

高温“催热”上门服务，市场升温更需提质

专家呼吁推动相关行业职业技能认定，让上门服务“热”得规范、长久

本报记者 秦亦秋

电话沟通时间地点、上门确认客户需求、当面设计服务方案……8月4日早上9点，河南郑州的美睫师陈香走进位于该市某小区的顾客家中，开始了当天第一单上门服务。

“大热天不想来回跑，再加上假期需要在家上网课，不方便出门太长时间。认识的美睫师可以上门服务，我经常叫她来家里做美睫。”陈香的客户小赵表示，上门服务节省时间，非常方便。

美甲美睫、家电维修、做饭保洁……随着夏日气温攀升，不少上门服务业也日渐“升温”，大量外来务工人员成为这一领域的从业者。

记者采访发现，上门服务行业在火热发展的同时，也面临着从业人员技术水平参差不齐、服务环境安全难以保障等问题。对此，专家建议，应进一步完善灵活就业人员的劳动保障立法，推动上门服务类行业职业技能认定，让上门服务更好引才留人，让市场“热”得更规范、长久。

高温“催热”上门服务

“现在每天都有近20个客户前来咨询，业务量大幅增加。”北京市东城区家电维修师傅马现卫告诉记者，夏日气温高，空调等电器使用频繁，容易出现故障，上门服务迎来高峰期。

除了电器维修，上门做饭、上门美甲美睫等也成为近年来上门服务的热门领域。智研咨询数据显示，2024年，中国厨师上门O2O（线上引流线下消费商业模式）市场规模从2015年的5.4亿元增长至11.9亿元，预计今年市场规模将达到13.7亿元。

雪域高原上的绿色快递

8月6日，顺丰西藏拉萨中转场内，快递分拣员巴正在往文件封套循环箱内投递文件。目前，该中转场使用文件封套循环箱，替代此前的纸箱，可循环使用数月。

为推进快递包装绿色化、减量化、可循环，雪域高原上，一大批快递绿色发展场景正在加速落地。

今年6月1日起，《国务院关于修改〈快递暂行条例〉的决定》正式施行。此次修改，专门增加了“快递包装”章节，推进快递包装绿色化、减量化、可循环，鼓励经营快递业务的企业和寄件人使用可降解、可重复利用的环保包装材料。快递企业、上游生产商、电商平台等积极行动，落实相关要求，快递业绿色发展步伐进一步加快。

本报记者 甘哲 摄

入夏以来，全国多地出现高温天气，上门进行美甲美睫、做饭保洁等到家服务需求快速增长。市场升温的同时，从业者技能参差不齐、服务环境保障难、定价标准模糊等行业痛点暴露。专家呼吁应进一步完善灵活就业人员的劳动保障立法、推动上门服务类从业人员职业技能认定，让上门服务更好引才留人，让市场“热”得更规范、长久。

来自重庆的魏梨目前在北京专职从事上门服务做饭。“我按照菜量收费，一天能接6单左右，每单价格在68~128元不等。”魏梨表示，经过一年多的积累，自己目前已经有了稳定的客户和收入。

“每年5月后就是美甲行业的旺季，但天热了以后大家不愿意出门，不少客户会选择上门美甲。”河南郑州的上门美甲师周闪闪已经从业5年的时间，目前她通过个人的社交平台接单，客户以回头客为主，基本每天都有稳定的单量。

在上门服务行业中，除了像魏梨、周闪闪这样的个体户，还有不少平台、企业。“工作内容是负责做家常菜，工作时间从早上9点到晚上7点，中间休息2小时，月收入稳定在7500~8000元。”北京一家上门服务机构的负责人介绍，通过机构接单，从业者不用操心客户和订单问题，收入相对更稳定。

行业存在多重痛点

“做上门服务时，我最担心的是安全和卫生问题。”周闪闪向记者讲述了自己的经历：某次穿短裤去一位卫生条件较差的客户家服务后，发现自己得了皮肤病。“从那以后，再去做上门服务时，我都会尽量穿长袖长裤，做好自我防护。”周闪闪说。

如何让顾客放心、减少纠纷，也是不少上门服务者的关注点。从业10年的陈香总结出了自己的一套“上门服务法则”：“上门服务主动穿好鞋套、备好酒精等消毒工具；服务时尽量选择客厅这类私密性较低的场所，全程不开顾客的视线范围，避免不必要的争议。”

还有多位不同领域的从业者反映，从业者素质参差不齐是当前各领域普遍存在的问题：“上门做饭几乎没有门槛，只要你自认为做饭好吃就可以开始接单”“上门美甲美睫行业没有统一的、由国家认定的技术职称标准，只要对自己的技术足够自信就可以直接上岗”……相比于个人从业者，家政公司、中介机构在职业技能把关方面相对更有保障。记者以应聘者身份咨询了多家中介机构，对方均表示：“通过面试的工会接受专门的培训学习和跟岗实践，以确保服务质量。”

然而，由于中介分成太高，不少从业者还是会选择自己接单。“自己接单时薪至少能达到80元，而在中介机构，时薪则是30~40元，低了一半。”魏梨说。

此外，服务定价方面也存在标准模糊的情况。“有些维修问题通过线上视频就能给客户进行诊断解决，有的同行却会故意上门收取高价维修费。”马现卫说，家电维修专业性强，顾客往往分不清收费是否合理，“有时候被坑了都不知道”。

让上门服务“热”得规范、长久

“目前，上门服务行业中存在的劳动关系比较复杂，在实践中难以统一进行认定和管理。”北京策略律师事务所执业律师张焯阳分析，企业或平台与从业者之间，有构成劳动关系的，也有形成劳务关系的，还有从业者以个体身份自行缴纳社保、通过平台接单的情况。

据了解，目前我国对劳动者的技能认证体系，形成了“国家职业资格目录+职业技能等级认定”的双重保障。2022年颁布的《中华人民共和国职业分类大典》中也包含了整理收纳师、长期照护师等部分与上门服务行业相关的职业。“随着新的职业形态不断出现，相关认定制度还在进一步拓展其外延。”中央财经大学法学院教授沈建峰说。

针对服务环境不确定性高、上门服务容易引起纠纷的问题，张焯阳认为，有从属企业的服务人员应签订劳动合同，保留工牌、考勤记录等劳动关系证据。“对于个体劳动者，应当做好服务记录，购买商业保险等，加强自身保障、降低服务风险。”张焯阳说。

“从长远来看，针对包括上门服务行业在内的灵活就业人员和新就业形态劳动者，法律体系的完善是夯实权益保障根基的关键。”沈建峰表示，目前，劳动保障等部门已推出相关政策文件与实践指引，为这一群体初步构建起针对性的权益保障框架。

“上门服务行业的健康发展，需要通过立法完善制度框架，也需要平台主动建立更健全的权益保障机制。”沈建峰表示，平台内部应建立起完善的劳动者权益保障和冲突调解机制。通过法治先行、多方协同，才能让上门服务“热”得规范、“热”得长久。



产业升级促转型

8月6日，湖南省邵阳市洞口县工业园区一家机械设备生产企业，工人在赶制订单产品。

近年来，洞口县工业园区注重培育新质生产力，通过引进先进制造技术、智能化改造等措施，发力推进科技创新和转型升级，促进企业提质增效。

本报通讯员 滕治中 摄

西宁打造特色劳务品牌带动就业增收

本报讯（记者邢生祥）眼下，母婴护理、托育照料、医疗护理、家政服务、高原康养、失能康复等热门领域用工需求旺盛。青海省西宁市“江源巧姑”护工品牌建设围绕群众“老一小一患”服务需求，全力打造护工全生命周期产业发展的护工品牌。

“目前，我县已建立‘江源巧姑’专业化护工人才培养体系，全县护工从业人员超过8000人，其中95%为女性从业人员，月均工资近4000元，占全省护工从业人员的60%以上，形成了显著的人才集聚效应。”西宁市大通县就业服务局局长代国仓介绍说。

今年以来，西宁市聚焦农民增收目标任务，不断强化就业促进机制。随着“东西部劳务协作招聘会”“春风行动专场招聘会”等就业服务持续深化，“江源巧姑”“夏都月嫂”等特色劳务品牌逐步出圈，辐射带动农民就业增收。

西宁市人力资源和社会保障局的的数据显示，今年上半年，农村劳动力转移就业29.39万人次，各类失业人员再就业1.28万人，释放就业补贴、社保降费政策红利，支出就业补助资金2.22亿元。

从收入来源看，据国家统计局西宁调查队数据显示，上半年，西宁市农村居民人均可支配收入6193元，比上年增长348元，增长6%，占可支配收入的比重为70%，对农村居民收入增长的贡献率为66.2%，工资性收入增长持续发挥核心驱动作用。

此外，西宁市旅游业的强劲复苏推动第三产业持续向好，露营地、民宿、便利超市、农家乐、帐篷宾馆等住宿餐饮及批发零售业态效益提升，当地抓住有利契机通过乡村旅游资产盘活、转让承包土地经营权等方式，有效拉动周边农村居民提升经营收入。

四川自贡助“土师傅”升级“巧工匠”

本报讯（记者李娜）近日，四川省自贡市2025年“天府建筑工”乡村建设工匠市级示范培训项目启动。来自全市的100名乡村建设工匠被分为“乡村建设工匠”与“带头工匠”两部分，接受分层培训。

记者了解到，此次培训聚焦乡村建设一线实践者，涵盖农村房屋修建、公共设施改造、人居环境整治等多个领域的从业者，旨在帮助学员有效融合传统实践经验与现代建造技术，既弥补其技能短板，又为乡村建设注入规范化、专业化的新基因。

培训创新采用“分类施教”模式，面向大部分工匠的基础培训为期5天，针对具备潜力成为骨干的“带头工匠”则设置为为期3天的深化课程。培训特邀省、市、县级专家担纲教学，通过“理论教学+技能实操”紧密结合的方式，系统讲授职业道德、法律法规、建筑识图、新型建材应用、农房风貌改造、测量实训等实用内容。经考核合格的学员，将按照考核类别，分别颁发四川省乡村建设工匠培训合格证、四川省乡村建设工匠（带头工匠）培训合格证电子证书。

“通过培训和考核打造兼具传统工艺与现代技术的工匠队伍，推动农房建设从‘有得住’向‘住得好’升级。”自贡市住房和城乡建设局相关负责人介绍。依据去年底出台的《四川省乡村建设工匠培育三年行动方案》，到2025年底，全省要培训工匠1万名以上；到2027年，要累计培训6万名以上，其中“带头工匠”2万名以上。根据省市部署，自贡市到2025年底要培训工匠300名，其中“带头工匠”100名。

江西萍乡构建“返乡人员好就业”服务体系

本报讯（记者王晓颖）近日，记者从江西省人力资源和社会保障厅获悉，萍乡市深入贯彻就业优先战略，依托5+2就业之家四级网络联动，通过全域信息采集、精准分类管理、高效供需对接、长效帮扶回访等四项精准举措，构建起“返乡人员好就业”全周期服务体系。

为全面掌握返乡人员情况，萍乡市多点发力拓宽信息渠道，在火车站、汽车站、农贸市场等人员密集区设临时咨询点，同步在“春风行动”专场招聘会设采集点，通过纸质问卷与电子表单收集就业意向、技能特长等信息。目前，17.97万名返乡技能人才纳入实名制管理，为精准服务筑牢数据基础。

据了解，萍乡市对返乡就业人员实施科学分类管理，按就业意愿强度分为三级，按群体特征分为三类，构建“三级三类”体系。通过多维数据分析精准画像，结合产业布局评估人才与本地产业匹配度，按18~35岁、36~45岁、46~55岁年龄结构推送适配岗位。

为推动实现高效匹配，萍乡市全面归集岗位信息，构建“产业—项目—企业”三级岗位清单，整合2521家企业16.33万条岗位需求。建立“1+1+N”服务机制，为返乡求职者配备专属职业指导员，提供岗位适配、面试辅导等服务。实施分级推送，就业意愿强烈者每周获3次定制岗位，潜在意愿者定期收到岗位合集。打造“零工驿站”发布灵活岗位，组织各类“夜市招聘”“直播带岗”等公共就业服务活动，促进企业与返乡求职者面对面交流。据统计，今年以来，萍乡市推送岗位4.65万个，培训3200人次，精准帮扶2.07万人达成就业意向。



带动农产品销售200余万斤，助农增收超50万元……

培育新农人握紧新农具，驻村书记变身网络达人

本报记者 刘旭 本报通讯员 任爽

“曾经我的目标就是推荐家乡好景好物，如今我和团队更想做的是讲好家乡故事。”鞠大伟说。

6月30日，由辽宁省总工会、辽宁省委网信办联合主办的2025年辽宁省“网聚职工正能量，争做中国好网民”主题活动在阜新市正式启动，阜新市现代农业发展服务中心农业农村部部长鞠大伟作为网络达人代表站上了舞台。

从驻村当书记帮村民解决山药滞销难题，到帮当地策划旅游项目，再到组建起包含第一书记、返乡青年、创业精英的短视频电商团队“兴乡工作室”，鞠大伟致力于培养阜新特色“新农人”，紧抓“新农具”，进一步挖掘、宣传本地农产品，帮助农民增收。6年来，鞠大伟探索出一条用数字动能助力乡村振兴的创新之路。

从“烫手山药”到“滚烫流量”

“跟大伟书记说的一模一样，这几个月来河湾小寨消夏的游客增多，我们卖了不少杏和梨，腰包里进了不少钱。”阜新市阜新蒙古族自治县沙拉镇哈桃村村民腾世强所说的河湾小寨，由鞠大伟一手策划，帮当地引来了源源不断的游客。村民对鞠大伟信任又佩服，这源于他扎根泥土的脚印。

时间回溯至2019年末，刚调任阜新市彰

武县满堂红镇驻镇干部的鞠大伟，面对的现实十分严峻，优质农产品严重滞销，白山药堆积如山，眼看就要烂在地窖里。

面对农产品销售难题，曾在阜新市传媒中心工作4年的鞠大伟敏锐捕捉到刚兴起的短视频风口。他率先整合抖音、快手、微店等平台资源，搭建起一个全媒体“第一书记直播间”。

“大家看我手里的山药，特别新鲜。”镜头前，鞠大伟化身“山药代言人”，多角度推介，还将山药种植中的小故事讲给网友听。他率领销售团队，按质分装，采取分类竞价销售方法，线上日均销量快速达到1000单，在很短时间线上线下抢销出100多万斤白山药。现实中“烫手的山药”在网络中走上一遭，变得炙手可热。

首战告捷，鞠大伟团队乘势而上。“彰武红薯、玉米、乡村猪肉等农产品相继‘触电’，通过相同的模式进行农产品电商直播实践，并被陆续捧红，在各大平台上热销。高峰时，彰武红薯在电商平台累计销量突破2万件，一举冲进快手根茎类总销量榜前5名，仅此一项便带动红薯种植户增收10余万元。”

从“河湾小寨”到“兴乡矩阵”

“单点项目的成功绝非终点。”鞠大伟表示，他想去乡村振兴探索更广阔的发展图景。

2022年春，鞠大伟“转战”阜新县沙拉镇哈桃村，任第一书记兼工作队队长。在彰武积累的电商经验，让他视野更为开阔：短视频

和直播的价值，岂止于带货？充分利用当地的文旅资源，为农产品赋能，这样才能走通“农文旅融合，产加销贯通”之路。

哈桃村一片风景如画的河湾地触动了鞠大伟的灵感。林、河、草与特色民居浑然天成，俨然世外桃源。一个以“农文旅融合”为核心的“河湾小寨”旅游项目蓝图在他心中铺展，并迅速赢得了村干部和村民的响应与支持。

围绕“农文旅融合”发展目标，鞠大伟将极具特色的蒙古族马力格力说书与乡村秀美河湾景色相融合，以哈桃村为中心开展“小小推介官”活动，让孩子们体验乡村风情，推进“兴乡小院”设想落地。2024年4月，鞠大伟被农业农村部中国电视中心授予“助农先行官”称号。

近几年，鞠大伟带领团队推出了阜新乡村美景系列短视频，配合旺季短途出游，打卡黄家沟假日农场、彰武德力格尔景区等，助推热点景区“出圈”。“满堂红镇稻田打卡”等短视频更是营造了乡村旅游的热点话题，作品每期的点击量达10余万次，累计播放500余万次。在短视频的助力之下，当地休闲农业乡村旅游呈现矩阵发展态势，成为乡村振兴道路上的亮点。

打造兴乡工作室成助农引擎

有了互联网“商战”的成功经历后，鞠大伟将所积累的经验手把手传授给身边的村民和返乡青年，一年后彰武县农产品上行品种

达到32个。很快，由鞠大伟探索的农产品上行电商经验在全市得到推广，累计开展电商培训40余场，受众2000余人次。经培养，近百名农民主播实现增收几千元到几十万元不等。

随着阜新县数商兴农不断深入，在阜新县委组织部支持下，一个极具创新性的平台——“兴乡工作室”（第一书记直播间）应运而生。它汇聚了鞠大伟这样的第一书记、返乡青年和创业精英，致力于批量孵化阜新特色“新农人”。

截至目前，农产品累计销量突破12万件，宣传阜新农产品短视频平台播放量超2000万次，为红薯、小米等地标产品对接采购商超百人，带动销售200余万斤，助农增收超50万元……这些数字是兴乡工作室的成果缩影。

“让手机成为新农具，让数据变成新农资，让直播间化为新战场。”派驻结束后，鞠大伟回到原单位，继续投身乡村振兴和“三农”事业。总结、提炼、固化“兴乡工作室+农业互联网公司+实体店+兴乡小院”工作模式，搭建阜新数商兴农公共服务平台，多个深加工项目已实现落地。

现在，鞠大伟又有了新目标：通过数字人、直播、短视频等形式搭建农业信息矩阵，打造10个数商兴农示范典型，联动100个特色乡村，培训1000名技能能手，实现农产品亿级网络曝光，构建“生产—加工—销售”全产业链。