

或裁员

不齐 网“淘”保姆并不容易

[专家点评]

互联网家政尚不能取代实体店

上海市家庭服务业行业协会副会长周珏珉称,家政公司要发展,要突破传统的思维模式,特别是线上线下的联合,家政互联网的发展势在必行。

她指出,家政信息化和滴滴打车还不一样。“打个比方,你在淘宝、京东上买东西都是短平快,淘宝上买东西一般都是成交,即便不好,也可以退货。但家政O2O,卖的是服务,商品的价钱是可控的。但家政员到家服务后,服务质量如何,是否符合雇主的心理价位因人而异。家政员进户后,万一小孩拐走了,对一个家庭的影响可能是毁灭性的,不是像网店上买一个杯子坏掉了那么简单。家政服务买的是长久的服务,光靠O2O是不现实的。家政表面上卖的是中介,背后是体系,需要牢固的支撑体系。我们常说三分线上、七分线下。如果在家政行业,线下更是占比很小。需要靠七分线下支撑完成三分线上的交换。”

“家政界的‘滴滴’不可能像打车软件一样是一次性买卖。家政互联网平台的体系要完备,要对家政员进行规范管理,有保障支撑。不能产生高价和服务不匹配、虚报价格、偷工减料等。而所谓的家政界的淘宝店是否可行值得探讨,毕竟商品是可以反复生产加工的,但家政公司本身就缺

人,试问,人的服务到哪里去‘生产加工’,即便‘加工’时间也非常长,市场上家政员的来源少之又少,雇主的要求也越来越高。”周珏珉介绍说。

她还一针见血地指出,家政O2O还面临家政员流失的风险。“譬如雇主通过平台雇佣了保洁员、钟点工,我第二次就会直接联系阿姨,挑单。这样,家政公司和平台同时流失了阿姨。其次,家政互联网平台不能解决阿姨的服务质量问题,还是要靠家政公司管理。打个比方,我在网店买个杯子,能保证产品是正品。但家政如何保证是‘正品’?就算是最好的阿姨,每分每秒的服务都有变化。再好的阿姨都有服务上的高潮和低潮。家政行业服务和其他服务不一样,举个例子,搬家公司也是提供服务,但是是一次性的。但家政服务是零距离、无边界的,每个人对同一服务的品质、感受是不同的。我们虽然倡导互联网思维。但不能用互联网取代标准化、职业化的管理。职业化管理还是要靠线下。”

周珏珉认为,对于家政传统行业,互联网家政完全取代传统家政的路还很长。不是靠融资就能把家政做好,打造全新的产业,必须通过政策扶持、开展潜移默化的培训,慢慢培育市场。



本版摄影 青年报记者 吴悦

[现状]

最近一年多家互联网家政公司倒闭

去年10月,一直在线下深耕的夏君注册了一家网络科技公司,开始做网络平台。“平台是今年春节后上线的。上海是总部,全国有600多个网点,每天100单左右。我们的价位和线下是一样的,服务员也没有打折,但中介费可以打折,折后费用返回账户。”在夏君看来,家政公司特别是连锁公司,不做互联网的话,很容易被互联网家政平台打败。“譬如58到家刚刚获得3亿美元的融资,全方位地占领临工市场。”

“现在的情况是,逼着传统家政公司注重互联网平台的概念,不触网不行。现在的传统家政公司走上互联网快车道,无非分为两种,一是做所谓的官网,二是和云家政等平台合作。”夏君认为,真正的家政O2O不是导流,它的精髓是让流程便捷化。比如用户以前需要到线下去交费,现在通过软件,可以线上付款,挑选家政员。

作为全国最早开始的家政互联网平台之一,云家政的创始人薛帅表示,将会把互联网之路进行到底。“根据过去30年的发展经验,线下传统的家政门店是没有出路的。现在各行各业都有做大做强的,但目前全国没几家家政公司是做大的。”

但薛帅也透露说,走互联网家政之路并不平坦。据了解,最近一年,从事互联网家政的“身边家政”倒闭了,阿姨帮裁员三分之二、E家洁也在做模式转型。“这些APP裁员的裁员,关门的关门,业务停止的停止。许多APP的模式面临核心问题,它们和传统家政公司本质上没有差别,唯一的区别是会做APP。我觉得只有通过平台的方式,才能帮助整个平台升级换代,家政行业才能进步。就像淘宝、京东一样,倒过来约束行业。”

他认为,互联网家政要生存下去,不能走网上家政公司的传

统路线。这样不仅自己无法发展,还会形成恶性竞争。只有通过平台的方式,才能真正帮助门店进步。就像家政界的淘宝一样。作为平台,淘宝自己本身不会把自己变成小店家,但会帮助小服装店做品牌传播。“我们就像淘宝一样,为家政公司提供管理系统、订单、来源、维权、线上支付,教他们怎么做生意。这就是我们存在的价值。”

薛帅告诉记者,自己坚持了那么多年,碰到过不少困惑。“当初,很多人建议,既然我们手上有那么多家政员资源,就可以开门店,赚很多中介费。这的确听起来很诱人。但后来我们想清楚了。曾经有过大学生、博士、复旦的MBA开家政店,都表现平平,全国号称有10万家家政公司门店。我们开门店凭什么能闯出一番天地?所以我们要做的就是做好基础设施,做标准化的家政服务。”



市民正在扫家政二维码。

[数字]

家政人员通过网络获取信息比例上升

近日的家博会上,复旦大学家庭发展研究中心发布了《需求与服务的匹配——上海家政服务业调查报告》。

据统计,传统的报纸、广播媒介途径日益萎缩,以家政网页为代表的网络途径,诸如“沪家政”正逐步兴起,成为从业人员获得工作的主要途径,这一比例占到4%。雇主通过这一渠道获得信息的占到5.8%。

调查显示,家政人员使用智能手机的比例是72%,雇主则是86%;每天都上网的家政人员的比例是37%,雇主则是77%。使用微信的家政员和雇主的比例分别达

到75.2%和88.9%。

此外,会运用互联网自行编辑和发布信息;运用互联网进行语音交流,用语联网进行文字交流,会运用互联网浏览他人发布的消息的比例分别达到,23.5%、57.1%、61.9%、69.6%;而相应雇主的比例分别达到49.9%、66.1%、75.0%、75.6%。

复旦大学家庭发展研究中心专家沈奕斐表示,从业人员和雇主在互联网时代的背景下,大部分家政从业人员和雇主开始应用移动客户终端(智能手机),并能够通过私人账号或网页浏览获取和发布相关信息,这对家政行业实现智能化管理和高速的信息流通奠定了基础。