

以员工制推动家政业规范发展

陶玉琼

为了能窗明几净地过新年，不少家庭春节前将清扫、收纳整理外包，家政市场生意火爆。

家政行业并非“一时火”。近年来，随着经济社会发展，人们对家政服务的需求日益旺盛、日趋多样，除了卫生清洁，还包括母婴照护、保洁烹饪、收纳整理、照顾老人，等等。不过，家政行业也存在一些发展不规范的现象，由家政机构良莠不齐、服务质量和收费标准不统一等引发的消费者投诉，时有出现。

为进一步推动家政服务业扩容提质，要加强市场规范化建设。不久前，国家发展改革委会同多部门联合印发的《关

于支持和引导家政服务业员工制转型发展的指导意见》提出，至2035年，员工制成为家政服务业发展的重要模式。这为行业发展提供了政策指引。从业人员由中介制的灵活就业变为员工制的稳定就业，有助于家政服务业摆脱“小、散、乱”的粗放发展模式，对经营者、从业者和消费者都将有所裨益。

从财政、社保、金融、税收等方面出台政策，支持有条件的家政企业实行员工制，让家政企业逐渐从“介绍人”转变为管理者，有助于推动企业实现规范化发展，更好满足人民群众对家政服务的品质需求。对从业者来说，签订劳动合同、缴纳社会保险、健全保障机制等措施，能够提供更加周全安心的保

障，让他们执业时更有动力、更有尊严。因此，员工制模式能增强家政行业的吸引力，吸引包括年轻人在内的更多有职业追求的人加入，从而促进服务品质提升，推动行业可持续发展。当行业规范了、管理有序了、人员素质提升了、服务品质提高了，消费者想“找个好阿姨”将变得更容易。

转型往往会面临“成长的烦恼”。推动更多家政企业向员工制转型，各地还需要多做一线调研、倾听从业者的心声，因地制宜、综合施策，以“扶上马，送一程”的关怀和决心，拿出顺应行业发展规律、落地有效的好政策，以员工制提升职业化水平，推动家政服务业行得更稳、走得更远。

刘瑾

节日消费是观察经济的重要窗口，成绩单上的亮点是重要增长点。今年春节期间，从服装服饰到文旅项目，“国潮”成了消费者的“心头好”，也成了商家竞相追逐的“泼天富贵”。

走上街头，“红色马面裙”和“簪花小娘子”迎面而来；打开手机，“龙年汉服套装”“中国红色系穿搭”登上热销榜。淘宝数据显示，近一个月，“拜年服”一词的搜索量同比增长560%，“国风女童拜年服”的搜索量同比增长740%，其中，唐装、汉服最受欢迎。

放眼全国，到西安夜市赏牛郎织女花灯，在成都武侯祠庙会上买个可爱的川剧变脸娃娃，去河南洛阳洛邑古城欣赏古色古香的唐朝乐舞……“国潮”蔚然成风，春节前后，超500万条打卡传统文化的内容在社交平台上掀起热潮。

“国潮”火爆的背后，是我国日益强盛的国力支撑，彰显出新一代年轻人强烈的文化自信和民族认同。同时，也要看到“国潮”方兴未艾，还存在产品质量水平参差、创意创新不足、功能性不够等问题。未来，“国潮”发展要深挖文化内涵，探索创新融合，追求审美与实用平衡，才能避免昙花一现，实现可持续发展。

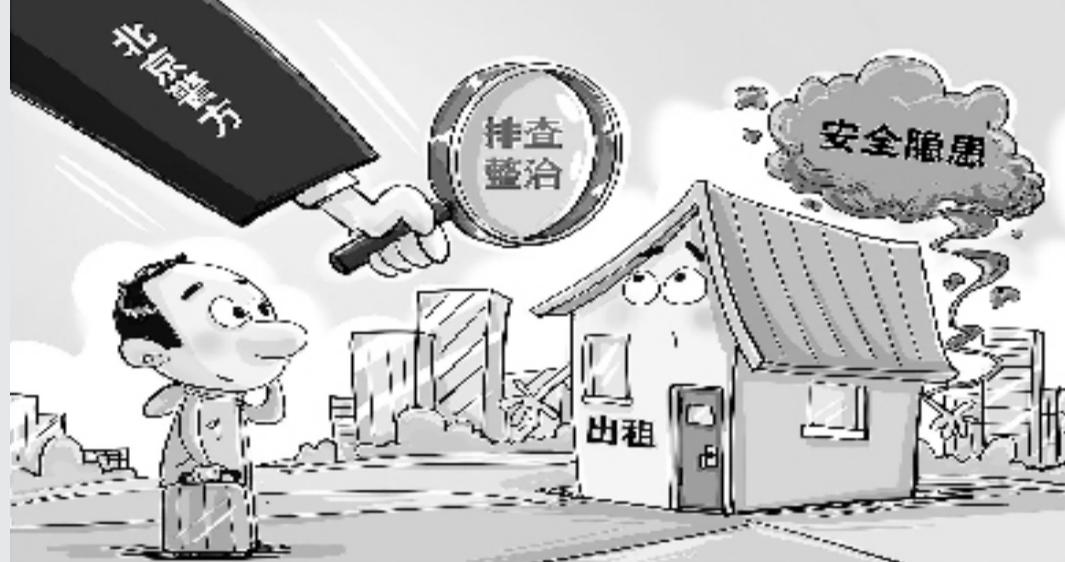
每一种潮流兴盛的背后，都少不了强有力的文化支撑。要做出真正的“国潮”产品，需结合自身特点找准定位，发挥品牌原创精神和精益求精的工匠精神，将中国传统的优秀文化元素融入产品设计。让传统文化以新方式、新场景、新玩法融入潮流文化，赋予消费更深层次的文化意义和情感价值。

“国潮”创新是对传统文化的活化和延续，同时也是在市场中保持吸引力和竞争力的关键。从具体产品来看，年轻一代在品质、外观、科技、情感、文化内涵等方面呈现出新需求，需要品牌把握“潮”的本质，适应时尚潮流进行设计。以文旅项目为例，随着5G、大数据、人工智能、虚拟现实、全息投影等数字技术发展，“国潮”文旅应用科技新方式展现出中华优秀传统文化的丰富内涵与艺术价值，全面推动文旅融合，拓展业态空间，将历史文化优势转化为经济发展优势。

“国潮”产品要注意保持审美和实用功能平衡。简单照搬传统文化而没有考虑产品实用性、盲目跟风的产品可能会有一时的流量，但终究会被市场抛弃。只有找准传统文化和产品功能的契合点，深刻理解传统文化，做出兼具审美和实用功能的优质产品，才能打造爆款。

随着时间推移，相信会有越来越多的年轻人喜欢“国潮”，也会有一批“国潮”品牌顺势崛起，担负起传承和诠释中国传统文化的重任。

如何接住国潮的『泼天富贵』



记者日前从北京市公安局获悉，针对节后返京高峰租房需求集中等形势特点，北京警方强化出租房屋安全隐患排查，依法查处不按规定申报人房信息、不落实安全主体责任、不及时整改安全隐患等违规违法行为，全力营造“房安全、人安居”的治安环境。

新华社 王鹏 作

打造家门口的就业服务体系

李丰

日前，据媒体报道，得益于贵州“村超”的经济拉动效应，当地春节外出务工热逐渐减退，越来越多的外出务工人员选择返乡就业创业。以前到了年后这个时间点，贵州省榕江县乘坐务工专列前往广东的外出务工人员报名早就爆满，而今年却减少许多。原因是当地正在发挥“村超”效应，打造“超好玩”“超好住”等“体育+经济”的“超品牌”，不断延伸“村超+”的产业链条，有效带动县域经济发展，“村超”已成为培育特色产业、打造就业增收的新引擎。

曾几何时，对于生活在经济欠发达地区的贵州农民工来说，外出务工似乎成了他们脱贫致富为数不多的重要手段之一，外出务工促进了人、财、物的流动，对于农民工流入地和流出地的发展都有益。不过，也需要意识到，许多农民工是有意愿在家乡就业的，毕竟可以更好地陪伴家人，之所以不得不选择

离乡，一个重要的原因就是本地难以提供更好的就业平台，难以获得更好的收入。随着家乡经济和社会的发展，新一代农民工更倾向于在家门口就业，在贵州，农民工就业出现省外向省内回流转向，从事的行业也正逐步由体能型向服务型转变。

农民工在家门口就业创业，需要家门口有相应的产业，有相应的就业服务体系。榕江县无疑给我们示范了一个“流量变产业”的好做法。在当地，要想在“村超”场地附近摆摊做小生意，有关方面就采取轮流抽签的方式，让每个有意摆摊者都有公平的机会。

在新媒体产业与传统农业、服务业等产业结合上，榕江县很好地抓住了互联网机遇，县里面帮助培育1万粉丝以上网络主播（账号）127个，5万粉丝以上主播（账号）84个，10万粉丝以上主播（账号）46个，直接带动8000多人就业增收，近400位大学生青年返乡创业，打造“家门口”就业服务体系，让榕江在新赛

道上跑得更从容。对于大企业招商来说，榕江县打造“榕易办”政务服务品牌，让企业在榕江发展顺心舒心，同时给全县富余劳动力带来稳定就业。一组数据说明了榕江的农民工为什么现在不再热衷外出打工。2023年，榕江县夜间消费人数915.3万人次，同比增长167.4%；带动夜间消费收入7.322亿元，同比增长241.5%；住宿行业营业收入1.7亿元，同比增长17.0%；全县餐饮业营业额12.2亿元，同比增长12.2%；实现旅游综合收入83.98亿元，同比增长73.94%。

榕江县靠“村超”实现越来越多的农民工在家门口就业。当然，不同的县域有不同的特色产业，不能完全照搬其他县份的经验，而是要立足于自身，从自身实际出发，挖掘和培育好优势产业，并为务工人员因地制宜打造好“家门口”的就业服务体系，充分发挥“零工市场”“零工驿站”等服务阵地作用，让他们在家门口“有业就”，并且“就好业”，甚至进一步创业创新，形成良性循环。