

以“互联网+”现代服务业转型为契机 打造“以人为本”的人力资源服务共享生态圈

——中智关爱通(上海)科技股份有限公司创新发展纪实

■ 记者 何秀芳 刘宇 通讯员 崔隽

编者按:党的十九大报告提出,要“着力加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系”。这是在国家层面首次提出人力资源服务协同发展的产业融合与共享概念,不仅表明人力资源服务业发展正在进入一个新阶段,而且表明人力资源服务业越来越成为经济工作的一部分,而且是重要的部分。

自改革开放以来,随着企业需求与人才规模的不断扩大,我国的人力资源服务业正在步入快速发展阶段,多层次、多元化的人力资源市场服务体系初步形成,人力资源服务内容与范畴更加多样化,从最初的职业介绍、招聘委托、人事代理等传统业态,到管理咨询、薪酬福利、“互联网+HR”、SaaS软件等新业态发展,多层次、专业化的产业趋势日益明显。2018年以来,随着《人力资源市场暂行条例》实施、社保入税、个税改革等政策变化,既为人力资源服务业的政策供给与市场环境注入了新的变量与不确定因素,又为行业转型升级提供

新时代人力资源服务业的转型趋势

人力资源服务行业在经历近10年的高速增长期后,以劳务外包、人才派遣和人事代理业务等为代表的行业传统业务已逐渐成为竞争“红海”,同时服务门槛低、同质化高、产品创新不足、专业化程度不高等行业“软肋”日渐突出,甚至在过去很长一段时间里,国内部分人力资源服务机构在从事有关社保、个税等各项服务时,还存在着程度不同的业务合规性等问题。

2018年下半年,新个税法 and 社保入税两项重要的改革出台,对企业用工环节中的社保缴纳和个税代扣代缴提出了更高的合规性要求,中智关爱通董事总经理潘军向记者表示。这一政策环境变化对国内人力资源服务业的传统业务形成挑战,需要行业从业机构在总结本土业务实践经验的基础上,对国外同行的服务优势加以借鉴吸收,将人事代理、薪酬代付等行政为主的服务,升级转型为围绕合规性的透明高效服务。

在税务与合规性方面,全球市值最高

的人力资源公司美国安德普翰公司(以下简称“ADP”)的做法值得借鉴,对于国内从业者有一定的启示。税务与合规性服务是ADP薪税服务的最重要组成部分,ADP帮助企业与个人完成从联邦政府到州政府的工资税申报,最大程度上减少与就业有关的税务和合规风险,提高流程效率,同时减少税费及其他费用。但值得注意的是,ADP的服务模式并非可以照搬到国内的业务模型。潘军认为,“随着互联网的飞跃式发展,国内人力资源服务业必然会与欧美发达国家服务业的发展路径产生差异。”

纵观当下的人力资源服务业态创新实践,互联网的高速发展在很大程度上为国内营商环境提供了便利,税务部门凭借先进的大数据、云计算与互联网技术,实现了纷杂的数据收集、归类、统计、推送,无需第三方服务;凭借税务部门的“金税三期”系统和个人所得税APP的信息上报功能,企业就能一目了然地掌握员工的社保缴费额、个税代扣代缴额。这也就意味着,在通常情况下,企业为基础的薪酬代付、个税处理等服务付费的动机变得越来越弱。

因此,在新的政策环境与市场环境下,对于人力资源从业机构而言,在围绕税务与合规性升级产品和服务之外,如何设计更多符合企业与员工多元化需求的高附加值服务,并逐步在服务差异化、个性化方向进行新业务的探索,越来越成为一个严峻的挑战。



新技术推动新业态高速成长

当前,以“互联网+”、云计算、大数据等为代表的新技术正在为人力资源服务业的转型升级注入新动能,特别是“互联网+”正深刻地改变着经济社会的各个领域。2017年人社部印发《人力资源服务业发展行动计划》指出,要围绕国家重大战略,针对人力资源服务业发展中的重大问题和关键环节实施“三大行动”,“‘互联网+’人力资源服务行动”即是“三大行动”之一。《行动计划》指出,要推动人力资源服务各业态和互联网的深度融合,支持人力资源服务企业运用互联网技术探索跨界服务模式。

客观地看,非互联网化的传统企业服务与员工激励,正在面临着业态转型不平衡、不充分等因素制约。在实践领域,“互联网+”背景下人力资源服务业的创新发展问题越来越多地被业内人士所关注。

为了更好地打造“以人为本”的员工服务,中智关爱通在中智公司30多年人力资源领域的品牌影响力基础上,创新提出“互联网+员工服务”的B2B2C商业模式,形成以“给到”APP为载体和入口的B2B2C员工关爱平台,融合线上线下的多样消费场景,满足企业员工全生命周期的场景需求。

目前,“给到”移动端已与百余家知名品牌合作,接入京东、美团点评、携程和滴滴打车等各垂直领域的供应商平台,为企业员工打通商旅、餐饮、出行、消费、教育、健康等主流线上消费渠道;同时,连接了便利店、咖啡店、智能共享设备等配套设施组成的线下消费场景。据悉,“给到”平台上的自营SKU达到4万个,并链接站外百万级SKU,为企业员工提供了丰富的选择。

此外,在打造“互联网+员工服务”产品时,中智关爱通同样关心员工的身心健康。体检功能为员工提供便捷的体检预约服务;答心功能连接着中智职业心理健康中心,可由专业心理咨询师疏导缓解员工工作生活中遇到的心理问题。“给到”平台是业内少有的兼顾企业员工风险管理与福

利服务供应的一站式平台。

对企业而言,中智关爱通的服务让员工在福利或服务的选择范围和方式上有更多的自主权,提升员工对于企业福利的满意度;对生态圈中的供应商而言,服务的对象更具有针对性,规模效应也更大。潘军强调,中智关爱通的平台并不是一套封闭的商业系统,而是一个开放的生态圈。“给到”定位于做员工终身服务的产业链整合平台,无论是当下的职业技能培训,还是未来的养老,只要符合员工利益诉求,服务都可通过互联网平台纳入到生态圈中。

通过“互联网+员工服务”的方式,中智关爱通正在将企业、员工和供应商链接起来,实现了“以人为本”人力资源服务生态圈的价值共创、成果共享、协同共赢。关爱通创新提出的这一模式,在过去几年里已经得到业内的充分认可;在由中国领先人力资源媒体HRRoot主办的“人力资源服务创新大奖”评选中,“给到”APP荣获“中国人力资源服务业‘四大发明’”称号;同时关爱通还连续两年入选美国《快公司》(Fast Company)中文版评选的“最佳创新企业50强”。

综合来看,在业务信息化、网络化趋势日益明显的大环境下,“互联网+员工服务”正在助推人力资源行业从简单的事务性外包往高科技含量的专业化服务发展,并且这一业务模式的一体化、平台化、品牌化的优势日益明显。此外,依托于互联网科技,员工行为的数据可留存、效果可评估,使得研究机构有机会通过大数据研究、科学理论及实践经验,形成一系列创新的理论结合实际的方法论,能够对我国的人才环境、劳资关系、员工工作与生活带来积极的影响。某种程度上,“互联网+员工服务”的兴起将深度影响人力资源服务业的业态结构、服务模式、盈利模式等多个方面,助力提升国内人力资源服务业核心竞争力,打造人力资源服务产品的全产业链价值,同时为开创新时代的人力资源管理理论奠定了实践的基础。



▲职场生活

▲2017年6月,中智关爱通(上海)科技股份有限公司在新三板成功挂牌,图为公司总经理潘军(右二)与管理团队。

以人为本,终身关爱成为人力资源服务新目标

随着国内经济发展已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,人力资源服务的服务业转型升级与结构性调整,也亟待同步适应并围绕这一时代的新要求展开,既要增加更优质高效人力资源服务的市场供给,又要倒逼人力资源服务业发展本身的创新转型,这也是推动人力资源服务业态重心转移与内涵发展的客观要求。

2018年3月,上海市人才工作大会特别强调:“上海要加快构建具有全球竞争力的人才制度体系,努力建设世界一流的人才发展环境,让上海成为天下英才最向往的地方之一。”而推动人力资源服务业的转型发展与创新,最大限度地提供和满足各类人才对于更加美好的工作、生活的向往等多元服务需求,不断拓展人力资源服务的内涵和外延,无疑是建立世界一流人才发展环境的重要标志之一。

这势必要求企业更加关注“人”这一企业发展的重要因素;相应地,对人力资源服务机构而言,关注员工需求、重视员工的激励与成长,开展以员工服务为主体的业务将成为新的发展重心。

另一个值得引起注意的趋势是,“灵活用工”正在逐渐成为组织的主流形态之一。我国人口结构呈现出老龄化趋势,人口红利逐步消退,导致用工成本不断增长,企业开始寻求新的雇佣模式以期控制成本,“灵活

用工”形式不断发展。对于人力资源服务机构来说,公司的组织结构松散化、碎片化之后,个体的员工同样可以成为其服务对象。

新型人才的需求增长与“灵活用工”的崛起,共同促成了人力资源行业的一大深刻变化:原先人力资源行业的客户是B端的企业或雇主,从业机构只需要单纯服务好企业,但在新形势下,以员工为主体的C端人力资源服务将逐渐站到舞台的中央,与企业服务一同成为行业的两大服务主体。

中智关爱通作为在人力资源行业深耕十余年的品牌,已经提前布局员工服务领域,不仅把传统福利外包业务拓展到“一站式”整体福利解决方案,而且力求让对人的尊重和对人才的关爱贯彻始终。截至2018年底,关爱通已经为17000多家企业部署了员工服务平台,服务超过550万名员工。

在潘军看来,如果一家企业仅仅把员工工作为“企业人”,那么对于员工的关注和激励是有局限的。而做好员工服务的关键点,在于对“人”的认知维度,这也是人力资源管理与服务的人本基础。“以人为本”,不仅要把员工看作“企业人”,更要把他们看作“社会人”。一方面,要用正确的价值观去引导员工,营造出彼此尊重、平等、包容的企业氛围,增加员工对企业的认同感和归属感;另一方面,要用全方位、贯彻始终的关爱去激励员工,关注员工在不同阶段的职业规划和个人需求,让其

既能享受工作与生活,又能成就更好的人生。

作为业内“数字化转型”的创新引领者,中智关爱通充分尊重员工“企业人”与“社会人”的双重属性,不仅关怀员工的成长、婚恋、身心健康、职场发展和衣食住行等全生命周期的场景需求,而且在推动个人、企业与社会之间“感受爱、传递爱”的过程中,致力于构建组织、员工和社会相互依存、共同发展的生态系统,即中智关爱通长期以来致力于打造的“爱在其中”生态圈。关爱通希望帮助组织在获得更多社会优质资源支持的同时,更好地践行“以人为本”的理念,关爱和服务好员工,同时也希望更多的员工在感受到组织关爱的同时,回馈社会,推动社会的可持续发展。

据了解,在业务实践中,中智关爱通覆盖员工基本福利、节日福利、员工激励、健康管理和心理疏导等多维度需求,帮助企业把更好的给到员工。在关爱通的理念中,“给”是前提,是给予和付出,是企业的行动和主观意愿,表达了企业对员工价值的认知态度和正向激励;“到”是结果,是到达和接受,是员工发自内心的感知和认可,表达了员工对企业的高度认同。这一理念的实施,在打造“以人为本”的员工服务的同时,也有助于确保企业的关爱被员工接受和认可,进而在思想、心理、感情上对企业产生认同感,不断提升员工满意度,打造优质的雇主品牌。



记者手记:

走进中智关爱通,构筑职场生态、生活全场景应用画面的实践被员工津津乐道。基于“给到”服务理念,APP终端移动产品,在公司董事、总经理潘军的力推下丰富了企业发展的版图。

在走访过程中,记者体验了“给到”移动端产品,发现“给到”APP已经覆盖了生活的衣食住行多个场景,以及职场的沟通成长场景。如员工可使用午餐额度在大众点评、饿了么、全家便利店等线上线下商户支付,选择最对口味的餐饮服务;享受交通额度的员工在“给到”内使用滴滴打车前往目的地,一切结算都在后台由中智关爱通与企业完成,

无需贴发票、报销等繁琐流程。在职场场景下,“给到”APP提供了“为你点赞”即时认可与激励系统。每一个点赞,不仅能够给到员工一定的物质奖励,同时也能够激发员工的成就动力。

在中智关爱通办公空间里的员工关爱社区,记者还体验了通过“给到”扫码链接自动贩卖机、咖啡机、图书借阅机等无人零售设备。其中,“给到书吧”是智慧化的无人值守图书馆,据悉,“给到书吧”已经成功帮助企业构建了互联网与基层党建工作深度融合的党建图书馆。

除以上员工关爱之外,中智关爱通还持

续整合优质供应商资源,向“给到”上的企业员工提供“员工特权”,为企业员工倾力打造健康、学习、旅游、娱乐等与日常生活相关的优惠服务,服务内容包括免费兑换商品及服务、品牌内卖、主流电商打折通道等。

经过短暂的试用,记者充分感受到了“给到”APP的互联网科技含量,以及中智关爱通打造“以人为本”的人力资源服务共享生态圈的价值追求。2019年是中智关爱通成立的第12个年头,相信他们会带给企业与员工更多的创新赋能,将为推动人力资源服务业新跨越提供更有价值的“数字化转型”样本。

