

务工也要重视“品牌”

杨建乐

又逢求职旺季。毋庸置疑，在就业市场，有着“211”“985”“双一流”等“牌子”的高校毕业生更容易获得用人单位认可，就业率更高。与之相似的是，在劳务市场，有着劳务品牌的务工者，也更受用人单位信赖，不管是薪资待遇、发展前景，都比一般务工者更好。

河南省林州市是一个自然条件恶劣、干旱缺水之地。20世纪60年代，为结束十年九旱的历史，10万林州儿女在太行山东麓人工修了一条全长1500公里的红旗渠。为确保工程质量，在每一段渠埂上，都镶着一块“责任碑界”，上刻承建该段渠的村名。其用意是，如果这段渠出现任何质量问题，可以马上找到承建者，并向其永久追责。之后，林州人把立“责任碑”的做法沿用到其所承建的工程中，上刻工程队的名字，以碑为“诺”，表明对此工程质量永久负责。后来，坚持“质量第一，负责到底”的林州人，打造出一批批建筑精品，形成了响当当的“林州建筑工”劳务品牌。凭借此品牌，林州人在全国各地承揽工程顺风顺水。2022年，林州市已拥有千余家建筑企业，产值达1600亿元，建筑业已成为当地重要的富民产业。

当前，劳务市场竞争日趋激烈，要促进就业，打造劳务品牌无疑是一个有力抓手。就如同林州市，正因为有了“林州建筑工”这一劳务品牌，有效吸引大量劳动力加入建筑行业，推动当地劳动力高质量就业和地方经济发展。

当然，打造劳务品牌并非一日之功，它是一个“积水成渊，蛟龙生焉”的过程。为此，首先，需要各地相关部门高度重视务工组织化，通过组织引导形成一定规模劳务输出，为打造劳务品牌奠定基础。其次，需加大职业技能培训力度，促进劳动者从“体力型”向“技能型”转变，切实增强就业竞争力。再次，需从政策、标准、诚信建设等方面发力，并通过引导社会各方力量及劳动者积极参与，增强品牌维护意识，推动劳务品牌良性发展。

近年来，云南也涌现出一些像“林州建筑工”一样的劳务品牌，如“剑川木雕工匠”“丘北纺织工”等，在促进劳动力转移、助力务工者增收中发挥了积极作用。希望各地更加重视，打造出更多有影响力的劳务品牌，让“好品牌”促进好就业，带来好收益，铺就富民好路子。



致富
随笔