

关于劳务品牌发展现状分析 及其在新形势下提升路径与加强宣传 的研究报告

(摘要)

本研究旨在过去组织劳务品牌选树、开展调研和交流的基础上，组织政府、社团、企业等几方面人员依托互联互通等新技术开展问卷调查，并进行分析研究、专题研讨，探索劳务品牌的内在发展规律，挖掘其内生需求，进一步提出劳务品牌在新时期提升的路径和加强宣传推广的建议。

一、劳务品牌发展现状调查分析

(一) 劳务品牌发展历程的简要回顾。劳务品牌源自改革开放大潮中的农村劳动力转移就业。上世纪 70 年代末，逐步放开农村劳动者进城务工，产生了劳务品牌的萌芽。上世纪 90 年代后，伴随着劳务输出组织化程度逐步提高，催生了劳务品牌的崛起，一批劳务品牌脱颖而出。2007 年全国劳务品牌展示交流大会后，许多地区大力推进劳务品牌建设。尤其是党的“十九大”以来，各地政府部门积极打造和培育劳务品牌，涌现出一批优秀劳务品牌。目前，劳务品牌进入新的发展阶段，开始走上转型、升级之路。

(二)从问卷调查看发展现状。一是促进转移就业富有成效。二是对带动当地就业发挥作用。三是对当地经济发展有相当贡献。四是疫情对劳务品牌实体的冲击影响较为严重。五是低端劳动力的市场需求下降，压缩了劳务品牌的传统市场空间。六是劳务品牌实体在高素质劳动力输出能力方面尚不能满足新经济格局和产业升级需求。七是劳务品牌实体的经营管理水平急需与日趋规范和竞争加剧的市场相适应。八是大部分劳务品牌载体单一、规模偏小，尚未形成汇聚多方资源、良性互动的劳务品牌生态圈。九是劳务品牌实体发展急需得到多方面的支持和帮助。十是劳务品牌宣传力度和传播方式急需加强和扩展。

二、劳务品牌发展环境的新变化及新机遇

(一)劳务品牌发展环境的新变化。一是就业优先政策不断强化，劳动力市场化机制体制更加完善，提出了新要求。二是以国内大循环为主体、国内国际双循环发展新格局的确立，带来了新挑战。三是新技术革命全面爆发，新经济、新业态、新就业大量涌现，呈现出新趋势。

(二)劳务品牌发展面临的新机遇。一是劳务品牌从低端劳动力市场向中高端劳动力市场渗透空间巨大。二是劳动力回流给劳务品牌实体提供了就地就近开发就业的新领域。三是新技术为劳务品牌的运营、管理和宣传提供创新工具(劳务品牌+互联网)。四是新就业形态为丰富劳务品牌业态提供了多种途径(互联网+劳务品牌)。五是劳务品牌发展面临更宽松有利的制度环境和政策环境。

三、劳务品牌创新发展的路径和措施建议

(一) 在劳务品牌发展的三大核心要素上继续务实进取。一是加强职业技能培训，大幅度提升劳务队伍质量。二是推进劳务品牌服务标准化，进一步提升服务质量。三是建立健全信用制度，形成诚信经营服务的良好机制。

(二) 引领劳务品牌多维度综合生态圈发展。一是建立多维度劳务品牌生态圈的理念。二是总结综合生态圈发展做法经验，以典型引领品牌生态圈发展壮大。

(三) 政府部门和社会组织加强指导支持和服务。一是多部门整合政策资源促进劳务品牌健康发展。二是分类制定劳务品牌专项标准，鼓励社会组织参与支持劳务品牌标准化建设。三是搭建开放的劳务品牌信息化平台，通过信息技术手段确立服务和质量的诚信机制。

四、提高劳务品牌传播效果，打造多媒体矩阵

(一) 研究制定宣传方略，强化主题丰富与内容创新。一是以稳就业、保就业为宣传主题。二是以职业技能培训和竞赛为宣传主题。三是以劳务品牌服务质量优化为宣传主题。四是以劳务品牌诚信建设为宣传主题。

(二) 积极打造全媒体矩阵，提高宣传能力。一是强化平台建设，实现品牌宣传多元传播。二是整合媒体资源，形成品牌推广合力。三是以真实案例为中心，提升宣传推广实效。

(三) 通过品牌传播，展现和拓展劳务品牌生态圈。深入挖掘劳务品牌的经济、文化资源。结合区域产业优势，在拓宽品牌生态圈，拓展品牌知名度，助推品牌健康发展上下功夫。