

# 抱团破局,“邵阳家嫂”共创幸福家

今日女报 / 凤网记者 唐天喜

11月23日上午9点,在邵阳市北塔区的一个小区里,“邵阳家嫂”陈小青正熟练地整理客户家的衣柜,叠放整齐的衣物按季节分类,配饰用收纳盒一一归置,阳光透过窗户洒在她脸上,映出从容的笑意。“现在每月能多赚2000块,还能按时接孩子放学,这样的日子以前想都不敢想。”陈小青的感慨背后,是邵阳多家家政企业合力打造“邵阳家嫂”品牌的动人故事。

## 抱团缘起：破解行业痛点



“邵阳家嫂”已成湖南家政一张响亮的名片。

时间回到2017年,邵阳家政行业协会刚刚成立。彼时的邵阳家政市场,大小公司林立,服务标准不一。

“大公司做得规范但覆盖面有限,小公司乱象丛生拉低行业口碑,如果客户信任度越来越低,那就谁都赚不到钱。”11月21日,作为2013年就进入邵阳家政领域的“老兵”,湖南省巾帼家政发展促进会副会长、邵阳市锦程职业培训学校负责人罗林斌向今日女报/凤网记者剖析当时的行业痛点。

更让从业者烦恼的是资源错配。“以前最头

疼的就是旺季订单排到门外,自家的育婴师却全部在岗,接不到订单。”湖南优爱家生活服务有限公司负责人肖蓉告诉今日女报/凤网记者,她的公司专注月嫂、保洁等终端服务,2020年前常陷入“有单没人”的困境,而有些同行则是“有人没单”,资源浪费严重。

2020年,湖南省相关政府部门推进家政服务品牌建设的政策东风,让罗林斌萌生了共创品牌的想法:“一个品牌代表一个地域,不是某一家公司能做好的,只有协同作战才能形成规模效应。”

罗林斌联系了刘冬元、肖蓉、罗丽、苏斐等几家实力较强家政企业的负责人,商讨共建品牌的事情。

最初的协商并非一帆风顺,品牌归属、利益分配等问题都是大家讨论的焦点。最终,他们摒弃了“谁牵头谁受益”的狭隘思维,明确品牌归属共同体,而非某一家企业,从根源上避免了利益纷争。

2021年,他们在自家企业之外,联合成立了新的家政公司,共同打造“邵阳家嫂”品牌。

## 共创实践：共享资源共筑标准



罗林斌(右三)和肖蓉(右一)等共同推广“邵阳家嫂”品牌。

“共创不是简单拼凑,而是要让资源流动起来。”这是发起人达成的共识。他们建立了“人员共享、订单互通、培训互补”的核心机制:每家公司都有工作人员协调办公,有订单缺人手时共享家政服务人员,有人手没订单时共享客户资源,实现供需最优匹配。

在培训领域,罗林斌的培训学校侧重电工、焊工、直播带货等多元化技能培训,肖蓉的机构专注育婴、月嫂、养老护理等家政核心技能,罗丽、刘冬元的月子会所则提供实操场景,形成“培训-实践-就业”的产业链。

为避免重复投入,他们采用“合力招生、定点开班”模式:当月,如果肖蓉开了家政服务员班,罗林斌就开育婴师班,学员不足时合并开班,既降低了师资和场地成本,又缩短了学员等待时间。

比如,10月14日,罗林斌的培训学校开设了育婴班,肖蓉的公司介绍了10名学员,这些学员结业后通过联合招聘会,已有3人成功入职肖蓉的公司。

“以前的话,如果有人想报名学家政,而自己又没开培训班,这个学员可能就流失了,现在大家互相推荐,机会也就更多。”肖蓉告诉今日女报/凤网记者。

在罗林斌看来,标准统一是“邵阳家嫂”品牌健康发展的基石。为此,他们先后组团赴上海、厦门、北京等地考察,借鉴外地先进经验,结合邵阳地域特色,制定了高于国标的服务标准。同时,邀请湖南女子学院、长沙民政职业技术学院的专家把关,建立从业人员星级评定体系,并在邵阳家政圈通用互认。

“我们明确了收费标准、投诉处理机制,甚至建立行业黑名单,对不合格从业人员和刁钻客户双向约束,净化市场环境。”罗林斌说,“我们打造了邵阳家政人员标准,让‘邵阳家嫂’走到哪里都吃香。”

共创过程中,牺牲与让步成为常态。作为人社部门认可的家政人员第三方评价机构的负责人,罗林斌对共建企业的学员减免部分考试费,肖蓉、罗丽都已因此受益,减轻了培训成本。

罗林斌还将自己独有的一些资源主动让渡给品牌共同体,“分给大家,就是希望大家齐心协力把品牌做起来”。

“我们对外宣传,都会把‘邵阳家嫂’放在前面,把自己的品牌名放在后面。”肖蓉补充介绍,各企业老板原先在自家企业都是“一言堂”,现在重大决策会集体商议。“最难得的是大家都有大局观,愿意吃点小亏,不斤斤计较。”罗林斌说。

## 共创成果：1+1 大于 2 的蝶变效应

经过四年深耕,“邵阳家嫂”已实现从“单打独斗”到“抱团共赢”的华丽转身,成为湖南省唯一一个拥有养老护理、育婴、家政服务三个省级优质培训项目的品牌。

行业生态随之改善。企业间从“互相防备”变为“坦诚交流”,老板们定期探讨行业难点,员工间交流技能经验,形成良性竞争氛围。在他们的带动下,邵阳县等周边县域的家政公司纷纷申请加入,品牌影响力持续扩大。

“现在全省都知道‘邵阳家嫂’,提到我们是成员单位,客户信任度立马提升。”肖蓉笑着说,“以前是单打独斗,现在是抱团取暖,腰杆都硬了。”

邵阳当地的从业者也从中受益。独自抚养小孩的邵阳女子陈小青,之前做汽车配件销售时,因需要按时接送孩子,常常顾此失彼。“想找份灵活的工作,又希望多学点技能多赚钱。”

2023年,她在罗林斌的培训学校报名了直播带货课程,希望通过线上销售补贴家用。学习期间,陈小青了解到品牌内企业可以跨机构推荐课程,她又通过肖蓉的公司报名了保洁和收纳整理培训。结业后,陈小青通过品牌联合招聘会入职肖蓉的公司,成为一名高端家政服务员。

“客户知道我是‘邵阳家嫂’的家政人员,特别放心。”她现在每月增收2000元,还能准时接孩子放学、准备晚饭。“要是没有这个品牌,我不可能同时学到这么多技能,

更找不到这么合适的工作。”陈小青的脸上满是感激。

而不同部门对“邵阳家嫂”的支持,更让品牌共创行动走得更稳更远。

“妇联就一直在为我们的品牌赋能。”肖蓉告诉记者,“邵阳市妇联不仅帮我们搭建平台,还帮我们争取各种资源。”今年,她还被选为邵阳市家政服务行业协会妇联主席。

据了解,邵阳市妇联通过举办“家政惠民 旺业兴农”促消费(邵阳站)、品牌专场推介会、技能风采展示等多种活动,助力“邵阳家嫂”品牌成长。

邵阳市妇联党组书记、主席周玲告诉记者,近年来,市妇联切实履行省级巾帼家政建设试点市职责,建立起“市级主导、县级主抓、部门联动、协会助力”的责任链条和推进机制,今年还联合市发改委等14个部门发布了《邵阳市巾帼家政提质扩容三年行动方案(2025-2027年)》。“我们的目标是培育3-5家国家3A级企业,助力10万名妇女就业创业。”

如今,邵阳市正大力打造“邵阳家嫂”劳务品牌,从业人员超过11万,供需服务网络已延伸至厦门、北京、上海、深圳、长沙等城市。在广州不少大医院里,“邵阳家嫂”占据了70%-80%的护工岗位;在厦门,三年来已有1000余名邵阳家嫂通过品牌输送实现就业。

### 专家解读

#### 加强品牌培育 领跑奋发前行

文 / 湖南省商务厅服贸处一级调研员潘繁荣

目前,湖南省家政行业在省商务厅、省人社厅等职能部门的大力支持下,聚力打造品牌企业和地理标志品牌,培育了天鹅到家、万众和、辣妹子、贝儿母婴等具有全国行业影响力的品牌企业。

在这些榜样的引领下,各市州中小企业在家政服务品牌的培育和打造中可谓各显神通,“邵阳家嫂”就是其中的优秀代表,在经历过单打独斗“伤痕累累”后,志同道合的企业通过“在商言商”方式共创品牌,引入现代品牌经营模式,既明确了责权利,提升了参与

企业的专业化、规范化管理水平,有效化解恶性竞争,又避免了空谈误业。

家政服务品牌培育和打造需要政府部门、行业协会、创建企业同向发力,既需要政策扶持为品牌发展注入强劲动力,也需要行业协会协调整合资源,更需要创建企业持续提升工作能力,针对市场需求开发适销对路的服务产品,有效提升从业人员的服务素质,使家政服务更具专业性,从而形成有效的品牌带动,成为从业人员就业增收的“金钥匙”。