

用技能提升劳务价值,培育“渝字号”劳务品牌,留住240万打工者

重庆劳务经济年创效益1700亿元

本报记者 李国

2月13日,重庆忠县拔山镇铭奥家具厂里,“橘城藤匠”李世军正专注指导工人藤编。李世军是拔山镇石联社区四组居民,两年前,他随一家有藤编特色的劳动密集型企业落户忠县。

“这里有我的家和根。”在沿海务工28年后,李世军如愿在家门口实现了就业。

近年来,重庆务工群体放开了外出的脚步,越来越多的人表示不想出去了,外出务工就业人数从369万人降至280.2万人。留住他们的是“渝字号”劳务品牌,通过学技能提升劳务价值,劳务经济为当地产业注入发展动能。截至目前,重庆市已培育劳务品牌126个,从业规模达到240万人,年均经济效益约1700亿元。

用技艺提高劳务“附加值”

在前不久人社部举办的“中国创翼”创业创新大赛中,重庆“大足雕客”劳务品牌摘得“创翼之星”奖,成为全国知名劳务品牌。

17岁自学雕刻,46岁成为石雕老师,重庆大足区的姜云海也不知道自己有多少学徒、学生已成长为“大足雕客”。凭借高超的技艺,姜云海等“大足雕客”已获得国家级个人奖项56项、省部级奖项283项,拥有知识产权160余项。

过去,他用一把刻刀雕刻世间百态。如今,他手中的这门传统技艺嵌入劳务经济链条,获得了更好服务社会、产生经济效益的机会。

“大足石雕匠人的培养一般是家传式或

阅读提示

近年来,重庆擦亮“渝字号”劳务品牌,用技艺提高劳务“附加值”,以劳务带动产业发展。越来越多的“打工人”不用再外出务工,而是留在“家门口”成为产业生力军。

学徒制,但这种传统方式无法满足石雕匠人培育和行业升级发展的需求。”大足区人力资源和社会保障局局长蒋仕惠介绍说,从2011年开始,大足职教中心设置石雕刻专业,培养专门人才。

结合市场和农村劳动力转移就业需求,重庆大足区立足非遗文化资源,深挖传统雕刻工艺,探索形成“统一招募、组织培育、抱团创业、集中输出”的模式,走出了劳务品牌促就业增收的新路子。目前,“大足雕客”遍布全国10余个省市及全球9个国家和地区,从业从业人员达11万余人,年创收200亿元。

在市场和就业间架一道桥梁

“云阳面工”,是另一个以劳务经济带动当地产业发展的典型范例。

改革开放初期,云阳人走出大山,背着面机外出开面坊成为务工潮流。抓住市场机遇,云阳注册“云阳面工”劳务品牌,创建返乡创业园。目前,“云阳面工”群体达到20万人,带动重庆本地就业15万人以上。在该劳务品牌的带动下,云阳面业加工年产值超600亿元,劳务收入近200亿元。

第五届“中国创翼”创业创新大赛重庆市

选拔赛(劳务品牌专项赛)评委、国家级创业导师黄海认为,“渝字号”劳务品牌在市场需求和促进就业之间架起了一道桥梁,除了就业红利,也带来了市场机遇。

被誉为“古苗文化活化石”的酉阳苗绣,是第六批重庆市非物质文化遗产项目,也是最具民族特色的“渝字号”劳务品牌之一。一幅刺绣作品就是一张人文风景,就是酉阳民俗文化的纪录片。

近年来,在酉阳县委、县政府的大力支持下,精美的苗绣开始走向全世界。目前,该劳务品牌已实现年订单数近5.7万余笔,工坊收入达860余万元。

为推动劳务经济的发展,重庆市人社局拿出“真金白银”。他们积极开发与劳务品牌有关的特色工种培训,按规定给予最高5000元的培训补贴;将重点群体作为劳务品牌优先输出就业服务对象,按规定给予社保补贴;每年开展市级特色劳务品牌认定工作,按50万元/个/年的标准给予奖补,最多奖补3年等。

如今,李世军已有徒弟几十人,受他指点的更是成百上千。乡亲们只要肯学,不论年龄大小,他都教,教会了就留在家乡挣钱。李世军和乡亲们也算是真正扎根故土,再不用

外出“漂泊”。

让更多劳务品牌拔节育穗

重庆酉阳苗绣传承人陈国桃告诉记者这样一件事。一天,她见一位务工的大姐肩扛两包水泥,便上前询问:“您怎么做这么重的活儿?”大姐回答:“我们会的少,只有干苦力。”陈国桃紧接着问:“那您会绣花吗?”大姐说:“我可以学!”

大姐的话在陈国桃心中泛起涟漪,既然她想学,那我就带上她吧。乡里人致富了,乡村不就振兴了!2017年,陈国桃以花田乡列入重庆市乡村振兴重点乡镇为契机,把苗绣非遗工坊搬进了花田乡何家岩村,让过去只能“干苦力”的村民干起了“细活”,开启了酉阳绣娘们的“奋斗新征程”。

一直以来,重庆都是劳务输出的重点地区。数据显示,重庆常年流动务工的农村劳动力保持在800万人以上。针对这一情况,重庆瞄准劳务经济,打造劳务品牌助力就业增收,带动产业发展。在政策支持下,一批又一批外出务工者回来了,留下了。

“要促进劳务品牌可持续发展,可考虑支持各区县成立标杆性的劳务品牌龙头企业,建立职业化薪酬、福利、培训等制度标准,提高劳务从业者的安全感和认同感。”重庆市综合经济研究院曲燕研究员说,下一步,“渝字号”劳务品牌需在“专业化”和“职业化”下功夫,推动全市劳务品牌迈向价值链中高端。让更多劳务品牌拔节育穗,推动乡村振兴,迈向共同富裕。



脐橙飘香采销忙

2月15日,秭归县归州镇香溪村村民将刚收获的红肉脐橙进行装车(无人机照片)。

近日,三峡库区湖北省宜昌市秭归县的5万多亩红肉脐橙丰收上市。红肉脐橙于早春时节成熟上市,与传统冬季成熟的脐橙实现错峰销售,成为当地果农增收的重要渠道。

新华社发(郑家裕摄)

今年春运全社会人员流动量超47亿人次

营业性客运量恢复至2019年同期的53.5%

本报北京2月16日电(记者北梦原 刘静)2023年春运于15日落下帷幕。记者今天从交通运输部、国铁集团获悉,根据初步汇总测算,2023年春运40天,全社会人员流动量约47.33亿人次。其中,营业性客运量约15.95亿人次,比2022年同期增长50.5%,恢复至2019年同期的53.5%。

今年春运,铁路、公路、水路、民航分别发送旅客3.48亿、11.69亿、2245.2万和5521.4万人次,分别比2022年同期增长37.5%、55.8%、37.1%和38.7%,分别恢复至2019年同期的85.5%、47.5%、55.1%和75.8%。全国高速公路小客车流量累计11.84亿辆次,载客流量约为31.38亿人次,比2022年同期增长18.6%,比2019年同期增长17.2%。

据介绍,今年春运,客运方面呈现出以下特点:一是高速公路小客车流量创历史新高。公众选择自驾出行意愿显著增强,春节假期7座以下小客车高速公路免费通行政策继续实行,春运期间自驾出行人数创历年最高,1月27日(正月初六)高速公路小客车流量达6029.1万辆次,为历史峰值。

二是营业性客流量大幅回升。人民群众累积的返乡过年、探亲访友、旅游度假、商务旅行等出行需求集中释放,带动客流迅速攀升,全社会人员流动量、营业性客运量均达到2020年春运以来的新高。

交通运输部表示,总的来看,2023年春运运力供给充足,运输组织有序,安全形势稳定,防控措施落实到位,服务保障有力,实现了“人民群众平安健康便捷舒暢出行、重点物资运输畅通有序”的目标。

国铁集团运输部相关负责人表示,铁路部门圆满完成了各项春运任务,实现了“平安春运、有序春运、温馨春运,让旅客体验更美好”的春运目标。

推进质量强国建设有了纲领性文件

《质量强国建设纲要》提出8方面重点任务

本报北京2月16日电(记者蒋蕊)近日,党中央、国务院印发了《质量强国建设纲要》(以下简称《纲要》)。2月16日,在国新办举行的新闻发布会上,国家市场监督管理总局副局长、国家标准化管理委员会主任田世宏表示,《纲要》是首个由党中央、国务院印发的中长期质量纲领性文件,确立了新时期质量工作的全新方位,为统筹推进质量强国建设提供了行动指南,注入了强大动力。

据介绍,《纲要》提出了2025年和2035年两阶段发展目标。到2025年,以定性定量相结合的方式,从6个方面对实现质量整体水平进一步提升,中国品牌影响力稳步提升,人民群众获得感、满意度明显增强,质量推动经济社会发展作用更加突出,质量强国建设取得阶段性成效等目标进行了细化。展望2035年,《纲要》设定的目标是,质量强国建设基础更加牢固,先进质量文化蔚然成风,质量和品牌综合实力达到更高水平。

《纲要》还提出了8个方面重点任务,包括推动经济质量效益型发展,增强产业质量竞争力,加快产品质量提档升级,提升建设工程品质,增加优质服务供给,增强企业质量和品牌发展能力,构建高质量基础设施和推进质量治理现代化。田世宏指出,围绕上述重点领域、关键环节,《纲要》同步部署了区域质量、产品质量、工程质量、服务品质、品牌建设、质量基础设施、质量安全7项重大工程等。

多地开通数字人民币缴纳税费渠道

可大幅节约纳税人缴费人资金和时间成本

本报讯(记者周祚)记者从国家税务总局获悉,聚焦纳税人缴费人“急难愁盼”事项,税务部门近日开展“便民办税春风行动”,首批推出17条便民办税举措。其中,数字人民币缴纳税费引起了纳税人缴费人的广泛关注。

在广东,税务部门及时推出数字人民币缴税服务,纳税人可自主发起使用数字人民币缴税或者扣款,实现了办税大厅、银行“零上门”。“今年数字人民币使用已经扩大到广东全省,企业只需开立数字人民币对公钱包,通过电子税务局线上签订三方协议,就可使用对公钱包缴税,大幅降低了我们的资金和时间成本。”广东省肇庆市德庆县某食品厂董事长梁碧华说。

“作为税费支付的新方式,数字人民币具有支付即结算、可控匿名、依法可溯等特征和优势,可离线支付、即时到账,能够大幅节约纳税人缴费人资金成本和时间成本。”国家税务总局广东省税务局收入规划核算处负责人杨万霞介绍说。

在宁波市北仑区,不少企业也感受到了数字人民币缴纳税费的便利。在位于北仑区的一家大型设备制造型企业,财务负责人夏小瑜使用建设银行数字人民币对公钱包成功缴纳了一笔2600万元的企业所得税。“款项直缴北仑区国库,目前我们公司已通过数字人民币缴纳税费累计50多笔,金额达8000万元。”

国家税务总局宁波市税务局收入规划核算处处长杨军辉表示,“数字人民币+税务”多场景应用,丰富了多元化支付方式,为纳税人、缴费人缴纳税费提供更多便利。“目前该项业务在宁波市已有了较好的开展,北仑区、高新区、余姚市在增值税、个人所得税、土地出让金等业务上已产生了较大金额,宁波市层面总金额达20亿元以上。”



国家发改委发文推进废旧设备规范回收利用

本报讯(记者于灵歌)近期,随着稳经济一揽子政策和接续政策落地见效,政策性开发性金融工具已签约投放的项目(以下简称“基金项目”)和扩大制造业中长期贷款、设备更新改造专项再贷款财政贴息已签约投放的项目(以下简称“贷款项目”)陆续开工建设,重点设备加速迭代升级,废旧设备加快退役淘汰。日前,国家发改委发布《关于做好推进有效投资重要项目中废旧设备规范回收利用

工作的通知》,部署加快构建废弃物循环利用体系,推动废旧设备资源物尽其用,做好基金和贷款项目中废旧设备回收利用工作。

通知要求,各地要对照项目清单,全面摸排退役淘汰废旧设备的基金和贷款项目情况,建立相关基金和贷款项目中废旧设备规范回收利用工作台账,指导相关项目单位在推进项目实施时统筹考虑废旧设备回收利用工作,及时跟踪调度辖域内相关项目退

役淘汰的废旧设备的种类、数量、去向等基础信息。

通知要求,着力解决相关项目废旧设备回收利用工作中的信息不对称、对接不畅通等问题,做实做细资源循环利用企业与相关项目业主单位的供需对接工作。鼓励资源循环利用重点企业发展废旧产品设备回收、运输、拆解,利用一体化业务模式,减少中间环节,降低交易成本。

新冠保险理赔难,汽车消费猫腻多……

一些维权“老大难”问题让消费者很苦恼

本报记者 杨召奎

报告显示,新冠保险存在的问题主要有:一是宣传容易理赔难,一些保险公司为吸引消费者投保,宣称核酸检测阳性即可赔付,消费者实际感染后又设置苛刻条件,如要求提供CT检测报告和医生确诊通知书等才能理赔。二是为拒赔玩“文字游戏”。部分保险公司以消费者确诊的是“新冠病毒感染”而非“新冠肺炎”为由不予赔付。三是逃避赔付责任。有些保险公司通过下架相关保险产品、保险理赔员失联、客服电话不通等方式故意逃避赔付责任。

新冠保险理赔难

疫情发生后,国内不少保险公司推出新冠隔离和感染相关保险,并在网络平台上售卖,成为网络保险领域的网红产品。但有不少消费者反映,随着感染人数的激增,在理赔时遭遇各种“高门槛”。在黑猫投诉平台,有关新冠保险理赔的投诉达千余条,涉及众惠相互、泰康保险、平安保险等多家保险公司。

汽车消费藏猫腻

报告显示,有关汽车投诉的主要问题有:一是用维修过的瑕疵车冒充新车销售。部分汽车销售企业在销售车辆时,将维修过的瑕疵车以新车名义销售,被消费者发现后,经营者又以符合《乘用车新车售前检查服务指引(试行)》规定,维修金额低无需告知消费者为由,拒绝承担责任。二是以格式条款侵害消费者权益,如在格式条款中对车辆交付时间模糊处理,收取消费者购车款后迟迟不交车;又如线上售车

单方面设置格式条款,指定发生纠纷应向经营者所在地法院或仲裁机构提起诉讼或申请仲裁,限制消费者自主选择争议解决机构的权利,加重消费者异地维权成本。

三是二手车交易透明度低。如二手车中介故意隐瞒车辆真实行驶里程、维修记录、事故记录等信息,或未尽到核查义务,消费者权益受损等。

网络购物新老问题交织

去年,网络购物领域呈现出新老问题交织形势,主要表现为:一是定价规则诱导。例如,一些电商平台推出了保价服务,但当消费者发现商品降价后,平台却以各种理由拒绝保价,相关投诉不断增多,涉及京东、唯品会等平台。二是“小程序”购物售后无保障。一些不良商家利用小程序监管力度弱等漏洞,通过无第三方支付资金托管销售模式或诱导私信交易进行经营,发生纠纷后失联。

此外,近年来,京东、天猫等电商平台推出了平台特卖店。然而,当发生纠纷后,

一些平台又以平台特卖店为电商平台内嵌入的小平台,问题店铺为小平台内的商家为由逃避自身责任。

在线会员服务乱象频现

报告显示,在线会员服务投诉量不断增多,该领域问题主要有:一是智能电视平台“套娃式”收费引发消费者不满。由于智能电视系统内各模块资源相互独立,消费者连续充值却仍无法观看全部视频内容。

二是视频平台会员服务体验不佳。视频平台限制原会员用户手机投屏功能,消费者支付的费用越来越高,但体验却大打折扣。

三是婚恋平台会员服务存乱象。有的对会员信息审核把关不严,甚至提供“婚托”虚构交友、结婚需求欺骗消费者。此外,在黑猫投诉平台,有关世纪佳缘虚假推销、诱导消费的投诉较多。

四是网络会员服务默认自动续费。先诱导消费者免费使用,到期后未向消费者充分告知或有效提醒自动续费。