

■劳动时评

培育劳务品牌,打造就业增收强劲引擎

□沈峰

实践证明,建设劳务品牌关乎民生福祉,是千方百计增加群众收入、促进全体人民共同富裕的有力举措。各地应该针对劳动力市场需求变化,培养出高质量的劳务品牌,让劳务品牌更具“含金量”,让更多技能人才茁壮成长,进而促进高质量发展。

杭州“AI动画师”指尖跃动生成数字艺术,甘肃“敦煌文创师”笔尖勾勒飞天纹样,河北“平乡童车人”产品远销100多个

国家和地区……日前,在广西南宁举行的第三届全国劳务协作暨劳务品牌发展大会上,来自全国各地的技能高手同台竞技,集中展示了劳务品牌带动就业、赋能产业发展的丰硕成果。劳务品牌,这块具有地域特色、行业特征和技能特点的“金字招牌”,正日益发展成为促就业、助发展、惠民生的综合载体。人社部相关负责人介绍,近年来,我国劳务品牌建设呈现从自发性向组织化、从粗放式向精细化、从简单劳务向产业融合转变的良好趋势。(11月26日《工人日报》)

就业是民生之本,发展之基。近年来,各地正以劳务品牌为载体,大力强化就业技能培训。同样,劳务品牌的价值,不

止于输出劳务,更在于深度融合产业,创造更多、更稳定的就业岗位。各地通过精心培育、认定推广、技能提升和典型示范,打造了一系列具有地方特色的劳务品牌,让劳务品牌成为质量、信誉与技能的象征,引领广大劳动者凭一技之长实现高质量充分就业,点亮职业梦想。

如同优质产品在市场上竞争力强大一样,社会认可度高的劳务品牌也能在劳务市场上赢得先机。当前,劳务市场竞争日趋激烈,各地应针对劳动力市场需求变化,着力提高劳动者技能素质。好的劳务品牌就是一张亮眼的就业“金名片”,通过加快劳务品牌发展提升扩大劳务就业规模亦是重要的民生工程。在广

西,“柳州螺蛳粉师傅”通过打造劳务品牌,不断发展壮大产业规模,全产业链创造就业岗位超30万个,吸纳5.4万名脱贫群众务工就业。

建设劳务品牌关联就业市场,关乎民生福祉。更好实现促就业与惠民生的“双向奔赴”,需要在提质量、挖潜力上下功夫。一方面,应分类型发掘劳务品牌,特别是对有一定基础但技能特点不突出、分布较为零散的劳务产品进行引导,逐步形成劳务品牌;另一方面,应分领域培育劳务品牌,既面向民生需求,又聚焦新产业、新业态,挖掘细分行业工种的用工需求,精准对接人民群众美好生活需要。

当前,我国经济社会高质量

发展,人民生活水平提升,为劳务品牌的培育、发展、壮大提供了良好环境。各地应加快推进劳务品牌发展壮大,健全政府、市场、社会多方参与的建设机制,强化标准规范与技能提升,挖掘先进制造业、现代服务业等市场需求,培育一批劳务品牌龙头企业,建设一批行业性、区域性联盟,带动劳务品牌集群式发展。

实践证明,建设劳务品牌关乎民生福祉,是千方百计增加群众收入、促进全体人民共同富裕的有力举措。各地应该针对劳动力市场需求变化,培养出高质量的劳务品牌,让劳务品牌更具“含金量”,让更多技能人才茁壮成长,进而促进高质量发展。

■每日图评

为新就业形态劳动者送上“安全关怀”很有必要

为提升新就业形态劳动者的交通安全意识和防护能力,11月18日上午,山东省济宁市汶上县总工会联合县公安局交警大队在汶水惠工工会驿站举办“守规出行护平安 工会暖‘新’伴你行”——新就业形态劳动者道路交通安全知识宣传暨有奖答题活动,为平日里奔波不息的外卖骑手们送去了一份特别的“安全关怀”。(11月24日《山东工人报》)

近年来,外卖配送员、快递员等新就业形态劳动者数量不断增加,如何切实保障这部分群体的出行安全?首先要提升他们的文明安全出行意识,使其自觉遵守交通法规,从源头上预防和减少道路交通事故发生。汶上县总工会联合县公安局交警大队为新就业形态劳动者举办交通安全知识宣传暨有奖答题活动,可以说

是对他们特别的“安全关怀”,值得点赞。

这份特别的“安全关怀”,在于有针对性地为骑手们集中宣传交通安全知识。现实中,一些外卖配送员和快递员有时为了赶时间,会忽视交通安全。举办有奖答题活动,结合典型案例和警示视频,让安全宣传从“单向说教”变为“双向互动”,提升了学习的积极性和趣味性,使安全知识更易被接受和牢记在心,可谓是宣传方式方法上的一种创新。

笔者以为,为新就业形态劳动者送上“安全关怀”很有必要。举办有奖答题活动,不仅是一次交通安全知识的宣传普及,也是社会关爱新就业形态劳动者的生动实践,它有助于筑牢外卖配送员、快递员奔波路上的安



全意识,让安全成为快递行业高质量发展的底色。愿这种特别的“安全关怀”,让每一位新就业形

态劳动者都能在安全的护航下稳步前行。

□周家和

■世象漫说



无障碍设施不能成了“障碍”

随着经济发展和社会进步,我国无障碍设施建设取得了一定成绩,很多城市开展了无障碍环境专项提升行动。无障碍设施本是为了方便残疾人、老年人等行动不便或有视力障碍者,然而近期许多读者、网友反映,一些公共场所无障碍设施缺失或被占用,还有一些设施不好用、不能用,导致行动不便者出行受阻。(11月24日《人民日报》)

□邵怡明

■有感而发

人人都要拧紧“消防安全阀”

为进一步增强全员消防安全意识,普及消防知识,提升应急能力,在消防宣传月期间,济南方大重弹积极开展了一场别开生面的线上答题活动。此次活动以“全民消防、生命至上——安全用火用电”为主题,通过灵活便捷的形式,将消防安全知识传递到每一位员工心中。(11月26日《济南日报》)

消防安全事关各行各业、千家万户,需要人人拧紧“消防安全阀”。每个人都要增强消防安全意识,主动学习和掌握消防安全知识,提高火灾应对方法和自救互救能力。从家庭开始,要注意用火、用电和用气安全,严格遵守消防法律法规,摒弃消防安全陋习,履行自我管理责任。特别是各行各业的领导者、管理者,更要树立安全生产“红线意识”“底线思维”,组织和督促全员参与消防,及时排查和清除隐患,有效遏制事故发生。

各有关部门、企事业单位应当严格执行消防法律法规,贯彻“预防为主、防消结合”的消防

工作方针,依法履行消防宣传责任,落实各项消防安全措施。比如,通过开展进企业、进农村、进社区、进学校、进家庭活动,切实将消防知识直接送到群众身边;通过开展消防安全培训、消防疏散演练、消防体验等活动,营造浓厚的消防宣传氛围;通过开展针对性宣传提示和典型火灾警示教育,曝光重大火灾隐患和消防违法行为,倒逼火灾隐患及时整改。

火灾无情,人命关天。消防安全关系社会发展成果,关系人民群众生命财产安全。各地要坚持统筹发展和安全,积极推动公共安全治理模式向事前预防转型,不断完善覆盖城乡的消防应急救援体系,提升公民消防安全素质,形成社会化消防工作格局。消防安全是全社会共同的责任。只有人人拧紧“消防安全阀”,人人参与、人人尽责,群防群治、群策群力,为平安中国构建起消防安全共同体,才能真正筑牢防控火灾的坚固防线。

□付彪

■长话短说

“暖心工坊”暖人心房

“段师傅,您瞧瞧这烧水壶有救不?上街问了问,维修费都快够买个新的了。”11月22日,河南永煤公司丰阳煤矿职工家电维修工作室刚“开张”,就收到了一位职工的求助。为破解职工生活难题,前段时间,该矿在原有“一站式”服务基础上,创新打造集维修、咨询、便民于一体的新型服务阵地,让职工生活琐事“不出矿门”就能轻松解决。(11月26日《河南工人日报》)

走进维修工作室,整齐排列的专业工具墙、分类清晰的配件柜格外醒目。通过内部招聘选拔出的8名青年志愿者,身着志愿服,正专注地为职工检测故障家电。这个藏在矿区里的“暖心工坊”,不仅是解决职工生活难题的“服务站”,更是凝聚人心的“连心桥”,让“以矿为家”的归属感在每一次维修服务中悄然升温。

居家过日子,少不了家用电器等生活用品的“小修小补”。丰阳煤矿打造的“暖心工坊”,很好地满足了职工需求。首先,“暖心工坊”给职工家电维修提供了极大便利,职工“不出矿门”就能轻松解决。其次,家电维修不用花钱,“暖心工坊”为职工节省了经济成本。更难得的是,“暖心工坊”还给每台维修家电建立专属档案,记录故障类型、维修方案及耗材使用情况,定期补充常用配件,确保“有备无患”。如此贴心服务,怎不令人拍手称好。

“暖心工坊”帮助职工解决生活难题的同时,极大提升了职工的归属感和幸福感。关心职工就应该从“小修小补”之类的实事和好事做起。希望“暖心工坊”进一步拓展服务内涵、增加服务项目,更好地满足职工需求,将更多温暖送到职工心坎。

□方醒