

今年的《政府工作报告》提出，促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展。家政作为生活性服务业重要板块，一头连接千家万户的刚需，一头衔接庞大的劳动力市场。近年来，河北省大力发展“河北福嫂”劳务品牌，持续拓展京津劳务市场，通过“技能培训+劳务输出”模式，推动服务提质升级，打造出一张促就业、惠民生、助发展的“金名片”。

“河北福嫂”进京津

本报记者 王胜强 宋美倩

在北京市东城区李女士家中，来自河北省定州市的育婴师高巧珍从雇主手中接过印有“温暖真诚，胜似家人”的锦旗。这位此前对职业前景心怀忐忑的农村妇女，如今已成为雇主三代人信赖的“家庭一员”。在北京市朝阳区一处高端社区内，河北籍“00后”大学毕业生崔夏苗凭借早期教育专业背景，为雇主孩子设计个性化成长方案……这是一群来自河北、活跃在京津家政市场上的人，他们有一个共同的名字——“河北福嫂”。

北京、天津家政协会市场调查显示，截至2025年底，“河北福嫂”在京津地区的总体规模已达15.3万人，分别占北京、天津家政市场份额的39.6%和22.7%。从昔日零散输出的“散兵游勇”到如今荣获“全国最具特色劳务品牌形象代言人”，“河北福嫂”的品牌崛起之路，不仅是河北省劳务品牌建设成功范例，更是京津冀协同发展走深走实的具体成果。

是民生工程也是区域协同

时间回溯到2021年，为推进乡村人才振兴，河北省出台关于劳务品牌建设的实施意见。从2022年起，连续4年将劳务品牌建设纳入河北省20项民生工程重要内容。

这一政策安排有深刻的现实考量。彼时的河北家政服务市场活跃，从业群体庞大，但面临发展瓶颈，组织化程度低，服务质量参差不齐。大量有意愿赴京津就业的劳动者，往往因信息不对称、技能不匹配、权益难保障等问题望而却步。与此同时，北京、天津两地随着居民消费升级，对高品质、专业化家政服务需求快速增长。

劳务市场供需矛盾中蕴含着机遇。河北省瞄准“河北福嫂”进京津这一需求，将其从简单的劳务输出，提升到促进重点群体就业、增加农民收入、服务京津民生、推动京津冀协同发展层面，建立定期调度会商工作机制，相关部门协调联动。各市县将“河北福嫂”工程纳入本地重点工作，配套出台培训补贴、交通补助等一揽子扶持政策。仅培训补贴一项，河北省就将养老护理员、育婴员等家政类工种列为急需紧缺职业，培训补贴标准上浮10%，激发了劳动者参与培训的积极性。

幼儿护理、营养餐制作……在保定市“河北福嫂”运营管理中心，紧锣密鼓进行着技能培训。该中心负责人王海燕告诉记者，为了让有就业意愿的妇女成为合格福嫂，保定市成立了运营管理中心，整合20家骨干企业，聚力打造“河北福嫂”统一品牌。

保定在市中心建立标准化实训基地，配套专业的母婴护理、养老照护、家务实操等实训教室，聘请妇产、儿科、护理等领域专家组建专业师资队伍，形成“实训+运营+就业”一体化服务阵地。仅2025年，保定市“河北福嫂”运营管理中心开办家政服务、康养护理、婴幼儿照护等培训103场次。

调查手记

品牌化引领劳务产业升级

王胜强

“河北福嫂”这个充满温情的群体能够站稳京津市场，是以品牌化引领传统劳务产业升级优化的生动案例，是千方百计稳就业的有益探索。

当前，我国传统劳务产业仍面临一些问题，比如，就业能力与市场需求脱节、组织化与产业化程度低、数字化与智能化转型滞后、政策覆盖与权益保障不足等。“河北福嫂”品牌实现了从熟人介绍到有组织输出，从做简单家务到提供专业服务，从凭经验做到按标准来的转变，为传统劳务产业升级提供了借鉴。

坚持有所为与有所不为结合，才能既放得活又管得好。“河北福嫂”品牌的打响，得益于河北在政策制定、搭建平台、沟通协调、质量控制等方面发挥的重要作用。市场积极性被充分调动起来，既激发了活力，又维护了秩序，形成规模效应。

拥抱数字化，才能更好为行业赋能。目前，数字化已融入千行百业。在家政服务业培训端，VR/AR技术被用于模拟复杂的入

嫂顺利进京津，京津冀三地人社部门、妇联组织、家政行业协会密集互动，签署京津冀劳务品牌合作协议，推动京津冀巾帼家政高质量发展合作协议，实行“三互三共”制度，即服务标准互认、培训证书互认、纠纷处理互助；实现信息平台共建、品牌形象共树、市场秩序共维。

河北还探索出“政府引导、劳务带头人带动、中介机构组织、基地化管理”输出模式。当地筛选培育150个“河北福嫂”进京津输入输出基地，承担起招募筛选、技能培训、健康体检、安全教育、合同签订、送岗上门等全链条服务功能。

针对“河北福嫂”初到京津面临的“最初一公里”难题，河北探索“不住家”家政服务模式，在京津建立就近就地住宿服务站，解决“不住家”和轮休家政人员的住宿需求。目前，已在北京、天津建设127个服务站点，累计提供住宿床位1900余张。

是家务更是技术

传统观念中，家政服务门槛低、技术含量不高。然而，面对京津市场的科学育儿、专业养老、健康管理、家庭教育指导等复合型需求，老做法不灵了。站稳京津市场，把打工者转变为职业人，成为“河北福嫂”品牌建设的核心课题。这需要一套高度专业化、精细化、市场化的培训体系。

教什么？从泛泛教学到模块化精准供给。河北寸草三春家政服务有限公司的培训课表，清晰展示了这种变化：课程被拆解为职业道德、服务礼仪、母婴护理、产后康复、养老照护、营养膳食、婴幼儿早教、心理沟通、家居美化等20余个独立模块。每个模块又进一步细化，仅“母婴护理”就包含新生儿沐浴、抚触、脐带护理、母乳喂养指导、婴幼儿常见病观察、辅食添加与制作等数十个实操技能点。

这种模块化设计具有灵活性优势。学员可根据自身基础、兴趣和就业意向，自由选择课程组合。希望从事高端育婴的学员，可选择“母婴护理+早教开发+营养膳食+家庭礼仪”核心模块包；侧重养老护理的学员，则可主攻“老年基础护理+慢病管理+康复辅助+心理慰藉”……石家庄沐瑾家庭服务有限公司副总经理简莹介绍：“我们实行‘一人一策’的培训方案，市场需要什么技能就学什么，确保培训结束即能达到上岗要求。”

培训内容紧跟市场需求前沿。当市场反馈“住家保姆”模式无法满足部分双职工家庭需求时，“河北福嫂”体系迅速推出“计时制”“半日制”“白班制”等灵活服务模式的标准流程培训。当发现失智老人照护成为市场痛点与专业洼地时，河北省人力资源和社会保障厅联合专业医疗机构，持续加大专项培训力度；2025年，针对“阿尔茨海默病”护理，组织相关机构和专家座谈研讨，研究编制专项培训大纲及考核标准，全年开展专项培训约8500人次。面对年轻雇主对科学早教和家庭教育的重视，培训课程加入感觉统合训练、蒙氏教育理念、儿童心理学等内容。此外，河北将“河北福嫂”相关工种纳入全省职业技能大赛、京津冀康养产业职业技能大赛等比赛项目，以赛促训。

谁来教？构建“理论与实践结合、资深与新生代互补”的多元化师资梯队。师资队伍里，有从一线金牌月嫂、优秀养老护理员队伍中成长起来的“实践派”专家。她们拥有丰富的入户服务经验，擅长处理各种复杂情况，可以传授实用“干货”。“我教的不仅是技能，还有如何与不同家庭沟通，如何用真心换真心。”金牌月嫂牛彦然说。

师资队伍中也有“学院派”力量。河北师范大学家政学院、河北女子职业技术学院等院校将家政专业建设与“河北福嫂”品牌培养结合，挂牌成立了张家口“河北福嫂学院”。一方面，高校教师将系统的理论知识、国际化的服务理念带入培训课堂；另一方面，大批家政专业学生进入“河北福嫂”培训基地实习，优秀毕业生将直接补充进讲师队伍。河北女子职业技术学院副院长胡会来说：“我们家政专业的学生初次就业率超93%，大部分进入京津高端家政市场，助力‘河北福嫂’品牌建设。”

如何保障质量？河北建立严格考核认证与“回炉”机制。学员完成培训后，需通过理论考试和实操考核才能获得“河北福嫂”技能培训合格证书。这套体系鼓励并支持终身学习，许多资深福嫂工作数年后，会主动回炉深造。

在保定市“河北福嫂”运营管理中心接受培训的李东改今年49岁，曾是一名普通工人。5年前，她开始接受“河北福嫂”免费培训，如今是这个中心的签约月嫂。没活儿时，她就在基地接受免费培训，先后参加了5次高端培训，把母婴护理、急救、早教等技能都学了一遍。“多次回炉提升技能，面对一些特殊情况也能从容应对。”李东改说，她已成长为近1.8万元一单的金牌月嫂。

打造品牌也追求职业认同

“河北福嫂”在竞争激烈的家政市场脱颖而出，除了政策护航，更离不开在服务中用专业、诚信和情感构筑的品牌护城河。

品牌来自于专业服务。在北京市海淀区，雇主单英杰对“河北福嫂”王素梅的评价是：“她不是简单地照顾老人，更像是半个家庭健康管理



“河北福嫂”的培训学员们在学习特殊照护技能。 魏岳奇摄

北京、天津家政协会市场调查显示——

截至2025年12月底

“河北福嫂”在京津地区总规模
已达 ▶ 15.3万人

分别占北京、天津家政市场份额的
39.6%和22.7%

从2022年起

河北连续4年将劳务品牌建设

纳入河北省20项民生工程重要内容

员。”王素梅照顾的是一名患有糖尿病与轻度认知障碍的老人。她不仅能熟练为老人测血糖、注射胰岛素，还能根据血糖值和营养师建议，精心搭配一日三餐，并通过音乐疗法等有效缓解老人的焦虑情绪。单英杰说：“我们换过好几个保姆，只有她能专业医疗护理和人性化关怀结合得这么好，全家都很感谢她。”

统计数据显示，持有“河北福嫂”培训证书且经验丰富的育婴师、金牌月嫂，在京津市场月薪可达8000元至15000元，比无品牌背书的同行高出20%至50%。以拥有大学学历的“河北福嫂”崔夏苗为例，她因“早期教育专业背景+高级育婴师+营养师”的复合资质，起步薪资远超普通福嫂水平。

高巧珍初到北京雇主家时，需要照顾一名8月龄婴儿。她日常仔细观察记录宝宝的作息、情绪，运用所学知识调整喂养时间和辅食结构，并通过抚触和游戏建立孩子的安全感。雇主送上的锦旗，正是对其专业服务的褒奖。

品牌来自于标准管理。“河北福嫂”品牌运营方推行员工制管理模式，与家政员签订正规劳动合同，缴纳社会保险。员工制不仅能保障家政员的合法权益、稳定队伍，更关键的是公司将服务标准、操作规范、客户反馈、持续培训纳入统一管理，确保服务质量的稳定性和可控性。部分家政公司还开发应用程序，实现从在线选人、视频面试、签订电子合同、服务过程跟踪到在线评价支付的全流程数字化管理，每一单服务均有迹可循、有据可查，降低了雇主的选择成本和风险。

来自保定的“河北福嫂”李娟首次到北京一对年轻白领家担任育婴师时，雇主出于谨慎，安装了好几个摄像头。李娟入职后的第一个举动，就让雇主深感安心，她主动出示“河北福嫂”资格证、健康证和标准化服务流程手册，并打开统一的工具包，里面婴幼儿护理用品和清洁工具分门别类、密封完好。在接下来的日子里，她严格遵循公司培训的婴幼儿日间护理SOP(标准作业程序)，从清晨的体温测量、喂奶记录，到定时的早教互动、辅食制作与喂食观察，再到夜间的睡眠环境检查，每一项操作都规范、清晰，并认真填写《每日服务记录表》，详细记录宝宝的进食、睡眠、活动及健康状况。“一周后，雇主主动撤掉了摄像头。”李娟说。

品牌来自于职业尊严和情感认同。沧州籍“河北福嫂”付香利第一次离家赴天津务工，从她踏上高铁那一刻起，输出基地的工作人员闫文慧就全程在线：联系接站、安排宿舍、准备热面、陪同体检、送入雇主家，并留下24小时联系电话。“感觉就像娘家人一直跟在身边，心里特别踏实。”付香利的笑容由此而发。

这种关怀在系统层

面得到强化。河北持续开展“乐业京津暖心行动”，利用节假日组织“河北福嫂看家乡”关爱活动，提供优惠体检、便利出行、赠送图书等服务，持续增强“河北福嫂”的职业认同感和归属感；构建“河北福嫂”荣誉体系，从市县级的“最美家政人”“技能状元”，到省级的“三八红旗手”“五一劳动奖章”，再到国家级的“全国优秀农民工”“最具特色劳务品牌代言人”，“河北福嫂”中的优秀代表不断走上领奖台。

张兰来自河北沧州，她从一名农村妇女一路走来，获得全国五一劳动奖章，被聘为“河北福嫂”宣讲团特邀讲师。她的故事感染并带动许多人加入这一群体。“许多人通过我的事迹改变了对家政服务的陈旧观念，增强了职业自豪感。”张兰说。

这种内在尊严感，外化为更自信、更主动、更优质的服务，形成“社会认可、自我认同、优质服务、更高认可”的良性循环。

当然，“河北福嫂”进京津仍面临一些需要解决的问题，比如跨区域就业带来的劳动权益保障、社会保险衔接、职业伤害处理等法律与政策问题，还需探索制度性解决方案；大规模快速扩张对培训质量和标准统一提出挑战，如何确保每一位持证“河北福嫂”名副其实，维护好这张金名片，需要更科学的质量控制。

目前，河北省正在开发“河北福嫂乐业京津”小程序，旨在实现资质审核、推荐就业、星级评定、权益维护一体化服务管理；已开发家居整理收纳等专项职业能力规范，并聚焦京津高端家政市场需求，开展高端家政技能提升培训，抢占高附加值服务赛道。

面向未来，河北省设定明确目标：进一步提升数量、提高质量、扩大影响力，持续巩固拓展“河北福嫂”在京津家政市场占比首位优势。研究制定有组织劳务输出补贴政策，激励中介机构规模化输送；筹划在北京设立“河北福嫂”北京服务中心，定期举办“河北福嫂”(北京)大集；积极拓展大型企业等机构客户，促进“河北福嫂”有组织规模化输出。

“我们将继续实施‘河北福嫂’品牌提升行动，坚持标准化、专业化、职业化导向。”河北省人力资源和社会保障厅党组书记、厅长丁伟说，河北将创新更多撬动性政策举措，持续开展专项培训，做好不住家服务站点规范管理、权益维护、暖心服务，讲好品牌故事，促进更多劳动者到京津高质量充分就业。