

今日视点

就业扶贫，云县这样做

背景

劳务经纪人入户介绍工作、外出务工选企择岗专车接送、家门口扶贫车间当起上班族、特殊困难群体安排公益性岗位托底安置……自打响脱贫攻坚战以来，作为临沧市人口大县，云县面对贫困人口体量大、程度深、就业任务重的现状，立足劳动力资源优势，坚持“县外抓劳务输出，县内抓企业吸纳，全程抓就业服务”，按照“组织引导有序外出、积极鼓励就近转移”的工作思路，大力实施农村劳动力转移就业工程。

话题

围绕“有条件的贫困家庭的劳动力至少转移输出1人”的目标，云县建立了“政府指导、政策引导、市场运作、管理规范、转移有序”的精准对接机制，通过“找”企业组织劳务输出、“设”岗位安排就近就地就业等方式帮助贫困人口充分就业。2018年，云县成为全省首批、全市首个脱贫摘帽县，其就业扶贫的有益探索为各地如期决战决胜脱贫攻坚提供了宝贵经验。



本报主编 张维麟画

政府搭桥

就近就业不用愁

2020年的春节年夜饭，程静不断地给家人加菜添饭，这个从不乱花钱的23岁女孩显得格外开心，因为她通过努力过上了自己想要的日子。

程静家是后篱乡上台村建档立卡贫困户，2015年6月，因母亲生病，参加完高考的她放弃了继续求学的机会，选择留在云县打工的同时照料母亲。“高考完第二天我就进入了云祥汽车综合服务有限公司，开始是暑假工，听说公司扶贫车间给我们提供岗位，我就一直待到现在。”从洗车工开始，经过5年多的摸爬滚打，程静如今已成为公司的一名前台服务顾问。

“公司扶贫车间岗位工资从3000元到8000元不等，我们还通过组织培训、外出交流等方式，不断提升我们员工特别是贫困户员工的综合素质。”云祥汽车综合服务有限公司党支部书记杨秉刚介绍，作为云县的14个扶贫车间之一，公司希望能更多地发挥“学校”的功能，让员工稳定脱贫的同时不断培养其适应社会的综合能力。

“如果没有这份工作，我家肯定要因病返贫了。”谈及现在的生活，程静满足之余也对未来充满信心，她表示，如今母亲的病情已逐渐好转，自己每月还有4000余元的工资，相信凭

借自己的双手，一定能开启全新的幸福生活。

在云县，像程静一样在家门口就当起上班族的贫困户还有很多，通过“工厂式、产业基地式、就业扶贫驿站式”的扶贫车间，云县将产业扶贫和就业扶贫相结合，开拓出了一条就近就地就业的新路径。目前，云县创建的14个扶贫车间，已累计带动贫困劳动力就近就地就业2364人。

扶贫车间之外，农村就业服务公益性岗位是云县推进贫困劳动力就近就地就业过程中搭建的又一“支点”。

“担任保洁员开展环境卫生整治

以来，不仅改变了村组卫生环境，带动周边群众建设美丽宜居家园，还增加了家庭收入。”茂兰镇多依村公益性岗位保洁员罗云升说，实现就近就地就业后，自己家目前已经实现稳定脱贫。

2017年，云县在全省范围内率先提出开发非全日制农村就业服务公益性岗位，把目光聚焦贫困线边缘的农户，集中开展就业扶贫，增加农民收入。该岗位月人均补贴500元，为贫困家庭提供稳定经济收入的同时，也有利于助推人居环境整体提升。云县人社局局长李迎斌表示，2年来共有2441名贫困户从中受益。

企业牵线

外出务工重增收

2月中旬，32名务工人员在云县人社局大院里登上开往丽江市玉龙县滇中引水重点工程香炉山5标项目部的的大巴车，这是该县第二批输送农民工返回工作岗位。

“我们在前期对外出务工人员人数、就业底数进行摸排后，联合交通、卫生等部门，采取‘一站式服务’助力外出务工人员返岗就业。”云县人社局副局长张天亮介绍，目前云县已组织9批1800人到广东、浙江、福建、上海等地务工，共向省外转移劳动力20769人，其中贫困劳动力2433人。

疫情防控期间多措并举，助力农村劳动力转移，保障群众经济收入，这是云

县近年来劳务经济繁荣发展的一个缩影。

为切实解决农村劳动力求职难和企业招工难的“两难”问题，云县多措并举，充分利用驻村工作队、村干部、帮扶责任人开展送政策、送岗位、送信息、送服务的“四送”活动和树典型活动，增强农民工就业意识，让其可以有的放矢地选择适合自己的就业岗位。

同时，云县积极搭建服务平台，组织县内用人单位、人力资源公司和培训机构把就业岗位、就业技能和就业服务送到农民家门口。依托云南宏华人力资源有限公司，将单一的劳务输出转变为职业培训、劳务派遣、劳务外包集一体的劳务经济，并采取政策保障、技能培

训、加强供需对接等措施，不断促进转移就业。

“今年以来4批共139名工人3月初已全部到岗，云南宏华人力资源有限公司周到的服务架起了我们企业和工人之间合作的“金桥”。”采访中，记者连线到上海安费诺永亿通讯电子有限公司人事经理郁建雷，他表示，目前到企业务工的云县籍工人收入都在5500元以上，未来扩建分厂后将进一步扩大用工人数。

云南宏华人力资源有限公司总经理罗成臻介绍，公司目前已在湖南、上海等外省21家企业签订了长期劳务合作协议，提供就业岗位上万个。

“2016年以来，我们已向省外各用

工企业输送务工人员13491人，实现工资性收入3.24亿元。其中输送贫困户2362人，实现工资性收入5668万元。”罗成臻表示，通过“公司+企业”的定向输出模式和“学校+协会”的技能培训体系，人口“包袱”变为人力资源财富的云县，劳务经济已初显规模。

记者了解到，今年云县劳动力稳定就业率达70.4%，全县完成农村劳动力转移就业57206人，其中贫困劳动力17987人。同时，2016年以来已有累计29814人次建档立卡贫困人口进行了职业技能培训，适龄劳动力参训率达100%，全县实现年均劳动力转移增收约10.81亿元，人均年增收22000元。

金融援手

返乡创业有奔头

民工有事可做、有业可就，持续增收。

李迎斌表示，为积极有效应对疫情影响，云县坚持劳务输出和就近就地就业两手抓，而发放返乡农民工创业贷款则是其中一项重要扶持举措。

记者了解到，凡是2019年10月后从县外返乡且具有创业意愿的农民工家庭，每户可申请5万元以内的创业扶持贷款。确需发展投资大、带动性强、辐射广的小龙头企业及重点产业大户，最多可申请不超过30万元贷款，贷款期限为1至2年，贷款周期内产生的利息由县财政给予全额贴息补助。

“目前分理处已开辟该项贷款绿色通道，对52户共计520万元贷款进行了及时发放，用途主要以发展猪、鸡养殖和龙胆草、烤烟等种植为主。”云南农村商业银行云县头道水村分理处主任李强介绍，下一步将与人社等部门配合好，促进该笔贷款为返乡农民工创业发挥应有的作用。

在推动返乡农民工创业贷款工作的进程中，云县也在积极有序推进“贷免扶补”，失业人员小额担保贷款、小额担保贷款扶持劳动密集型小企业等工作，预计返乡农民工创业贷款规模将突

云岭论坛

破解加装电梯难题 关键在找准平衡点

张智全

近日，北京市发布的《老旧小区综合整治工作手册》首次明确，多层住宅加装电梯，单元三分之二以上业主同意，其他业主不持反对意见即可实施。

受制于修建时的条件限制，我国多数老旧小区没有安装电梯，给居民生活带来极大不便。随着生活质量的提高，近年来老旧小区居民渴望加装电梯的诉求愈发强烈，政府工作报告也连续三年把“加装电梯”写入其中。可见，给老旧小区加装电梯，不仅是多数居民的愿望，也是各级政府部门需要解决的民生问题，重要性不言而喻。

住建部公布的数据显示，全国2000年以前建成的小区近17万个，住户超4200万户，建筑面积约40亿平方米，需加装250万~300万部电梯，其蕴藏的市

场空间高达5万亿元。在既有巨大市场需求，居民又有强烈诉求的大背景下，及时纾解老旧小区电梯的加装难题，无疑是利国利民的善举，理当坚定不移地加速推进。

然而，老旧小区加装电梯涉及到各方利益的博弈，即使有政策的支持，其推进情况也并非一帆风顺。由于电梯加装不可避免地会影响到业主的通风、采光和噪音干扰等切身利益，根据物权法规定，如果受到影响的业主不是100%同意，整栋楼房的业主就无权加装电梯。正因如此，近年来不少地方虽然出台了只要三分之二以上业主同意的前置条件，且对底层业主给予不分摊费用的优惠，但底层业主仍对加装电梯持抵制态度，直接导致老

旧小区的电梯加装难以正常推进。此外，电梯运营赢利模式的不清晰，让不少企业在即使有着可期市场前景下，也不愿对老旧小区的电梯加装投入资金。加装电梯的前期投入大，成本回收期长，而目前包括北京在内的不少城市，都是对已加装电梯的小区，按照代建租用的要求，由第三方公司出资建设电梯，居民按五年一期的方式交租赁费。这种经营模式，虽然较好缓解了居民的电梯加装成本，客观上即使运营公司承担着日后收不起来费用的风险。在利益没有保障之下，企业自然会选择观望。

有人认为，政府作为老旧小区电梯加装的主导者，更应通过加大财政补贴的方式，一劳永逸地解决相关问题。其

实，不少地方政府对老旧小区加装电梯都给予每部数十万元的补贴，但相比起巨大的资金缺口仍是杯水车薪，不但不能从根本上解决问题，还可能让财政不堪重负。

实际上，老旧小区改造中的电梯加装，是各方利益博弈所致，最有效的解决之道，是需要找准各方利益的平衡点。对此，必须秉承平衡兼顾各方利益诉求的治理导向，让各方主体公平合理承担各自的份额。具体而言，在平衡所有业主合理利益诉求基础上，应构建起以财政适度补贴为辅、企业稳妥收回成本并能适当赢利为主的电梯运营模式，确保各方主体在利益博弈中实现“美与共”的平衡，从根本上清除老旧小区电梯加装障碍。

龙敏飞

据《人民日报》报道，随着经济社会发展和居民生活水平提高，电视机、冰箱、空调、电脑等家用电器更新换代速度越来越快。这一方面折射出中国消费市场的巨大潜力，同时也提出一个现实课题：替换下来的废旧家电该如何处理？

根据国家发改委的测算数据显示，目前我国每年淘汰废旧家电1亿~1.2亿台，并以平均每年20%的涨幅增长。巨大的体量背后，存在诸多现实问题：第一，没有统一、规范的回收体系，很多大件家电的处理问题的确很困难，在没有电梯的老旧小区更是如此；第二，因为没有科学规范的回收体系和管理体系，

由此会带来环境污染隐患，不少家电包含金、银、铅、汞、橡胶等有害物质，若处理不当，必定会污染环境；而若处置得当，就是可利用的资源。所以，废旧家电如何处理？怎么处理？并不是小事。

源于此，国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、商务部、生态环境部、住建部、市场监管总局7部门前不久曾联合印发《关于完善废旧家电回收处理体系 推动家电更新消费的实施方案》。《方案》指出，“聚焦废旧家电回收处理体系的关键领域和薄弱环节，健全管理制度和支持政策，畅通家电生产、消费、回收、处理全链条，加快适应、引领、创造新需求，用3年左右时

间，推动废旧家电回收处理体系进一步完善。”规定出来后，接下来需要去做的事情，则是坚决地将相关文件精神落到实处，确保制度善意能从梦想照进现实。

对我们而言，眼下还需要在哪些方面去完善呢？它山之石可以攻玉。从国际的角度来说，废旧家电“谁生产，谁回收”已成惯例，“再生资源化业务”已成趋势。欧盟早在2003年就颁布《报废电子电器设备指令》，明确要求生产者负责废旧电子电器的回收和处理费用及回收处理设施的建设费用。日本《家电回收法》则规定，家电生产企业必须承担回收和利用废弃家电的义

观点

新时代 新担当 新作为
大家谈

干部客串电商也得依章守法

蒋文苑

据报道，人社部日前联合市场监管总局、国家统计局正式向社会发布“区块链工程技术人员”“城市管理网格员”“互联网营销师”等9个新职业。此次还发布了“直播销售员”“互联网信息审核员”等5个新工种。

“直播销售员”成为新工种，这意味着“电商主播”“带货网红”终于有了正式的职业称谓；同时，这也意味着领导干部直播带货也是在走群众路线，在体验“直播销售员”的工作，希望每一名走进直播间间的领导干部都能成为合格的“直播销售员”。

做合格的“直播销售员”，领导干部就不能滥用权力，领导干部走进直播间，不能为了面子、流量、销量等，就搞形式主义那一套，不能滥用权力，发文搞摊派；也不能搞“二次签约”“虚假下单”，一定要遵守市场规则，如普通“直播销售员”一样，通过自己的辛勤付出把农副产品推销出去。

做合格的“直播销售员”，领导干部要

目光长远，不能只盯着农副产品的推销。一个地方农副产品滞销，有外部的因素，比如疫情防控给物流带来一定的影响，但更多的是自身原因，一些地方在农副产品品种的选择上，在种植的方法上，在采摘、包装、储藏等方面都存在问题，自然容易造成农产品滞销；领导干部应充分利用当“直播销售员”的机会，充分了解产业链条上存在的问题，及时调整、改正，那对当地农副产品打开销路，将是大有裨益的。

做合格的“直播销售员”，领导干部需要俯下身子，老老实实去学习。术业有专攻，领导干部也是人，不是神，或许他们曾经在自己的单位或是领域做出过贡献，但他们未必是一名合格的“直播销售员”。领导干部在走进直播间之前，一定要认真向其他优秀“直播销售员”学习直播技巧，学习他人沟通、介绍产品的能力，如此才可能成长为一名优秀的“直播销售员”，也才是为长远谋的举措。

大观微议

建“特色小镇”切莫钻空子

戴先任

7月1日，国家发展改革委发布《关于公布特色小镇典型经验和警示案例的通知》。《通知》指出，各地区近年来特色小镇建设取得一定成效，涌现出一批产业特而强、功能聚而合、形态小而美、机制新而活的精品特色小镇，但也出现了一些错用“特色小镇”概念甚至触碰耕地或生态红线的行为。

在这些“特色小镇”中，有披着“特色”外衣的房地产小区项目，也有一些错误命名为“特色小镇”的行政建制镇，还有一些长期停留在纸面上，有的甚至触碰耕地或生态红线……这些“特色小镇”不仅于地方无益，于社会无益，反倒会造成浪费公帑、祸害一方、破坏生态环境等恶果，亟待纠偏、严令禁止。

事实上，这些披着“特色小镇”外衣的问题小镇，都严重偏离了国家推进

“特色小镇”建设的正轨，是扭曲政绩观的体现，背后甚至还可能存在失职渎职、利益输送、贪污腐败等问题。比如一些主政者建设特色小镇重数量不重质量，简单把数量当政绩，这样的“形象工程”“面子工程”，也就难免会与建设“特色小镇”的初衷背道而驰。

进行“特色小镇”建设，必须严格依据相关法律法规操作，千万不能“钻空子”、搞阳奉阴违那一套；另外，要能建立健全“特色小镇”建设的科学考核指标，对建设过程要实事求是、事中、事后的全过程监管。

规范“特色小镇”建设与规范权力运行密切相关，只有行政权力做到规范运行，各地在“特色小镇”建设过程中出现的种种乱象，也才能够得到更有效的遏制。

共享单车别成“共享广告牌”

杨玉龙

近日有媒体记者走访多个共享单车集中停放点，发现不少共享单车几乎沦为“共享广告牌”。从房屋出租、建桥挂号，到代开发票、代取公积金等等，不一而足。尽管车身上已经用醒目文字告知“严禁广告”，但依旧难以杜绝。

这些“牛皮癣”之所以会盯上共享单车，一则在于共享单车运营方缺乏有力有效的管理，让小广告有空子可钻；二则从城市管理来看，对小广告缺乏更加智慧的管理惩治办法；三则在于违法成本低很低。

让这些黏在共享单车上的“牛皮癣”无立足之地，须多方给力。首先，共享单车运营企业当负起责任。一方面，通过技术改进避免被贴小广告，比如，美国单车相关负责人表示，尝试对车筐进行改造，采用镂空设计等做法加以防范；另一方面也须加强日常维护，定期

对车辆进行检查并做好清洁。其次，应在源头治理上下功夫。针对小广告问题，公安、城管、税务、工商等相关部门只有统筹联动、协同治理，才能既治标又治本。再者，须强化依法打击力度。《广告法》明确规定，“任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告。”于此，对这些乱贴小广告的单位和个人，就须依法从严惩治。

另外，我们每个人面对这些小广告，一方面要增强防范，比如，对于共享单车上的违章刷分、代取公积金等广告，谨慎盲信，以防上当受骗；另一方面，也不妨能清理就清理，或向有关部门反映，使其得到有效处置。唯有人们对小广告坚决抵制，这些“牛皮癣”才不会污染城市环境，共享单车才不会沦为“共享广告牌”。

更新求职理念很有必要

杨兴东

这个特别的毕业季逐渐接近尾声，很多毕业生通过“云签约”定下了工作。随着就业市场的变化，青年的职业选择也呈现出新特点。前不久，中国青年报社会调查中心联合问卷网对1920名18~35周岁青年进行的一项调查显示，71.0%的受访青年找工作更看重“里子”。

一直以来，求职就有所谓的“面子”“里子”之争，年轻人找工作，究竟是该选择发展空间更大，还是看起来更光鲜的工作，曾经让不少年轻人为难。七成受访青年找工作更看重“里子”，这说明市场的价值正在不断被年轻人所重视。市场经济是开放的经济，更是人才的经济。不是说“面子”式的工作不能

选，每个人的天性、才华、兴趣不同，找什么样的工作，要看合不合适；但从全局层面来看，人才向市场的汇集，正利于企业的发展壮大，创造更多的社会财富。一个社会的人才倘若都过分追求“钱多事少离家近”，而没有在市场大潮中搏击冲浪的精神，那我们的市场动力又将何处去找，市场主体又哪会如此活力十足？

时代在变，市场在变，不变的是渴求人才的精神。只有优秀人才不断涌入市场，不断地发挥才干、彰显能量，助力更多企业成长为优秀企业，市场和企业才能源源不断地输出优质岗位，我们这个社会也才能实现良性运转。

微看点

好乡风也是生产力

《光明日报》：据媒体报道，湖北省松滋市姜家岭村，村民们“不比做屋，只比读书”。全村仅282户1058人，这些年考出了11个博士、32个硕士、108个本科生，被称为“荆州博士第一村”。姜家岭的不同之处在于，家家户户都以子女金榜题名、学业有成为荣。他们比的不是物质拥有的多寡，而是一种“晴耕雨读”的精神。姜家岭“20年来没有一个学生辍学”“现在全村没有一贫困户，还成了远近闻名的省级生态村、文明村”。这说明，好乡风不是虚的，它与家风、学风、世风紧密相连，往往能决定一个人、一个家庭、一个地方的前程。“荆州博士第一村”的启示意义在于，好乡风虽然看不见摸不着，但只要把准方向，它就可能于潜移默化中站起来，继而生发出源源不断的生产力。

别让清凉口罩变风险口罩

《经济日报》：炎炎夏日，不少人觉得戴口罩太闷热，为此不少商家已转型生产“清凉口罩”。随着夏季气温升高，公众佩戴口罩确实不舒服，而“清凉口罩”仅听概念就让人很期待。消费者选择“清凉口罩”，显然看重清凉与防护双重效果。但在目前缺乏标准规范的情况下，某些“清凉口罩”可能存在风险。风险之一是口罩的防护效果下降；风险之二是商家可能因涉嫌虚假宣传触犯法规。针对目前市面上的“清凉口罩”，质检等相关部门应及时抽检并公开结果，对问题口罩进行依法查处。同时，从规范市场、保障消费者权益角度来说，还应该针对“清凉口罩”及时制定相关标准规范。

本报记者 龙敏飞 整理

本版主编 云南日报理论评论部

邮箱:yihui7777@163.com spyndaily@126.com