附件3

XXX劳务品牌自评报告

一、品牌规模

从劳务品牌从业人员规模和直接关联产业规模两个维度测评品牌规模。包括：劳务品牌从业人员数量或其占当地（县、区、市）劳动力人口比例；直接关联企业数量或其占当地（县、区、市）企业数量比值，规上企业数量或其占当地（县、区、市）规上企业数量比值。

二、品牌效益

从劳务品牌从业人员收入水平和助力产业发展维度测评劳务品牌经济效益。包括：工资水平或其占当地（县、区、市）社会平均工资比值；直接关联产业产值或其占当地（县、区、市）GDP比值。

三、品牌形象

从社会层面和业界对劳务品牌的认知和印象，评价劳务品牌的社会形象和影响。包括：劳务品牌知名度、认可度、美誉度、行业影响力四个方面。

四、品牌技能

从劳务品牌从业群体的职业技能覆盖率和技能水平，测评劳务品牌的核心支撑力和竞争力。包括：从业人员技能技艺的广度和深度。

五、品牌责任

从促进乡村振兴和社会和谐稳定等方面，评价劳务品牌的社会责任。包括：劳务品牌对历史文化传承、吸纳特殊群体就业创业等方面。

六、品牌管理

从管理角度评价对劳务品牌的支持培育力度和劳务品牌可持续发展能力。包括：健全机构与机制、培训支持、品牌创建、工作支持等方面。