

打造李冰式人才的激励性策略研究

赵文侨¹ 孙继哲²

1. 都江堰真一商务服务有限公司; 2. 美国佛罗里达国际大学

摘要:充分发挥城市特色,放大优势,是小城市吸引人才的关键,文章指出都江堰城市人才品牌建设要以本地特色文化为基础,而李冰是都江堰市最具特色、最具典型性的人物。本文将李冰作为城市人才品牌打造的切入点,深入分析了李冰式人才的特质及精神内涵,提出了李冰式人才打造模式,并结合实际提出关于打造李冰式人才的激励性策略。为都江堰市引进、选拔高端人才提供了一个标杆和样板,为都江堰市打造城市人才品牌指出了操作性方向。

关键词:城市人才品牌;李冰式人才;都江堰

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2022.06.004

引言

知识经济时代,“人才是实现民族振兴、赢得国际竞争主动的战略资源。”^[1]随着新世纪人才强国战略的深入推进,人力资本成为推动城市发展的关键要素之一。各大城市纷纷出台了各类吸引人才的计划。都江堰与其他大城市相比具有很多劣势,但却也有其独特的文化优势。“要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来,把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。”^[2]这恰好为都江堰的人才工作指出了方向。因此,若想在城市人才大战中赢得一席之地,挖掘城市文化特色,打造城市人才品牌,培育激励型城市人才的激励战略,都江堰势在必行。

一、讲好李冰故事,打造城市人才品牌

(一) 将历史人物李冰作为城市人才品牌建设的理论依据

城市品牌的类型主要有:①历史要素型;这座城市在过去的历史中起到了很大的作用,给人们留下了很深的印象,也给了人们很大的冲击。比如古都,比如名邑,比如圣地。②有一定的文化基础。文化是一种深层的积累,一旦形成了一种文化,就会对人们的价值取向、道德规范、行为方式乃至经济的发展、社会的变革产生深远的影响。当一个城市具有鲜明的文化特征时,一个城市的品牌就会成为一个城市的“文化”。③民俗文化。人文环境也是一个城市品牌形成的重要因素。人们对一座城市的认知,不仅仅是风景和建筑,更多的是人们对它的印象。④地域特点。由于地理位置的特殊性,如沿江、沿海城市等。⑤特殊的资源类型或特殊的工业类型。因物产或工业而产生的特征,如商埠、特区、工业基地、特别商品的原产地等。⑥人类形态。一是用名人的姓名来命名,以此来纪念和提高城市知名度。在国外,华盛顿市和胡志明市都是很普遍的。⑦综合性,即文化,地理,工业等。比如,北京是一个政治、历史、文化、旅游、科技、人才产业的集中地,“首都”牌的综合打造是一种综合性的城市品牌。

“李冰”作为都江堰的历史名人,为都江堰的城市

人才品牌建设奠定了一个良好的基础。因此在打造都江堰城市人才品牌的时候,要讲好“李冰”故事,牢牢抓住李冰精神,将其作为一个能堪大任、重任的人才、一个高端人才标杆、都江堰市的城市人才品牌进行研究。同时结合乡村振兴和成渝双城经济圈的发展,对深入挖掘李冰文化、宣传和弘扬李冰精神、文创产业发展和合作、李冰文化旅游景区的发展等问题进行深入分析和交流。

(二) 加快吸引和培育大量人才,构建城市人才品牌基础

人才是一个城市发展的源泉和推动力,也是一个城市人才品牌建设的重要支撑。以往对于人才的培养和研究更多集中在高校、企业内部,当今城市为谋求自身的发展,对于如何能够吸引到合适的人才、高端人才;如何能够使引进的人才成长为更有用的高端人才;如何让人才真正爱上所在的城市,积极主动的将自己的才能奉献给所在的城市,这一系列的问题不仅是深处人才大战中城市的课题,更是都江堰的课题。如今的都江堰市正处于一个新的发展阶段,城市的发展动力因成都“西控东进”的战略,更加聚集于生态城市建设,文旅产业发展。于是对人才的需求、对于适合于都江堰市发展的人才需求越来越大。新创意、新产品、新技术的产生,都来自有知识、有能力、有创新精神的人才,要发挥出都江堰的文旅产业优势,就必须要有足够的人才,而都江堰人才工作的创新,也会对成都乃至四川的发展起到促进作用,从而形成一个良性的循环。都江堰这座城市有着天然的名人效应和四季宜人的气候特点,因此,如何充分借鉴和传承李冰精神,善于创新、勇攀高峰,打造都江堰特色的城市人才品牌,促进都江堰在聚焦“五大新城”建设实践中绽放芳华,首当其冲的一点就要大力引进先进人才。

(三) 加强文旅融合,提升“李冰”人才品牌形象

城市品牌是一个城市良好形象的体现,也是一座城市综合竞争力的体现。今天的人才在选择就业的时候已经不单单选择企业,而是把今后工作生活的城市也一并纳入考量范围。从这个角度看,企业与所处的城市对于人才的选择具有双重的影响力。这时城市品牌的打造也能给地区的企业带来增益。

文旅产业是都江堰的核心产业,文化是旅游的靈魂,而旅游则是文化传承、传播、交流的载体。城市文化品牌形象是促进文旅融合发展的重要内容^[3]。与此同时,随着社会和经济的快速发展和人民生活水平的不断提高,旅游消费者的文化消费需求也在逐年增加。消费结构由物质产品消费逐步过渡到产品消费与娱乐产品消费、文旅产业的结合,从而带动了消费快速增长。

李冰作为都江堰市的一个地标人物,不仅可以成为城市品牌,更可以成为城市的人才品牌。以李冰为榜样

标杆,吸引类似的人才来都江堰;以李冰式人才为标准,培养打造更多的李冰式人才。所以,都江堰城市应当在当前基础上继续深耕,构建更多现代化、数字化的李冰文化创意旅游产业功能区^[4]。加大“李冰”文化传承和文旅融合程度,加深李冰作为人才品牌对于城市品牌的补充。

二、新时代李冰式人才的特质

都江堰要建设“李冰”式城市人才品牌,需要不断吸引具有“李冰”精神的人才。培养具有担当、专精、创新、实干精神的后备人才。如此才能加快都江堰城市文化创新建设,为人才的留驻创建更好的环境条件。把握好“李冰”文化、人才、城市建设共同推进模式。形成“吸引人才-创新建设-文化传承-吸引人才”的优质大循环圈。基于此,就要梳理总结李冰式人才的综合素质,从人才这一点开始着手循环圈的创新与完善。

(一) 忠于职守、勇于担当的奉献精神

岷江水患使蜀地民不聊生,根治水患是首要重任。李冰任蜀郡守后为解决岷江水患,身先士卒进行实地考察,一是对岷江河道水文的调研;二是岷江上游地形地势进行调研;三是对蜀地各族社会风俗的调研。在充分调研的基础上制定了治水方略。《汉书·沟洫志》载:“蜀守李冰凿离堆,避沫水之害,穿二江成都中。”^[5]经过极为全面的勘测调查,反复权衡区域地势地貌,最终选择在岷江出山口的玉垒山下建设堰体,既能扼制洪水,又能控灌扇形展开的整个成都平原。这就是今天都江堰的位置。鱼嘴分水堤、飞沙堰泄洪,“凿离堆”修建的宝瓶口构成了都江堰的自动分洪系统,也解决了水利工程中的排沙难题。李冰通过几十年不懈的努力终于彻底解决了岷江水患,成都平原的农业得到了保障、水运交通顺畅、人民安居乐业。《华阳国志·蜀志》有记“水旱从人,不知饥谨。”“时无荒年,天下谓之‘天府’也。”其综合之利,使蜀民受益两千年之久。今天中国正迈入新的历史发展阶段,国家要兴盛、民族要富强、城市要发展,人才们面临的机遇难得,面对的挑战更是前所未有,更需要有不畏艰险、勇于牺牲的奉献精神。

(二) 求真务实、实干兴邦的创业精神

修建都江堰也是一项宏伟的创业工程。李冰入蜀后,担起了兴邦安民的重任,李冰治水,就是为了根治水患造福百姓。他勤政爱民,把百姓的安居乐业作为自己的目标,有此重任在肩使得李冰义无反顾的选择艰难却是利民利国的方向,“极心无二虑,尽公不顾私”正是李冰实干兴邦的写照。李冰个人能力很强,但一个人的能力是有限的。修建都江堰水利工程涉及专业程度高、工程量浩大、耗时长、调用人力众多。为了真正实现兴邦安民的目标,李冰无口号,无虚言,脚踏实地,以诚为本,用自己专业的能力、团结的精神,影响和聚集当地各个民族的力量。夷族,羌族,氐族各个民族,只要有能力、有意愿参与治水的人都被李冰凝聚在一起,投入到都江堰的建设中。如此浩大的都江堰水利工程在先秦生产力不发达的情况下能够建设成功,必须有李冰这样踏实肯干的创业精神。而今国家建设进入深水

区,需要具备这样精神的干部,苦干实干,将自己的生命融入万千民众中,投入到国家建设、民族的富强中。

(三) 一丝不苟、不图功利的工匠精神

因为李冰有“积跬步成千里”工匠精神,都江堰水利工程才能被一点点的打造成功。都江堰的宝瓶口工程难度最高,因为要凿穿玉垒山。李冰也可以选择绕山修建的方式,工程就简单得多。先秦时期没有钢筋混凝土,若遇大洪水,人工堆砌的工程,会瞬间被从高原冲下的洪峰摧毁。李冰不求短期收益,他要为蜀地百姓永除水患,于是选择了最难的方式——凿山。玉垒山由砾岩构成,非常坚硬。二千多年前,没有炸药、钢钎,开凿山体的难度极高。李冰采用火烧水浇法,用“工匠”精神,带领民众一点点的凿雕出了宝瓶口。李冰的工匠精神不仅体现在“凿山”上,还体现在传承上。大禹和历代古蜀王都治理过岷江水患,虽然没有根治,依旧留下了宝贵经验。李冰将历史经验提炼总结,纳入都江堰水利工程的设计规划中,但又不局限于此,还创新性的设计了三级排沙系统,一劳永逸的解决了水利工程中的除沙难题。因为李冰这种不急功近利和一丝不苟的精神,才有了富庶的蜀地。

李冰的奉献精神、创业精神、工匠精神影响了之后历朝历代的蜀地官员,经过都江堰的考验,走出了很多如诸葛亮、刘熙古、丁宝楨等与民众同甘共苦,有奉献、有担当的官员。在历代蜀地官员的努力下,两千多年都江堰的治堰工艺与时俱进,从石人演变到卧铁,从杓槎演变到电动江闸,从竹笼演变到钢筋混凝土,这些都是李冰精神的传承与展现。

三、打造李冰式人才的激励性策略

(一) 更新观念,树立科学人才观

都江堰市在打造李冰式人才时,要大力倡导科学人才观念,树立科学人才观念,营造尊重人才、尊重知识、尊重劳动、尊重创新的社会环境。一要牢固树立“人才首要”的观念,坚持以人为本,把人才工作放在政治、经济、社会发展的高度上。二要树立“发展与引用适配,使用与培养并进”的理念。三要有远见,知人善任才能人尽其才,人尽其才能充分发挥人才的能力。四是要有包容的态度,在“德才兼备”的基础上,树立“人人可成才、不拘一格用人才”的理念。才能克服学历至上、职称至上、资历至上、身份至上等有悖于发展、扼杀创新的行为方式。五要有格局,城市发展依托于国家发展,人才最终都是国家的人才,所以要克服“我的”狭隘思想,促进人才有效的流动和发展,其实更有利于增强城市的活力。六是要打破本地和外地的心理壁垒,突破地域属性,不仅要加大对本地人才的开发和培养,也要积极引进外地不同层次的人才,克服在用人和留人方面存在的不正当现象^[6]。

(二) 多措并举,创优人才发展环境

都江堰市是一个旅游名城,辖域内不仅有世界遗产都江堰水利工程,也有世界文化遗产中国道教发源地青城山。相对于丰富的旅游资源,其他产业尤其是工业相对较弱。那么就需要采取更加灵活的政策,加大力度,创造一个良好的人才发展环境来吸引和留住人才。

首先发挥旅游城市的文化优势，打造人才品牌。都江堰是“当今世界唯一留存、以无坝引水为特征的宏大水利工程”^[7]其建设者李冰，原籍山西^[8]，来蜀地任蜀郡太守后建设的都江堰。李冰是一个非常典型的在当地做出杰出贡献的人才。打造李冰式人才品牌，不仅可以为人才树立标杆、榜样，也可以为本地制定人才激励政策给出考量标准。

其次，发挥旅游城市的资源优势，为引进人才提供良好的居住场域。都江堰在成都市西南，城市山水环绕，风景优美。可以为人才以及家人提供免费的景区门票；以加强配套设施的建设或升级，比如在人才聚集的地方增设娱乐健身等基础设施。大力打造“绿色家园”，为人才成长、发挥作用、保障权益。努力营造一个温暖和谐的“绿色人才家园”，解决人才的后顾之忧^[9]。

第三，发挥旅游城市的服务优势，打造具有服务特色的营商环境。旅游城市中，人才创业会有很多的局限性，需要在制定政策时，充分考虑到不同层次人才的实际状况以及智力发挥所需要的物质条件，使他们的能力尽快与城市发展方向相匹配，突出优质、高效、便捷的服务，减少人才与城市磨合时间，使人才能够最快的实现自己的价值，降低人才流失率。

（三）完善机制，构建上下协调的李冰式人才工作大格局

一是要建设落实专项李冰式人才工作目标及考核制度。把人才工作上升到“第一要务”、“首要资源”。加强对相关部门党政领导班子、领导干部的工作目标责任制的建设工作。将李冰式人才引进、李冰式人才评定、李冰式人才培养等方面列入考核的硬指标。要切实把握李冰式人才打造工作抓稳落实。

二是要发挥市委“人才工作领导小组”的职能。市委人才工作领导小组要在市委的领导下，及时研究和统筹解决李冰式人才激励制度建设工作中的问题。明确各单位的领导责任和责任，健全组织工作、干部工作、人才工作的一体化运作，建立完善的李冰式人才打造激励体系，并制定有关政策，明确各成员单位的责任。

三是要大力推动相关部门的工作，密切配合李冰式人才项目的实施。各相关部门要按照各自的职责，制订具体的实施方案和工作方案。分解和细化工作，明确阶段性工作重点，并对具体工作进行具体安排及指导。对职责明确、负主要责任的工作，要在人才激励制度实施工作中充分发挥主体作用，积极、主动、充分听取配合单位的建议并加强沟通与协调。

四是要充分发挥人才雇主的主体性作用，将企业和企业主也纳入李冰式人才打造及激励制度建立的体系中。通过政策引导、工作指导、法律保障，使企业与政府在人才的引进、培养和使用的方向协调一致。

（四）综合立体，创建多元化人才引进机制

当今城市间的人才竞争已经白热化，面对这种形势，很多地区人才政策的出台匆忙，人才政策趋于相似，没有特色及异质化，这样经济实力较弱相对偏远的小城市就会失去优势。都江堰在城市规模、经济体量、地理位置、智力资源等诸多方面无法与大城市媲美，甚

至有明显的劣势。在城市实力差距巨大的时候，都江堰必须考虑自身的条件，比如城市的经济实力、城市的承载能力、配套设施等，在充分考量现状的基础上，有针对性的创建符合自身条件的人才引进机制。

都江堰可充分发挥西部历史文化名城的优势，吸引资源匹配的企业入住。在引进人才方面，对于适配度高的项目，可采取“项目+人才”的联合定向引进模式，人才进入后，通过政策解读、人才服务、人才激励等措施，吸引人才长久留驻。可与各地高校建立合作机制，为在读学生提供异地交流学习、暑期实习和创意交流孵化基地，使之有更多的机会了解都江堰，而且可利用交换生的创造性成果，开发当地文旅产业。在引进大学生方面，可以政府牵头，采取定向资助、企校对接等形式，以解决西部小城市人才引进难的问题^[10]。更可利用互联网力量，实现多元化人才共享。

结束语

城市发展离不开人才，小城市与大城市相比有很多的劣势，但不乏自身的特色。充分发挥城市特色，放大优势，是吸引人才的关键，本文指出都江堰城市人才品牌建设要以本地特色文化为基础，而李冰是都江堰市最具特色、最具典型性的人物。本文将李冰作为城市人才品牌打造的切入点，深入分析了李冰式人才的特质及精神内涵，提出了都江堰市打造李冰式人才的模式并结合实际提出打造李冰式人才的激励性策略。从而引导有志向有理想的人才向李冰式人才特质靠近，为都江堰市引进、选拔高端人才提供了一个标杆和样板，为都江堰市打造城市人才品牌指出了操作性方向。

参考文献

- [1] 人民网. 习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告EB/OL. <http://cpc.people.com.cn/n1/2017/1028/c64094-29613660.html>
- [2] 习近平. 在全国宣传思想工作会议上的讲话[EB/OL]. [2018-08-22]. www.gov.cn/xinwen/2018-08/22.
- [3] 陈小君. 基于瓯江文化的丽水城市品牌建设研究[J]. 普洱学院学报, 2022, 38(01): 99-101.
- [4] 何姗, 曹梓欣, 谢向英. 福州海丝文化城市品牌建设研究[J]. 福建开放大学学报, 2022(01): 69-72.
- [5] 班固. 汉书[M]. 北京: 中华书局, 1962. 1677页
- [6] 樊允花. 新二线城市人才引进新策略[J]. 人力资源, 2021(22): 1-3.
- [7] 中华人民共和国中央政府网: 世界文化遗产——青城山 都江堰[EB/OL]. http://www.gov.cn/test/2006-03/29/content_239215.htm
- [8] 王大奇, 李保生. “水利始祖”——李冰是山西解州斜人[J]. 沧桑, 2001(3): 27-28.
- [9] 吴丽峰. 中小城市人才引进困境与对策建议——基于山东西部中小城市的调研[J]. 活力, 2021(18): 86-87.
- [10] 吕波. 城市人才引进问题与对策研究[D]. 山东大学, 2021(06): 1-4.

基金项目: 中国国际人才交流基金资助项目(DJY202202LB01)