

劳务品牌何以成为就业增收“金名片”？

一张张镌刻地域基因、彰显产业特色、凝聚工匠精神的劳务品牌“金名片”，正为我市乡村振兴注入澎湃动能。目前，全市已成功打造8个不同类型的劳务品牌，年经济收益达12亿元，带动近5万名劳动者踏上就业增收的康庄大道。

这些劳务品牌是如何炼成的？未来又该如何深化劳务协作释放更大潜能？连日来，记者深入走访调研，探寻其中奥秘。

文/记者 徐斌姬 董梁 本版图片由市人社局提供

品牌培育 民宿管家点亮山川

春意渐浓，在我市德清县莫干山缙田生态度假村，主理人徐萍正带领团队为宾客定制春日专属体验。

持全国首批民宿管家职业技能证书的她，将打野茶、挖春笋、制青团等时令活动与300亩生态园区内的45间客房、四季果园、露营草坪等设施有机融合，构建起“私人定制+专业管家”的特色服务体系。自去年组建持证管家团队以来，该民宿已实现从餐饮搭配到户外活动的全流程个性化服务。

数据显示，德清成立的莫干山民宿

管家职业培训学校，目前已累计培训专业人才2万余人次。而这一群体代表的“莫干山民宿管家”劳务品牌，作为浙江省唯一入选成果展特色馆的品牌，于去年亮相全国劳务协作暨劳务品牌发展大会，其精准对接产业需求的人才培育模式引发广泛关注。

就是在那次会上，莫干山民宿管家品牌负责人刘杰，围绕“劳务品牌高质量充分就业与人力资源开发”主题发表演讲，他以德清实践为例，分享了通过标准体系重构行业生态的创新路径。

民宿管家业态萌芽阶段，德清率先实施“星级评定”试点，2021年出台《民宿管家培育奖补实施办法》，构建职业化培育体系。2022年6月，该职业被纳入新版国家职业分类大典，成为全国首个由县级政府申报的新职业。同年，德清牵头制定了全国首个《乡村民宿服务认证要求》行业标准。刘杰说，职业名称、定义、培训到标准的递进式建设，既保障了德清民宿产业的可持续发展，又让从业者有了职业归属感。

有了标准就有话语权。如今，国内

民宿行业的各类标准制定，莫干山民宿都有参与。这种全链条标准话语权，让莫干山在行业呼声中始终保持标杆地位。在刘杰看来，标准化建设不是简单复制流程，而是构建涵盖人力资源、服务规范的全维度参照系，这是莫干山民宿持续领先的关键。

相比传统劳务品牌，民宿管家差异明显。从业主体打破乡村向城市流动的传统，大专学历的年轻群体逆向回村，以智慧和创造力取代机械劳动。就业场景从城市CBD转向乡村，服务从标准化产品输出变为个性化体验营造，这不仅是工作环境的转变，更体现了劳务品牌的升级方向。

刘杰表示，劳务品牌建设要前瞻性把握职业趋势。民宿管家标准制定的核心，是打造实用的实践指南，最终目的是激活乡村活力。返乡创业的年轻人，既是服务提供者，也是乡村美学与在地文化的传播传承者。这种双向价值流动，让民宿产业成为连接城乡、融合传统与现代的桥梁。在劳务品牌从量变到质变的转型期，莫干山模式为乡村振兴提供了可借鉴的创新样本。



民宿管家



颁发职业证书

品牌输出 一片叶子跨越山海

“劳务品牌是具有鲜明地域标记、显著行业特征、过硬技能特点和良好用户口碑的劳务标识。”从市人社局了解到，近年来，全市积极鼓励有规模、有市场的龙头企业、职业培训机构、人力资源服务机构参与劳务品牌建设，深入挖掘从业基础良好但零散分布的劳务产品，引导其发展为特色劳务品牌并不断壮大，推动城乡劳动者增收。

统计数据显示，目前我市已打造包括莫干山民宿管家、黄杜村一叶共富、德清家政服务员、德聚焊宝宝、妙西原乡月嫂、长兴茶匠、蜂状元、壹家人东西部协作劳务服务在内的8个具有代表性的劳务品牌，涵盖民宿、家政、制造业等多个领域，吸引从业人员近5万人，年经济收益达12亿元。

上个月，新一批136万株“白叶1号”茶苗从安吉县启程，运往贵州、湖南等地。自2018年首次捐赠茶苗起，安吉每年陆续向选定的贵州省普安县、雷山县、沿河县，湖南省古丈县以及四川省青川县捐赠茶苗并开展技术指导。

在安吉黄杜村万亩茶园，刻有“一片叶子富了一方百姓”字样的石碑，印证着当地依托白茶产业走出致富之路的奋斗故事。黄杜村党总支书记、村委会主任盛阿伟告诉记者，该村曾是安吉最贫困的乡村之一，而现在村民经营的茶叶面积达到5万亩，年产值超过5亿元，去年人均收入7万多元。



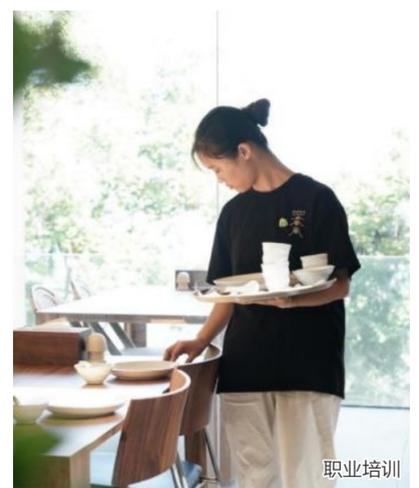
“一片叶子”的富裕画卷

一片叶子不仅富了一方百姓，更是不断造福四方百姓。2018年至今，“一叶共富”劳务品牌跨越2000公里，与湖南、四川、贵州三省五县达成结对帮扶，已捐赠茶苗4006万株，带动37个村3394户、11332人受益。去年，三省五县已量产的9075亩茶园加工干茶超1.6万公斤，销售总产值达3107万元，带动当地人均增收4500元。

在持续推进劳务品牌标准化、规范化建设过程中，我市坚持“专业性是劳务品牌核心竞争力”的理念，开展针对

性技能培训。同时，充分运用“互联网+劳务品牌”模式，借助数字化手段实现精细化、高效化管理。

以“一叶共富”劳务品牌为例，安吉黄杜茶园大力推广云间数字茶园及安吉白茶App，超90%的使用率显著提升品牌价值。数字赋能还延伸至受捐地。今年，已有21万株从安吉运往湖南翁草村的“白叶1号”茶苗落地后，白茶基地新添智能化灌溉系统，一举解决山地茶园“靠天吃饭”的难题。随着补种工作结束，翁草村600亩白茶基地实现100%良种覆盖。



职业培训

记者手记

在莫干山民宿管家调制的手工茶香中，在安吉白茶基地跳动的数字大屏上，我们触摸到了劳务品牌最真实的温度。当返乡青年手握职业认证证书，传统茶农借助App管理茶园，标准化赋予的，不只是技能提升，更是职业尊严的觉醒，让从业者从劳动中寻得价值与荣光。

劳务品牌的魅力，核心在于巧妙破解城乡二元结构的难题。莫干山民宿管家标准，让城市审美与乡村智慧和谐相融；安吉“白叶1号”茶苗，将东部经验转化为西部振兴的活力基因。这些跨越地域的劳务协作，实质是城乡间资金、技术、人才等要素的平等交流。

置身数字化浪潮，那些带有鲜明地域特色的劳务品牌，犹如一枚枚鲜活印章，既烙印着乡土文明的底蕴，又印刻出现代经济的发展轨迹。它们有力证明：乡村振兴并非单向推进，只有当城市反哺与乡村觉醒同频共振，共同富裕之路才能走得稳健长远。

品牌壮大
力争两年新增七个