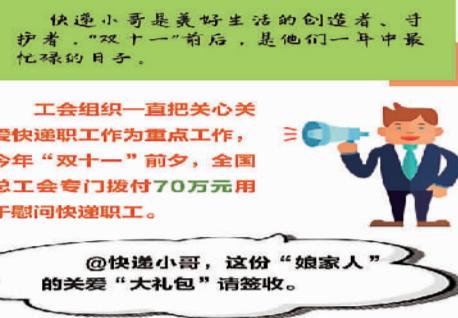


# 工会周刊



责任编辑:罗娟  
新闻热线:(010)84151054  
E-mail:grbgzhk@126.com

图说工会  
@快递小哥  
这份关爱“大礼包”请签收!



## 数说快递业

快递业发展主要有以下特点:

快递企业形成“集群”  
目前,可在全国范围开展业务的快递企业750余家,区域性快递企业2万余家,从业人员300多万人。

快递业务量增速强劲  
快递业务量增速强劲

经营模式多样发展  
直营模式、直营+合作伙伴模式、加盟模式、加盟+直营模式……

从业人员以农民工为主体  
210万一线快递员中,农民工占比80%以上。

关爱快递职工,工会这样做  
近年来,全国总工会把组织和关爱快递职工作为工作重点,主要做了以下工作:

调查研究,了解快递职工所需所盼  
2015年以来,中国国防邮电工会3次进行调研,了解到快递职工“5盼”:盼得到社会认可与尊重、盼从业环境得到改善、盼共建共享发展成果、盼行业恶性竞争得到遏制、盼工会组织能为自己营造一个温暖的“家”。

推进建会,让快递职工找到“家”  
加大带小。推动快递龙头企业带头建会,带动小型快递企业建会。

依托地方工会。指导推动有关产业工会在县(区)建立快递行业工会联合会,实现工会对非公快递企业广覆盖。

推广网上入会。  
推进“会站家”一体化建设  
2016年按照“四好”和“五有”要求开展试点,通过3年努力,“会站家”一体化建设在快递企业渐成燎原之势。

策划:王维砚 制图:肖婕妤

一周工报速读

河北衡水  
3500家企业建立劳动法律监督组织

今年以来,河北衡水市总推动50%以上的企业工会成立了劳动法律监督委员会。目前,全市已有3500多家企业工会建立了劳动法律监督组织,设立劳动法律监督员9300多名。

工会劳动法律监督是工会参与社会治理,运用法治思维和法治方式化解劳动关系矛盾的重要手段。今年以来,衡水市总工会通过开展劳动法律监督,使劳动合同签订率和社会保险参保率有了明显提升,共督促用人单位为351名职工补签了劳动合同,补发拖欠职工工资79万元,补缴社保费31万元,并对14家企业的规章制度依法提出了修订意见。(杨艳)

——摘自11月5日《河北工人报》

黑龙江齐齐哈尔  
举办劳模和工匠人才创新大讲堂

近日,黑龙江齐齐哈尔市总工会组织劳模和工匠人才创新工作室带头人深入企业和车间,举办了五场“劳模和工匠人才创新大讲堂”活动。据悉,齐齐哈尔市总工会组织来自华安工业集团的孟祥志、中车齐车集团公司的闫加宝、北方机器公司的李佰军、华安工业集团的徐宇航等4名劳模和工匠创新带头人,深入龙江阜丰生物公司、雄鹰集团企业等企业宣讲,将先进的岗位创新经验分享给职工。齐齐哈尔市的技能人才(劳模)创新大讲堂已连续开展5年。5年期间,齐齐哈尔市总举办了8期讲座,在提升了全市产业工人队伍整体素质和服务百大项目中发挥了重要作用。(刘少伟)

——摘自11月7日《黑龙江工人报》  
(李丹青整理)

泉州市鲤城区总工会的“鲤城工仔”动漫IP,被广泛运用在活动宣传、新媒体平台与多项工会服务中。工仔越来越红,工会越来越火——

## 这个职工圈的“网红”有点萌



本报记者 于灵红  
本报通讯员 李秀红

头戴金黄色鲤鱼帽、身着蓝色工装背带裤、手持工锤,笑容活泼,胸前有显眼的工会标志……近年来,在福建泉州市鲤城区总工会开展活动的现场,人们总能看到一个“萌萌哒”的阳光小男孩卡通形象。他就是鲤城区总工会的职工形象代言人——“鲤城工仔”。

去年4月,在泉州市总工会的指导下,鲤城区总工会推出“鲤城工仔”动漫IP,运用在活动宣传、新媒体平台与多项工会服务中。目前,“鲤城工仔”已经成为鲤城区具有广泛识别度的文化品牌,是职工圈的新晋“网红”。

### 职工粉丝票选“出道”

顺应年轻化的趋势推出工仔的卡通形象,也是为了拉近与职工的距离,增强职工对工会的认同

和许多“网红”一样,“鲤城工仔”从“出道”起就有强大的粉丝基础——工仔形象是由职工粉丝票选确定的。

去年年初,鲤城区总在微信公众号“鲤城工会”上推出职工卡通形象代言人的有奖征集活动,吸引了职工群众的广泛关注和踊跃参与,共收到57份征集作品。经过1万余名职工网络投票,并综合专家评审组意见,最终,由职工许晖、邱冰设计的“鲤城工仔”形象官宣“出道”,还顺利通过了福建省版权局的作品版权登记。

2018年4月27日,鲤城区机关职工间操比赛后,“鲤城工仔”迎来了“首秀”——4只穿着工仔服装的人偶迈着萌萌的步伐向职工群体走来,一出场就摆出各种逗趣姿势,还秀起了舞姿。“好可爱呀!”“太萌了!”工仔的出现吸引了全场职工的注意力,大家争相上前与他合影。

鲤城区总工会副主席吴湘霖介绍:“这是我们鲤城职工自己的代言人,他的名字叫‘鲤城工仔’,以后就是鲤城‘娘家人’的一员啦!”他解释道,工仔身上的元素有着丰富的内涵:手中的工锤和蓝色工装背带裤指代工人;金黄色鲤鱼帽和裤腿处的鱼鳞花纹寓意鲤城;胸前显眼的工会标志,体现工会始终与职工血脉相连。“工仔象征着活泼开朗、奋力拼搏,积极向上、勇往直前的新时代鲤城职工。”

“这个‘彩蛋’我喜欢!”现场被工仔“惊艳”到的职工小刘说,“没想到工会‘娘家人’也开始走‘卖萌’路线了。”

“近年来随着泉州市产业升级,职工群体逐渐向第三产业和新兴产业转移,呈现年轻化特点。顺应这一趋势推出工仔的卡通形象,也是为了拉近与职工的距离,增强职工对工会的认同感,让大家看到‘鲤城工仔’就想到鲤城工会。”鲤城区总工会党组书记、常务副主席蒋丽蓉说。

### 百变工会“代言人”

印有工仔形象的抱枕被、充电宝、钥匙扣等20余种文创品,让工仔进入了职工的日常生活

“鲤城工仔”“出道”后,便成为了鲤城工会的宣传大使,担任起工会活动的“代言人”。

打开微信公众号“鲤城工会”,“工仔频道”一栏

中,工仔“代言”的各种活动一目了然:工仔牵线、工仔入职、工仔说案、工仔show,并附上工仔名片,囊括了职工交友、就业服务、法律宣讲等工会品牌活动,推送文章多以工仔为第一视角进行介绍;工仔还在鲤城工会每月开展的网上工会会员日活动中“花式卖萌”,为工会会员送上粉丝福利。

“说起我的‘爸爸’,你们一定不陌生,他就是‘鲤城工会’,是咱们职工的‘娘家人’,团结和带领职工听党话、跟党走。”在一篇《鲤城工会“新星”走马上任》的文章里,动态的工仔迎着飘扬的党旗,向职工介绍自己。“我会紧跟时代步伐、鲤城发展的脚步,谨记为职工服务的宗旨,努力履行好‘代言人’和工会‘娘家人’的职责。”配图中,工仔撸起袖子,比出“加油干”的姿势。

为了让工仔充分发挥“宣传大使”的作用,鲤城工会又推出了工仔表情包、图说工会史等多种形式的动漫衍生品。工会会员日的奖品中,多了印有工仔形象的抱枕被、充电宝、钥匙扣等20余种文创品,让工仔进入了职工的日常生活;线下从工业园区到企业厂区公开栏,再到职工食堂、生产车间,工会的宣传资料中也随处可见“鲤城工仔”的俏皮身影。

工会声音从严肃的官方文稿变成了形式多样、俏皮活泼的新媒体文风,受到不少职工粉丝的喜爱。“工会好有创意!”“好可爱的表情包,已经火速下载了!”粉丝们纷纷留言。据介绍,“鲤城工会”微信公众号粉丝数目前已达15000余人,较去年增加了135%;“鲤城工仔”表情包累计发送量超过25万次,成为职工中的“网红”。

### 让工会像“工仔”一样深入人心

让工会“娘家人”的服务像“鲤城工仔”一样深深印在职工的心中,最终实现从“聚人气”到“聚人心”

“鲤城工仔”不止在线上活跃,还常常到线下工会各类活动中“串串”。在“鲤城工仔”的参与下,工会活动的趣味性和吸引力大大提升。

今年“五一”前夕,在“匠行当代 穿越古城”首届刺桐古城职工人文定向挑战赛宣传片中,“鲤城工



仔”人偶与职工一同出现在泉州的大街小巷,成为一道靓丽的风景线。宣传片在网络上获得了48万次的播放量,活动则吸引了900余名职工参加。

“工仔牵线”的在档会员们,则可谓“鲤城工仔”的资深“粉丝团”。10月中旬,踏着鲤城泉州的秋色,粉丝团开启了一场浪漫之旅。工仔化身工会红娘“红红”,带领粉丝们来到泉州清源山风景区,一边欣赏优美的风景,一边体验欢乐的互动小游戏。职工粉丝小吴在游戏中赢得了工仔形象的小风扇,她说:“我是个比较腼腆的女生,一开始还担心会尴尬,没想到活动真的很有趣,还结识了不少朋友。希望工仔‘红红’真的可以帮我找到另一半。”

随着工仔的知名度越来越高,在“鲤城工会”微信公众号后台,经常收到这类消息:“不是工会会员能参加活动吗?”“好可惜,我不是鲤城职工”“请问要怎么加入工会”……开元街道总工会工作人员黄斌特别有感触:“以前宣传工会组建有点难,现在,通过工仔和微信公众号的宣传,大家对工会有了更多的了解,很多企业和职工甚至主动找到我们要加入工会。”目前,鲤城区共计组建单独基层工会1133个,社区工会联合会81个,行业(市场、楼宇、园区)工会联合会18个,会员61815人,入会率达98.8%。

“鲤城工仔”既提升了知晓率,又打造出了一个又一个工会工作品牌。”蒋丽蓉表示,打造卡通IP的核心在于其背后蕴含的价值观和文化认同,转变形象背后是服务方式的转变,让工会“贴心娘家人”的服务像“鲤城工仔”一样深深印在职工的心中,最终实现从“聚人气”到“聚民心”。

据了解,接下来,鲤城区总将推出更多的衍生形象和文宣品,以适应不同场景的运用需求,让工仔与工会工作进行全方位的融合,进一步提升工会组织的服务意识、服务精神和服务能力。

(泉州市鲤城区总工会 供图)



## 健全平台机制 提升维权效力

### 青岛西海岸新区工会实施“一平台两机制”工作法

本报讯(记者杨明清)记者日前从山东青岛西海岸新区总工会获悉,该区工会通过实施建设“会e通”工会社会治理信息平台、构建维权维稳工作新机制、推进企业工会与行政沟通协商机制等“一平台两机制”工作法,提升了职工维权工作的效力。

搭建工会社会治理信息平台。2017年,该区总工会开发建设“会e通”工会社会治理信息平台。该平台具备信息报送处理、劳模管理服务和政务工作平台三大模块和短信群发、站内邮件等功能,构建起横向到底、纵向到底、上下贯通的劳动关系信息预警和安全隐患快查快改网格化平台,形成工会参与社会治理工作新格局。

构建维权维稳工作新机制。该区总工会开展“工会普法大讲堂”活动,组织法律工作者进街镇、进企业、进社区讲授法律知识。2018年以来,共组织16场普法活动;加大法律人才引进、培养和聘用的力度,选聘20名专业律师组成工会法律顾问团;2016年起,区总工会与人社局、企业联合会、工商联四家联合培训劳动关系协调员、协调师100多名,构建起职工法律援助网络体系;进一步健全区、镇街、企业三级劳动争议调解组织,培养基层劳动争议调解员3000多名。

此外,该区总工会全面推进企业工会与行政沟通协商机制,深化工会集体协商工作,构建科学完善的企工工资共决机制、正常增长机制、支付保障机制。目前,该区已建会的国有、集体及其控股企业职代会制度、厂务公开制度的建制率达到100%。



11月10日凌晨1时,优酷权益中心的程序员大宇在帐篷里简单打了个盹,就径直走向办公区为“双11猫晚”做最后的数据测试。当晚他一个人要负责数亿福利的配置发放,消费者手机里下红包雨的时间和数量都需要他在后台紧盯,保证每一项福利可以准时发出。对于像大宇这样的程序员来说,“双11”不是狂欢,而是精确的数据、复杂的代码和一份沉甸甸的压力。

本报记者 王伟伟 摄

## 高邮引入商业工伤险破解超龄员工工伤保障难

根据缴费标准,企业为员工每人每年缴纳600多元,员工最高可获得60万元赔偿

障的难题。

高邮市民营经济活跃,劳动密集型企业较多,企业大多分布在乡村,用工需求量大,企业留用、录用60岁以上的人员的越来越多。去年6月,高邮市人社局与保险公司一起开辟绿色通道,快速进行工伤认定,承保的中国人寿高邮支公司7个工作日内将赔付款53万元送到该企业负责人手中。

近日,恒通公司特地制作了一面写着“风险无情、保险有爱,超龄项目、理赔快捷”的锦旗,送到了高邮市人社局工伤保险科,感谢人社部门的创新好政策帮了企业大忙,解决了超龄员工个人工伤无保

益,降低企业用工风险?高邮市人社部门在多次组织人员深入企业调研,掌握一线情况的基础上,与中国人寿保险股份有限公司高邮支公司商议,以增设险种的方式,通过用人单位向中国人寿保险股份有限公司高邮支公司投保,以分散用人单位聘用超龄人员的用工风险。今年初,高邮市率先出台了扬州市首个《用人单位聘用超过法定退休年龄人员参加工伤保险方案》,方案规定,在高邮市区域范围内用人单位聘用超过法定退休年龄劳动者,在继续就业期间,其工作所在单位应为其办理商业工伤保险。按照2019年的缴费标准,企业为超龄人员每人

每年缴纳600多元,员工发生工伤事故后最高可获得60万元赔偿。

高邮市创新引入商业工伤险,解决超龄员工待遇问题,降低了企业用工风险,保障了超过法定退休年龄人员就业期间的权益,深受企业和超龄劳动者的欢迎。据统计,今年,该市已有135家企业为2500余名超龄就业人员缴纳了商业工伤保险。截至目前,共认定超龄人员工伤、工亡23起,支付工伤保险费78.6万元。

扬州恒通公司相关负责人表示,有了超龄员工工伤保险,企业在招收超龄人员时免除了后顾之忧,如今厂里的50多名超龄人员全都购买了商业工伤保险。