

标准加品牌破解“小散乱”



杭州市帼西丽公司研发的智能家政机器人正在社区巡检。近年来,该公司加大布局人工智能康养家政场景,推动家政服务更智能更省心。(资料图片)

《关于促进家政服务业高质量发展的若干政策措施》提出

培育家政服务品牌企业

鼓励有条件的地区支持家政企业

创新服务模式、

探索智慧化场景、拓展居家养老托育服务

推动家政服务标准化、职业化、产业化发展

莫让育民生谈

“冲刺一米八”“一年长高7厘米”……社交平台上,不少家长经常能刷到各式各样的增高针晒单。被奉为“长高神器”的增高针,本质是注射用重组人生长激素,为临床上针对矮小症的正规治疗药物。可现在,它跳出医疗边界走向消费市场,很多家长不惜砸下重金,只为让孩子不输在身高这条“起跑线”上。

时代在变,家长的育儿观念也在变。如今,年龄、身高百分位,已然成为不少家长的育儿必修课。孩子本身的生长规律没有改变,是部分商家刻意重新划定身高标准,对正常的个体生长差异进行病理化解读,大肆制造身高焦虑。不断前移的所谓“起跑线”,裹挟着层层消费陷阱,为本该顺其自然的童年投下阴影。盲目滥用生长激素,轻则扰乱人体内分泌代谢,重则可能造成骨关节损伤,给孩子埋下健康风险。

增高针乱象,只是育儿焦虑营销的一个缩影。放眼当下的育儿市场,贩卖焦虑的套路层出不穷。一些营销账号刻意抬高成长、学习的评判标尺,将分数、才艺变成互相攀比硬性指标,渲染“落后即失败”的恐慌,把普通成长问题放大、极端化。不少家长被情绪裹挟,掏钱购买各类课程与产品,为焦虑埋单。

对部分家长而言,即使能识破骗局,担心孩子长不高、考不上的焦虑仍难以消散。整治这类乱象,不能只靠事后查处。监管重拳要持续发力,严厉打击自媒体虚假“种草”、关涉违规机构、查处虚假宣传行为,守住市场底线。

治理更要向社会心理层面延伸,夺回被商业机构抢占的成长评价话语权。让权威医疗机构主导青少年生长发育科普,教育部门输出客观理性的成长升学指引,用专业声音对冲营销噪声,莫让焦虑成为商家收割流量和财富的工具。

孩子的成长从不是一场急功近利的百米冲刺,而是细水长流的人生马拉松。少一点攀比执念,多一份接纳包容,放下急于求成的期待,才能让孩子在自然温暖的环境里健康成长。

张 烁

收割家长

家政阿姨用分色毛巾擦拭厨房与卫生间,规避交叉污染;用户点开小程序一键下单,平台就近智能派单;全职妈妈在社区驿站进行免费培训,就能持证上岗实现家门口就业……一幅幅鲜活场景背后,是家政行业品牌化转型的生动实践。近年来,各地立足地域特色深耕服务品牌建设,推动传统家政从粗放零散的劳务模式,加快迈向品牌化发展新阶段。

统一标尺

标准化是品牌建设的根基,也是破解行业服务随意、质量参差、监管难落地等痛点的核心抓手。过去家政市场门槛较低,服务缺少统一标尺,“小散乱”成为行业突出标签。甘肃依托“陇原妹”省级标杆品牌,从企业实践上升到制度建设,搭建起全维度标准化服务体系,推动行业实现规范化跨越式发展。

“2003年初入行那会儿,家政行业没什么标准,谁都能干,客户也不知道该信谁。”兰州心连心家政服务有限公司董事长王振乾回忆。行业发展早期,服务全凭经验,缺少可靠参照。

改变从立规矩开始,王振乾创业之初便定下“客户不满意不收钱,出现问题免费重做”的服务准则,20余年始终坚守。在当地妇联、商务、人社等部门指导下,企业进一步出台覆盖保洁、维修、养老照护、婴幼儿托育全业务的《服务质量标准体系》,把服务拆解为七大区域、37项流程、183个操作点位,每一处操作都明确作业内容与验收尺度。

“八彩巾”分区分色使用便是标准化落地的鲜活范例。八种颜色的毛巾对应不同作业空间,深蓝色擦拭地板、白色擦拭厨房、浅蓝色擦拭卫生间,严格禁止混用,从源头规避清洁交叉污染风险。标准落地离不开监督闭环,企业建立“三级监督”体系:服务人员完成区域作业先自检,不合格不进入下一环节;班长按照30%比例开展现场抽查;公司管理层每月随机入户核查。同时落实服务结束24小时内全覆盖回访,客户提出的问题确保24小时上门整改,用全过程监督把纸面标准转化为真实服务质感。

浙江杭州同样把标准化、信用化作为品牌建设的突破口。在西湖区巾帼西丽家政实训基地,学员刘中芬正在实操新生儿全套标准化洗浴,38摄氏度水温、洗眼洁面流程、洗浴毛巾分区存放,婴幼儿、失能老人分别配套成套操作细则,每一个步骤都有明确规范。“同类服务流程统一、规范统一,做到同标准下服务质量稳定可控。”巾帼西丽集团董事长郭昱辰表示。

浙江省家庭服务业协会会长黄恩泽认为,伴随家庭消费迭代升级,母婴照护、养老护理等精细化、定制化服务成为市场主流,更需要完备标准体系托举品质提升。杭州针对家政机构、社区网点、从业人员三类主体,推行信用评分、星级评定、“安心码”赋码动态管理机制,破解服务信息不透明、群众消费不放心的顽疾,以制度引领行业走标准化、规范化、品质化发展道路。

打磨技能

品牌长青,关键在人。撕掉家政“体力劳工”的刻板标签,打造过硬服务品牌,落脚点是从业人员

的职业化转型。各地围绕技能培训、等级认定、就业保障搭建全链条人才培养体系,持续培育年轻化、知识化、专业化的从业者队伍。

今年50岁的郭元红,是“陇原妹”职业化培育体系成长起来的从业者。拥有10余年家政从业经历的她,曾因照料父亲中断工作。2025年5月,她报名参加甘肃兰美到家组织的高级养老护理员免费培训,系统学习床上助浴、翻身扣背、鼻饲管喂养等卧床老人照护技能,顺利通过人社部门职业等级认定,取得高级养老护理员证书,持证重新上岗,获得了稳定的收入。

个体命运的转变,依托的是一套成熟的职业化培育管理体系。据甘肃兰美到家品牌管理有限公司总经理杨济禧介绍,企业严格执行统一培训、统一考核、持证上岗制度,依托陇原巾帼家政数智化平台归集从业人员技能资质、从业经历、服务评价、投诉记录,建立守信激励、失信约束机制,倒逼从业者提升服务水平。

甘肃省妇联深入实施巾帼家政提质扩容技能提升工程,紧盯育婴、养老护理、家政保洁等紧缺工种优化培训供给,面向城乡待就业妇女开展免费技能培训,每年举办技能提升训练营,为在岗人员开展技能“回炉”培训。2025年以来,全省累计培训妇女5.37万人次,2万余人取得技能证书,带动2.28万人实现就业。就业链条上,对内依靠社区巾帼家政驿站承接本地家庭订单,对外拓展跨区域劳务协作渠道。陇南礼县深耕家政劳务输出40余年,打造“礼贤妹”“礼贤大嫂”地域子品牌,连续14年开展“点对点、一站式”人员输送,打通妇女外出务工通道。

浙江同样夯实人才底座,为品牌发展积蓄力量。杭州将家政相关职业纳入紧缺职业目录,补贴标准上浮30%,组建“一老一小”技能人才培养评价产业联盟,聚合37家机构资源开展培训评价。截至2025年上半年,当地认定家政技能人才2980名,证书获取率达92%。巾帼西丽打造“30分钟社区技能培训圈”,把实训课堂下沉到社区,累计培训超2万人次,培育持证人才4115名,还面向贵州、湖北等地开展定向帮扶,助力两万余人就业。

嵊州打造“越乡嫂”特色家政品牌,将职业道德、家庭礼仪融入技能教学,塑造德技双馨的从业者队伍。目前当地母婴、养老护理持证人员超2800人,从业者人均月收入

突破8000元,专业品牌获得市场广泛认可。

拓展场景

居民家庭消费持续升级,简单的保洁、陪护已经难以满足多元生活诉求。各地立足家政品牌基础,推进业态融合、场景融合、数字与科技融合,丰富服务供给,挖掘全新消费场景,不断拓宽行业发展空间。

甘肃以巾帼家政服务站作为融合创新的重要载体,盘活社区党群服务中心、综合养老服务中心、妇女之家等现有阵地,嵌入社区网格化治理体系,引入品牌家政企业负责驿站运营,在居民家门口搭建集服务对接、技能培训、就业帮扶、便民咨询于一体的综合窗口,打造便民可及的“15分钟家政服务圈”。

当地积极探索多元“家政+”模式:“家政+物业”把服务网点布局进小区,业主足不出户即可获取家政服务,实现供需双向共赢;“家政+养老”拓展居家助餐、助洁、助浴等照护项目,补齐居家养老服务短板;“家政+母婴托育”壮大育婴、月嫂队伍,延伸产后康复、幼儿启蒙等增值服务;“家政+便民生活”整合家电清洗、整理收纳、膳食料理等项目,推出差异化服务套餐,匹配家庭多样化需求。

数字化为品牌规范化运行插上翅膀。2025年11月,甘肃省妇联上线陇原巾帼家

今年以来,在金价高位运行背景下,我国黄金市场呈现出鲜明的结构性分化特征,投资需求成为支撑市场的重要力量。中国黄金协会数据显示,上半年我国黄金消费量511.412吨,同比增长1.23%。平稳的总量数据背后,是各板块走势的显著分化。其中,黄金首饰132.133吨,同比下降33.88%;金条及金币339.336吨,同比增长28.42%;工业及其他用金39.943吨,同比下降2.90%。一升一降之间,黄金的投资属性愈发凸显。

金价高位大幅波动叠加黄金税收新政落地,对传统金饰需求形成明显压制。世界黄金协会相关负责人指出,全球地缘政治不确定性上升等因素令消费者保持谨慎态度。同时,高金价推高了工业企业用金成本,工业用金量也随之下降。此外,尽管金饰需求吨数大幅下滑,但受金价走高推动,消费者在金饰产品上的支出仍持续上升。

与消费端承压形成鲜明对比的是,黄金投资需求强劲,金条、金币成为市场热门投资品类,金价阶段性回调带动银行销售渠道金条销量增长。“这一趋势反映出市场对风险对冲、财富保值及收益获取的需求。”上述世界黄金协会相关负责人认为,上述世界黄金协会相关负责人认为,市场预期未来政策利率下行,政府债券收益率走低,加之央行持续宣布购金等因素,共同提振了上半年金条、金币的销售。此外,多数投资导向型黄

政数智化平台,集智能家政、技能培训、公益服务、绩效评价四大功能,实现需求发布、订单匹配、过程监管、质量评价全流程线上运转。全省75家巾帼家政驿站运营企业相继入驻,推行从业人员“一人一证一码”,群众扫码即可查阅从业人员身份、履历与服务评价,做到信息可查询、服务可追溯。与此同时,甘肃构建“1+N”家政品牌矩阵,以“陇原妹”为核心,培育“金城大姐”“白娃娃”“薯乡嫂”等30余个区域特色子品牌,10个获评省级劳务品牌,“一地一品、集群发展”的格局加速形成。

在浙江,科技赋能成为家政品牌升级的重要抓手。2025年,巾帼西丽联合西湖大学组建青年研发团队,布局人工智能康养家政场景。“机器人承担高频值守、风险预警等重复性事务,从而把护理员的双手和时间解放出来,让他们做更有温度的人文照护。”郭昱辰说。

如今多款智能机器人已经落地社区和养老机构,可完成跌倒报警、健康监测、用药提醒、远程看护,情感陪伴机器人还能够开展对话慰藉,成为不少老人的“话搭子”。

杭州市商务局相关负责人表示,下一步将用好消费政策培育优质家政消费场景,加强细分领域标准研究,持续推进AI赋能智慧家政,完善多元纠纷化解机制,推动家政服务从“放心”走向“舒心”,持续培育更多群众信得过的家政服务品牌。

价格高位波动,黄金投资需求韧性彰显

本报记者 翟子豪 马春阳

□ 上半年,黄金投资需求强劲,金条、金币成为市场热门

投资品类,金价阶段性回调带动银行销售渠道金条销量增长。

□ 下半年,地缘政治风险高企、国内政府债券收益率低

位运行等因素将继续支撑黄金的长期战略配置需求。

金产品仍免征增值税,投资板块基本未受增值税政策变化影响,政策红利进一步强化了投资品类的比较优势。黄金ETF同样展现出投资需求的热度。今年上半年,国内黄金ETF增仓量为28.677吨,较去年上半年下降66.17%。截至今年6月底,国内黄金ETF持仓量为276.529吨。尽管较去年同期增仓量有所回落,但持仓规模仍处于历史较高水平,表明投资者对黄金的中长期配置意愿依然稳固。交易所方面,上半年上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量单边1.61万吨,同比下降4.37%;累计成交额单边16.57万亿元,同比上升36.75%。成交量下降而成交额上升,主要受到金价高位运行影响。

黄金的货币属性在央行购金行为中得到充分体现。世界黄金协会报告显示,二季度全球央行净购金289吨,同比大幅增长62%,各国央行长线买盘为金价构筑了稳固底部。从全球范围看,支撑金价走强的重要底气,来自全球央行持续、大规模的购金行为,这向投资者传递出重要信号,有助于在市场波动加剧时期支撑更广泛的投资兴趣。

进入8月,金价再度迎来强势拉升,进一步点燃了市场的投资热情。8月11日,伦敦金现突破4400美元/盎司,盘中最高触及4435.255美元/盎司。本轮金价快速走高,直接诱因是美国就业数据不及预期,市场对美联储货币政策的判断迅速转

向。而在此之前,6月底伦敦现货黄金定盘价为4026.05美元/盎司,较年初下降8.22%;上海黄金交易所Au9999黄金收盘价为879.03元/克,较年初开盘价990元/克下降11.21%。从6月底的阶段性回调到8月的快速飙升,金价走势可谓跌宕起伏。值得关注的是,在上涨过程中,不少投资者呈现出买高追高的行为特征,在一定程度上加剧了短期行情的波动。南开大学金融学教授田利辉认为,普通投资者往往在趋势被媒体广泛确认后才入场,此时价格已充分定价甚至透支预期。应当防范的是将配置行为异化为投机行为,在高风险环境中使用杠杆或集中重仓。

下半年,业内普遍认为黄金投资需求有望保持强劲。世界黄金协会报告认为,地缘政治风险高企、国内政府债券收益率低位运行等将继续支撑黄金的长期战略配置需求。同时,若央行持续宣布购金,国内投资者则可以继续关注黄金投资。

田利辉指出,支撑黄金的多重叙事逻辑并未瓦解,央行购金的结构性力量更具长期惯性,但金价持续上攻需要新的边际增量维系,若地缘局势趋稳或美联储降息预期被充分消化,高位震荡回调不可避免。“下半年黄金投资需求大概率延续强势,但将呈现高位震荡中的结构性延续,投资者应以配置思维穿越波动周期。”田利辉说。