

政策分析

深挖基础型消费潜力
家政服务消费高质量发展空间广阔

■本报记者 刘萌田 鹏

“众多家政服务人员提升自身技能的意愿颇为薄弱”“能否匹配到合适的雇主完全依靠运气”……近日，《证券日报》记者对家政消费市场一线调研时，听到了来自消费者、平台方、服务人员等各方的上述声音。这些声音也从一个侧面反映出我国家政消费市场的现状——家政服务尤其是中高端家政服务需求不断涌现，但行业服务标准、从业人员水准参差不齐，使得家政消费市场还停留在“野蛮生长”阶段。

国务院日前印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出，挖掘基础型消费潜力。在家政服务消费方面，提出支持员工制家政企业发展，畅通家政从业人员职业发展通道。深化家政服务劳务对接行动，推动家政进社区，增加家政服务供给。实施家政服务员技能升级行动，推进家政服务品牌建设，打造巾帼家政品牌。

指导制定家政服务协议，优化家政服务信用信息平台和“家政信用查”功能，推行电子版“居家上门服务证”。

人力资源和社会保障部数据显示，我国家政服务人员已经超过了3000万人。下一步，如何平衡各方诉求，从而进一步扩大消费市场？对此，《证券日报》记者展开了一系列实地调查采访。

高质量从业人员供给短缺

近年来，受益于一系列政策措施的大力支持以及需求的不断增加，我国家政服务行业规模以及从业人数快速增长。

中国商业网数据显示，近十年家政企业注册量整体增长态势，国内现存家政相关企业276.85万家。其中，2020年注册76.05万家，同比增长157.18%，注册量及增速达近年双峰值；2023年注册60.7万家，同比增长33.23%，达近十年第二个注册量小高峰；截至2024年5月份，年内已注册17.66万家。

与此同时，市场需求日益多元化、个性化，对家政服务质量提出了更高要求。

沐清源家政服务有限公司总经理李莹对《证券日报》记者介绍：“如今在家政服务领域，合格的养老护理人员应具备专业的适老护理技术；照顾幼儿不仅要掌握基本护理技能，还要了解幼儿生长发育规律和处理可能出现的问题；很多人开始购买宠物服务，比如上门喂猫、给宠物洗澡等；除了传统的一年期订单外，还有各种临时订单，如陪诊、清洗床垫、下雨除霉等服务项目；在一线城市，还出现了儿童成长陪伴师这样颇受高端用户青睐的新岗位，其薪水非常有吸引力，月薪通常为2万元至5万元。”

然而在高需求之下，却是高质量从业人员供给短缺的窘境。家政服务平台难以招聘到高质量从业人员，雇主难以寻觅到称心的家政服务人员。

“高质量的服务人员很难在市场上找到。”家住北京市海淀区的李明



近年来

受益于一系列政策措施的大力支持以及需求的不断增加，我国家政服务行业规模以及从业人数快速增长

魏健祺/制图

(化名)对《证券日报》记者感慨道，“雇主之间互相介绍就能把阿姨一两年的档期排满。”

“目前市场上较为稀缺的家政服务人员是育儿阿姨和月嫂，年轻的从业者更受青睐。”58到家北京市百子湾店经理陈虹在接受《证券日报》记者采访时表示，随着客户群体年轻化及知识水平的提升，其往往更青睐“新型育儿服务专员”，即拥有科学育儿知识、高等教育背景以及契合时代的沟通力。

在星图金融研究院高级研究员付一夫看来，目前来看，家政服务质量整体不高，从业者素质和技能水平良莠不齐，拥有较高专业素质和较强服务技能的家政服务人员供给数量相对不足，无法满足日益增长的家政服务需求；同时，当前家政服务市场缺乏统一标准，评价体系不够健全，难以确保家政服务质量。

亟须优化与规范

面对高质量从业人员供给短缺的情况，行业内部正齐心协力加速破局。一位从事家政十余年的工作人员告诉《证券日报》记者，高质量的服务会得到雇主更高的评分，从而关系到平台的派单质量，进而与自己的薪酬直接挂钩。因此，平时会通过家政服务平台提供的技能培训课不断“升级”，以更好迎合市场需求。

家政服务平台提供的各类技能培训课，不但可以提升从业人员的服务

质量，而且可以通过颁发“毕业证”的形式，确保从业人员合规上岗，维护消费者权益。同时，通过打造行业整体标准，进而推动家政服务行业高质量发展。

陈虹告诉《证券日报》记者，为了确保上岗人员服务质量，平台会提供专业技能培训课程，包括理论课和实操课，培训人员不但需要满足课时要求，而且需要理论(30%)和实操(70%)两门考核均达标方能上岗。此外，平台还会提供终身教学服务，家政服务人员可按需随时补充学习。

在提升家政服务质量的过程中，平台方也在不断提升自身经营方式和效率，为雇主提供更加精准的服务。

例如，随着互联网的发展，通过线上平台寻找家政服务的客户占比越来越高，因此借助互联网、大数据等先进技术来优化服务流程，提升用户体验成为了家政行业当下发展的必由之路。58到家免费向商家提供的智慧家政后台管理系统，可实现对服务全流程的线上化监测，保障消费者和劳动者的权益，数字化提升匹配效率，从而提升服务体验，帮助商家提升30%以上的经营效率。

付一夫表示，未来还需要进一步支持引导家政服务人员职业转型发展，完善法律法规与监管机制，明确家政服务行业的准入门槛、服务标准、合同范本及纠纷处理机制等，确保各方合法权益。同时，要加快构建多层次的家政服务教育培训体系，让更多从业者能够接受职业技能、法律知识、心理辅导等方面的培训，推动从业队

伍素质的不断提高。

资本已开始加码布局

除了行业内部积极谋求破局外，外部资本亦纷纷涌入家政服务业加码布局。

例如，家太太于2023年6月份与福建海狮集团达成A轮融资合作，福建海狮集团首轮投资数千万元人民币；真勤服务于2023年12月初获得字节跳动百万级种子轮融资；君盈管家(陕西)家政服务有限公司于2024年5月份获得江苏君盈创投集团有限公司千万元天使轮融资。

业内普遍认为，外部资本的涌入，可以助推相关企业加速扩大规模，提升服务质量；能够促进家政行业的规范化和标准化，推动提升企业管理水平和服务人员素质。更为重要的是，资本的进入，将有利于行业的整合与优化，淘汰一些不规范的小中介，提高市场集中度。

星图金融研究院研究员武泽伟表示，随着资本持续流入，未来家政服务业有望呈现出更加蓬勃的发展态势。一方面，家政服务企业将加大在技术研发上的投入，利用人工智能、大数据等先进技术，实现服务需求的精准匹配，提高服务效率和质量。另一方面，企业将更加注重服务人员的培训和职业发展，设立专业的培训中心，提供系统的培训课程，包括专业技能、沟通技巧等方面的培训；同时，为服务人员提供晋升通道和职业发展规划，吸引更多优秀人才进入家政服务业，提升行业整体素质。

各地扎实推进重大项目建设
拉动整体投资增长

■本报记者 张彦逸

8月20日，上海自贸试验区临港新片区五周年重点项目集中开工。本次开工的44个项目总投资近340亿元。

事实上，作为经济高质量发展的“压舱石”，各地正扎实推进重大项目建设。目前，多地靠前发力，推动重大项目投资跑出“加速度”、重大项目加速开工建设。

据《证券日报》记者不完全统计，目前，已有广东、江苏、甘肃、福建等14个省份公布了今年前6个月重大项目投资数据，其中11个省份重点项目投资完成率高于50%，实现“时间过半、任务过半”。此外，重庆、四川、江西等地还披露了今年前7个月重大项目投资数据。

“重大项目投资在稳增长中发挥了突出作用。”东方财富首席宏观分析师王青在接受《证券日报》记者采访时表示，今年以来重大项目投资快速增长，推动整体投资保持稳定增长。

国家统计局数据显示，今年1月份至7月份，全国固定资产投资287611亿元，同比增长3.6%。1月份至7月份，计划总投资亿元以上项目同比增长7.6%，增速比全部投资高4.0个百分点，拉动全部投资增长4.1个百分点，重大项目投资支撑作用明显。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示，重大项目投资规模庞大，影响深远。作为经济增长的重要引擎，其一方面直接拉动了整体投资的增长，为经济注入了强劲动力；另一方面推动了经济结构转型和高质量发展。

在推动重大项目投资落地的过程中，现代基础设施、现代化产业体系等领域是各地关注的重点。例如，在成都地区，前7个月300个共建成渝地区双城经济圈重大项目完成投资2815.5亿元；现代基础设施项目建设稳步推进，101个项目前7个月完成投资1638.4亿元。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力对《证券日报》记者表示，重大项目投资在推动经济高质量发展方面能够发挥多重带动作用。其中，现代基础设施建设项目实施不仅需要大量建筑材料、施工设备，还带动设计、物流、金融等多个配套服务业增长。对高新技术产业、新能源产业等项目的投资，更是能直接推动技术创新和产业升级。

在重大项目投资加速落地的同时，各地也在加速推进重大项目开工建设。例如，在湖北，上半年9个500亿元以上、74个百亿元以上重点项目已分别开工3个、52个，百亿元以上重点项目开工率近七成。

谈及未来重大项目投资及建设对经济的拉动作用，袁帅表示，随着各地加速完成重大项目投资，推进重大项目开工建设，预计第三季度、第四季度重大项目将继续发挥强劲的带动作用，进一步拉动整体投资增长。

朱克力认为，第三季度，随着资金逐步到位和施工进度推进，重大项目将进入全面建设阶段，带动相关产业发展。总体来看，重大项目投资在第三季度和第四季度将继续发挥“压舱石”作用，稳定并推动整体投资增长。这种增长不仅是数量上的，更是质量上的，将为经济持续健康发展提供有力支撑。

“伴随第三季度政府债券发行进入高峰期，各地重大项目投资将获得更为充分的资金保障。”王青表示，考虑到在过去两年中，都在下半年追加相关财政政策工具，不排除今年下半年追加财政政策工具，加大重大项目建设支持力度的可能。与此同时，当前的关键是要发挥好政府投资的带动作用，把各项支持民间投资政策落到实处，撬动更广泛的社会投资，着力激发内生增长动力。在重大项目推进过程中，民间投资和政府投资要错位协同、配套互补，发挥各自优势，形成合力。

中宠股份上半年营收净利双增长

■本报记者 赵彬彬

8月20日，中宠股份发布2024年中报。上半年，公司实现营业收入19.56亿元，同比增长14.08%；归属于上市公司股东的净利润为1.42亿元，同比增长48.11%。

资料显示，中宠股份专注宠物食品的研发、生产和销售，产品涵盖宠物干粮、宠物湿粮、宠物零食等多个品类。

公司业绩实现快速增长得益于境内外业务齐头并进。2024年上半年，公司境内主营业务收入6.17亿元，同比增长23.45%；境外主营业务收入13.39亿元，同比增长10.22%。

“宠物主粮业务保持了高速增长势头。”中宠股份相关人士表示，今年上半年，公司宠物主粮贡献销售额为4.22亿元，同比增长83.96%。

记者梳理数据发现，近年来，公司宠物主粮业务一直保持了较快增速。2022年上半年，公司宠物主粮业务收入1.45亿元，收入占比为9.09%，同比增长58.41%；2023年上半年，宠物主粮业务收入2.29亿元，收入占比为13.37%，同比增长58.60%；2024年上半年，宠物主粮业务收入4.22亿元，收入占比为21.56%，同比增长超八成。

中宠股份相关人士表示，公司明确将主粮业务作为重点发展方向，加大投入和研发力度，以满足市场对于高品质宠物主粮的需求。同时，公司不断推出符合市场需求的新产品，提升产品品质和竞争力，并借助线上线下多种渠道，提升品牌知名度和市场占有率。

中商产业研究院发布的《2023—2028年中国宠物食品行业发展洞察与市场前景预测报告

告》显示，我国宠物食品消费结构中，宠物主粮(包括干粮和湿粮)、宠物零食和宠物保健品占比分别为90%、8%和2%。

清晖智库创始人宋清辉对《证券日报》记者表示，公司宠物主粮业务快速增长，一方面与宠物食品行业快速发展息息相关；另一方面也与我国宠物食品中主粮占主导的消费结构相匹配。公司近年来持续加码宠物主粮业务，该板块收入实现了持续快速增长。

近年来，我国宠物市场高速增长。《2023—2024年中国宠物行业白皮书》显示，2018年至2023年，我国宠物行业市场保持持续增长态势。2018年，宠物市场规模仅为1708亿元，2023年市场规模达到2793亿元，相较2018年增长63.52%。

在此背景下，国内主要宠物食品生产企业均加大了市场拓展力度，同时，国外著名宠物食品厂商也不断布局中国市场。中宠股份表示，由于国内宠物食品行业进入门槛较低，随着国内企业生产规模的逐渐扩大和国外资金、先进技术的不断进入，市场竞争将进一步加剧。

“目前，国内宠物食品市场已经呈现‘百花齐放’的状态，下一步市场将面临存量竞争的‘淘汰赛’。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬认为，未来宠物食品企业一方面要建立良好的品质和口碑；另一方面要形成良好的服务体系，增强品牌的客户黏性，这是未来行业竞争的主要方向。

中宠股份称，目前正以自主品牌建设为核心，聚焦国内市场，稳步推进全球产业链布局，巩固传统业务规模。

政策助力直播经济加速快跑

■本报记者 毛艺融

直播经济再次迎来政策支持。8月19日，上海市人民政府常务会议原则同意《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划(2024—2026年)》并指出，作为数字时代的创新型经济形态，上海市直播经济快速发展。要加快完善产业生态圈，加强主体培育，优化综合服务，做强头部直播平台。要着力提升经济贡献度，既促进商品销售，也提升服务消费，精准推送商旅文体资源，激发餐饮、文化、旅游、体育等消费潜能。要促进行业发展规范化，坚持正确价值导向，坚持包容审慎监管，建立健全容错纠错机制。

今年下半年以来，浙江、贵州等多地密集出台政策，支持直播经济发展。例如，7月22日，贵州省商务厅官网发布《2024贵州农村电商直播大行动实施方案》。7月5日，浙江发布的全国首个直播间运营省级地方标准《绿色直播

间运营规范》(DB33/T1385—2024)正式实施。

“电商直播展现出强大的生命力，成为新零售和流量入口，起到了扩内需、促消费的作用。各地高度重视直播经济的发展，更能激发消费新潜能。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉对《证券日报》记者表示。

近年来，各地持续发力直播电商，创造了大量就业岗位，催生了互联网营销师、主播、助播等几十种新职业，为各地新增就业作出了积极贡献。

快手相关负责人对《证券日报》记者介绍，快手平台的中小主播“木子电商达人”拥有60万粉丝，即可带动3个大型服饰工厂、10多个小工厂的上千人员就业。

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授、中国新就业形态研究中心主任张成刚认为，网络直播的实时性、互动性和可访问性为各行业发展带来了机遇，重塑了传统的商业模式和消费者行

为，正在改变多个行业的业态。

随着短视频直播平台跟实体经济的不融合，直播招聘、直播助农、直播带货等新业态不断涌现。

快手主播“村里的初七”(本名黄东叶)是一名80后，2018年接触到快手后，开始学着用短视频记录生活，后来成了一名网络主播。直播电商火起来以后，他决定转型做电商，连云港靠海，有很多海产品可以卖，他靠记录海边的真实生活赢得了600多万粉丝，并且带领全村销售特色海鲜产品3亿元以上。

“直播电商给我们提供了‘靠山吃山、靠海吃海’的新方式。我们与周边村四五百户人家一起琢磨，怎么把‘平价’和‘鲜’做到极致，一起为用户提供‘好且不贵的生活’。”黄东叶表示。

抖音主播“搭搭”是一名护肤品牌博主，其在抖音平台的粉丝数已超千万。“借助直播，很多护肤品牌商家迅速获得品牌传播和用户关注，产品的市场反馈和迭代效率得到大大提高。”主

播“搭搭”对《证券日报》记者表示，未来也会将“消费者利益第一”放在首位，在选品上坚持品质、高效，内容上坚持优质、创新，更充分广泛地了解消费者真实诉求。

目前，我国直播电商已经进入新的发展阶段。欧阳日辉表示，品牌直播成为直播电商常态，同时，直播短视频发展愈发规范化，“人”“货”和“内容”都更加专业化。此外，直播电商普惠化，带动了就业，并为乡村振兴带来新动力。

据悉，头部直播平台正积极促进直播行业规范化，促进直播经济产业链生态完善。今年4月份，抖音直播发布优质内容扶持计划，宣布将提供亿级流量与现金，携手万名专业人士，带动千个内容团体，打造百项精品活动，扶持十个优质品类。快手电商在商家达人管理、创新入驻流程标准、提升入驻效率和规则透明度等方面不断创新，持续构建良好交易秩序。

更多精彩内容，请见——

证券日报新媒体



证券日报之声



证券日报APP