

6月18日,位于龙华区金盘路的海南福诺新能源汽车服务有限公司内,汽修师陈文鹏耐心指导着学徒检修故障车辆。2023年,陈文鹏还是这里的一名见习汽修师,一年后,他凭借扎实的技能被正式留用,如今已成长为门店的技术骨干。

陈文鹏的经历,是海南青年在劳务品牌培育下实现“结业即就业”的生动缩影。近年来,海口围绕海南自贸港“3+1”重点产业需求,培育了“海南新能源汽车修师”“椰嫂”“椰岛飞手”“大坡胡椒工”等一批具有地方特色的劳务品牌,通过“培训+劳务品牌+就业”模式,累计培训11万人次,带动就业25.83万人,相关产业年产值达230.5亿元。劳务品牌不仅成为带动重点群体就业的“金名片”,更是助力产业发展的“新引擎”。

□本报记者 陈歆卓



产教融合育人才 铺就青年就业“快车道”

6月18日,在海南福诺的维修工位前,见习汽修师陈泽鑫正熟练地操作检测仪,排查车辆电池的故障。20岁的陈泽鑫来自海南省技师学院,今年2月开始就业见习,在企业“传帮带”师傅与院校教师“双师制”带教下快速成长,如今已能独立完成新能源汽车常规故障检修。

“刚来见习时,遇到汽车高压部件的故障时会感到紧张。现在我能独立完成车辆故障诊断了,多亏‘边学边干’的实训模式,让我把课堂上的理论知识转化成了实用的维修技能。”陈泽鑫告诉记者,他希望在一年内的见习期里,尽可能掌握更多的新能源汽车维修技术,毕业后成为一名合格的新能源汽修师。

海南福诺作为“海南新能源汽车修师”劳务品牌建设单位,构建起“工学一体”育人模式——与多所院校合作打造“双师制”教学团队;通过项目化教学法让学生在真实工单中提升实际操作能力和解决问题的能力,实现技能培养与岗位需求“零距离”对接;为就业见习生及培训学员提供岗位推荐服务,推动实现“结业即就业”。

开机、调试、起飞……6月20日,在海口技师学院无人机实训场,无人机应用技术专业学生吴英麒操控的四旋翼无人机稳稳升上天空。“下个月我就要去实习了,实习内容是植保无人机的日常维护和故障排查。”谈及未来,吴英麒眼中闪烁着期待的光芒,“我希望通过实习积累经验,将来成为一名无人机飞控工程师,为低空经济发展贡献力量。”

瞄准低空经济发展机遇,海口正大力推进“椰岛飞手”劳务品牌建设,致力于无人机行业输送高素质技能人才。“椰岛飞手”劳务品牌建设单位海南润莱职业培训学校负责人徐红冬介绍,近年来,“椰岛飞手”劳务品牌各实训基地已培训2000余人,下一步还将与海口技师学院等学校开展校企合作,通过“课程共建+实训基地+就业对接”等模式,为海南自贸港低空经济发展提供人才支撑。

③“海南新能源汽车修师”劳务品牌实训基地——海南福诺新能源汽车服务有限公司内,新能源汽车修师们正在检修故障车辆。

本报记者 康登淋 摄

④生机勃勃的海口,汇聚了来自五湖四海的优秀人才。 本报记者 杨鹤 摄

海口精铸特色劳务品牌 赋能产业发展

「海南新能源汽车修师」「椰嫂」「椰岛飞手」「大坡胡椒工」



①6月20日,海口技师学院教师指导学生们调试多功能六旋翼无人机。 本报记者 康登淋 摄

②2024年海南省劳务品牌交流推介活动中,“椰嫂”们现场展示服务技能。(资料图) 本报记者 康登淋 摄



技能培训促转型 增添产业发展“新动能”



“大坡胡椒,香香香……”6月23日,在琼山区大坡镇胡椒生产基地内,农户蔡银花正用手机录制“带货”视频。“以前只懂埋头种地,参加‘大坡胡椒工’劳务品牌培训后学会了电商销售,现在‘带货’账号有1万多‘粉丝’!”蔡银花通过“民歌+短视频”营销方式,带动胡椒销量攀升,也让海口“大坡胡椒”品牌随着悦耳的旋律被更多人知晓。

“大坡胡椒工”劳务品牌相关负责人潘莉告诉记者,2023年,在人社部门的指导下,海南新视线人力资源服务有限公司启动了“大坡胡椒工”劳务品牌培育工作,针对大坡胡椒的种

植、养护、销售等产业环节,开展系统课程培训,为产业发展提供技能人才支撑。目前“大坡胡椒工”已培训532人,带动周边4000多户农户发展。

记者从市人力资源开发局了解到,我市正以产业需求为导向,积极开展“定向型”“订单型”

“输出型”“扶智型”等“四型”精准培训,并通过建设劳务品牌实训基地、组织职业技能等级评定、编制品牌行业标准等举措,为劳务品牌健康发展提供技术支持,推动人才培养与产业发展同频共振,形成“培训一批、就业一批、带动产业”的良性循环。



优化服务强支撑 打造就业增收“助推器”

“我从美容师转行成为住家月嫂,收入比以前稳定,还包吃住。”6月23日,月嫂林灵男告诉记者,去年,经市人社部门牵线,她参加了“椰嫂”劳务品牌培训,学习了母婴护理、产后康复、催乳等技能,并考取了相关证书。如今,她不仅有了技能傍身,还能通过培训学校获得推荐岗位,不用再为找工作发愁了。

像林灵男一样,在海口,一大批家政从业者经过“椰嫂”劳务品牌培训,走上了理想的工作岗位。“椰嫂”劳务品牌始创于2019年,由省市多个部门及协会联合开展培训,构建起覆盖“一老(养老看护)一小(母婴服务)一物(保洁与收纳整理)”全链条培训体系,不仅通过“培训+劳务品牌+就业”模式助力劳动者实现“结业即就业”,还积极参与家政服务地方标准制定工作,助力海南家政服务行业向标准化、规范化转型。

这种“标准化建设+产业化发展”的模式,同样在“椰岛飞手”劳务品牌中得到生动实践——该劳务品牌创新搭建质量标准体系与诚信评价体系,从无人机培训、就业服务到技术支持,形成全链条标准闭环,促进“椰岛飞手”劳务品牌不断向标准化、专业化、规模化发展。

劳务品牌建设发展如火如荼的背后,是政府部门强有力的支持。目前,海口人社部门已构建起市、区、乡镇(街道)、村(社区)四级劳务输出服务网络,形成了政府引导、部门协同的工作机制,通过就业专项活动、就业驿站等载体搭建就业桥梁,打造“培训、输出、就业”模式,为劳动者转移就业提供坚实支撑。

市人力资源开发局相关负责人介绍,下一步,我市将着重在完善标准体系建设、加强技能培训供给、精准就业推荐等服务方面下功夫,进一步提升劳务品牌的知名度和影响力,让更多特色劳务品牌走向全国市场,与地方产业发展同频共振、相互促进,辐射带动区域经济发展。

记者手记

打好劳务品牌 建设“特”字牌

□本报记者 陈歆卓

劳务品牌是具有鲜明地域标记、显著行业特征和良好用户口碑的劳务标识。近年来,海口围绕海南自贸港“3+1”重点产业需求,培育了“海南新能源汽车修师”“椰嫂”“椰岛飞手”“大坡胡椒工”等一批具有地方特色的劳务品牌,为推动高质量充分就业、推进乡村全面振兴、促进经济社会高质量发展提供了助力。

当前,各地纷纷推进劳务品牌建设,如何打好“特”字牌,让劳务品牌更加“叫得响”“走得远”,是值得深入思考的问题。

打好劳务品牌建设“特”字牌,需锚定地域特色,从本地资源禀赋与产业基础出发,将地域符号转化为品牌辨识度。各地应系统梳理本地资源优势,如优势产业、特色产业、非遗技艺等,通过“一区一品”“一县一品”模式打造差异化品牌,避免“千牌一面”。

标准化建设是提升品牌价值的关键。海口应推动更多劳务品牌制定技能认证与服务流程标准,搭建诚信评价体系,以标准化水平提升市场认可度,以专业化服务筑牢品牌口碑。此外,还需打造特色传播矩阵,通过策划主题活动、塑造标杆人物等方式,讲好品牌特色故事,让“特”字成为劳务品牌带动就业、赋能产业的核心竞争力。

在劳务品牌“百花齐放”的当下,只有打好“特”字牌,才能让劳务品牌在促进高质量充分就业、推动产业升级中发挥更大作用,成为促就业、惠民生的长效引擎。



④