



教育是家政服务业升级的关键

□冯海宁

国务院总理李克强5月29日主持召开国务院常务会议，部署进一步促进社区养老服务和家政服务业加快发展的措施，决定对养老、托幼、家政等社区家庭服务业加大税费优惠政策支持(5月30日《人民日报》)。其中，会议确定的一条新措施值得注意，即鼓励本科和职业院校开设家政服务专业。

随着社会老龄化程度加剧和全面实施二孩政策，我国对家政服务人员的需求空前巨大。其中，部分家庭对高素质家政服务人员需求旺盛，但目前家政服务业供给侧却无法满足这种需求。在此背景下，上述会议确定多项新举措很及时很必要，其中鼓励本科教育开设家政服务专业是关键性举措。

多年以来我国家政服务业都处于低端水平，从业人员基本上都是农村转移劳动力，整体文化素质不高，即使部分人员在入职之前接受过培训，但几十天的短训不可能培养出专业素质。而充斥于家政服务市场的各种资质证书，已被多次曝光存在“水分”，有的证书还是花钱买来的。

目前，只有极少数大学毕业生从事家政服务业，而且所学专业大多并非家政服务专业。反观其他一些国家，家政产业繁荣发展的背后，教育发挥了关键性作用。比如菲律宾家政服务人员之所以被全球认可，是因为文化素质高，大多都拥有大专、大学文凭，又有英语优势，职业水准和专业技能较高。

所以，我国要想促进家政服务业加快发展，提升行业发展水平，满足多样化服务需求，为老龄化社会和全面二孩时代提供服务保障，只有从正规教育入手。所谓家政服务正规教育，应该分为多个层次，由低到高分别为：家政职业培训、家政中等职业教育、家政大专职业教育以及本科教育等。

一旦形成相对完整的家政服务教育体系，不仅能满足不同家庭对家政服务的需求，还能推动家政服务业提质升级。

比如，拥有较高职业水准和专业技能的新型家政服务人员进入市场后，可倒逼原有家政服务人员提高素质。再如，家政专业大学毕业证书就比杂录不正的资质证书更有“含金量”。

近年来，已经有部分高校开展家政专业，如2016年安徽省30多所高校共新增本科专业135个，其中家政专业首次出现在本科专业目录上。这说明一些地方高校已经开始主动调整办学方向，以便贴近市场促进大学生就业，这是明智之举。而国家层面鼓励本科开设家政服务专业则有更多意义。

首先，这说明国家层面更加重视家政服务业发展，已经意识到教育是促进行业升级的关键因素。其次，一旦重视家政服务教育，将在全国范围内推动更多地方高校开设家政服务专业，可促进全国家政业升级。其三，未来我国家政服务业有望在促增长、保就业等方面发挥更大更多的作用。

当然，教育是促进家政服务业升级的关键性因素，但不是唯一因素。所以，还需要在其他方面发力。此次会议还提出，对家政企业进社区，其租赁场地不得用房性质限制；提高家政服务标准化、规范化水平等。

此外，来自商务部的消息表明，家政服务业要建“红黑名单”等，这些都是必要之举。

笔者以为，从教育角度推动家政服务业升级，一方面还要让学生及家长看到职业前景；另一方面，要提高家政服务人员职业荣誉感。我国老龄人口数量快速增长以及金牌月嫂高收入，预示着这一职业前景光明灿烂，但这要改变社会人群对这一职业认识，即家政服务人员不是低人一等的仆人。

《中华人民共和国网络安全

机关算尽一场空

——自作聪明必将失败

□钟声

中国有句老话，叫做“聪明反被聪明误”，用在美国一些自以为是、自作聪明的政客身上，可谓恰如其分。

从刚打贸易战时认为“贸易战是件好事且很容易打赢”，到主观认为“极限施压”就能迫使别人“就范”；从把出尔反尔当作“交易艺术”，到滥用国家力量抹黑和打压他国企业；从处心积虑炮制“中国盗窃知识产权论”，到耸人听闻地抛出“对华文明冲突论”……美国一些政客不停地折腾，让世人看到了什么叫“机关算尽”。然而，这样的小聪明，除了让一些人陶醉于自欺欺人的“胜利”，对世界来说是十足的负能量。如果说美国一些政客提供的反面教材还有什么益处的话，那就是帮助人们

“信奉强权甚于规则，信奉利益甚于理想。”狭隘的心态，让那

些美国政客机关算尽，不切实际地认为单边胁迫、极限施压是个管用的方法。美国彭博社指出，美国政府在各处开展的贸易战战场上频繁使用国家安全审查手段，如此行事会开糟糕的先河，也难以避免引火烧身。事实的确如此，美方一再挑战现行多边秩序，成为现行国际体系的最大破坏者和最大不稳定因素。对美方的这种搅局之举，世界各国的有识之士纷纷发出正义呼声，严词批评美方一系列逆势而动行径。蛮横无理、一意孤行的霸凌主义行径不得人心，只会遭到更强烈的反制。

美国数学家图克曾说：“假如大家都想最大化自己的利益，最终往往会选择两败俱伤的结果。”美方的自作聪明，骨子里还是“零

和博弈”的思维。然而，美方低估了他国维护核心利益的能力和决心。已有多个国家对美国挑起贸易争端采取反制措施，并在世界贸易组织起诉美国。美方想当然认为通过对几千亿美元的输美商品加征关税就能把中国吓倒，那是打错算盘了。在一个你中有我、我中有你的世界，始终幻想贸易战“很好赢”、对手“很容易输”，实在是愚不可及。恰如德国《明镜》周刊所言，美国一再误判对手的智慧、策略和坚定，结果只会导致混乱和危机升级。

读读历史就能明白，真正的智慧来自合作共赢，自作聪明、以邻为壑，路只能越走越窄。美国总统哥伦比亚大学经济学教授杰弗里·萨克斯的著作《新外交政策》——

热点快评

重拳整治APP乱象，厘清法律边界

□斯涵涵

近日，为了明确界定APP收集使用个人信息方面的违法违规行为，APP专项治理工作组起草的《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法(征求意见稿)》向社会公开征求意见，为APP运营者自查自纠提供指引，为APP评估和处置提供参考。(5月30日《人民日报》)

不同意授权就不能使用该APP，隐私条款笼统不清、不主动向用户展示或展示内容晦涩冗长，没有为用户提供访问、更正、删除个人信息的途径……人们的日常生活离不开网络，用户的在线行为被不断观察和记录，由此形成了海量个人数据，大数据应用带来了机遇与便利，但也给当前个人信息保护带来不小挑战，“越界”收集、滥用、兜售用户数据现象频频，侵犯了消费者的自由选择权与隐私权。

《中华人民共和国网络安全

法》第四十一条规定：“网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。”

今年1月，中央网信办等四部委联合发布的《关于开展APP违法违规收集使用个人信息专项行动的公告》强调，有关主管部门要加强对违法违规收集使用个人信息行为的监管和处罚。今年3月，为规范APP收集、使用用户信息特别是个人信息的行为，市场监管总局、中央网信办决定开展APP安全认证，并鼓励搜索引擎、应用商店等明确标识并优先推荐通过认证的

APP。目前，《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法(征求意见稿)》也在公开征求意见，一系列密集措施表明了政府部门严厉打击APP乱象的决心。

保障和推动新常态下经济

和法制建设的全面发展，重拳整治APP乱象，厘清法律边界正当其时。APP谁来监管，怎样收集、使用、保存信息，“越界”如何处罚……《认定方法》无疑是建章立制、强化监管的重大举措。

互联网信息安全问题受到

来自科技、社会、法制等多方面

因素制约，政府相关部门应及

时“上线”、“长期在线”，完善

网络安全保障机制，对违规

APP、软件等进行清查处治；互

联网相关企业要尊重用户意愿和

相关法规，坚决屏蔽、撤销收集、

贩卖公民信息的交易平台。广

大民众更要提升信息安全识别能

力，各方携手，遏制消费者个人信

息被泄露、被滥用的情况。

“狗狗专属游乐园”是社会治理创新

□戴先任

百余平方米的空地内，摆放着狗狗玩的圆球、跷跷板、滑梯，还有一处沙地专供狗进行大小便。近日，河南省郑州市金水区一小区的“狗狗游乐园”引起网友的“实名羡慕”和对文明养犬的探讨。(5月30日《澎湃新闻》)

有数据显示，中国每5户中就有一个养宠家庭，也就是大约有6000万个中国家庭养宠物。很多养宠家庭都居住在城市密集区，而一些养宠家庭又存在不文明养宠的现象，“人狗冲突”及由此引发的矛盾与纠纷，已成了社会治理的痛点。郑州市这一小区设立的“狗狗专属游乐园”，倒不失为缓解“人狗冲突”的一个设施。据了解，该遛狗专区场地由小区物业提供，当地街道办事处、社区出资约3万元购置宠物玩具及用品，供该小区狗主人及外部狗主人使用。设立“狗狗游乐园”，是对“狗患”问题堵不如疏的一种解决方法。狗主人可以将狗带到“狗狗

专属游乐园”游玩，有专门的场所以清理狗的大小便，狗主之间也方便在一起交流养狗经验。这能够避免狗狗在公共区域影响其他市民，能够极大避免“人狗冲突”。

不过值得注意的是，在小区内设立“狗狗游乐园”，也可能有侵占业主公共活动区域之嫌。要知道，在现代城市，人群聚居、运动、休闲娱乐场所往往都匮乏，如果再给狗狗另外设置一个“专属游乐园”，又怕引发另一场“人狗冲突”。所以，要设置“狗狗游乐园”，需要进行科学合理规划，如果是在小区内设置，前提是公共活动空间充裕，还得征得全体业主同意。

设立“狗狗游乐园”，是一种社会治理创新，能够看到社会治理者面对社会治理难题时所作的努力。当然，也要审慎实施“狗狗游乐园”之类的社会治理措施，要在权衡利弊、平衡各群体利益的基础上进行。

湾区时代 三江人文大宅

建筑艺术封面 建筑面积370-440m² 三江天境 耀世敬献

VIP 020-8963 8888 广州|滨江西|洲头咀公园旁 开发商：天誉置业

①本项目推广名为“大善半岛”；预售证核准名为“大善半岛花园”；开发商为：“广州市善城房地产有限公司”；商品房预售证：“穗房预(网)字第20141110号”②本宣传资料所涉广告内容，仅作为项目宣传推广使用，不作任何意义上构成开发商的承诺与要约，具体以政府部门审定的现售设计及商品房买卖合同的约定为准。③本宣传资料制作时间为2019年5月，本公司有权对宣传内容进行修改、调整，敬请留意最新宣传资料。



乐景合成图

广告