

揭秘沈阳富豪“私人管家”

富豪们因为忙碌，很难将工作与生活清晰地区分。所以，他们确实需要精通保健、礼仪的高级家政员。

□ 王雪

据沈阳家庭服务业协会(以下简称“家协”)提供的资料显示,高级家政服务人员目前是沈阳家政市场上最紧俏的人群。“家协”执行会长赵海林认为,这部分家政行业金字塔尖上的人才仅占整个家庭服务人员群体的10%左右,跟迅速发展壮大的沈阳财富人群不相匹配。按照国际通行说法,这部分人应该叫“私人管家”,但是目前沈阳市场并不这么叫,只是以“高级家政服务人员”为他们冠名。

谈到“私人管家”,沈阳家政行业资深人士张侃透露,其实沈阳“私人管家”已经隐形存在10年,不过到目前为止还没人这么称呼这个群体,最通常的说法是“高级家政服务人员”,这个群体整体发展缓慢,其主要原因是市场意识还不够,培训跟不上。

那么到家政培训机构参加学习的人到底是一种什么心态呢?张侃透露,目前来参加家政学习的大多是初、高中学历,偶尔有一些社会五大(夜大、职大、函大、业大、网大)学历的人来学习,学习的目的是为了多掌握技能,增强自己生存能力,而不是以一项终身职业心态来学习的,这就造成高级家政服务培训体系迟迟无法建立,自然人才积累也就缓慢。

【揭秘】谁需要“私人管家”?

据时代商报报道,到底是什么人在雇用这些高级家政服务人员呢?

沈阳市家协的资料显示,客户大多是身家500万元以上的商人、年薪50万元以上的高级白领等。从事贸易、房地产、钢铁业等领域的商人,对高级家政服务人员的需求更旺盛。

富豪们因为忙碌,很难将工作与生活清晰地区分。所以,他们确实需要精通保健、礼仪的高级家政员。

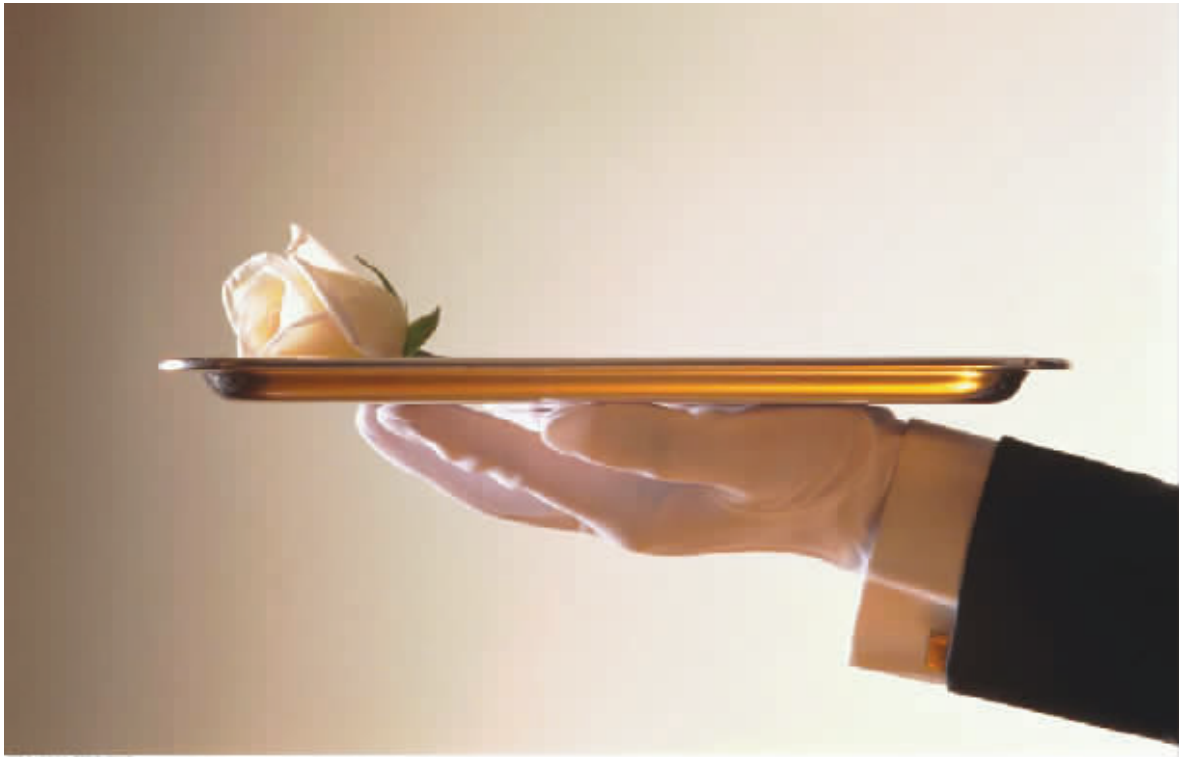
王鹰是个身家4000万元左右的餐饮业老板,因为要孩子很晚,37岁了,孩

作强度非常大。

而钢铁商人黄苍岩对家政服务人员的要求是要精通健康保健知识,一方面他已经50岁了,需要保健,另一方面,他的父母年龄大了,也需要精通健康保健知识的人照顾。目前,黄苍岩家已经换了8个家政人员,第九个刚刚入职,这次他给了对方6000元的月薪。据介绍,这个家政人员是位懂得中医推拿的硕士,他期待这第九个能为他的家庭一直服务下去。他说:“不在乎给对方多少钱,关键是工作要有水平,把我父母

必须是大专以上学历,英语达到三级,熟练使用计算机,最好有驾照,会专业护理;而要想获得一级证书,需要达到大学英语六级或托福550分以上的水平。可以说,一名合格(别说优秀)的“私人管家”也要相当于高级白领的水准。高门槛也决定了高收入,初级管家最低能拿到5万元左右的年薪,中级管家年薪10万余元,而那些拥有了高级管家头衔的国内同行,一年拿个20万元都不在话下。

张侃觉得外国的“私人管家”有很



子刚1岁。她先后换了5个家政人员都不满意。最后,以5500元的月薪请了一个高级家政人员。到目前来看,她还是很满意的。由于她经常参加商务派对,因此她的家政员不只是带孩子那么简单,更多是充当了“私人管家”的角色,既要负责打点她生活中的诸多细节,比如外出穿哪件衣服、中午去哪家餐馆吃饭、约什么朋友回家吃什么,又要介绍了她的一些工作业务,比如跟谁约好谈什么合作、活动期间对外宣传、邀请嘉宾出席晚宴派对、安排详细流程等,工

照顾好是我最大的心愿。我也希望和他成为朋友,不是简单的雇用关系,这样忠诚度会更高。”

【通道】国内高级管家年薪20万元

关于成为“私人管家”的资质,据“家协”资料显示,目前,在国内的家庭职业管理人(即高级管家)资格认证考试中,对高级管家的认证通常分为三级。即便是要考取最低的三级证书,也

多经验值得借鉴,但这种模式到了中国却难免水土不服。“举个例子”,张侃说,“英式管家早上都要为主人念报纸,这在国内非常少见,也没有必要。一来,我们的客户早上都非常紧,根本没有时间一边吃早餐,一边慢条斯理地翻报纸,如果他们真想看新闻,可能会叮嘱管家打开想看的电视频道;二来,这大概也不大符合中国人的习惯。好的模式可以学习,但本土化非常重要。目前在中国,提供‘私人管家’服务的有三种业态,一是在星级酒店服务,第二是为各大物



业服务,第三才是私人家庭。除了管家,一个必须要请管家的家庭里,至少配有5个服务人员,包括厨师、两个管家助理、两个保镖。聘请私人管家团队,一个家庭每年至少要为此花费30万元人民币。不过,沈阳的高级家政服务市场还没充分发展到这个阶段,只能说是以单人的形式进入家庭,并为之提供健康保健等方面的综合服务。想赶上发达地区,还有相当长的道路要走。”

【讲述】以绅士和淑女来服务绅士和淑女

讲述人:刘玉梅 38岁 从事“私人管家”工作5年 私人管家与雇主之间是双向选择,

客户选择我们,我们也选择客户。“以绅士和淑女来服务绅士和淑女”是最好的模式。富有家庭通过报纸、电视了解了这个行业、这家公司,然后找到了我们,有时候客户之间也会相互介绍。究竟什么样的家庭需要一个家庭服务团队?衡量标准有几个方面,一是居所面积方面,如果在500-1000平方米的话,就可以请小规模家庭管家团队;二是家庭成员方面,有老人小朋友,或者一家有两个小朋友,或者有四个老人,家里有七八位成员,也需要请家庭管家。“私人管家”在雇主家庭服务要学会完全改变自己惯有的说话方式,例如要问小朋友年龄时必须说“你超过18岁了吗?”而不能说“你几岁”这种中国式直白话语。

进口三菱汽车在此次青岛车展上高调亮相的同时也印证了一个事实。从目前SUV在中国乘用车市场上所占比重来看,SUV市场还是存在很大的上升空间……

SUV 闪耀 越野气质不凡



□ 傅强

5月26日,2011年青岛国际车展正式开幕。在青岛历届以来最大规模的此次车展上,进口三菱汽车携旗下全车型隆重亮相,为青岛观众全面展示了其在SUV领域的强大实力。广大消费者不但近距离领略了进口三菱汽车领先的“感·动·力”驾驶科技,更率先目睹了即将引入中国的帕杰罗Sport威武身姿。

随着汽车行业的不断发展以及用户需求的不断增大,SUV车型日益受到青睐,在SUV领域有着领先技术的进口三菱,在本次青岛车展上自然格外引人注目,展出的车型既有纯越野SUV的经典车型帕杰罗,也有兼具运动性能和驾驶舒适性的都市全能型SUV欧蓝德EX·劲界,更有去年下半年刚刚引进中国的紧凑型SUV——时尚环保的ASX劲炫,差异化的市场定位及目标消费群体满足了不同层次用户的不同需求。

值得一提的是,今年下半年即将引进中国的新车型——帕杰罗sport也在本次车展上隆重亮相,并吸引了众多爱好越野的粉丝。帕杰罗sport以“High-speed Off-loader”为设计理念而开发,走的是纯越野路线,越野性能更胜一筹,是一款纯正的越野型SUV,动力充沛,非承载式车身框架结构提升车身强度,7人座的内部空间宽敞舒适,并具备较强的越野性、通过性及安全

性。

作为一款纯越野SUV,帕杰罗sport能适应各种恶劣气候以及各种复杂路况,并且能在极为崎岖的路面上以高速行驶。在亮相仪式上,三菱汽车销售(中国)有限公司总经理饭田健治表示,帕杰罗Sport越野气质更强,越野性能更为突出,能让驾驶者体验到更为酣畅淋漓的越野驾驶感。帕杰罗Sport的引进将更好地满足那些对纯越野一族用户的需求。

对于进口三菱的未来市场规划,饭田健治表示,“我们一直都是希望提供给中国的用户最新最好的车型,基本上每年最少要有一款新车型投放市场。”去年有ASX劲炫,今年将投放帕杰罗sport这款车型。未来,进口三菱依然会选择SUV车型为引进重点,不断地为中国消费者提供越野性和舒适性并存的高性能车型。

进口三菱汽车在此次青岛车展上高调亮相的同时也印证了一个事实。从目前SUV在中国乘用车市场上所占比重来看,SUV市场还是存在很大的上升空间,而二三线城市未来将成为巨大的潜力市场,成为所有汽车厂商的关注目标。饭田健治也表示,进口三菱汽车对中国市场十分重视,而山东的经济发展也是有目共睹的,在此机遇上开发山东市场,因此信心十足。

据悉,目前进口三菱汽车SUV车型均采用了领先的“感·动·力”驾驶科技。从智能、动力、到操控,将三菱引以为傲的INVECS变速系统与AWC全轮控制系统和MIVEC发动机这三大核心技术完美融合,发挥出浑然一体的卓越性能。进口三菱汽车希望能通过领先的技术、出色的产品性能在日趋激烈的市场竞争中,以出色性能获得市场与消费者的认可。

侃谈 | KanTan

□ 杜英姿

提到30年中国经济的发展历程,就不能不说到江苏。

自古以来这里就是繁华富庶之地,在我国近代商业史上更是占据重要地位。据史料记载,早在春秋时期,苏南地区的青铜器冶炼和锻造技术就已经很高超了。隋唐之际,更是“天下大计,仰于东南”“赋之所出,江淮居多”,一条大运河贯通南北,扬州城成了当时东南财赋、漕运、盐铁转运的中心。到明清时期,随着社会经济的发展和资本主义的萌芽,这里更是商贾云集,家家都做小生意,经商观念深入人心。

作为地域性商帮,“苏商”基本形成于清朝中后期。与擅长金融票号的晋商和专注商品贸易的徽商不同,他们更加崇尚实业报国。

《马关条约》签订之后,清政府允

苏商修养

许外国人在中国开办工厂,这对当时爱国人士的冲击很大,很多人提出“兵战不如商战”、“实业救国”的口号,一大批有识之士投身商界。荣宗敬、荣德生兄弟,刘国钧、张謇等人就是其中的佼佼者。他们依托上海,在苏州、无锡、常州一带建起了现代化的工厂,兴办纺织、冶金、航运、食品、成衣等加工制造业。

有关材料记载,截至1919年,全国工商注册的工厂共有375家,而江苏一省就多达155家,占了全国工厂数的40%多,位居全国首位。

与此同时,苏商的整体形象也日渐明晰。

他们注重实业,以商贸为副,重视产品质量,注重商业信誉,讲究诚信为本,敢为人先,敢冒风险,敢于做大,在获得了财富之后,能够不断谋求发展,很多都成为当地甚至全行业的龙头,他们大都怀有满腔的报国热



情和爱国之心。

因为出身良好,文化水平较高,他们十分重视人才和管理,也注重个人修养,讲究仁和谦让、诚实守信、不断学习。

他们作风低调,不贪求个人享受,即使拥有巨额财富,也依旧朴实俭朴,但又十分热衷慈善,重视地方教育,极力回馈社会、造福百姓。

到了新世纪之交,旧的“苏南模

式”被时代所超越,新的“苏南模式”茁壮成长起来。这时候,真正的新苏商群体也开始出现在人们眼前。以周耀庭、张近东、高德康、华若中、蒋锡培等为代表的一大批优秀民营企业传承“苏商”精神,在新的形势下,抓住机遇、勇于创新,创立了属于自己的财富和事业。

(作者系人民日报《大地》周刊社长)

以EQ4H发动机、D530驾驶室为代表的键总成及整车数字化信息平台开发,突破了国外公司的技术垄断,发动机关键零部件的自制化率达100%……

厚积薄发 打造价值标杆

□王卫华

“现在一说到买中卡,大家一般就会想到东风天锦,或者会拿天锦作为一个标杆来衡量其他竞品的性价比。”北京龙锦阳光汽车销售服务有限公司总经理姚力说道。自2008年投入市场以来,东风天锦平台技术愈加成熟,获得了市场的认可和众多用户的青睐,实现销量口碑双丰收,巩固了东风商用车在中卡市场的优势地位。

截至4月底,2011年累计销售223万辆,延续上年优势稳居中卡市场第一。上市三年来,可靠、专业的产品

性能为东风天锦带来了丰硕的销售业绩,从年销售1754辆起步,到2009年销售超1万辆,2010年销售突破3万辆,东风天锦实现了市场销量的成倍增长。进入2011年,通过分品类营销和分行业客户开发的市场经营,东风天锦在杂货运输、速递、配送、起重、罐式车等多个行业市场均实现了快速增长。

连番告捷的背后,是东风天锦对产品的不懈追求和对用户的绝对负责。上市之初,东风天锦即作为2008年北京奥运会和残奥会的指定环卫用车,后承担国庆60周年大典焰火燃放

炮架装载任务,2010年还入驻上海世博会。正是凭借着环保、节油、完全、可靠、舒适等特点,为东风天锦带来了良好的市场口碑,强化了东风在国内中重型卡车市场的领导者地位,并逐步进入全球先进品牌行列。

为了适应市场需要,完成东风中型载货车更新换代,东风商用车依靠自身的技术积累,全新创建了商品开发流程、开发体系和开发理念,独立自主地完成了从车身造型、关键总成设计、性能设计、试验验证、制造工艺等全价值链的开发,历时3年,于2008年4月推出全新中卡平台——东风天锦。东风天锦适合于城市和省际的货物运输,在汽车底盘与车身技术、汽车发动机技术三大关键自主研发技术均

代表了国际最高科技水准。以EQ4H发动机、D530驾驶室为代表的键总成及整车数字化信息平台开发,突破了国外公司的技术垄断,发动机关键零部件的自制化率达100%,整车性能达到国内领先水平。

凭借高技术含量、高可靠性、低排放及人性化设计等产品特点,3年来东风天锦获得了市场的认可。也正是凭借优良的品质和市场表现,在2010年12月东风天锦荣获中国汽车工业科技进步一等奖,在国内中卡市场被誉为“中卡价值标杆”。

