

# 重庆市地方标准

## 《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》

### 编制说明

#### （征求意见稿）

《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》

标准起草组

二〇二六年五月

# 目 录

一、工作简况 .....	1
(一) 任务来源 .....	1
(二) 制定背景 .....	1
(三) 名称和范围 .....	2
(四) 起草单位及起草人员 .....	2
(五) 起草过程 .....	3
二、编制的原则 .....	5
(一) 规范性原则 .....	5
(二) 科学性原则 .....	5
(三) 适应性原则 .....	5
(四) 一致性原则 .....	5
三、主要内容的确定依据 .....	5
(一) 标准结构 .....	5
(二) 标准范围 .....	6
(三) 规范性引用文件 .....	6
(四) 术语和定义 .....	6
(五) 总则 .....	6
(六) 品牌目标 .....	6
(七) 品牌管理机构 .....	6
(八) 品牌战略规划 .....	7
(九) 品牌维护与风险防范 .....	7
(十) 品牌竞争力提升 .....	7
(十一) 品牌评价与应用 .....	7
四、重大意见分歧的处理 .....	7
五、采用国际标准情况 .....	7
六、与现行法律法规和强制性标准的关系 .....	7
七、标准实施的建议 .....	7
八、涉及专利的有关说明 .....	8
九、预期经济效益 .....	8

## 一、工作简况

### （一）任务来源

根据《重庆市市场监督管理局关于下达 2025 年第三批重庆市地方标准制修订计划项目的通知》（渝市监发〔2025〕97 号），《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》获批立项，项目序号为 9。本标准由重庆城市管理职业学院提出，重庆市农业农村委员会归口并组织实施，由重庆城市管理职业学院牵头负责标准的起草工作。

### （二）制定背景

一是党中央、国务院高度重视劳务品牌培育发展。2025 年 10 月，中共中央、国务院出台《关于统筹建立常态化防止返贫致贫机制 促进乡村全面振兴的意见》，明确要求坚持和完善劳务协作机制，创新发展劳务品牌，促进有组织劳务输出。《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十五个五年规划纲要》提出，强化劳务输入地和输出地协同，打造特色劳务品牌。2026 年 4 月，人力资源社会保障部、国家发展改革委、农业农村部联合印发《关于建立常态化防止返贫致贫就业帮扶机制促进乡村全面振兴的指导意见》，进一步强调要创新发展劳务品牌，支持乡村振兴重点帮扶县培育一批创新型、技能型特色劳务品牌，促进防止返贫致贫对象通过品牌化输出实现稳定高质量就业。

二是标准体系有待进一步完善。根据《国家标准化发展纲要》，标准是经济活动和社会发展的技术支撑，是国家基础性制度的重要方面。2022 年重庆启动乡村振兴劳务品牌建设，提出“标准引领劳务品牌高质

量建设”的发展思路，目前已经发布地方标准 14 项，但标准体系有待进一步完善，以便充分发挥单个标准的作用。

三是劳务品牌形象有待提高。当前劳务品牌普遍辨识度低，品牌知名度和影响力有限，市场对品牌认可度不高，品牌就业带动作用没有充分发挥出来。

### **（三）名称和范围**

本标准名称为《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》。

本文件界定了乡村振兴劳务品牌形象管理相关的术语和定义，提供了品牌形象的管理原则、核心要素、品牌形象塑造、使用、监测与维护、评价与改进等方面建议。

本文件适用于指导各类乡村振兴劳务品牌相关运营主体开展品牌形象管理

### **（四）起草单位及起草人员**

本标准《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》由重庆城市管理职业学院、重庆轻工职业学院、重庆市质量和标准化研究院、重庆市乡村振兴投融资协会、重庆市小面协会、秀山光明职业技术学校、秀山乡村振兴劳务品牌协会、重庆永华人力资源公司、重庆华服职业培训学校、重庆华服职业培训学校等共同起草。

部分起草人员及分工如下：

序号	姓名	工作单位	职务/职称	项目分工
1	安小风	重庆城市管理职业学院	副教授	调研统筹
2	孙 鑫	重庆城市管理职业学院	处长	标准起草
3	杜积莉	重庆市质量和标准化研究院	调研员	调研、起草
4	范倩	重庆轻工职业学院	副教授	文献资料
5	杨洪江	重庆市乡村振兴投融资协会	部长	品牌评价
6	邹徐	重庆市小面协会	秘书长	品牌管理
7	邓超	秀山光明职业技术学校	校长	品牌标识
8	曾凡强	秀山乡村振兴劳务品牌协会	秘书长	服务维权
9	向鹏飞	重庆永华人力资源公司	经理	标准起草
10	章梁	重庆华服职业培训学校	校长	标准起草
11	刘梅	重庆一手麻辣餐饮管理有限公司	董事长	标准起草

## （五）起草过程

### 1.开展预调研

2025 年 9—10 月，由重庆城市管理职业学院重庆乡村振兴劳务品牌研究院、重庆轻工职业学院、重庆市乡村振兴投融资协会等相关人员组成标准预调研小组，对重庆乡村振兴劳务品牌建设现状、标准体系、标准制修订以及标准实施情况进行调研，提出标准选题。

### 2.申报立项

2025 年 11—12 月，根据文献资料收集，以及实地调研得到的情况，确定标准的基本框架。完成地方标准申报材料撰写，形成“乡村振兴劳务品牌形象管理指南”地方标准申报资料，包括申报书、标准草案，经过编制单位和业务主管部门签字盖章，报市标准化业务主管部门。经市市场监督管理局组织专家评审，根据《重庆市市场监督管理局关于下达 2025 年第三批重庆市地方标准制修订计划项目的通知》（渝市监发〔2025〕97 号），《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》获批立项。

**3.组建起草小组。**标准立项后，通过重庆市乡村振兴劳务品牌标准

化技术委员会发文向社会公开征集起草单位和起草人。根据征集情况，根据标准研制需要确定了来自行业协会、高等学校、培训机构、人力资源公司等相关方构成的具有一定广泛性和代表性的起草单位和起草人。组织起草人员学习《标准编写规则 第7部分：指南标准》（GB/T 20001.7-2017）等标准编写规则，领会指南标准编写要求。

#### **4.开展标准起草工作**

2026年5月29日，起草小组人员安小风、杨洪江、章梁到渝派裁缝隆兴店、化龙桥店进行调研，了解渝派裁缝品牌推广情况，了解品牌形象在品牌推广过程中的作用，以及渝派裁缝劳务品牌在品牌形象建设中需要改进和加强的地方。

2026年5月24日，起草小组人员到千行营实地调研，深入了解千行营在品牌推广、品牌形象打造中的成功经验和做法。并结合劳务品牌实际情况，对劳务品牌形象提升、形象管理等相关问题召开研讨会，通过这次研讨会及结合千行营具体案例，加深了劳务品牌形象管理的认识。

2026年5月2日至4日，起草小组人员对武陵山缝纫工劳务品牌进行实地调研，结合调研情况对武陵山缝纫工形象打造进行了研讨，对提升武陵山缝纫工品牌形象提出了建议和意见。

2026年4—5月，起草小组通过现场研讨会、线上线下结合等方式，对标准草案进行了多轮研讨，对标准的结构达成了共识，对部分技术条款进行调整。

2026年3月3—5日，起草小组成员到云阳面工、万州烤鱼师傅、

开州金厨几个品牌，在品牌形象墙、品牌内涵展示、品牌门店设计等方面进行实地调研。通过调研，深刻感到几个品牌一直以来，特别是近年来加强品牌形象管理的重视。

## **二、编制的原则**

### **（一）规范性原则**

本标准严格按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》进行起草。

### **（二）科学性原则**

文件对“乡村振兴劳务品牌形象管理”提出了指导和建议，确保内容科学性，能够反映乡村振兴劳务品牌形象管理需要，体现劳务品牌形象管理内在规律，对乡村振兴劳务品牌形象提升具有指导意义。

### **（三）适应性原则**

本标准制定后有利于规范后期的使用，有利于乡村振兴劳务品牌形象提升，扩大劳务品牌知名度和美誉度，为劳务品牌形象管理提供指导，便于标准使用者操作，且让文件具有一定的应用普遍性。

### **（四）一致性原则**

本文件与现行法律法规和相关标准保持一致。

## **三、主要内容的确定依据**

### **（一）标准结构**

文件给出了重庆乡村振兴劳务品牌形象管理的原则，明确了从三个层面构建品牌形象，并从品牌形象塑造、品牌形象使用、监测与维护、评估与改进等方面给出了建议。

## **（二）标准范围**

本文件适用于指导各类乡村振兴劳务品牌相关运营主体开展品牌形象管理。

## **（三）规范性引用文件**

本文件没有规范性文件引用。

## **（四）术语和定义**

本章节就标准内容中用到的“品牌形象”等给出定义。

“品牌形象”是顾客及其他利益相关方对品牌的认知印象和联想集合。该术语来源：GB/T 29185-2021，5.13。

## **（五）管理原则**

本章从战略导向、系统一致、全员参与、动态持续、诚信务实等五个方面对乡村振兴劳务品牌形象管理的基本要求和总体原则进行说明。

## **（六）核心要素**

本章从有形要素、无形要素、感知要素三个层面理解和构建品牌形象的核心要素。旨在通过乡村振兴劳务品牌形象管理，提升品牌的知名度、认可度、美誉度，扩大劳务品牌就业规模和产业容量，推动实现更加充分更高质量就业，满足人民群众对日益增长的美好生活需要，为全面推进乡村振兴、促进经济社会高质量发展提供强大助力。

## **（七）品牌形象塑造**

由于劳务品牌形象塑造是劳务品牌形象管理的重要内容，品牌形象塑造包括对品牌的策划与定位、品牌视觉识别系统、品牌核心内容塑造、品牌专业能力建设等方面内容。



## **（八）品牌形象使用**

品牌形象的作用是在品牌形象使用中发挥出来的，品牌形象使用包括制度建设与内部管理、外部合作与授权管理、服务场景的品牌呈现等方面内容。

## **（九）监测与维护**

劳务品牌形象需要建立常态化监测机制、设定评估指标、开展定期综合评估，以及对评估结果进行转化应用，同时要建立品牌形象管理的危机管理体系，维护品牌形象与公众信任。

## **（十）评估与改进**

劳务品牌形象管理是一个不断改进的过程，通过品牌形象的科学评估，发现品牌形象管理中存在的问题，并且根据评估结果进行品牌形象管理的持续改进。

# **四、重大意见分歧的处理**

在标准研制过程中，各起草单位，乡村振兴相关部门、培训机构、劳务公司、用人单位、行业协会、公共机构等各利益相关方充分沟通，达成共识，暂未出现重大分歧意见。

# **五、采用国际标准情况**

经查询，目前还没有与本标准相关的国际、国外标准。

# **六、与现行法律法规和强制性标准的关系**

本标准符合现行法律法规和强制性标准的要求，与国家标准、行业标准和重庆市地方标准协调一致。

# **七、标准实施的建议**

本地方标准属于乡村振兴劳务品牌领域管理类标准，建议作为推荐性地方标准发布实施，并建议发布后即实施。

本标准一经发布，建议采用适宜的方式及时对相关管理部门和实施机构的负责人进行宣贯，并做好相关宣贯培训记录，使标准的关联方能及时、准确地按标准要求开展工作。

## **八、涉及专利的有关说明**

本标准不涉及专利。

## **九、预期经济社会效益**

本标准的实施对重庆实施乡村振兴劳务品牌形象管理能起到指导作用，改变重庆乡村振兴劳务品牌形象管理缺乏标准的现状，提高重庆乡村振兴劳务品牌建设质量，规范建设行为。

《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》预期得到行业广泛应用，有利于重庆乡村振兴劳务品牌形象提升，让市场更加认可品牌，扩大品牌就业容量，充分发挥品牌在稳定农村人口务工收入等方面产生良好的社会效益，巩固拓展脱贫攻坚成果，助力乡村全面振兴。

《乡村振兴劳务品牌形象管理指南》

标准起草组

2026年5月