

湖南家政地理品牌凭什么走俏全国

今日女报 / 凤网记者 唐天喜

10月10日，国庆假期刚过，益阳市桃江县女子鲁赛红就从老家前往上海，从容接下一份新的月嫂工作。郴州市永兴县的女子王智英则把妹妹、堂姐夫等多名亲友带到福建省福州市从事家政工作。从农村妇女到金牌保姆，从零散务工到品牌输出，湖南正通过打造“桃花江保姆”“福城银嫂”等家政地理品牌，改变着成千上万女性的命运，也重塑着中国家政行业的版图。

1 家政赋能改写万千家庭命运



“桃花江保姆”安令贞身着旗袍上门服务。

2023年，女儿考上大学后，益阳市桃江县女子鲁赛红的人生走到了新的十字路口。“其实，那个时候我对未来已经有了非常明确的目标。”10月11日，鲁赛红告诉今日女报/凤网记者。以前，她为了不让孩子成为留守儿童，放弃外地工

作，回家成为一名“陪读妈妈”，全家靠丈夫一人打工维持，生活拮据。陪读期间，一个偶然机会，她在同学的介绍下，在桃江当地参加了“桃花江保姆”培训，“当时就想先学一门技能，说不定哪天就用上了”。因此，鲁赛红把女儿送

去大学就读后，立马前往上海找到一份育婴师工作，月收入约8000元。“相比以前，现在面对孩子上大学后的学费和生活费，我从容多了，再也不用精打细算了。”鲁赛红说。同样因从事家政工作改变命运的，还有永兴女子欧阳霞。以前，欧阳霞的生活来源主要靠田间务农所得。2023年，她在湖南银嫂洁美家政服务有限公司参加职业技能培训后，如愿以偿成为一名月嫂。如今，她除了月嫂工作外，还兼职业育婴培训，每月收入过万元。“感谢‘福城银嫂’项目，让我重拾回归职场的勇气。”欧阳霞说，“有了稳定的工

作和收入后，我对生活更有信心了。”在永兴县，“福城银嫂”形成了“一人带一户，一户带一村”的效应。比如，永兴县金龟镇女子王智英很早就开始在福州做家政工作，后来又把妹妹王敏英、堂姐夫曹久会等多名亲友带到福州。在湖南，像鲁赛红、欧阳霞、王智英这样的故事比比皆是。数据显示，在当地政府支持下，“桃花江保姆”品牌与长三角、珠三角等地建立稳定劳务合作，从业人员突破4万人，年劳务收入超20亿元。郴州永兴县的“福城银嫂”已输出5.1万人次，仅在福州，每三名家政人员中就有一名永兴人。

2 地理品牌成了客户信任基石

为什么“桃花江保姆”“福城银嫂”这么受欢迎？“‘桃花江保姆’的品牌口碑能让家政人员上岗效率提升40%左右。”桃江县鸿兴家政服务有限公司负责人彭辉告诉今日女报/凤网记者，不少客户找上门时会直接说“就要你们桃花江出来的保姆”。信任从何而来？答案是“德技双优”。“桃花江保姆”最核心的特色是“德技

双优”——扎根桃江本土的“德孝文化”基因，加上系统培训的专业技能。2024年，“桃花江保姆”李桃英去照顾82岁的张爷爷，老人因子女不在身边常闷闷不乐。除了按时喂药、做软烂饭菜，李桃英每天会陪老人读报纸；知道老人喜欢京剧后，她特意学了几段，每天傍晚陪老人哼两句；老人记性差，她就把手子女的电话、常用药的用法写成大字

贴在冰箱上，还每周拍3段老人的日常视频发给子女。张爷爷感慨：“小李不是来干活的，更像家里的闺女，有她在，我心里踏实。”“福城银嫂”则推进了标准化建设。湖南银嫂洁美家庭服务有限公司负责人郭素珊告诉今日女报/凤网记者，“福城银嫂”项目通过搭建服务、培训、就业一站式家政服务平台，制定了家政6大模块、263种技能

服务标准，确保服务不走样、客户体验一致。同时，推行线上与线下、岗前与回炉培训相结合的模式，实行持卡上岗和客户回访制度，让服务可溯源、易查询。目前，“福城银嫂”品牌持证家政人员薪资普遍上涨约40%，“金牌月嫂”月收入超9000元。永兴县高亭市镇女子谢桃花苦练技能成为“金牌银嫂”，月收入达1.4万元。

3 政府助推家政地理品牌崛起

品牌背后，是政府的强力助推。除了为参加培训的人员提供补贴，桃江县相关部门还与鸿兴家政共同建立“桃花江保姆从业人员信息库”。之所以命名为“桃花江保姆”，是因为桃江县境内有桃花江。这个信息库为每个家政从业人员设置了个人二维码，消费者扫码后可查看家政人员的培训证书、技能等级、服务时长、客户评分、过往服务案例等5项核心信息，且无需额外注册。2023年，“桃花江保姆”王连被推荐给长沙的刘女士家做母婴护理。刘女士一开始有些犹豫，但听到“桃花江保姆”品牌，又查看了

王连的培训证书和二维码档案，便决定试用。王连上岗后，不仅把宝宝的作息、喂养情况记录得清清楚楚，还主动帮新手妈妈缓解焦虑。刘女士说：“以后有朋友要找保姆，我肯定先推荐你们。”永兴县委、县政府也顺势打造“福城银嫂”公共品牌。之所以命名为“福城银嫂”，是因为郴州又名“福城”，而永兴是“银都”，白银产量占全国约1/4。跨省保障机制是“福城银嫂”的创新之举。永兴与福州两地共建“零工驿站”，实现资质互认；开通永兴至福州的直达客运，春节期间免费输送返岗人员。今年，永兴县驻福州“福城银嫂”巾帼

家政妇联成立，成为湖南首个跨省家政行业妇联。该县驻福州市流动党委和跨省妇联作为后盾，为“福城银嫂”提供就业指导、子女入学及权益保护等服务。对于未来，湖南家政地理品牌有着更宏大的蓝图。9月14日，“家政惠民、旺业兴农”地理品牌培育及从业人员培训在湖南省家庭服务业协会所在地开班，随后在桃江县、永兴县、吉首市等地铺开，吸引了来



9月23日，“家政惠民、旺业兴农”地理品牌培育及从业人员培训永兴县专场开班。

自全省各地的家政企业管理者参加。“这个培训很及时，打开了我们的视野，明确了方向。”湘西优服家庭服务有限公司负责人龙婷告诉今日女报/凤网记者，“接下来，我们也要朝着打造属于自己的地理标志品牌方向努力。”湖南家政地理品牌建设之路，正越走越宽。

专家解读

培育县域家政地理品牌，打造乡村振兴基干力量

文 / 湖南省商务厅服贸处一级调研员 潘繁荣

目前，全国家政服务从业人员约90%来自农村。国家一直将家政服务业作为脱贫攻坚和乡村振兴的重要抓手。商务部等部委2017年开展“百城万村”家政扶贫试点，2021年又实施“家政兴农行动计划”。我省落实成效较好，积极开展就业培训，引导农村劳动力转移就业或返乡创业，取得良好效果。仅天鹅到家近5年就帮助80多万人实现就业，其中建档立卡贫困户达43643名。尤其值得关注的是，不少农村妇女通过家政服务开拓了眼界，增长了见识，更新了子女教育理念，增强了内在发展动力，这对从根本上改变农民家庭命运、促进乡村振兴具有深远意义。通过新型城镇化建设，预计到2035年，全省将新增约650万城镇人口，这将催生巨大的家政服务需求。据测算，仅养老和托幼领域，全省就有超过1000亿元的市场空间。目前，我省家政服务业对全省经济发展的贡献度（0.64%）仍低于全国平均水平，只要加强引导、积极扶持，家政服务业就能成为促进消费、稳增长的重要新增长点。

大力培育县域家政地理品牌，既能为新城镇居民的美好生活提供支撑，又能培育“扩内需促消费”的新增量，还利于农村和城区富余劳动力增收。本次家政地理品牌培育及从业人员培训，内容聚焦市场中发展势头良好的收纳整理领域，师资力量以湖南女子大学双创实训导师梁小燕教授团队为主。培训既包含基础理论知识讲解，也有实际操作练习，不仅让学员明白“为什么这么做”，还教会大家“具体该怎么做”，助力家政从业者从简单劳务型向技能品牌型转变，持续保持优质服务品质。

资讯 >>

“惠家兴业”家政服务进社区活动走进岳阳社区医院

今日女报 / 凤网讯(记者 尹盛鹏)为满足医务人员对美好生活的需求，切实为他们家庭提供优质家政服务，10月11日，“惠家兴业”家政服务进社区岳阳站活动在岳阳市岳阳楼区王家河街道社区卫生服务中心举行。这是岳阳市近年来首次组织优秀家政服务企业走进社区医院。本次活动由湖南省商务厅、湖南省妇联主办，岳阳市商务局、岳阳市妇联承办，湖南凤网传媒有限公司、岳阳市岳阳楼区王家河街道社区卫生服务中心、岳阳市健康照护行业协会、岳阳市佳佳好家庭服务有限公司、岳阳市爱心家政服务有限公司、巴陵护工执行。省商务厅为活动派发了电子优惠券与伴手礼。