆情数据中心,共同梳理发布了“2022年十大消费维权舆情热点”。其中,“价格刺客”有违明码标价诚信原则位居“2022年十大消费维权舆情热点”的榜首。

在选购时看不到明确的标价,结账时却发现贵得离谱,“价格刺客”给人的“当头一刺”,不仅“刺”伤了消费者的“钱包”,更“刺”痛了消费者的“心”,影响了消费体验。治理“价格刺客”,需要监管部门“利剑出鞘”,在强监管、严执法的同时,畅通消费者举报渠道,让各类“价格刺客”无处藏身。

张明芳 整理点评

西点、冷菜等食物浪费率较高,婚宴、自助餐是“重灾区” “舌尖上的浪费”该如何化解?

□ 新华社记者

近年来,节约粮食、倡导光盘已经成为社会共识。不过,“新华视点”记者春节前后在上海、山西、广东等多地调查发现,在婚宴、商务宴请、豪华酒店中,“舌尖上的浪费”仍然时有发生。

婚宴、自助餐、豪华酒店为浪费“重灾区”

记者近期走访上海、山西、广东等地的高档酒店餐厅,发现食品浪费现象仍时有发生。其中,婚宴、自助餐是浪费的“重灾区”,西点、冷菜等类型食物浪费率较高。

记者日前在上海明天广场JW万豪酒店的自助餐厅看到,临近收餐时间,取餐区的食物仍多有剩余。记者观察到,一些餐桌上,消费者剩余不少食物。该自助餐厅一名工作人员告诉记者,当天未吃完的食物将全部倒掉,不会留到第二天。为了减少食物浪费,餐厅会根据住店客人的数量预估大致的食材质量,但很难做到精准。

记者日前在山西省太原市小店区花园假日酒店看到,当天中午正在举行婚宴,大厅内摆放着30多张圆桌,宾客坐得满满当当。随

着婚礼进入尾声,宾客逐渐离场。桌上的餐食浪费严重,三分之二的桌子剩下的饭菜超过七成。除了部分宾客将鲍鱼等海鲜打包带走,大部分剩菜无人问津,很多已被打开、剩余超过半碗的果汁饮料也丢在桌上。

山西一家酒店的工作人员说:“结婚摆宴是人生大事,一般都会邀请亲友。主家为了面子,饭菜一定得丰盛。为此饭店提供从1888元到5888元一桌不等的套餐,还可私人定制,不上封顶,价格较高的套餐里有老虎斑、帝王蟹、佛跳墙等。每桌都是8个凉菜、10个热菜,一般都吃不完,往往会剩下一些。”

多是“面子问题”

很多消费者说,因为考虑面子,婚宴浪费现象较为普遍。山西一名婚礼操办者任先生坦言:“我也很心疼被浪费的粮食。但要是不多点几个菜,又担心宾客议论指点。结婚是喜事,只好按习俗来,宁多勿少。”商务宴请里的浪费很多也是因为面子。一些消费者告诉记者,宴请结束后往往不会打包——主人怕客人笑话自己抠门、不爽利;客人没掏钱,更不好意思打包带走。

记者在采访中发现,尽管半份菜、单人餐、打包盒等已经成为餐饮行业节约粮食的

普遍做法,但在豪华酒店里推广还存在困难。豪华酒店对服务质量、酒店环境有统一标准,酒店很少张贴、摆放节约粮食的宣传品,服务人员也鲜有提示节约的习惯。

此外,记者发现,还有少数人把大吃大喝、铺张浪费视为有身份、消费档次高的表现。上海一家五星级酒店餐饮部张经理说:“来这里的往往是收入较高的消费者,不太在乎钱;如果反复提醒节约,有些顾客会表现出反感的态度,我们担心影响酒店口碑。”

促进观念更新,推动法律落地

中国饭店协会会长陈新华等业内人士认为,随着疫情防控政策调整,当前各地餐饮业正在复苏,一些地方“舌尖上的浪费”故态复萌。必须进一步强化节约意识,减少粮食浪费。

反对餐饮浪费,关键在于人们观念的更新。广东省餐饮服务行业协会秘书长程钢指出,应该让更多消费者认识到,养成节俭、适度的餐饮习惯,不仅可以省钱,更是现代社会性、文明的表现。要在全社会大力营造节约光荣、浪费可耻的风气,从学校、家庭乃至企业和单位层面加强宣传力度。

记者了解到,《中华人民共和国反食品

浪费法》已经于2021年4月实施,对相关主管部门、餐饮服务经营者、餐饮外卖平台、个人等均提出防止食品浪费的具体要求。比如,婚丧嫁娶、朋友和家庭聚会、商务活动等需要用餐的,组织者、参加者应当适度备餐、点餐,文明、健康用餐。

山西大学哲学社会科学学院教授邢媛认为,从社会心理角度来说,很多消费者受到群体文化影响,往往会采取从众、随大流的消费方式。有关部门和媒体等要引导公众树立节约意识,崇尚理性消费,相关法律法规、监督工作也要细化跟进。

程钢表示,宴会中的餐饮浪费是个老大难问题。一方面要加强对消费者的宣传引导,另一方面要在企业端解决问题。

陈新华等业内人士告诉记者,一些大型连锁餐饮企业,已经通过集中备料减少损耗,按需加工提高利用率,加强库房管理减少食材过期浪费等方法提升经营水平。

此外,餐饮企业可以加强数字化管理,围绕点餐量、剩菜量做好统计分析,重新设计菜单,加强各类食材的搭配和充分利用,调整每例菜品的分量,并探索推广食材资源共享。

(记者王辰阳 胡洁菲 李紫薇 马晓媛 申峰 邓瑞璇)

下女报视点

从到最快的冰

北京冬奥会后,北京冬奥会场馆向大众开放,由全民共享。2022年7月9日,国家速滑馆“冰丝带”正式对外开放,公众可近距离接触北京冬奥会速度滑冰比赛冰面。在对广大人民群众开放奥运水准冰面的同时,国家速滑馆还开展短道速滑和花样滑冰培训,为大众提供专业培训,提升冰雪运动水平。 新华社记者 任超/摄

