去年行业收入4400亿元，从业人员达2800万人——

家政服务业：需求旺盛还要优质供给

经济日报·中国经济网记者 韩秉志

透视

随着人民生活水平不断提高，越来越多的家庭具备了购买社会化家政服务的条件，家政服务领域聚集了巨大的市场需求。值得注意的是，虽然市场需求旺盛，但高质量的有效供给依然稀缺。同时，行业市场规范化水平较低，从业人员合法权益缺乏保障问题亟待解决——

根据国家发改委社会发展司公布的数据显示，2017年全国家政服务行业营业收入达到4400亿元，同比增长26%，从业人员达2800万人左右。中国劳动和社会保障科学研究院近日也发布《中国家政服务业发展报告（2018）》显示，近年来我国家政服务业整体保持良好发展势头，家政服务业产业规模继续扩大，连续保持20%以上的年增长率，其中规模以上企业营业收入增长速度更快。

需求提升业务壮大

随着人民生活水平不断提高，越来越多的家庭具备了购买社会化家政服务的条件，家政服务领域聚集了巨大的市场需求。

家政服务领域不断扩展，已不仅仅限于简单劳务型的家政服务。随着家政服务需求日益多元化、个性化，家政服务领域趋向多样化、专业化。传统的简单劳务型家政服务市场如保洁、搬家、保姆等项目不断细分，知识技能型家政服务市场如育婴师、家教、护理等更加专业，专家管理型家政服务市场如理财、管家等服务正在快速发展。目前，家政服务涉及的细分产业已有20个门类、200多种服务项目。

近年来，婴幼儿家政服务需求处于快速发展状态。根据商务部统计，家政服务业母婴护理业态的营业收入从2014年的703亿元增加到2016年的1055亿元，两年间增长50%，母婴护理业态营业收入占家政服务业总营业收入的比例基本维持在30%以上水平。

就从业人数来看，我国家政服务从业人数也呈现逐年增长趋势。报告显示，2016年全国家政服务机构从业人员为2542万人，占全社会就业总数的3.3%，占第三产业就业人数的7.5%。与2013年比，家政服务从业人数年均增长12.2%，远远高于第三产业就业人员4.4%的年均增长率，在吸纳就业方面的表现非常可观。

为推动家政服务业转型升级、提质扩容，政府相关部门近年来重视通过抓品牌建设培育龙头企业，推进企业连锁门店建设，规范化建设，促进家政服务产业化发展，家政服务机构品牌建设取得了积极进展，出现了一大批家政服务品牌。各地加大培育家政服务市场力度，不断提升家政服务供给能力和质量，构建了“一站式超市型”家庭服务广场等。

供给不足矛盾突出

根据中国家庭服务业协会的调查，我国城镇现有1.9亿户家庭约15%的家庭需要家政服务。根据北京家政服务协会测算，北京600多万户家庭中，至少有200万户需要家政服务，其中老人陪护、病患护理、婴幼儿看护将是北京需求量最大的家政服务业态。

报告认为，经济持续发展和居民收入增加刺激了家政服务需求。2017年，全国人均可支配收入达到25974元，比上年增长9.0%，其中城镇居民可支配收入为36396元，增长8.3%，收入水平的提高为家政服务消费提供了客观物质基础。随着居民收入水平提高，改善型消费不断增加，对家政服务的需求不断提升。根据测算，我国家政服务需求尤其是高端家政服务业需求今后将快速增长，成为家政服务的主要业态领域。

但是，从供给来看，无论是从数量还是质量上，家政服务供给都不能满足快速增长的需求。出于劳动强度大、职业偏见等原因，愿意从事家政服务的农村青年转移劳动力和城市下岗职工越来越少。其中，高端家政服务领域的供给更是稀缺。

报告显示，目前我国家政服务从业人员88.6%来自农村，年龄结构偏大，“80后”新生代从业人员所占比例不到20%。同时，文化水平较低，高中及以上文化水平仅占14.1%。家政服务从业人员流动性高、稳定性差，大多数是行业“新手”。低层次的文化程度增大了对家政服务业从业人员的培训需求和难度。

同时，家政服务业市场规范化水平仍然较低。除较大的家政服务企业建有培训机构外，多数企业没有专门的培训部门，常常是老员工带领新员工现场实习几次就直接上岗了。行业绝大多数采取中介方式，家政服务人员没有与企业签订劳动合同，从业人员的合法权益缺乏保障。

融合发展前景广阔

“立足于家政服务业的现状和发展需求，未来家政服务业将呈现规范化、职业化、智能化、品牌化、跨界化发展的趋势。”报告主编、中国劳动和社会保障科学研究院副院长莫荣表示。

近年来，以“互联网+”和连锁经营为代表的新经营模式对家政服务业产生了重要影响。2016年，连锁家政服务企业有12万家，占家政服务企业总数的18.2%，企业营业收入1438亿元，占家政服务企业营业总收入的41.1%。莫荣认为，连锁经营大大提高了企业的运行效率和组织化程度。同时，O2O家政服务业蓬勃发展，家政公司互联网化恰好契合了消费者的需求，符合家政行业发展进步的规律。

“一方面，随着经济社会发展的大趋势，家政服务大众化将越发凸显，服务‘平民化’将成为常态，未来服务费用大幅增加的空间并不大；另一方面，家政服务业发展和服务水平的提高需要更多资本介入，需要高素质高技能的人员。因此，在家政服务业中，存在服务对象大众化和服务水平成长性的矛盾。为此，需要寻找支撑行业发展新的增长点。”莫荣认为，从供求关系看，家政服务属于高频消费，有着贴近消费者、受众广泛等特点，因此家政服务业在产业链的延伸和跨界发展方面有着独特的优势。

当前，跨界家政服务方兴未艾，“家政服务+其他生活服务”“家政服务+生产服务业”“家政服务+产品”等多种形式的融合跨界将呈现蓬勃发展趋势。“今后，顺应并引领大数据时代服务行业的发展潮流，以物联网为依托，搭建家政服务行业大数据平台，促进家政服务行业与信息化、网络化深度融合，并在此基础上创新业态、创新服务模式、创新盈利模式，同时发展家政服务行业人工智能，开发养老、医疗、清洁等家政服务行业的人工智能产品，将能够回应市场需求，弥补未来劳动力缺口。”莫荣说。

行业观察

在重庆智博会上，专家热议——

筑牢网络信息安全“防火墙”

本报记者 崔国强

当前，网络信息安全已上升为国家战略，成为创新发展的强大动力。如何筑牢网络信息安全的“防火墙”？近日在重庆举行的中国国际智能产业博览会上，权威专家给出了答案。

在本届智博会的“智能时代信息安全高端论坛”上，国家密码管理局商用密码管理办公室副主任霍炜表示，在网络安全领域，密码技术是重中之重，在安全认证加密保护、消除或控制潜在网络安全危机等方面发挥着重要作用。通过合规使用密码能够有效解决网络基础资源，包括信息设施、计算分析、应用服务、网络通道、接入终端、设备控制等全体系的平台安全，进而从底层构建起可控有效的网络安全生态圈。

霍炜认为，构建强有力网络密码保护可以从四个角度切入。首先，要将密码设置主动融入智能产业发展，深度支撑智能产业的各个环节、各个方面，特别是在承载智能化应用的各个网络，全面构建密码支撑体系。其次，要严格落实法律责任。霍炜表示，现在很多互联网产品能为客户提供多种多样的功能性，但很少涉及基于密码的安全服务，因此互联网企业亟需在提供产品时注重密码源头保护，严格执行《网络安全法》。再次，要通过密码技术在基础软件上的产品供给，形成支持密码应用的产业生态，特别是在CPU、操作系统、中间件、浏览器等各方面要支持密码服务。最后，要构建以密码基础为核心的网络安全体系，建立完善密码通报预警和监督检查协作机制，把密码应用安全性作为智能预警监测和安全评估的必选项。

“我国现在从CPU（中央处理器）到操作系统，已经具备了一定的生产能力，近年来在超级计算机高性能CPU、桌面CPU、服务器CPU和嵌入式CPU领域取得了一系列技术突破。”赛迪智库网络安全研究所所长刘权认为，应当走出一条适合国情的信息安全发展路径。首先要突破核心技术。在CPU方面，突破指令集架构、设计工具等关键技术；在操作系统方面，突破操作系统内核、编译器、应用程序接口等。同时，要统一技术方向，以Linux操作系统为基础统一操作系统技术标准，构建安全可控生态，推进自主软硬件产品适配优化，抢抓新型业态布局，在云计算、物联网、大数据、人工智能等领域打造有话语权的开源社区，形成自主可控的相关产品。在保障措施方面，要加快党政机关和重要行业的国产化替代和应用系统迁移，加强基于核心技术的学科建设，建立科学的人才评价和激励机制；同时应加大财政投入，引导设立产业发展基金，解决资金问题。

中国科学院院士倪光南认为，使用国产芯片及系统取代国外产品是实现网络信息安全的必由之路，现阶段有条件实现以下4个方面的“国产化替代”：在桌面系统上使用国产桌面技术取代Wintel体系（指微软与英特尔的商业联盟），用国产Linux系统以及龙芯、申威、飞腾处理器取代英特尔处理器；用国产高端服务器取代IOE，也就是IBM大型机、甲骨文（Orcale）数据库及EMC存储设备；在ERP（企业资源计划）企业管理系统上，用国产的博科ERP取代SAP ERP系统；在工业自动化控制领域，用国产的Sylix-OS取代风河公司的VXworks系统。

产业一线

医疗人工智能市场发展速度惊人

今年规模有望达200亿元

本报记者 吴佳佳

“无论是在国内还是国际上，医疗人工智能都在以惊人的速度发展着。”日前，由财新健康点与飞利浦公司联合发布的《中国医疗人工智能产业报告》（以下简称《报告》）指出，近年来，中国医疗市场上涌现出了大量医疗人工智能创业公司，与此同时，不少传统医疗相关企业和互联网平台也在纷纷引入人工智能人才与技术，进行相关布局。在信息技术快速发展的同时，人工智能也在推动医疗健康行业的变革发展。

《报告》在梳理当下医疗人工智能产业现状的同时，调研了国内数十家医疗人工智能企业，一方面对典型企业进行深入分析，另一方面通过综合研究预判行业最新发展趋势。财新健康点运营总监赵国闯认为，医疗人工智能在中国有着先天发展优势：一方面，中国人口数量庞大，有充足的医疗数据，为医疗人工智能发展提供了基石；另一方面，中国足够大的医疗市场也为人工智能企业提供了动力。

前瞻产业研究院发布的《2018—2023年中国人工智能行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》显示，2016年中国医疗人工智能的市场规模就已达96.61亿元，2018年有望达到200亿元。

据统计，自2013年到2017年，中国医疗人工智能行业共获得241笔融资。其中，2017年国内医疗人工智能行业公布的融资事件近30起，融资总额超过18亿元。到了2018年，资本对于医疗人工智能市场的热情依旧不减，仅上半年就有18家公司获投，总金额超过31亿元。而且，互联网巨头也早已重金布局医疗人工智能，大手笔向产业链上下游扩展业务。

《报告》分析医疗人工智能商业模式认为，医疗人工智能在经历火热发展后，迎来了商业化的关键期。目前虽然绝大多数医疗人工智能企业尚未实现盈利，且产品大多还处于试验阶段，但通过不同业务模式已经可以实现一定的付费收入。

《报告》指出，目前中国从事医疗人工智能相关业务的公司大致分为3类：创业企业、互联网平台和传统医疗相关企业。由于三者所具备的优劣势不同，商业模式也不尽相同。创业企业多与保险、医疗机构合作，售卖服务；互联网巨头们正在加快对医疗人工智能领域的布局，不过脸书网、苹果、亚马逊等国际巨头对跨界应用于医疗行业的项目关注较少，国内BAT、科大讯飞等公司则更看重该市场。

不过，随着医疗人工智能产业的发展，其所面临的问题也日渐凸显出来。首先是缺乏标准；其次是缺少人工智能人才。在我国，既懂医疗又懂技术的复合型、战略型人才尤其短缺。

《2018年上半年旅游经济主要数据报告》显示——

旅游市场升温 红色旅游“火爆”

本报记者 张 雪

市场瞭望

上半年，国内旅游人数和国内旅游收入实现双增长，旅游企业的新服务、新产品层出不穷，消费者购买旅游服务的热情持续高涨。其中，红色旅游火爆异常，成为上半年旅游市场的最大亮点。下半年，我国旅游市场还要经历“十一”黄金周等旅游重点时段，预计我国旅游产业的高质量发展态势有望延续

文化和旅游部日前公布了《2018年上半年旅游经济主要数据报告》。报告显示，上半年国内旅游人数和国内旅游收入实现双增长，分别达到28.26亿人次和2.45万亿元，同比增幅为11.4%和12.5%。应该说，这份成绩单符合人们对旅游产业发展的期待。

中国旅游研究院博士韩元军分析，国内旅游稳定增长的势头，是在多重积极因素影响下的结果。“稳定向好的国内经济环境为国内旅游增长提供了基础，旅游产业高质量发展的内外环境持续优化。乡村振兴战略、旅游金融、旅游扶贫等领域的利好政策不断出台，为国内旅游产业增长提供了有力支撑。”韩元军表示，从产业供给层面看，旅游与文化、科技等产业的融合备受关注，旅游企业纷纷推出了新服务、新产品。比如，携程推出了“旅景”S2B平台、众信向定制游转型、凯撒名宿品牌亮相等，都为消费者提供了更多新鲜、优质的选择。

报告显示，上半年中国公民出境旅游人数达7131万人次，比上年同期增长15.0%。韩元军判断，随着我国老百姓消费能力不断提升、“一带一路”建设不断推进、签证便利化持续改善以及国际航线和目的地不断拓展，未来我国出境游还将维持高位增长态势。

“由于今年上半年旅游市场持续升温，公司业绩也获得相应提升，营业收入达到1.05亿元，同比增长105%。”在线定制旅行服务商6人游旅行网CEO贾建强告诉经济日报记者，从高速增长的业绩中能够感受到我国旅游产业的发展活力，旅游甚至已经成为越来越多老百姓的刚需。调查显示，今年第一二季度居民总体旅游意愿分别为83.0%、84.8%。“这些年我国的旅游资源、设施等不断升级，上半年旅游市场稳定增长体现了旅游供给侧结构性改革的效果。”贾建强说。

值得注意的是，今年上半年红色旅游“井喷”成为市场中的亮点。根据红色旅游信息报送系统显示，18个红色旅游信息报送重点城市和填报数据的436家红色旅游经典景区共接待游客4.84亿人次，按可比口径同比增长4.83%，相当于国内旅游人数的17.13%，实现旅游收入2524.98亿元，按可比口径同比增长5.73%，相当于国内旅游收入的10.32%。

韩元军认为，红色旅游火爆首先是受政策利好影响，《“十三五”时期文化旅游提升工程实施方案》提出重点打造一批全国红色旅游经典景区，着力改善基础设施条件，完善配套服务设施，加强区域资源整合和产业融合，使其更好地满足开展爱国主义、集体主义和社会主义教育的功能。与此同时，《2016—2020年全国红色旅游发展规划纲要》进入实施重点阶段，原国家旅游局出台的《红色旅游经典景区服务规范》也在引导红色旅游经典景区健康发展方面发挥了作用。其次，红色旅游产品不断创新，红色风格的民宿、餐饮等也吸引了大量游客。再次，研学旅行带动了大批青少年在红色景区开展红色教育，形成了红色旅游发展的新高潮。

贾建强表示，红色旅游的增长离不开红色文化的宣扬和引导，以及红色旅游资源的升级提升，预计下半年红色旅游的市场表现仍会比较突出。

进入下半年，我国旅游市场还要经历“十一”黄金周等旅游重点时段，专家预计，我国旅游产业的高质量发展态势有望延续。“百姓出游意愿会持续增强，在旅游消费不断升级形势下，文化与旅游融合不断深化，一批高水平文旅产品将吸引更多游客的目光，国内旅游会依然火爆。”韩元军表示。