

武汉市人力资源和社会保障局

关于印发《武汉市劳务品牌申报认定工作方案》的通知

各区人力资源（社会保障）局：

现将《武汉市劳务品牌申报认定工作方案》印发你们，请结合实际，认真抓好落实。

武汉市人力资源和社会保障局

2024年7月16日

武汉市劳务品牌申报认定工作方案

为切实加强劳务品牌建设，促进更加充分、更高质量就业，助力乡村振兴和经济社会发展，根据《人力资源社会保障部、国家发展改革委等 20 部门关于劳务品牌建设的指导意见》（人社部发〔2021〕66 号）、《省人力资源和社会保障厅、省发展和改革委员会等 20 部门关于加强劳务品牌建设的实施意见》（鄂人社发〔2022〕13 号）和《市人力资源和社会保障局、市财政局关于印发<武汉市公共就业服务能力提升示范项目实施方案>的通知》（武人社发〔2024〕5 号）等文件精神，经研究，决定组织开展武汉市劳务品牌申报，现制定方案如下：

一、申报范围

武汉市劳务品牌申报按照以下类别进行：

（一）技能类劳务品牌：结合本地历史文化遗产、特色产业、就业规模、人力资源禀赋等要素，以战略性新兴产业为引导，先进制造业为支持，现代服务业为主体的“965”现代产业体系进行梳理申报。

（二）生产生活服务类劳务品牌：在家政服务、特色农产品生产、生活餐饮、人力资源、养老服务、商务咨询等服务领域进行梳理申报。

（三）文化和旅游类劳务品牌：在非物质文化遗产、特色手工艺、乡村旅游等文化和旅游产品及服务领域进行梳理申报。

（四）民生保障类劳务品牌：在制造业、建筑业、快递物流业等就业容量大的领域进行梳理申报。

二、申报条件

（一）具有鲜明的地域特征和规范的名称。劳务品牌名称规范为：地域+产业/行业/产品+人（称谓，如工、匠、师等）。

（二）具有独特的技能工艺。劳务品牌培训力度大，相关从业人员技能素质高，具有一定的专业技能或独特的工艺；行业协会、产业协会助推劳务品牌从业人员技能素质提升发挥作用明显。

（三）具有较大的从业规模。劳务品牌带动就业作用明显，形成了一定的就业规模，或在细分人力资源市场上占有较高份额，有一定的区域影响力或行业影响力。

（四）具有较好的社会效应。在带动返乡创业、促进招商引资、带动地方产业提升、助力乡村振兴和城市发展方面发挥了积极作用。

（五）具有较高的知名度和良好的社会信誉。从业人员职业道德好，得到了社会的广泛认可；劳务品牌从业人员劳动创造的产品、工程或所提供的服务质量优良、信誉好、影响大。

三、申报评定程序

武汉市劳务品牌按照区级初评、市级评审、社会公示和研究确定的程序产生。

（一）区级初评。各区人社部门按照申报条件，结合本区老字号、驰名商标、知名企业等特点，认真挖掘、筛选本区劳务品

牌，并进行综合评估，填写《武汉市劳务品牌申报表》（见附件1，以下简称申报表）择优向市人社局推荐申报。原则上每个区择优推荐不超过3个劳务品牌，已获得省级劳务品牌相关奖励的不再推荐。

（二）**市级评审**。市人社局将对各区申报资料进行资格复核，并委托第三方进行评审。评审采用实地考评方式，采取百分制方式进行计分，根据劳务品牌评审项目（见附件2）按照标准分别计分，按总分由高到低顺序排名，其中总分相同的按照品牌规模、品牌效益等单项评审分数依次排名，最终确定劳务品牌候选名单。

（三）**社会公示**。将拟认定的武汉市劳务品牌向社会公示7天，接受社会监督。

（四）**研究确定**。公示期满无异议的，经市人社局研究，被认定为武汉市劳务品牌的，发文公布，并颁授牌匾。

被认定为市级劳务品牌的，将择优推荐申报省级、国家级劳务品牌，并组织参加全国全省性劳务品牌相关推广活动。

四、有关要求

（一）**加强组织领导**。各区要高度重视市级劳务品牌组织申报，以申报评选活动为契机，主动协调商务、知识产权、市场监管等部门，认真做好劳务品牌挖掘、培育和宣传工作，推进劳务品牌建设提档升级。

（二）**认真组织申报**。各区要按照实事求是、公平公正的原则，认真组织实施申报工作，对符合条件的申报对象要加强指导

和服务，确保申报对象能全面准确、客观真实地体现劳务品牌的特点、实际效果和社会效应。申报材料要求真实，发现弄虚作假的直接取消申报资格。

（三）推动成果转化。各区要切实发挥劳务品牌效应，积极将劳务品牌转化为就业名片、返乡创业名片、招商引资名片、地方产业名片和城市名片。大力宣传当地加强劳务品牌工作的创新举措、经验成效、劳务品牌典型企业、典型人物，讲好劳务品牌故事，扩大劳务品牌知名度和影响力。

附件：1.武汉市劳务品牌申报表

2.武汉市劳务品牌考评表

附件 1

武汉市劳务品牌申报表

品牌名称					
申报单位					
联 系 人		职务		电话	
类 别	☐ 技能性劳务品牌 ☐ 生产生活服务型 ☐ 文化和旅游型 ☐ 民生保障型				
从业人员规模			人均劳务年收入	万元	
就业地分布					
培训机构情况			开展培训情况		
相关企业数量					
典型企业					
直接关联的产业产值	亿元		关联产业链的产业产值	亿元	
协会、商会、相关工作机构情况					
典型人物	(创立人、传承人、技能大师、代言人等)				
相关荣誉					
宣传推广情况					
劳务品牌概况	(2000 字以内)				
申 报 推 荐 意 见	签章： 日期：				

附件 2

武汉市劳务品牌考评表

序号	一级评价指标	权重	二级评价指标	权重	三级评价指标及数据来源	评价标准	分值	依据	备注
1	品牌规模	25	劳务规模	15	从业人员数量（由创建地人社部门测算核定）	规模较大（11-15分）：从业人员数量占同类劳务品牌前列；或是当地劳动年龄人员的主要就业形态。 规模一般（6-11分）：从业人员数量在同类劳务品牌中居于中等水平；或是当地劳动年龄人员的重要就业形态。 规模较小（1-6分）：从业人员数量比较小；占当地户籍人口比重比较小。			
2					从业人员数量占当地（县、区、市）劳动力人口比例（劳动力人口数以上年度统计年鉴为准）				
3	品牌效益	20	产业规模	10	直接关联企业数量（由创建地人社部门商市场部门测算核定）	规模较大（9-10分）：市场主体数量占同类劳务品牌前列；或是当地市场主体的主要构成。 规模一般（4-9分）：市场主体数量在同类劳务品牌中居于中等水平；或是当地市场主体的重要构成。 规模较小（1-4分）：市场主体数量不多；是当地市场主体的有益补充。			
4					直接关联企业数量占当地（县、区、市）企业数量比值（由创建地人社部门商市场部门测算核定）				
5	品牌效益	20	劳务效益	10	劳务品牌从业人员年平均收入（由创建地人社部门测算核定）	效益较好（9-10分）：有较高的收入水平；超过当地社平工资。 效益一般（4-9分）：收入水平一般；与当地社平工资基本持平。 效益较差（1-4分）：收入水平较低；或低于当地社平工资水平			
6					劳务品牌从业人员年平均收入与当地（县、区、市）社会平均工资比值（由创建地人社部门测算核定）				
7	品牌效益	20	产业效益	10	直接关联产业产值（由创建地人社部门商市场部门测算核定）	效益较好（9-10分）：直接关联产业产值较高；是当地支柱产业。 效益一般（4-9分）：直接关联产业产值一般；是当地较为重要的产业组成。 效益较差（1-4分）：直接关联产业产值较小；是当地产业的有益构成。			
8					直接关联产业产值占本县（区、市）GDP比值（由创建地人社部门商市场部门测算核定）				

序号	一级评价指标	权重	二级评价指标	权重	三级评价指标及数据来源	评价标准	分值	依据	备注
5	品牌 形象	15	知名度	3	业内知名度：劳务品牌直接关联市场主体门店数量及分布区域；劳务品牌直接关联的头部企业雇佣劳务品牌从业人员占比（由创建地人社部门商市场部门测算核定）	知名度较高（3分）：具有全国及省级知名度，在全国性和省级媒体上有一定频次的宣传报道。 知名度一般（2分）：知名度局限于市内。 知名度较低（1分）：仅在区内有一定知名度。			
公域知名度：近三年劳务品牌关键词网页收录量及增长率，国家级媒体宣传推介情况（平台数量、推介次数）（可由第三方按统一口径提供，也可由创建地人社部门提供数据并佐证）									
6			认可度	4	近三年劳务品牌关键词报道收录量、增长率及被列入各类清单情况，（可由第三方按统一口径提供，也可由创建地人社部门提供数据并佐证）	认可度较高（3-4分）：劳务品牌相应产品或服务具有较高的复购率和满意度，在一定范围或细分市场具有较高的市场占有率。 认可度一般（1-3分）：劳务品牌相应产品或服务受到认可，无负面报道和黑名单。 认可度较低（0分）：市场反馈比较负面，出现一定投诉和黑名单情形。			
7			美誉度	3	近三年获得各类表彰和肯定性奖励情况（表彰等级、数量）	美誉度较高（3分）：获得市级以上肯定性表彰奖励。 美誉度一般（1-2分）：获得区级肯定性表彰奖励。 美誉度较低（0分）：社会反响一般，甚至出现一定负面反馈。			
					近三年获得各类表彰和肯定性奖励情况增长率				
8			行业影响	5	获评行业领域类质量标准、市场占有等方面认定、肯定和表彰情况（等级、数量）	影响较高（4-5分）：在全国性的行业机构担任职务并发挥一定作用；受到全国性行业机构的肯定性认定；参与出台全国性标准、规范、办法等。 影响一般（2-4分）：在区域性的行业机构内担任职务并发挥一定作用；参与行业地标制定；产品、服务在局部区域内具有一定市场占有率。 影响较低（0-2分）：业内口碑一般，甚至负面；产品、服务市场占有率较低。			
					在行业领域内中发挥作用情况（在一定范围内担任会长、理事等角色）				
					支持、支撑、引领行业发展情况（参与或牵头制定行业标准、规范、办法等）				

序号	一级评价指标	权重	二级评价指标	权重	三级评价指标及数据来源	评价标准	分值	依据	备注
9	品牌技能	15	技能广度	8	相应核心技能纳入有关部门评定情况	技能覆盖较广（7-8分）：具有较强的技能要求，须经过一定的培训和实践才能胜任，从业人员培训覆盖率较高，培训机构设置满足培训需求。 技能覆盖一般（3-7分）：接受专业培训、岗前培训占比一般。 技能覆盖较低（0-3分）：仅较少部分接受岗前培训，培训机构较少。			
					培训机构情况及年培训人数（全口径参加培训机构培训人数）				
					受训人员占从业人员比值（可抽样）				
10			技能深度	7	获评技能领域各类认定和荣誉情况（各类工匠、技能大师等，认定等级、数量）	高技能性（6-7分）：建有市级以上技能工作室、大师工作室，获得省部级以上技能竞赛奖励；有专利和省部级以上规范、标准；有省级以上工匠、大师、能手等。 一般技能性（3-6分）：获得区级技能认定和竞赛奖励。 弱技能性（0-3分）：获得的技能认定和竞赛奖励层级、等级较低或没有。			
					技艺、工艺获得专利保护情况				
					参加各类技能竞赛获奖情况（赛事规格、获奖等次）				
11	品牌责任	10	传承历史文化	5	获得非遗认定情况（等级、数量）	履责较好（4-5分）：有市级以上非遗、老字号、驰名商标等文化传承类认定。 履责一般（2-4分）：有区级非遗、老字号、驰名商标等文化传承类认定。 履责较弱（0-2分）：品牌发展历程较短，无相应非遗、老字号、驰名商标等认定。			
					获得老字号、驰名商标等认定情况（等级、数量）				
12			承担社会责任	5	获得脱贫攻坚、乡村振兴方面荣誉和肯定情况（等级、数量）	履责较好（4-5分）：有市级以上脱贫攻坚、乡村振兴奖励；从业人员灵活就业较多；吸纳特殊群体（留守妇女、残疾人、失地人员等）较多。 履责一般（2-4分）：有区级脱贫攻坚、乡村振兴类奖励。 履责较弱（0-2分）：有一定的惠民生功能。			
					灵活就业人员数量及比例（可抽样）				
					吸纳特殊群体（残疾人、留守妇女、高龄人员、失地农民等）情况（可抽样）				

序号	一级评价指标	权重	二级评价指标	权重	三级评价指标及数据来源	评价标准	分值	依据	备注
13	品牌管理	15	组织建设	5	相应工作机构建设情况（领导小组、工作专班、工作室等）	组织建设完善（4-5分）：劳务品牌工作机构健全、完善。 组织建设一般（2-4分）：仅人社部门有相关工作人员推动日常创建工作。 组织建设较弱（0-2分）：除完成上级工作任务外，较少或没有组织开展创建工作。			
					相应社会组织建设情况（协会、机构）				
14			支持力度	5	近三年政府部门累计支持经费情况	支持力度强（4-5分）：出台了相关创建文件，且有持续稳定的创建资金支持。 支持力度一般（1-4分）：出台了相关创建文件，仅有部分零星社会资金参与创建。 支持力度弱（0分）：尚未出台创建文件，没有资金参与劳务品牌创建。			
	近三年社会组织支持劳务品牌建设经费投入情况								
15			工作支持	5	近三年人社部门组织开展劳务品牌招聘会、展示推介、人员培训等情况	支持力度强（4-5分）：日常招聘活动中设有劳务品牌专场、专台；设有劳务品牌培训基地，开设了劳务品牌培训；常态化开展宣传推介。 支持力度一般（1-4分）：偶尔举办劳务品牌招聘会和培训班，根据工作需要开展宣传推介。 支持力度弱（0分）：没有针对性专场招聘和技能培训，几乎很少开展宣传推介。			
16	附加	10	创新发展或重大事件	10	应当加分的程序事件、成就和贡献	国家级（10分）:产生全国性广泛影响；全国性创新发展；参与国家工程、项目等重大事件；其他国家级事件。 省部级（8-9分）:产生全省范围内重大影响，跨省域创新发展，参与省部级重点工程、重大项目等。 其他（1-7分）:其他被认为应当加分的创新事件、成就和贡献。			
合计		110	—	110	—	—		—	—