



▲酉阳花田乡何家岩村,妇女在非遗工坊缝制苗绣瑶绣精品。
通讯员 邱洪斌 摄/视觉重庆

▶位于云阳县人和工业园区的云阳面生产车间。
记者 崔力 摄/视觉重庆

金名片! 看重庆劳务品牌如何撬动就业



市场供应,而云阳从1958年开始生产面机,对做面流程非常熟悉,于是云阳人背着面机外出开面坊成为热潮。

不过,劳务品牌要真正走入市场,党委政府的科学主导和因势利导非常关键。据了解,为保证品牌美誉度和竞争力,云阳抢先注册了“云阳面工”劳务品牌,创建了返乡创业园。2017年,云阳县新增云阳面工特色职业培训,帮助从业者将劳动技能变成看家本领,并将云阳面条产业纳入重点产业发展,给予政策和资金支持。同年,重庆市也将云阳面工纳入职业培训特色工种。

在政策利好支持下,大批外出者返乡创业。冯小艳是第一批吃螃蟹的返乡创业者,她开办的小作坊已扩大为3条生产线,年产量达2万吨,产值高达1.2亿元,还拓展出挂面、速食重庆小面等产品。目前,云阳人开设的面坊已覆盖全国300多个大中城市,超过17万户门面,户年均产值超过了60万元。云阳面工群体达到20万人,带动周边区县就业15万人以上,在该劳务品牌带动下,云阳面业加工年产值超600亿元,劳务收入近200亿元。

“云阳面工”的发展历程,从侧面反映出劳务品牌诞生的过程,即分为发现、培育和提升3个阶段。”安小凤说,劳务品牌诞生于市场竞争,经

过了市场筛选,并按照市场要求规范、维护品牌,再经过当地扶持,最终才能打造出特色化、差异化的名牌。云阳面工的成功,就是政府扶持+市场运作的结果。

劳务品牌有三个特色

从云阳面工的例子可以看出,突出特色是品牌的共性。专家们认为,劳务品牌作为无形资产,要突出地域、行业和技能3个特点,它们或有历史传承、文化积淀、或有产业基础、时代印记。

“特色为劳务品牌注入内涵,提升竞争力。越有特色的劳务品牌,越能赋予就业者更多优势。”安小凤说,品牌有特色,就有生命力,带动性也就更强,还能避免同质化过高、竞争力不足。在全国范围内,有不少知名的劳务品牌。有的立足当地资源、挖掘当地传统工艺,如江苏“扬州三把刀”;有的结合市场需求和农村劳动力转移就业需求,如陕西“紫阳修脚师”;有的依托能人返乡创业带动当地产业项目发展,如吉林“辽源织袜工”;还有的依托劳务中介等市场机构打出名气,如山东“乐陵港务工人”。

黄海认为,重庆劳务品牌特色之一是地域特色鲜明,彰显了重庆人吃苦耐劳、勤奋踏实的气质禀赋。目前重庆的劳务品牌主要集中于“两

群”地区,大城市、大农村、大山区、大库区的独特地域风貌培育了一代代能吃苦、勤干活的重庆人,也诞生了极富地域特色的劳务品牌。除了云阳面工,还有重庆小面厨师、大足雕客、酉州苗绣、垫江豆匠等,这些品牌不仅是“就业名片”,还是城市特质的“名片”。

例如,酉州苗绣起源于古代濮人,形成于春秋战国时期,不仅彰显了苗族文化,也带动了当地数千人走上致富之路。

特色之二是行业优势突出。重庆具有悠久的制造业传统,是制造业大市,不少劳务品牌和制造业紧密相连,既强化了自身的“长板”,也在反哺重庆制造业,为其提供更多人才和相关服务。

如合川清平玻璃厂已传承百年,手工制作的玻璃制品多用于高端制造,为茅台等企业生产高端酒具,如今已拓展出日用玻璃产业,合川清平镇也因此成为“中国日用玻璃产业基地”。截至2020年6月,清平有日用玻璃及配套企业46家,产品涵盖九大系列2000余个品种,年产各类玻璃制品约50万吨,带动了大量就业。

长安汽修工作为依托于重庆汽车制造业尤其是长安汽车品牌建立起来的劳务品牌,是汽车产业后端市场的延伸,展现了重庆作为制造业大市、工业老区的内涵。长安汽修厂开办或参与的汽车修理店从重庆走向全国,成为展现重庆制造业实力的窗口、带动就业的“引擎”。

特色之三是技能覆盖面广,做到了“高中低”结合,在就业市场上与时俱进。重庆的劳务品牌目前主要集中在服务、餐饮和家政,也不乏现代服务、文化艺术方面的品牌,同时,随着重庆大数据智能化产业的发展,一些特色的新兴产业劳务品牌也不断涌现。

例如,主城区重点聚焦电子信息、汽车、装备制造、生物医药、新材料等,打造中高端技能型劳务品牌。其中,永川数据工(重庆云谷数据工程)是全国典型工业经济劳务品牌,已形成了特有的人才培养模式和评价体系标准。2020年,永川大数据产业园的1.7万名永川数据工带动产值282亿元,五年内,永川数据工人数将达20万人。

打造“劳务+”升级版

打造劳务品牌“升级版”,是劳务品牌成长的必然。

去年底,市人社局、市发改委等19个部门联合印发劳务品牌建设任务分工方案,实施劳务品牌发现培育、发展提升、壮大升级三大行动,提出要打造10个左右在全国有影响力、知名度高的劳务品牌,60个左右市级特色劳务品牌。每个

区县和市级乡村振兴重点帮扶乡镇至少培育打造1个市级特色劳务品牌。

黄海认为,劳务输出如今已不是数量、价格的竞争,而是质量、品牌的竞争。走品牌化、特色化道路,劳务品牌就不能再“野蛮生长”,而是要科学谋划,做好“劳务+”,从覆盖人群广、技术要求不高逐渐向集群化、精细化、高技术化转变。

黄海建议,要实现劳务品牌建设目标,需要做到“三个并重”——

政府引导与市场主导并重。政府要对劳务品牌进行有序引导,建立起打造培育、标准制定、人才输入输出、评价“四位一体”的体系;市场要以龙头企业串联起上下游关键企业,以“公益+商业”的形式对劳务品牌进行培育。

劳务输出与产业开发并重。开发劳务品牌就是为了服务产业,没有产业,技能就没有了用武之地。要注重相关产业的培育,为劳务品牌的持久发展打下基础。

塔基型劳务与师型人才并重。劳务品牌大有大的作为,小有小的作为,餐饮业、服务业、护理等劳务品牌门槛低,但可以带动更多塔基人员就业;技能人才需要传帮带,但有些工艺大师不擅长管理,需要与职业教育等相结合,建立健全培养体系,促使从业人员不断成长流动。

安小凤表示,目前劳务品牌更多解决的是农民工和城市低技能人员等群体的就业,而依托劳务品牌、参与创新创业的大学生群体也在逐渐增多,虽然比例不高,但为重庆劳务品牌彰显特色、迈向高端提供了助力。

他提出了3条建议:一是梳理现有政策,使之更适应市场。例如有些工种和级别的认定需要脱产连续学习,对已工作人群不够现实。建议改为学分制,这样就可以为品牌提供更多的中高端人才。二是做好品牌跟踪。在劳务品牌成功孵化之后,政府还要持续关注、跟踪,提供相应的服务和保障,包括人员筛选、培训、考核等,保障劳务品牌的可持续性。三是确立品牌标准。劳务品牌不像工业产品那么精准,很多标准只具有指导性而没有强制性,定义比较模糊,需要进一步明确标准、彰显特色。



牢记嘱托 踔厉奋发 高质量党建引领重庆银行业保险业高质量发展

党建引领新征程 长风破浪再远航

中国太保寿险重庆分公司以高质量党建引领高质量发展

扎根重庆大地三十载,服务山城百姓志不渝。作为重庆最早设立的保险企业之一,中国太保寿险重庆分公司在重庆银保监局的指导下,以高质量党建引领高质量发展,大力探索党建与经营管理的深度融合,积极推动转型发展,为重庆社会发展贡献“太保力量”,彰显国有保险企业的使命和担当。

坚持党建引领 筑牢红色根基

作为国有保险企业,中国太保寿险重庆分公司始终坚持党的引领,从政治上、组织上不断强化和改进党的建设,提高把方向、管大局、促落实的能力和定力,把党的领导融入公司经营管理的各个环节。在党建工作中,公司坚持党建工作与业务工作同研究、同部署、同督导,明确党建工作重点、落实党建主体责任,并与基层党委、党支部签订《党建目标责任书》,从思想政治、党风廉政、干部人才、组织建设、企业文化、群团组织六个方面确定了责任内容和“第一责任人”。

公司把学习教育作为党建工作的重要抓手,通过邀请党史教育专家开展现场党史教育、观看红色歌剧《江姐》、参观红岩革命纪念馆等形式,引领党员干部从百年党史中汲取智慧和力量,发扬红色传统,传承红色基因,筑牢红色根基,鼓足迈进新征程、奋进新时代的精气神。同时,公司坚持“党的一切工作到支部”的鲜明导向,推进基层党建理念创新、机制创新、手段创新,下大力气把基层党组织打造成为让党放心、让群众满意的战斗堡垒。2021年,下辖万州中心支公司党委、合川中心支公司党支部被上级党委授予“先进基层党组织”荣誉称号,涪陵中支公司党支部、营运条线党支部党建实例分别被上级党委授予“百强基层党组织”称号。

同时,公司党委还进行营销员党建创新实践,进一步发挥营销员党员在业务发展、团队建设中的先锋模范作用。公司党委选定4家四级机构作为营销员党建试点机构,从营销员党员中优选“真我”合规专员先锋,成立先锋先锋队,鼓励营销员党员积极发挥先锋模范作用,带头出勤、带头展业,冲在转型发展最前沿。

坚持保险姓“保” 全力服务于民

中国太保寿险重庆分公司坚持保



险姓“保”,以客户需求为导向,主动进行保险供给结构优化,创新保险智慧服务,全力为广大人民群众提供多样化的保险保障服务。

公司大力推动长期保障产品,依托“太保蓝本”健康管理体系、“太保家园”养老社区、“白泽计划”细胞冻存等服务平台,将保险产品与健康、养老需求深度融合,进一步扩展和丰富保险服务的内涵和外延,为客户提供基于全生命周期的风险保障解决方案。2021年,公司为13.4万名客户承保长期保障保险,同比增长23%,且与客户黏度不断增强,老客户加保同比增长79%。

公司着力打造“责任、智慧、温度”的太保服务,积极推动新技术应用,神行太保、官方APP、官方微信公众号、云柜面、太e赔、“灵犀”机器人等多个移动科技平台已经全面应用于保险服

务,极大地提升了客户体验。2021年,公司保全作业智能率96.2%,自助理赔应用率96.96%,理赔申请支付时效仅1.17天,服务效率持续提升,而越级投诉量、亿元保费投诉量、万张保单投诉量、万人次投诉量等主要指标均优于主要同业。支付赔款3.77亿元、同比增加13.54%,理赔客户3.78万人、同比增加7.73%,充分发挥了商业保险的补偿功能。

服务国家战略 体现担当作为

作为国有保险企业,中国太保寿险重庆分公司始终把自身发展融入国家发展大局,积极推进乡村振兴、参与多层次社会保障体系构建,服务社会民生保障领域,在落实国家战略中体现担当和作为。

公司大力推进乡村振兴战略,作

为公司员工深入社区开展便民服务

为重庆市级乡村振兴帮扶集团成员单位,选派熟悉乡村工作、政治过硬、能力过关的骨干员工分别远赴万州区、秀山县任驻村第一书记,全职开展乡村振兴工作。2021年,公司向对口帮扶的秀山县涌洞镇捐款30万元用于乡村振兴示范镇建设。同时,大量采购农副产品,帮助农民增收创收,在秀山县投入消费帮扶资金超过50万元。公司还积极向市级乡村振兴帮扶集团驻秀山县全体帮扶队员捐赠专项保险,为奋战在一线的乡村振兴工作者提供保险保障。

围绕成渝地区双城经济圈建设,中国太保寿险重庆分公司积极向中国太保集团推荐优质项目,争取政策资源。2021年,中国太保集团新增在渝投资10.8亿元,累计投资达到235.64亿元。同时,公司以民生保障业务为支点,为成渝地区双城圈内企业

和员工提供风险保障。璧山区是成渝地区双城经济圈建设的重要区域,正在加快传统产业转型升级,其中电子智能制造是转型升级的重要产业集群。中国太保寿险重庆分公司聚焦提升璧山区电子智造企业员工福利保障水平,已承保20家电子智造企业员工福利业务,为企业吸引员工安居乐业提供支持。公司还加强与系统内四川分公司在客户服务方面的联动协作,通过理赔异地协查、保全异地办理、业务联动等形式,积极为对方在本辖区内的客户提供更加方便、快捷的保险保障服务。

公司积极服务于民生保障领域,为构建多层次社会保障体系贡献力量。为贯彻落实党中央、国务院关于规范发展第三支柱养老保险的重要部署,积极满足人民群众多样化养老保障需求,中国银保监会于去年开展专属商业养老保险试点,并将重庆作为试点城市。作为参与试点的保险公司,中国太保寿险重庆分公司积极推进专属商业养老保险推广,广泛开展市场调研,牵头召开快递员群体专属养老保险研讨会,重点在以灵活就业

人员为主的快递行业进行推动。公司推出的“易生福”专属商业养老保险投保简便、交费灵活、收益稳健,并于去年9月16日开出首单。截至目前,已有172人投保该保险,对专属商业养老保险全面推动起到很好的示范效应。

同时,公司还积极承办重庆市人力资源和社会保障局主导的工伤认定辅助调查服务试点项目,并免费提供工伤辅助调查系统。公司充分利用大数据平台、专业人员和设备等优势,组建机动调查组,按照工伤事故发生地就近参与工伤认定辅助调查,保证工伤调查及时性、准确性、真实性,帮助全市工伤申报认定驶入智慧“快车道”,进一步助力社会保障工作转型升级。截至目前,公司完成调查案件1099件,市内案件1个工作日内完成调查,市外案件3个工作日内完成调查,得到了市、区两级人力资源和社会保障部门高度评价。

今年是中国太保寿险重庆分公司成立30周年,也是落实“长航”战略转型的关键之年。在重庆银保监局的坚强领导下,中国太保寿险重庆分公司将继续坚持党建引领不动摇,牢牢把握高质量发展主线,以“稳价值、优服务、提效能、强赋能、守底线”为基调,乘“长航”转型之风,开启高质量发展的新航程。
文/图 项德林



客户在体验公司提供的健康管理服务