

商务部等9部门发文 促进家政服务消费扩容升级

商务部等9部门近日印发关于促进家政服务消费扩容升级的若干措施。其中,明确提出鼓励家政服务企业拓展专业深度保洁、室内空气治理、营养咨询等新兴服务领域,加强与装修、家居等行业跨界融合发展。以社区网点为依托,发掘“微需求”,提供“微服务”,满足消费者共享保洁、烹饪、接送等家政服务需求。引导家政服务企业和家政服务人员依法参加社会保险,推动符合条件的灵活就业家政服务人员在就业地参加社会保险。建立健全常态化、多元化家政服务纠纷调解机制,营造良好行业发展环境。



提升家政服务供给质量

扩大优质家政服务供给。鼓励家政服务企业拓展专业深度保洁、整理收纳、家具家电清洗、室内空气治理、消杀消毒、营养咨询等新兴服务领域,加强与装修、家居等行业跨界融合发展,进一步丰富产品和服务供给,更好满足消费者个性化、品质化、多元化需求。深入实施家政兴农行动,深化家政劳务输出与输入地供需对接合作,支持地方打造家政劳务特色品牌。加强产教融合、校企合作,发挥高职院校作用,支持高职院校和企业共建实训基地,培养一批符合家政行业中高端需求的专业化、职业化、高素质技能人才。



促进家政服务便利消费

优化家政服务消费设施布局。持续开展一刻钟便民生活圈和城市社区嵌入式服务设施建设,加快配齐家政等保障类业态。推进家政进社区,支持家政企业连锁化运营社区网点。鼓励家政服务企业创新服务模式,提供单点式、分时段服务,以社区网点为依托,发掘“微需求”,提供“微服务”,满足消费者共享保洁、烹饪、接



完善家政服务业支持政策

完善财政金融支持政策。支持家政企业结合实际需求为在全国家政服务信用信息平台进行实名认证且持有“居家上门服务证”的家政服务员投保意外伤害保险、职业责任保险。鼓励有条件的地方对新建家政进社区网点给予适当支持,社区家政服务网点租赁场地不受用房性质限制,水电等费用实行居民价格。深入开展中小微企业金融服务能力提升工程,加大对符合条件的家政服务小微企业金融支持。鼓励金融机构在依法合规、风险可控的前提下,结合家政行业特点提供针对性的金融产品和服务,优化信贷审批



优化家政服务消费环境

推进信用信息体系建设。优化全国家政服务信用信息平台功能和服务,依法依规归集家政服务企业、家政服务员信用信息。加快“家政信用查”APP和小程序互联网全平台覆盖,实现“家政信用查”与地方家政信用信息平台互通。鼓励地方探索归集消费者对家政服务员的服务评价信息并依法依规进行展示。强化家政服务员信用核查,推行电子版“居家上门服务证”,依法依规向消费者展示家政服务员从业信息。

提升家政服务规范化水平。指导家政服务企业严格落实收费公示相关规定,提升行业收费透明度。修订完善家政服务合同示范文本,推广电子化合同。推广《家

政服务公约》,倡导规范家政服务企业、消费者和家政服务员三方行为,营造良好行业环境。推动更多家政服务企业在企业标准信息公共服务平台公开服务标准,接受社会监督。加强对家政领域品牌企业、优秀案例的宣传报道,积极推树家政领域先进典型,提升家政行业社会认可度。

提高家政服务标准化水平。发挥标准引领作用,持续完善家政服务标准体系,加快制修订一批家政服务机构信用评价、等级划分评定、家政服务数字化以及整理收纳等细分门类服务质量规范有关国家标准、行业标准,促进家政服务品质提高。鼓励行业协会、家政服务企业制定、实施高于国家标准的团体标

提升家政服务技能水平。加强家政行业发展趋势分析,及时研判家政行业用工需求,支持各地根据实际情况将紧缺的家政服务相关职业(工种)纳入本地急需紧缺职业、就业需求、培训需求指导目录,组织开展项目化培训,引导劳动者参训就业。建立以就业为导向的家政服务培训体系,加强培训与岗位需求有效衔接。依托“家政信用查”平台,持续开展家政服务员技能升级行动,扩大免费线上培训覆盖面。实施巾帼家政提质扩容技能提升工程,积极开展多渠道、多层次、多类型职业培训。

方案的个性化设计、服务过程的全程参与、服务结果的评价与分享。支持家政服务企业与数字技术企业跨界合作,利用大数据、人工智能等技术开展用户画像、精准服务,依托机器人等新技术、新设备拓展家政服务消费场景。培育平台型互联网家政企业,提升行业管理效能、服务效率和数字化服务水平。

保险最高支付限额。将符合条件的家政从业人员纳入公租房、保障性租赁住房保障范围。

开展家政服务促消费活动。支持各地将更多家政促消费活动纳入“服务消费季”活动,创新消费场景,提升行业影响力。支持有条件的地方举办家政服务消费节,组织信誉良好的品牌家政企业更好地为消费者服务。鼓励家政企业通过发放优惠券、体验券等方式吸引更多消费者体验家政服务,激发家政服务消费潜力。支持地方、行业协会依托互联网平台开展生活服务招聘季活动,扩大家政服务供给。

准、企业标准。加强家政服务标准宣贯推广和应用,鼓励家政服务企业通过互联网、社交媒体等各类渠道向消费者明示各项服务标准。总结家政领域标准化应用典型经验,加大宣传推广力度。

引导家政服务市场健康发展。持续开展家政服务质量监测评价,引导家政企业和家政服务员提升服务质量。在家政服务领域开展服务质量承诺活动,完善家政服务举报、投诉渠道,引导家政企业和家政服务员守信重诺,提升服务质量水平。推广“信用+”监管模式,强化守信经营激励。发挥行业协会作用,加强行业自律,建立健全常态化、多元化家政服务纠纷调解机制,营造良好行业发展环境。

据央视

直播电商监管新规将公开征求意见 出重拳净化行业生态



新华社发 曹一作

新华社北京4月18日电 (记者 赵文君) 市场监管总局正在牵头组织起草《直播电商监督管理办法》,近期将向社会公开征求意见。

这是记者18日从市场监管总局召开的新闻发布会上获悉的。当日,市场监管总局集中发布10起直播电商领域违法典型案例,包括虚假宣传,销售不符合国家标准的产品,侵犯注册商标专用权,发布非医疗、药品、医疗器械广告使用医药用语,商品以假充真等情形。

市场监管总局网监司司长朱剑桥介绍,去年,市场监管总局组织指导有关地区市场监管部门依法查办“三只羊”“东北雨姐”虚假宣传等直播电商领域重大典型案件,有效净化行业生态。

据统计,2024年,市场监管部门依法打击直播带货中的虚假宣传、违法广告、价格欺诈等违法行为,共查处包括直播电商在内的各类涉网案件3.6万件。加强直播电商领域产品质量抽检,2024年,市场监管部门对网售CCC认证产品实施联网核查2.4亿次,拦截无证商品信息1315万次。

此外,市场监管总局强化标准引领,先后批准发布《电子商务直播售货质量管理规范》和《直播电商服务质量的信息监测与评价规范》两项国家标准,指导江苏、浙江等地制定发布《网络直播营销管理规范》《绿色直播间运营规范》等地方标准,持续推动直播电商行业提升标准化、规范化水平。

据了解,直播电商领域违法行为由于地域分散、活动隐蔽、交易量大、取证困难等问题,与之相伴的网络交易违法违规行为更加隐蔽、更加复杂,监管难度远大于传统线下市场。

今年3月,市场监管总局发布的全国12315投诉举报数据显示,2024年网购诉求居高不下,其中直播带货诉求增长仍然明显。直播电商为何乱象频出?

朱剑桥分析,直播电商涉及平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等众多主体,人、货、场分离,参与主体法律关系复杂,违法行为定性相对困难。加之直播电商具有很强的即时性、互动性,“流量为王”特征更加明显,一些直播电商平台落实主体责任不到位,一些商家和主播过分追求流量变现,重营销、轻品质,重成交、轻售后,追逐短期利益导致虚假营销、假冒伪劣行为高发。

朱剑桥表示,进一步加强直播电商领域监管,今年市场监管部门将采取更强有力的监管举措:

完善直播电商监管制度,加快出台《直播电商监督管理办法》。着力落实直播电商平台经营者的主体责任,同时加强对直播间运营者、直播营销人员服务机构和直播营销人员等主体的规范,推动源头治理、系统治理。

强化直播带货商品溯源管理。夯实直播电商平台主体责任,强化商家资质和商品信息审核把关,加强对问题商品的源头追溯。加大直播带货产品质量专项抽查抽检的频次和力度,对问题商品生产销售行为进行闭环处置,强化穿透式监管。

从严从重打击虚假营销等违法违规行为。组织各地市场监管部门依法查处并公布一批编造虚假信息、夸大产品功效、违法广告、刷单炒信等违法违规行为,以点带面净化行业生态。

“直播电商作为新业态,具有实时性强、数据量大,传统监管手段难以有效监测和取证固证等问题。”市场监管总局网监司一级巡视员闫卫国说,市场监管总局将持续推动建立健全直播营销主体信息库,用智慧化手段支撑对网络交易主体、客体、行为的穿透监管,深化网络禁限售商品透库、知识产权“白名单”和“召回商品信息”等系统应用,为监管执法提供更有力的技术支持。