

一个“稳”字,看就业市场几多“如愿”

■ 黄红芳

2月8日,在南京市数字零工市场,记者遇到21岁的求职者章丽,谈及新年愿望,她坦言就是想找一份稳定工作。

巧的是,节后奔波各地的佳世德人才科技集团招聘负责人吴炳健新年最大的愿望,也是希望为企业招聘的员工能安心工作,不要因为一点小事轻易离职。

节后第一天便赶到陕西接工、招工的南京市雨花台区人社局副局长沈宇表示,如果劳动者稳定就业,用人单位稳定用工,政府部门稳就业的压力就会小得多。

一个“稳”字,道出了求职者、用人单位和政府部门三方共同愿望,但实现起来并不容易。

两位年轻人的职业路径启示

章丽之所以求稳,与她的职场经历有关。中职毕业3年半的她已经换了4家公司。翻看她的职业经历发现,她在4家公司最长的做了13个月,最短的只待了3个月,月薪都在五六千元。当天应聘的杉光光电的一线操作工岗位月薪也在6000元左右,工作内容类似。问及为何频繁跳槽,章丽表示,第一次跳槽是因为公司的餐食难吃而且工作时间太长,第二次跳槽是想跟表姐一起工作好互相照应,最后一次因为产线调整自己被精减了。

在节后各大零工市场,记者遇到很多类似章丽这样频繁跳槽的年轻人,他们中职或大专毕业后一直从事技能单一、可替代性强的工作,希望新的一年有稳定工作,有更高收入,但往往事与愿违。

采访南京康尼新能源汽车零部件有限公司用工情况时,记者遇到同样年轻的公司生产技术部高级主管任昌敏,他的职业经历很简单,7年前从淮海工学院机械制造与自动化专业毕业后,入职该公司至今,从一线工人干

起,跟着师傅学,一点点钻研技术,职位也很快从普工、主管升至高级主管,薪资待遇比刚进单位时涨了3倍,成了很多人羡慕的白领。如今,面对记者采访的任昌敏自信阳光,聊起技术变革头头是道。“现在机械专业毕业生大多不愿意进企业,我的很多同学毕业后选择考公考研,只有不到1/5的同学还在制造业,这两年我去高校招工,这个专业的毕业生依然抱有这个想法。”任昌敏表示,现在都说大学生就业难,其实制造企业对大学生需求量很大,特别是随着智改数转和人工智能普及后,制造业对于有一定文化和专业的本科生更渴求,待遇也不比机关事业单位低。

“高薪稳定工作是每一个求职者的愿望,但拥有一技之长才有选择的底气,短期内频繁跳槽很难学到真本领。”南京鹏达人力资源服务有限公司董事长熊开贵建议求职者瞄准个人兴趣和企业发展潜力寻岗,一旦落实工作就埋头踏踏实实干几年,“三五年后你就是这个领域的行家里手,哪怕有一天不得不重新求职,你的经历也会助你尽快上岗。”

用心留人,提高企业节后返岗率

节后到正月十五,抢工、招工企业主要集中在制造业和服务业,招聘岗位大多为一线普工。招工企业分两种,一种是为企业每年员工的正常流动补工,另一种是大批员工离职或企业扩大规模亟需招工。前一种的招聘经理大多淡定,面对应聘者挑挑拣拣;后一种招聘经理比较焦虑,往往会在招聘现场主动招徕求职者,登记人员基本上来就要。

企业淡定招工,是因为节后返岗复工率高,底气足。宿迁市人社局相关负责人介绍,面对前几年招工难,当地人社部门引导企业规范用工,鼓励通过提高员工福利待遇、改善生产条件、培育企业文化,吸引和留住员工。

长电科技、秀强集团是宿迁几年前重点保用工服务企业。每年春节前后这些企业忙

着各地招工,但今年这种现象改变了很多。截至2月10日,长电科技、秀强集团、箭鹿集团、金田塑业等企业返岗率已近100%。

记者发现,今年节后奔波于招聘市场的用人单位大多集中在中小企业,纺织服装、餐饮服务等智改数转没到位的传统劳动密集型企业,大的头部企业集团并不多。各地监控数据也显示,规上企业返工率普遍高于中小企业。

专家表示,越来越多企业意识到稳定员工队伍的重要性。江苏佩捷纺织智能科技有限公司拥有职工2500余人,其中外省员工约300人。公司节前为留在宿迁过年的员工备好年夜饭,送上新春礼包,让他们感受到企业的关爱,并做好返乡过年员工返工对接,目前300名外省员工全部返岗。江苏新凯盛纺织科技有限公司的人力资源总监从德明表示,稳定的员工队伍减少了招工成本,省去了培训费用,让节后开工更加高效。

稳定用工的理念也让很多企业改变招聘喜好。虽然现在线上、线下招聘渠道众多,但更多企业首选企业老员工推荐介绍的新员工。在苏州,老员工节后为企业介绍一名新工人,成功上岗后每人可以拿到千元以上的推荐费。很多招聘经理表示,老乡带老乡,新员工对企业认可度更高也更稳定。

常熟市还创新运用老乡优势,依托常熟农商银行下属幸福村镇银行在云南、河南等中西部欠发达县县的32个金融服务网点,发动金融业务员走村入户帮忙为常熟企业招工。春节后,已为当地招工超600人,近期陆续通过点对点包车来苏。

破解结构性矛盾,夯实民生之本

节后热闹的招聘活动,让人看到了国内经济发展的强大韧劲。经济发展是就业稳定的基础。去年江苏地区生产总值增长5.8%、增量全国第一。新春伊始,一批批重大项目密集复工,各地围绕实体经济、产业转型忙得热火

朝天,也让劳动者对新一年江苏就业机会充满期待。

与此同时,伴随着江苏产业迭代升级,经济数字化转型加快,其释放出来的岗位需求也在迭代变化,因经济结构和劳动力结构不对应的就业矛盾不断凸显。全省公共就业机构数据显示,五成左右的招聘岗位对求职者的技能有明确要求,平均每2个高能岗位只有1名符合条件的劳动者,“一专多能”的复合型技能人才更是急需紧缺。南京康尼新能源汽车零部件有限公司人事负责人曲艳玲说,因为市场上复合型技能人才太难招,只要企业一线员工愿意学习新技能,公司都会提供免费培训。

夯实就业这个民生之本,帮助劳动者适应就业市场变化,帮助企业招到所需人才,成了政府就业主管部门的重点和难点。为缓解结构性就业矛盾,江苏这两年一方面积极开展重大政策、重大生产力布局对就业需求的影响评估,拓展平台经济、夜间经济、银发经济、康养经济等新就业领域,通过提前介入产业布局了解用人单位的岗位需求变化,挖掘就业新增长点;另一方面积极修订就业补助资金管理办法,调整优化资金支出结构,推动就业资金从兜底保障型向促进提升型转变,重点保障技能培训、创业孵化、购买服务等项目。

为提升劳动者的适岗能力,江苏一方面优化人才选拔、培养、评价、激励等机制,拓展“苏科贷”“人才贷”等金融服务,实施重点领域重点人才支持计划,加大高层次人才引进力度,推进青年发展型城市建设,打造特色产业人才集聚区,培养造就一批领军人才和创新团队,构建更有竞争力的人才政策体系;另一方面围绕现代企业人力资源要求,从完善职业教育招生机制、推行“学历+技能”贯通培养模式、发挥企业培养高技能人才主体作用等多方发力,加快培养一支规模宏大的技能人才队伍,促进就业供需精准对接,助力经济社会高质量发展。

(新华网)

四川 183 个县(市、区)实现博物馆全覆盖

据四川省文物局11日消息,四川去年3月启动的“一县一馆”建设工作取得重大突破,该省已实现183个县(市、区)博物馆全覆盖,在提供普惠均等文化服务上迈出巨大一步。截至目前,四川博物馆数量已达457家。2019年,四川省委省政府在《关于大力发展文旅经济加快建设文化强省旅游强省的意见》中首次提出了全省每个县(市、区)至少拥有一家博物馆的工作要求。

为实现这一目标,四川省文物局充分研究四川资源特点,推动各地立足文化文物、工业遗产、农业遗产、传统习俗、传统工艺、自然地质、生物多样性等资源,鼓励引导各级政府、企业和其他多元社会力量设立博物馆,全省博物馆数量大幅增长。2024年3月,四川省文物局启动“一县一馆”攻坚工作,最终在一年内让37个县(市、区)补齐了博物馆短板。

受客观条件制约,博物馆区域发展不平

衡矛盾长期存在。一年来,四川省文物局不断组织专家实地指导博物馆潜在资源梳理工作,为地方设立博物馆提供“智力支撑”,同时鼓励各地统筹工农农业遗存和非遗资源等,为各地因地制宜,发挥优长,建设特色博物馆打下基础。

四川省文物局副局长濮新介绍,四川博物馆事业发展要立足四川省情,既鼓励四川博物院、成都博物馆、三星堆博物馆等争创全

国领先、世界一流,也支持基层博物馆在县(市、区)广泛覆盖。未来,四川省文物局将实施中小博物馆提升行动,通过资源共享、馆际协作、运营扶持、人才培养等方式,提升基层博物馆运营管理、陈列展览和社会服务水平,进一步加强博物馆文化服务的普惠均等,推动优质公共文化服务直达基层。

(钟欣)

撬动财政资金倍增效应 缓解财政收支紧平衡约束

■ 杨孟著

当前,国际形势严峻复杂,不确定性因素明显增多,实现稳定增长面临不少困难和挑战。从近期各地陆续公布的2025年预算草案总体情况来看,受外部环境变化、减税降费政策等叠加影响,财政收入空间承压,而刚性支出持续增加,重点领域新增保障需求不断扩大,财政收支紧平衡特征明显。无疑,最大程度发挥财政资金使用效能,是有效缓解财政收支紧平衡约束的一个重要抓手。通过实践探索,借力市场工具,撬动财政资金倍增效应,可有效缓解财政收支紧平衡约束。

市场工具赋能财政绩效管理

经济学原告诉我们,非排他性和非竞争性是公共物品区别于私人物品的根本特征。著名管理大师德鲁克对此一语道破:公共资源(公共财政等)由于缺乏传统的商业底线——利润,难以将投入目标的时间、金钱等有限资源做到最大化。也就是说,使用公共财政资源的财政部门(非市场主体)不可能在市场机制的作用下,自我演化出一套有效的绩效管理机制。正因于此,为了提升财政资金绩效,就只得被动地接受“第三方监管”,这也即强化财政监督和推行预算绩效管理的由来。财政缺失内生绩效管理机制的外在体现,就是财政资源配置出现“市场失灵”现象。相对于市场主体来说,既无法通过价格机制实现资源最优配置,又不可能通过竞争机制实现优胜劣汰,因而更容易出现财政资金使用低效状况。“用公众的钱来帮助最需要帮助的人”大打折扣。

财政缺失内生绩效管理机制的直接后果,就是导致财政支出规模与其支出效能之间缺乏激励相容机制。通过适当的“倒逼”机制(绩效评价、跟踪问效等)固然可以起到一时的改进作用,但不可能从根本上解决激励相容问题。在单一的财政工具下,财政支出最为关心的是付出了多少钱、帮助了多少人(或完成了多少项目),而不论其是否属于最应该帮助的人,以及帮助的效果如何,以致出现了个别地方将财政支出规模等价于财政支出效能的怪象。而借力市场工具,搭上市场主体的便车,这些问题将不复存在,这是由市场机制下“商业



底线”压力的作用原理所决定的。

找准撬动财政资金倍增效应的支点

那么,什么样的市场工具才是撬动财政资金倍增效应的最合意的工具,从而用这样的市场工具来为财政绩效管理赋能?这要从财政支出的性质、目的、对象,市场工具的功能、作用,市场工具与财政工具两者间的耦合度、激励相容性等因素综合考察。从来自实践中的经典案例和应用场景看,最理想的市场工具非保险工具莫属。保险工具不一定是财政工具唯一使用的市场工具,但一定是使用最多、用途最广、成本最低、效果最好的市场工具。

借力保险工具,提升财政资金绩效,需找准撬动财政资金倍增效应的支点。这里的所谓支点,实质上也就是财政工具与保险工具两者联结的“结合点”。实践中,通过找寻财政工具与保险工具“结合点”最大程度发挥财政资金效能的应用工具和案例很多,典型代表主要包括“政银保”信贷协同支持模式、农业保险政策、社会保障政策和大病保险机制等。

在财政支出领域,对于因财政支出事项性质原因或其他条件限制,确实无法借力市场工

具找寻到财政杠杆支点的情形,也可通过探索创新财政支出路径和优化调整财政支出结构的方式,达到财政资金效应倍增之功效。总的原则是,凡是能找到“结合点”的,就绝不采用财政工具单一形式。实践中,通过找寻财政工具与保险工具“结合点”最大程度发挥财政资金效能的应用场景较多,概括起来主要包括引导信贷资金“精准滴灌”至支持对象和为实现农村共同富裕撑起“保护伞”两大部分。

引导信贷资金“精准滴灌”至支持对象

在具体应用“政银保”信贷协同支持模式疏畅“毛细血管”时,可综合考虑当地财力状况、支持企业(或产业)重要性、风险大小等因素,合理界定财政、银行、保险三者间的责任大小和风险分担比例。对于强支持的企业(或产业),银行只承担贷款违约后的部分利息损失,保险不承担贷款保证保险经营净损失,所有剩余损失最终由资金池(财政)承担。同时,财政还可适当为贷款对象提供一定的保费补贴。在强支持下,贷款对象由财政遴选,银行和保险不参与遴选,以防道德风险。对于非强支持的企业(或产业),银行和保险均可参与贷款对象

遴选,并承担一定比例的贷款违约风险责任,以激励其最大程度发挥信贷风险管理功能,降低风险发生率。

如在疏通农业产业血脉方面。我国特色农产品产区与贫困地区重合度高达94%,扶持发展壮大联农带农富农优势特色产业,是推动地区经济发展,促进农村共同富裕的根本途径。从产业发展的演进路径看,优势特色产业的发育成长,是一个产业“链式”延展和行业深度渗透的过程。在这一过程中,种养大户、新型农业经营主体、小微企业等涉农经营主体纷纷聚集到链上安家落户,相互依托、协同发展。其中,良好的融资环境是其发育成长的必要条件。正是有了金融“活水”的雨露滋润,才催生出产业链的枝繁叶茂,硕果累累。

然而残酷的现实是,产业血脉不畅却成了伴随农业产业成长的常态。之所以出现这种状况,主要是因为农业的弱质性、经营的高风险性,以及可抵(质)押品的匮乏等,银行对其望而却步。运用“政银保”信贷协同支持模式,这些问题便可迎刃而解。此外,在应用于农业产业血脉疏通方面,该模式有望弥补普惠类支农支小贷款供给不足短板,消除单一财政支持下政策性担保机制效果不彰弊端。同时,对于根本扭转涉农经营主体贷款在经营性贷款中占比不足5%的局面有所助益。

现实中,基于该模式框架的应用案例较多,典型代表如宁夏的产业帮扶“风险补偿资金池”模式,重庆的“小微增信贷”模式,宁波的“小贷险”联动机制等。尤其是宁波的“小贷险”联动机制,银行与保险按3:7分摊贷款风险,保险超额赔付部分由市财政风险基金补偿,财政资金效应放大近300倍。

为实现农村共同富裕撑起“保护伞”

助力农村共同富裕是财政支出的重点领域。国际经验表明,当贫困发生率降到3%左右的水平,减贫的方式将以社会保险、社会救助和社会服务为主。诺贝尔经济学奖得主哈耶克甚至将“强制推行大幅覆盖的保险体系”置于政府法定责任的高度加以强调。我国的贫困发生率已降至3.1%,财政与保险“联姻”恰逢其时。

在“三农”领域,“暗礁险滩”太多,除了“望天收”(气象灾害等自然灾害),就是深受市场

当情绪价值成为文旅“流量密码”

“沈阳的文创园也太酷了”“没想到在沈阳买冰箱贴要靠抢”……入冬以来,沈阳文旅频频“出圈”。记者观察发现,沈阳成为“网红城市”,不仅因为其得天独厚的冰雪资源,更得益于文旅市场为游客带来了满满情绪价值。

数据显示,春节期间沈阳累计接待游客1342.02万人次,同比增长20.7%;旅游总消费达192.13亿元,同比增长26.8%。随着生活水平提高,人们更倾向于在旅行中享受融入不同地域文化和生活方式的过程。作为旅游体验中的热门关键词,情绪价值正成为拉高文旅热度的“流量密码”。

体验型文旅产品给游客带来情绪价值。沈阳故宫门前,22岁的广东姑娘曾佳乐妆容精致、身着旗袍,手持扇子作为拍照道具。“这是我第一次穿旗袍,颜色是红色,红红火火,很有过年的感觉。”这种“穿越式”体验,增强了年轻一代的情感共鸣。

在携程日前公布的辽宁省必打卡景点榜单中,文化味浓郁的沈阳方城旅游区位列榜首。走进沈阳方城,游客不仅可以游览世界文化遗产沈阳故宫,还可以在一座座极具历史风貌的建筑中,和历史文化“撞个满怀”。

个性化文旅供给给足情绪价值。沈阳的铁锅炖餐厅里,面食被做成了带表情的可爱玉米、萝卜、小猪等形象;沈阳的文博场馆里,能“变脸”的精致冰箱贴受到消费者喜爱;沈阳的温泉度假酒店里,漂流、自助餐、电影院等一应俱全,洗浴被“玩出新花样”。

从性价比到“心价比”,层出不穷的个性化消费体验不仅传递出地方特色,也赋予文旅项目独特的“网红”魅力。为情绪付费是消费现象,更是商业机遇。美团数据显示,春节期间,沈阳洗浴中心交易额位居全国第1位。

社交化文旅场景渲染情绪价值。在社交媒体流行的今天,能“打卡”已成为吸引游客的重要因素之一。从老北市的“飞天凤凰”到南市场咖啡小巷的巨大咖啡杯,沈阳街头巷尾总少不了年轻游客拍照的身影。如今,越来越多涌入沈阳的游客发现,这座城市正变得更“值得分享”。

游客既是消费者,也是文旅过程的参与者、分享内容的创造者和城市形象的宣介者,他们的“打卡照”在社交媒体“图图相传”,让一个又一个文旅场景被发现、被传播。

不过,城市文旅“长红”不能仅靠情绪价值。文旅是城市竞争力的体现和人民城市理念的具体实践,各地只有持续练好扎实“内功”,才是最深入人心的“流量密码”。

(新华网记者 于也童)

价格波动影响。说白了,也就是要同时面对自然风险和市场风险两大风险难题,而这恰恰正是专司风险管理的保险工具的优长之所在。财政与保险“联姻”,看中的正是保险工具的这一独特功能。在这方面,国家强力推进实施的农业保险政策,就是财政与保险“联姻”的两大伟大创举之一。目前,对于中西部和东北地区农业保险保费补贴,在省级财政平均补贴比例不低于25%的基础上,中央财政补贴45%,加上市县级配套财政补贴,农户实际保费支出不足20%。农业保险政策的意义远不止于由财政直接补贴“黄箱”政策,转变为间接保险保费补贴“绿箱”政策,更为重要的是,通过该政策能够放大财政资金效能。2024年,中央财政拨付农业保险保费补贴资金547亿元,为1.47亿户次农户提供保险保障超5万亿元,财政资金效能被放大91倍。

财政与保险“联姻”的另一伟大创举就是基本社会保障体系。作为该体系构造主体的基本养老保险、基本医疗保险等“五险”,以其在社会保障中的独特功能和基础性地位,被政府从商业性保险中抽离出来纳入基本社会保障体系,进行统一管理、强制征收并提供财政支持。“五险”由此也就有了社会保险的美誉。健全完善基本社会保障体系,对于促进区域均衡发展、保障民生、助力农村共同富裕具有重要意义。从全国财政支出水平来看,2024年社会保障和就业支出42114亿元,比上年增长5.6%,高于平均增速,财政支持民生保障力度明显加大。

在“三农”领域,除了“两大伟大创举”外,还随处可见财政与保险“联姻”的身影。如引入大病保险机制,破解“因病返贫”难题。“因病返贫”是农村返贫的第一大成因,占比高达70%以上。可以说,破解了“因病返贫”难题,就等于“巩固拓展脱贫攻坚成果”完成了一大半。值得一提的是,这里的大病保险机制不同于一般的“商业性”大病保险机制,两者的区别在于,后者单靠“看不见的手”即可解决“商业性”大病风险补偿问题(起付线、自费、自付部分留有一缺口),而前者除了“看不见的手”外,还要借力“看得见的手”,通过财政保“增量”或保险事后赔付采用直补的方式,才能统筹解决“政策性”大病风险补偿问题(收敛缺口或完全消除缺口)。

(作者系民建湖南省财政与金融委员会委员)