大足石刻如何吸引新时代年轻人

——基于12所高校9595名学生的问卷调查分析

□ 大足区委党校 李远丹 大足区委组织部 夏波

2月24日，大足区委书记、区政府区长徐晓勇参加指导大足石刻研究院党委2024年度民主生活会时，针对大足石刻如何吸引新时代年轻人，提出了“石刻三问”：他们需要了解一个什么样的大足石刻，他们心目中的大足石刻是什么样子，我们怎样来研究、来帮助年轻人认知大足石刻？“石刻三问”聚焦的正是大足石刻的年轻化传播。为此，笔者以“我心中的大足石刻”为题，向区内外12所高校发放调查问卷，既宣传了大足石刻，又通过分析提出工作建议，以期对大足区文旅发展有所裨益。

一、问卷设计与样本选择

紧扣“石刻三问”，根据年轻人认知大足石刻的过程，设置“缘起（青年与大足石刻是怎么相识、结缘的）”“初见（青年与大足石刻的相遇、感受如何）”“相约（如何吸引青年再牵手大足石刻）”“回首（大足石刻给青年留下的最深刻印象是什么）”4类题型、17道题目，分别向区内5所高校、市内7所高校在校学生发送问卷（表1），累计收到有效问卷9595份。

受访学生中，每个年级皆有，男生占比48.15%、女生占比51.85%，市内户籍占比63.88%、市外户籍占比36.12%。问卷总体上符合客观现实、具备分析价值。

表1 发放调查问卷的高校

		高校名称
市内高校	本科	重庆医科大学、西南政法大学、重庆师范大学、四川美术学院、长江师范学院、重庆第二师范学院
	专科	重庆五一职业技术学院
区内高校	本科	重庆工程学院
	专科	重庆电信职业学院、重庆科技职业学院、重庆资源与环境保护职业学院、重庆健康职业学院

二、青年对大足石刻的认识、认知、认同情况分析

（一）缘起：青年认为大足石刻的推介存在“四个不多”，近六成青年通过短视频知道、了解大足石刻

一是多数青年认为大足石刻的推介“比较吸引”。问卷显示，针对大足石刻的推介，有2522人认为非常吸引、占比26.28%，有3512人认为比较吸引、占比36.6%；有2725人认为一般、占比28.4%；有836人认为不太吸引和完全不吸引、占比8.71%。部分受访学生表示，“感觉大足石刻比云冈石窟要多姿多彩得多，只是云冈石窟宣传得好、名声在外，每天人潮涌动。”

反映出的问题主要有四个方面：与年轻人兴趣融合不多，认为大足石刻的推介缺少短视频元素的有4764人、比例为49.65%；数量不多，认为没有经常接触大足石刻相关推介内容的有4756人、比例为49.57%；互动性不多，认为大足石刻相关推介难以引发参与感的有4385人、比例为45.7%；推介渠道不多，认为主要依托传统媒体的有4052人、比例为42.23%。

二是青年主要通过短视频知晓大足石刻。问卷显示，受访学生知晓大足石刻的众多途径中，通过短视频平台（抖音、快手等）的人数最多，有5630人、比例为58.68%；通过宣传广告的有3860人、比例为40.23%；通过学校课程和讲座的有3563人、比例为37.13%；通过亲友介绍的有2125人、比例为22.15%；通过新闻报道和纪录片的有2088人、比例为21.76%。

三是青年希望通过短视频了解大足石刻。如图1所示，调研受访学生最希望哪种途径了解大足石刻时，选择短视频（如抖音、快手）的人数仍然高居榜首，有6441人、比例达67.13%。之后依次为小红书图文攻略、校园文化活动（讲座、展览）、B站科普动画、线上虚拟展览、影视综艺植入等。

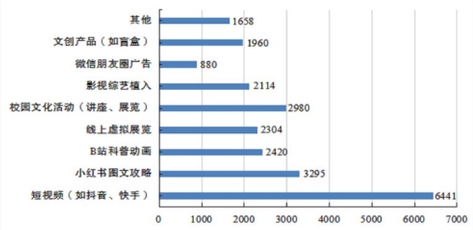

图1 希望以哪种途径了解大足石刻

（二）初见：仅三成青年参观过大足石刻，对大足石刻总体评价较高、历史文化兴趣较浓

问卷显示，未参观过大足石刻的人数占七成。一是整体上有近七成青年未参观过大足石刻。参观过大足石刻的有3178人、占比33.12%，未参观过的有6417人、占比66.88%。二是区内有近七成青年未参观过大足石刻。将区内5所高校受访学生单独统计，未参观过大足石刻的占比65.9%、是已参观人数的两倍。三是重庆户籍有近七成青年未参观过大足石刻。6129名重庆户籍受访学生中，参观过大足石刻的有2052人、占比33.48%，未参观过的有4077人、占比66.52%。由于受访学生都来自市内高校，若扩大考虑市外高校，未参观过大足石刻的学生占比将更大。

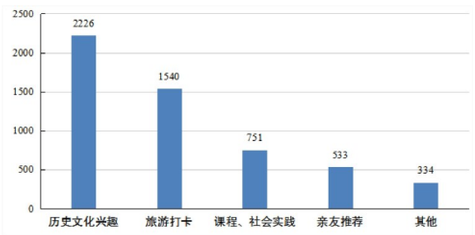

图2 参观大足石刻的主要目的

问卷显示，大足石刻在青年中具有影响力、号召力。一是大足石刻在青年中具有影响力。参观过大足石刻的学生中，有2576名认为“非常震撼，文化价值高”、占比81.06%，有339名认为“一般，缺乏吸引力”、占比10.67%，仅有105名认为“配套设施不足，体验感较差”、占比3.3%。青年普遍表示，“非常好的旅游体验，石刻艺术瑰宝，很震撼！”二是大足石刻在青年中具有号召力。对于参观大足石刻的主要目的（图2），有2226人选择“历史文化兴趣”、比例为70.04%，有1540人选择“旅游打卡”、比例为48.46%，有751人选择“课程、社会实践”、比例为23.63%，有533人选择“亲友推荐”、比例为16.76%。大多数青年都因对大足石刻有较浓的历史文化兴趣前来。

（三）相约：门票价格优惠、仿古雕刻文创产品、传统与现代独特结合是大足石刻吸引青年的三大措施

一是青年普遍认为门票优惠最具吸引力。当问及“哪些措施更能吸引您前往大足石刻”时，有5750名受访学生选择门票优惠、比例达六成。其他选项分别有：打造AR寻宝等“文化+科技”活动体验项目（48.85%）、举办青年文化活动（44.87%）、举办特色主题展览（38.43%）和景区内增设网红打卡点（22.85%）。二是青年普遍认为文创产品应仿古雕刻。当问及“大足石刻的文创产品应侧重哪些方面”时，有5329名受访学生选择传统文化复制（仿古雕刻）、比例为55.54%。其他选项比例皆未过半，分别有：日用品等实用型文创（47.58%）、盲盒等潮流设计（43.46%）和数字化产品（33.91%）。三是青年普遍认为丰富业态需传统与现代结合。当问及“您认为大足石刻在哪些方面可以丰富业态”时，有7047名受访学生认为“传统与现代结合”、比例达73.44%。其他选项比例皆未过半，分别有：科技互动体验（42.28%）、年轻化表达（38.1%）和社交属性（33.62%）。

（四）回首：文化价值、艺术价值、历史价值是青年认同大足石刻的三大价值

针对大足石刻的核心价值，受访学生选项数量由高到低依次为：选择“文化价值”有6557人、比例为68.34%；选择“艺术价值”有6419人、比例为66.9%；选择“历史价值”有6354人、比例为66.22%；选择“宗教价值”有2820人、比例为29.39%；选择“旅游经济”有1462名、比例为15.24%。可见，文化价值、艺术价值、历史价值的比例最大，是青年们心中最认同的样子，也是青年们对大足石刻印象最深刻、最认同的价值所在。

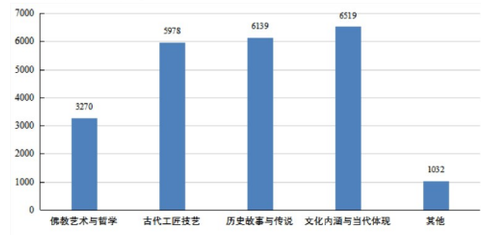

图3 大足石刻最值得向年轻人传播的内容

根据图3所示，受访学生认为大足石刻最值得向年轻人传播的内容主要为：文化内涵及当代体现、历史故事与传说、古代工匠技艺，这三条内容与前文“文化价值、艺术价值、历史价值”三大核心价值内涵一致、相互印证。部分受访学生表示，“通过观看电影和介绍，对大足石刻的历史文化有了相当了解，文化传承和匠人们的百年功绩给后人留下了一笔宝贵财富。”

三、工作建议

根据分析结果，紧扣“石刻三问”，提出工作建议如下：

（一）针对“一问”：建议深化文化、艺术、历史价值挖掘，助推青年了解大足石刻

一是实现文化价值“青年共享”。文化遗产，不能只是修复保护，养在深闺无人识，要通过创意开发让其蕴藏的文化价值世人皆知。比如，提取父母恩、牧牛图等经典故事，改编成系列动画短剧，赋予传统叙事现代情感共鸣。在景区设置全息投影装置，打造沉浸式夜游场景，通过光影动态还原造像原始色彩与修复过程。开发以千手观音、媚态观音为原型的虚拟偶像或“宋代工匠”AI互动导览员，通过扫码讲解石刻文化、解答游览问题。利用VR技术还原宋代石刻开凿场景，游客可化身工匠参与虚拟雕刻，体验“一锤一凿”的技艺流程。在博物馆设置互动展项，通过手势感应触发大足石刻“前世今生”光影叙事。免费开放《云游·大足石刻》，或者针对购票游客赠送云游·大足石刻。

二是实现艺术价值“青年共创”。对石刻纹样、刀法进行3D扫描建模，探索建立“石窟雕刻技艺数字基因库”，开放给青年设计师二次创作。联合美术院校开设线上线下课程，教授青年用3D打印或陶土复刻简化版石刻作品，优秀作品可制成数字藏品发售。鼓励青年将传统雕刻元素融入工业设计、数字艺术。邀请非遗传承人直播雕刻过程，观众可打赏定制个性化石刻小件，实现“技艺变现+文化传播”双赢。与四川美术学院等高校合作，设立“大足石刻文创设计大赛”，鼓励学生以石刻元素创作潮玩、服饰等作品，优秀方案可直接量产并标注设计师署名。

三是实现历史价值“青年共研”。建议在大足石刻研究院设立专项经费，支持青年学者研究大足石刻中的宋代服饰纹样、佛教与儒道思想融合的民间表达等方向，组织青年根据历史事件编写历史推理剧本。创建专门网站，公开大足北山石刻第136窟、小佛湾造像等高清影像、文献资料，设立“青年解谜榜”，奖励破解未解读碑刻内容、更新大足石刻“档案”的投稿者。

（二）针对“二问”：建议加强传统与现代结合丰富文旅业态，契合青年心中大足石刻

一是打造特色研学项目。建议重点围绕川渝青少年群体打造研学项目，全年全天候吸引青年学生来足、留足。比如，开展大足石刻文化深度体验，重点参观数字影院和宝顶山石刻，结合特定解说词、专业讲解，让青年既领略世界文化遗产的独特魅力，又感悟大足石刻蕴含的优秀传统文化；在“宝顶学堂”设计以石刻艺术、宋式美学为主题的研学课程，如石刻纹样设计、传统雕刻技法体验等，让青年进一步深度体验“微痕考古”和数字化保护技术；北山石刻沉浸式夜游，参观昌州古城体验宋代市井生活。开展非遗传承与实践，参观大足石雕、万古鲤鱼灯舞等非遗体验，由国家级传承人指导雕刻或编舞，并制作专属文创产品；探访南山石刻、石篆山石刻等“五山石刻”，了解石刻的前世今生。

二是打造“川渝石窟体验馆”。建议利用宝顶山石刻景区南北宋街打造以川渝石窟为主题的多个深度体验场馆，以展示文化内涵、讲述历史故事、传承工匠技艺为核心，具体涵盖藏书、展览、文创、休闲、互动体验等功能，为来自世界各地的青年游客打造更多精彩去处，让游客愿意在南北宋街停足、留足。比如，打造宝顶书局，将涉及川渝石窟的藏书收集展示，可体验版画印、数字喷印、彩色套印、滚轮印等不同玩法的印章；咖啡馆，品尝一杯绘有大足石刻元素图案的咖啡；VR体验馆，近距离感受川渝石窟文化元素与现代科技设备的巧妙融合；创作馆，自主创作产品带走独属于自己的大足印记；妆造体验馆，提供仿石刻璎珞、飞天披帛等特色配饰租赁；石窟疗愈体验空间，结合禅修等现代健康理念，在景区内设置减压体验区，吸引都市青年。

三是打造“宝顶素食餐厅”。建议学习借鉴北京功德林素菜饭庄、上海福和慧素食餐厅等全国著名素食餐厅经验或合作运营，在大足石刻博物馆、北宋街打造两个素食餐厅，提升游客的体验感、满意度，吸引更多游客为了宝顶素食而来大足石刻。其中，要设置平价套餐和高端定制套餐，满足不同消费群体需求；菜品可围绕大足石刻造像元素和本地特色，设置大足冬菜素烧白、邮亭素鲫鱼、六色素面、素牛排、竹笋宴、菌菇宴等；在节假日或初一、十五推出大足鲤鱼灯舞、中敖火烧龙等非遗演艺。素食餐厅位置要在景区游览地图或电子地图中显著标识。

（三）针对“三问”：建议推出系列特色产品、短视频，帮助青年认知大足石刻

一是推出门票优惠措施。年轻人是旅游市场的生力军，也是一个地方旅游发展的软实力。建议实行大足石刻“一票游3日”，游客购买门票3天内都可以游览“五山石刻”，实现更多游客“过路游”变“过夜游”。大足石刻研究院、文旅集团等针对区内高校在读学生，推出大足石刻门票、电影票等免费政策，让他们进一步了解“第二故乡”、认识大足石刻。针对市内外应届高考生、毕业生推出“毕业季优惠”，凭毕业证、录取通知书或学生证享受门票低价或免费参观。在五四青年节前后推出限时1—3折门票优惠。为乘坐高铁或长途巴士来足的青年游客提供“车票抵门票”补贴，凭车票减免相应门票费用。与全国高校合作，推出“研学套票”，吸引高校社团或班级集体出行。

二是推出仿古雕刻文创产品。持续将大足石刻造像进行拟人化改造，赋予现代生活场景，如设计“石刻守护者”系列手办，让造像化身背包客、奶茶爱好者或短视频博主，通过趣味叙事传递文化内核。在景区设置“石刻雕刻工坊”，提供迷你石刻模具与工具包，游客可亲手雕刻简化版造像并带走成品。借鉴“宝华璎珞”系列设计理念，持续提取石刻中的璎珞、冠饰等纹样，融入金、银鎏金等材质，打造吊坠、戒指等轻奢配饰。

三是推出系列营销短视频。建议区委宣传部牵头，进一步围绕大足石刻的历史背景与艺术价值，创作系列剧情化短视频，通过“文物拟人化”手法，以石刻造像为主角讲述千年故事。邀请旅游类UP主、历史科普博主实地探访，结合“私享讲解套餐”“高端文化之旅”等特色产品，创作系列体验式短视频。利用大数据分析用户偏好，定向推送视频内容，对历史爱好者推送“石刻修复解密”系列，对亲子游客推送“石刻研学日记”系列，并定期评估视频完播率、转化率等指标，优化内容策略。在抖音、快手、微信短视频等主流平台外，拓展B站、小红书等青年聚集地，定期推送门票优惠信息、系列宣传短片。将大足石刻短视频投稿至世界文化遗产国际影展，或与海外高校合作举办“东方石窟艺术”短视频创作大赛，扩大文化辐射范围。

（扫一扫 看视频）

（标题为编者所加）

扎根大足 “就”在大足

浅谈促进高校毕业生等青年群体留足来足就业的实践路径

□ 大足区人力社保局 龙浩

随着我国社会主义事业的纵深推进，人口老龄化形势不断加剧，新生儿人数逐年减少、结婚率不断下滑等问题也在不断滋长，各地“抢人大战”愈演愈烈。高校毕业生等青年群体，不仅是当下劳动力市场的主力军，更是引领产业升级、注入发展动能的关键力量，其重要性愈发凸显。大足区坚持稳中求进，做实“三篇文章”，助推现代制造业高质量发展，离不开高校毕业生强有力的人才支撑，需要拿出务实举措吸引高校毕业生等青年群体留足来足高质量充分就业。本报告以2024年大足生源离校未就业高校毕业生、大足本土高校毕业生为主要对象，旨在通过分析大足区本土就业市场供需矛盾、高校毕业生职业发展诉求，浅谈吸引高校毕业生等青年群体留足来足就业的实践路径。

一、大足高校毕业生现状

根据人力资源信息库统计，截至2025年3月，共采集大足户籍高校毕业生总数23208人，其中处于就业状态的18836人（占比81.2%），失业状态的611人（占比2.6%），升学在读的2553人（占比11%），其他状态的1208人（占比5.2%）。实现就业的高校毕业生中，留足就业的有6974人，整体留足就业率为37%。

2024年，市人力社保局、市教委下发大足区生源离校未就业高校毕业生总数1477人，通过“一生一策”“1131”（至少1次政策宣传、1次职业指导、3次岗位推荐和1次就业见习或培训）就业帮扶，实现就业1235人，帮扶就业率为83.61%。从已就业学生的就业类型上看，其中单位就业630人（占比51%），灵活就业414人（占比33.5%），其他形式就业191人（占比15.5%）。从留足实效上看，留足就业的学生为471人，占总人数的38%。仍未就业的学生中，有就业意愿但暂未找到“心仪”“合适”工作的占48%，暂无就业意愿的占52%。暂无就业意愿的学生中，准备考研的学生占40%，准备考编的学生占47%。

二、高校毕业生留足就业问题难点分析

（一）高校毕业生规模持续扩大与有效岗位供给收缩矛盾加剧。教育部统计，2022—2024年，全国普通高校毕业生分别为1076万人、1158万人、1179万人，重庆市高校毕业生分别为31.5万人、33.4万人、36.7万人，呈逐年增长态势。随着高校毕业生人数逐年增多，离校未就业高校毕业生人数也在经年累积，就业压力愈来愈大。近三年，大足区离校未就业高校毕业生人数分别为1804人、1457人、1477人，总量长期居于高位；本土高校毕业生人数分别为4693人、6015人、9845人，预计2025年将达到1.29万人，人数屡创新高。而受经济下行影响，部分吸纳就业的主体企业（如贝卡尔特及红岩汽车的配套企业）经营困难，出现倒闭、裁员等情况，就业岗位供给收缩。从公共人力资源市场归集的用人单位岗位数据分析，2024年大足区市场就业岗位供给减少约10%。

（二）高校毕业生专业技能与大足产业需求匹配度较低。从2024年离校未就业高校毕业生的专业上看，人数最多的前五位专业大类分别是电子信息类（10.56%）、医学医药类（9.61%）、工商管理类（9.55%）、教育外语类（6.16%）、艺术设计类（3.99%）。区内主导产业制造业、服务业提供适宜高校毕业生期望（在薪酬福利、工作稳定性、工作与生活的平衡等方面更具吸引力）的岗位较少，即使是适配制造业的电子信息类专业毕业生也较难找到适宜的工作，医学医药、艺术设计等其他专业毕业生来足就业选择面更窄。对区内40余家重点企业进行抽样调研发现，能提供高校毕业生等储备人才岗位的企业不足三分之一。同时，大足本土高校对重点产业企业发展支撑能力较弱，部分高校在专业设置上未能充分承载大足产业发展需求，课程体系重理论轻实践，“大足求学，他乡就业”现象突出。据2024年度统计，本土高校毕业生留足就业率不足5%，相比之下，永川、荣昌等地高校毕业生留区就业率普遍维持在15%左右。

（三）大足高校毕业生留引工作面临双重虹吸影响。在重庆市的人才竞争格局中，大足区引才留才工作正面临着来自主城核心区以及永川、江津、荣昌等周边区县的强虹吸影响。主城核心区凭借高度发达的经济体系、丰富优质的公共资源和多元繁荣的文化环境，已成为人才集聚的强磁场，大足与其相比存在天然劣势。永川、荣昌等地，与大足地理相近、人口流动密切，或凭借区位产业先发优势，或配套出台强有力专项人才政策，使得吸引高校毕业生留足来足就业困难加剧。据跟踪统计，2024年留足就业的高校毕业生中，已有约三分之一转移到其他地区就业，留人形势严峻。

三、工作建议

（一）构建一套供需精准匹配系统。优化形成“供需摸底—精准匹配—效能提升”实施路径，推动产业发展与高校培养、人才技能与岗位需求精准适配，一定程度上缓解供需失衡的结构性就业矛盾。一是建立三张清单，夯实产教融合底座。通过人力社保、经济信息、教育等部门牵头，前置建立“岗位供给”“产业需求”“人才培养”三张动态清单，全面检视全区产业和人才结构，为匹配系统提供数据支撑。通过“大数据+铁脚板”，全量归集重点行业、企业岗位信息，特别是紧缺工种岗位信息，建立“岗位供给清单”；聚焦“246”现代制造业集群，梳理各产业人才缺口、技术升级需求，建立“产业人才需求清单”；与区内高校共享专业设置、毕业生技能结构等数据，绘制“人才专业能力热力图”，建立“高校人才培养清单”。二是智能分析匹配，实现供需精准对接。强化数据思维，构建供需精准匹配系统。“供需匹配”既是人才与岗位的适配，更是产业与高校的融合。围绕供需匹配系统，深度开发“人岗精准匹配”“产业发展需求”两大模型。“人岗精准匹配模型”，整合教育背景、技能证书、项目经验、职业意向等核心数据构建人才画像，提取技能要求、经验年限、职业素养等关键要素解构岗位需求，实施“模糊匹配与精准推荐”双轨并行，实现“基础条件自动筛选+专业能力智能匹配+职业发展定向推送”。同步整合岗位信息推介、职业发展规划、云上视频面试等服务模块，将人岗匹配精准率提升至85%以上。“产业发展需求模型”，实现对产业趋势的综合研判，智能预测专业人才缺口，并不断迭代人才培养方案，动态校准产业人才培养供给。三是构建闭环服务，提升产教融合效能。建立效能评估机制，一方面围绕匹配成功率、岗位留存率、技能提升率等成长指标，评估人岗匹配成效；另一方面季度发布《大足区产教融合效能报告》，为产业政策调整、高校专业设置提供数据支撑，进一步建立产业需求导向的高校学科动态调整机制，促使区内高校专业设置与主导产业的匹配度达到90%以上。

（二）建设十个产教融合示范平台。围绕“246”现代制造业产业集群，通过“部门牵头+园区承载+校企联动+高校赋能”产教融合矩阵，重点建设四类十个产教融合示范平台，推动产业与高校深度合作，为青年群体提供更多的实践机会和就业创业资源。一是校企协同实训平台，打造产教融合“练兵场”。与盛泰光电、施密特电梯等企业、高校共建实训中心，为本土高校学生提供贴近实际生产需求的实践教学环境，让高校学生在校期间即可参与企业项目，毕业后直接进入企业就业，提高人才培养的针对性和实用性。同时指导企业选派技术骨干担任实训导师，参与实训课程设计和教学指导，让高校教师与企业工程师共同开展科研项目攻关，实现教学与生产实际的深度融合。二是产业导向学院平台，扩大定向输送“蓄水池”。聚焦新能源车、现代五金、智能电梯等主导产业，整合高校、企业、科研机构等资源，成立特色产业学院。根据特定产业发展需求，制定整个产业方向的人才培养方案，联动区内高校开展专项人才定制培养计划。三是创业孵化服务平台，搭建创新创业“加速器”。利用闲置楼宇，在双桥经开区重点建设青年创业创新孵化基地。基地就近与大足大学生就创服务中心深度融合，为高校学生提供办公场地、创业培训、项目孵化、融资对接等一站式“拎包入驻”服务。组织创业导师对孵化项目开展“加速”行动，定期举办创业沙龙、创业论坛等活动，吸引本土高校学生留足创新创业。同时，构建“项目孵化—成果转化—产业落地”全链条，为双桥经开区创建国家级高新区储备力量。四是劳务品牌培育平台，激活就业带动“新引擎”。“大足雕客”“龙水刀匠”等劳务品牌，是大足的技能名片，留引高校毕业生等青年群体，可通过“政校企”联合打造劳务品牌培育平台，进一步激发劳务品牌就业带动潜力。平台统一规范建设工匠招募中心、实训基地、技能鉴定中心、就业创业园等功能分区，实现“统一招募、集中培训、技能认证、定岗就业”的人才培养模式。2025年可先行打造一批劳务品牌“就业示范班”，吸引高校毕业生等青年群体扎根大足、技能兴业。

（三）做强百家青年就业领航企业。围绕“246”现代制造业集群体系，从各条细分赛道遴选打造100家青年就业领航企业。一是明确领航标准。制定青年就业领航企业评价标准，从企业发展潜力和人才待遇保障两方面入手，重点对企业的招聘规模、人才培养体系、职业发展空间、薪资福利待遇、企业文化氛围等方面进行综合评估，筛选出具有良好社会责任感、重视青年人才培养的企业作为重点培育对象。二是加大惠企支持。面向青年就业领航企业，在税收优惠、财政补贴、项目申报、融资贷款等方给予政策倾斜，并同步实施“领航管家服务”，安排就业专员“一对一”联系领航企业，提供政策宣传、补贴代办、诉求应答等服务，鼓励企业扩大青年人才招聘规模。三是强化助企指导。建立领航企业定向服务机制，组织“人力资源+产业经济”专家服务团，为领航企业“问诊把脉”，针对企业在招聘、培训、管理、发展等方面存在的问题提供个性化解决方案，帮助企业优化人力资源管理体系，提升青年人才吸引力和留用率，助力企业可持续发展。四是发挥示范作用。定期举办青年就业示范带动企业经验交流会，邀请优秀企业分享在青年人才招聘、培养、使用等方面的成功经验，宣传领航典型，发挥示范带动作用，引导更多企业积极吸纳青年就业，营造良好的青年就业氛围。

（四）创设千个“丰足”青才就业岗位。紧扣青年人才职业发展诉求，围绕“薪资丰裕、成长富足”核心定位，打造千个“丰足”青才就业岗位。一是强化归集遴选。依托“人力资源产业园—零工市场—就业驿站”三级服务平台，联动“人力资源公司—劳务经纪人—就业专员”三支服务队伍，强化全区岗位归集，特别是对“246”各条细分赛道开展岗位普查。从归集岗位池中，重点评估薪酬待遇、工作环境、职业成长等维度指标，择优遴选出400个“丰足”岗位。二是政策驱动升级。从岗位池中筛选薪酬待遇、工作环境有提升“潜力”的岗位，创新“政策赋能+市场调节”，通过岗位提质行动升级打造300个“丰足”岗位。将一次性吸纳就业补贴（5000元/人）、高校毕业生社保补贴（按企业缴纳部分100%返还）、紧缺岗位补贴（6000元/人）等政策红利转化为“薪酬升级包”，引导企业将补贴资金的50%以上用于提升岗位薪资、改善工作环境、保障休息休假等，企业少负担，人才得实惠。同时完善就业配套，联动住建、教育、文化旅游等部门，为“丰足”岗位配套人才公寓、畅游交通卡、景区年卡等专属福利，打造青年友好型就业生态。三是优化见习培养。针对高校毕业生等青年群体特点，锚定全区重点产业企业，每年新认定优质就业见习基地20家以上，并从全区见习岗位池中遴选潜力岗位，完成薪酬体系、定制培养、人才留用等全方位重塑，打造300个“丰足”见习岗位。薪酬待遇上，建立见习期间“基础补贴+绩效奖励+技能津贴”的薪酬体系（综合月均不低于4000元）。定制培养上，为每个“丰足”见习岗位，至少配备1名企业导师（职业指导师），开展职业规划沙龙、技能成长营等赋能活动。人才留用上，建立基地、人才“双向选择”快速通道，对留用率超过60%的企业给予专项留用奖补（如2000元/人），构建起“岗位开发—能力培养—就业转化”链式服务，实现“见习即就业”。四是动态监测调整。建立“丰足”岗位动态监测调整机制，依托大数据分析，对岗位流动率、薪资待遇、人才投诉率等指标进行跟踪评估，及时优化和调整岗位设置，为青年群体提供更多高质量的就业选择。通过融媒体中心平台、大足人力社保公众号、大足生活通等新媒体矩阵，推介“丰足”岗位。在高校聚集区、产业园区布局2—3个“产业人才服务港”，联动大足人力资源产业园、零工市场等线下人力资源服务平台，提高青年触达率。

（五）做优万名青年留足来足生态。围绕吸引万名青年留足来足就业目标，进一步强化“情感认同”，做优人才服务，让高校毕业生等青年群体“引得进、留得住、发展好”。一是政策直达，增强人才获得感。推出“青年人才来足礼包”，提供最长3天免费人才驿站住宿、来足求职交通补贴、石刻景区首游免票、指定餐饮消费8折等专属优惠，降低来足成本。持续推广用好“渝才荟”线上服务平台，畅通人才服务渠道，快速回应人才关切。设计制作“新重庆人才明白卡”，AR扫描即可3D解读各项就业人才政策，在新生入学、毕业指导及招聘现场集中分发，预计覆盖青年人才2万人以上。二是厚植文化，提高人才认同度。定期举办“大足文化体验周”“石刻青年说”“石刻华服恋”等活动，让高校毕业生等青年人才走近大足石刻、开展文化研学，感受大足温润厚重的孝廉文化和开山化石的奋进精神。在毕业季、求职季常态化开展“大学生进企业”“局长学生面对面”等活动，让青年人才走进企业、对话局长，感受大足的开放包容和人才关怀。三是精准护航，强化人才成长力。建立青年人才跟踪服务档案，实行“一人一档”管理模式，前置采集求职阶段基础信息、职业能力、就业意向等数据，季度回访、年度评估，持续跟踪来足留足就业人员职业变动、薪资增长等发展指标，并提供技能提升、职业转型指导等终身学习服务，促进青年人才高质量充分就业。2025年可先行为500名留足来足高校毕业生建立职业发展档案。

四、研究结论与展望

破解高校毕业生留足就业难题，需进一步构建“四维联动”机制：高校侧重能力重塑，企业优化用人生态，政府强化引导供给，个人增强职业韧性。青年兴则国家兴，青年强则国家强。不断推进社会主义现代化建设，持续深化改革，发展新质生产力，都离不开高校毕业生等青年群体的全力推动，实现高校毕业生等青年群体高质量充分就业才能承载经济社会高质量发展的宏大目标。既要争先，更要争滔滔不绝。持续吸引高校毕业生等青年群体扎根大足、“就”在大足，既能为大足发展注入源源不断的活力，更将有力推动大足经济社会稳步迈上新台阶，为新时代新征程新重庆“六区一高地”建设添砖加瓦，贡献坚实的大足力量。

（扫一扫 看视频）

（标题为编者所加）