探寻大足石刻文化传承新路径

——关于打造“弓笛少年”文化IP的调研报告

□ 大足区实验小学 陶冶 大足区教委 魏川

党的十八大以来，习近平总书记站在中华民族和中华文明永续传承的战略高度，就新时代文化传承发展提出一系列新思想新观点新论断，强调处理好继承与创新的关系，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，让文物“活起来”，为传统文化传承明确方向。在此时代背景下，深入挖掘与传承地方特色文化，成为弘扬中华优秀传统文化、提升文化软实力的重要路径。

大足石刻作为重庆唯一的世界文化遗产，堪称中国石窟艺术的璀璨明珠，其精美的造像体现了古代工匠的高超技艺，生动呈现了优秀传统文化与世俗生活。站在宝顶摩崖造像第17号龛的吹笛女造像前，仿佛能聆听到跨越千年的悠扬笛声。1987年，竹笛演奏家胡结续与乐器制作家杨声受此启发，经多年钻研研制出兼具箫之幽雅、笛之清新音色的“弓笛”，这一创新成果为大足石刻文化的传承与发展注入了新活力。2019年，大足区文化旅游委邀请胡结续及其弟子在大足区实验小学开展弓笛演奏试点培训，拉开传承大幕。历经数年努力，大足区实验小学已组建颇具规模的弓笛社团，在市区级比赛与演出中成绩斐然，多次荣获一等奖第一名，还登上第三届大足石刻华服周颁奖盛典、央视新闻直播间特别节目等平台，弓笛知名度大幅提升。

当下，具有独特文化内涵与传播力的文化资源，常以文化IP形式“出圈”。进一步健全机制、整合资源，打造具有大足乃至重庆辨识度的“弓笛少年”文化IP，对做靓享誉世界的文化会客厅具有十分重要的意义。

一、弓笛文化发展现状

（一）机遇

一是文化传承与创新的政策支持。党的十八大以来，国家高度重视文化传承与创新，强调中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。弓笛作为从大足石刻文化中孕育出的创新成果，契合了这一政策导向，为其发展提供了良好的政策环境和文化土壤。二是文化资源的独特性与吸引力。大足石刻作为世界文化遗产，具有深厚的文化底蕴和广泛的文化影响力。弓笛以大足石刻中的吹笛女造像为灵感，本身就具有独特的文化内涵和故事性，能够吸引游客和文化爱好者关注，具备成为特色文化IP的潜力。三是教育与文化传播的初步成效。大足区实验小学的弓笛社团已经取得了一定的成绩，多次在市区级比赛中获奖，并登上央视等重要平台，这不仅提升了弓笛的知名度，也为弓笛的传承培养了第一批受众和爱好者，为后续的文旅融合奠定了基础。四是文旅融合的发展趋势。随着文旅融合的不断推进，具有地方特色的文化资源成为吸引游客的重要因素。弓笛作为一种兼具艺术价值和文化内涵的乐器，可以通过与旅游活动的结合，如在景区演出、文化体验活动等，为游客提供独特的文化体验，进一步提升大足区的文化旅游吸引力。

（二）挑战

一是文化IP建设的不足。文化符号提炼薄弱，尽管弓笛源于大足石刻，但目前两者之间的联动性较弱，尚未形成鲜明、易于识别的文化符号。游客和大众难以通过弓笛直接联想到大足石刻，限制了其文化传播的广度和深度。文化内涵挖掘不深，弓笛的推广未能充分挖掘其背后的历史、民俗和艺术价值，导致其文化魅力未能充分展现，难以在文化市场中脱颖而出，形成强大的文化IP势能。二是传承与教育体系的不完善。课程体系较弱：目前弓笛教学主要集中在大足区实验小学的社团活动，课程内容系统性不足，未能根据不同学生的特点进行分层教学，评价标准也不够清晰。推广范围受限，弓笛的传承目前仅局限于少数学校，尚未向其他学校、社区和公共文化机构拓展，难以形成规模化传承效应，传承根基薄弱。三是推广成本高昂。乐器成本高，弓笛制作工艺复杂，成品率低，导致其市场售价较高，限制了其在更广泛群体中的普及。对于学校和文化机构来说，批量购置弓笛的经济压力较大，影响了教学活动的开展规模。现有弓笛教师的专业素养参差不齐，急需专业培训，但受经费限制，高质量的师资培训难以开展，影响了教学质量，进而制约了弓笛文化的推广。

二、复原乐器文旅案例启示

（一）“敦煌壁画古乐器”复原演绎：“演艺＋消费”模式

2018年4月起，敦煌壁画古乐器复原开发项目启动。历时8个月，由全国各地的民乐制作大师仿制敦煌壁画古乐器97种、245件，将壁画乐器图形做成实物，“复活”千年敦煌音乐盛景。敦煌文化演艺市场也因此热度持续增高，激发了消费新活力。其中《乐动敦煌》以“演艺＋消费”的模式，成为提振消费的新抓手。集合IP衍生品、文创好物，结合非遗展示与手作制作，带来古今交融的文化体验。多元消费场景的构建，有效延长了游客停留时间，带动餐饮、文创等消费增长，为提振文旅消费注入了活力。

（二）“国风IP”二十四伎乐国风乐团：撬动文旅融合新想象

团队以永陵二十四伎乐浮雕为原型，通过短视频破圈，文物专家与音乐人跨界合作进行文化破壁，结合相关技术手段进行文化内容复原构建，复原箜篌、羯鼓等20余种唐代乐器，并融入现代编曲与舞蹈编排，让千年宫廷乐舞从静态石刻化为动态舞台艺术。该乐团破圈文旅密码，线上活跃于YouTuBo、抖音、小红书等自媒体平台，是全国知名up主，浏览量10亿+。多次参与央视、湖南卫视等各大顶流综艺节目，被评为百度沸点飙升乐团。活跃于各大专业剧院及音乐厅，全国巡演上百场，是不断跨界创新的中国传统音乐文化代表性IP。有力证明，不断创新才是IP想要获得持续影响力的不变前提和基本保障。

三、“弓笛少年”文化IP可行性论证

（一）已初步形成具有大足辨识度的社会影响力

大足石刻社会影响力显著。2024年，因成为游戏《黑神话：悟空》取景地火爆出圈，舞剧《天下大足》以现代舞台艺术形式生动展现了它的文化内涵与艺术魅力；2025年春晚，又以光影盛宴惊艳亮相，国际影响力与日俱增。实验小学弓笛社团用源自大足石刻文化、具有大足特色的演奏乐器—弓笛，以现代的曲目表现形式与古老乐器完美结合，以跨越时空的悠扬笛声—这种独特的叙事方式，向世界传播大足石刻文化。2023年6月，弓笛社团走进CCTV—13央视新闻特别节目《与非遗同行 品文化传承》，孩子们演奏《大足欢歌》展示中华文明魅力；同年8月，CCTV—13新闻直播间报道“大足石刻为世界石窟寺保护提供中国方案”时，也采编了大足区实验小学的弓笛社团，孩子们还登上了第三届大足石刻华服周颁奖盛典舞台，提升了弓笛艺术知名度，扩大了大足石刻文化影响力。

（二）有较好的弓笛实践基础

大足区实验小学于2019年成立弓笛社团，它的建立者就是演奏家胡结续先生。胡结续先生及其弟子王德勇老师对弓笛传承发展贡献突出，亲自编写教材和改进设计出第三代弓笛，并多次指导社团的弓笛教学。目前，该社团是重庆范围内唯一以学生为主的弓笛传承队伍，社团主要吸纳3至6年级的学生进入，现已历经了第二代和第三代弓笛演奏培养，共吸引近100名学生参与演奏学习。在这过程中，社团学生通过学习大足石刻文化和演奏技艺，推动社团形成了“传承文化、凝聚团队、创新演绎”的社团文化，文化浸润和艺术的熏陶对广大学生产生深远影响，形成较为浓厚的文化传承氛围。通过参加校际交流、展演、比赛等活动，学生在学习演奏中不断增强了文化自信，能成为弓笛社团一员成为学生的骄傲，在大足区第三届、第四届师生艺术节上，弓笛社团的演奏均获得乐器演奏类一等奖第一名；在2020年参加重庆市中小学艺术活动月系列活动课堂器乐比赛获三等奖。

（三）积极探索文教旅协同机制

大足区以石刻文化为核心构建的文教旅协同机制，为“弓笛少年”文化IP培育提供多维支撑。《大足石刻文化进校园工程实施方案》明确将校园作为石刻文化传承主阵地，实验小学依托该方案将弓笛纳入“一校一品”特色项目，针对校内、家庭、社会的不同时间和空间，密切与大足石刻研究院、区文旅委、大足旅游集团等单位联系，获得研究单位专家科研与咨询服务、文旅行业专业服务的有力支撑。大足石刻国际旅游文化节、华服周颁奖盛典等官方活动，为弓笛推广提供了广阔舞台。现有机制通过政策赋权、资源整合与平台共享，构建起“文化研究—课程开发—实践转化—传播推广”的全链条生态，为IP打造注入可持续动能。

四、“弓笛少年”文化IP工作建议

（一）政策赋能，完善文化传承与推广的制度保障

一是制定专项规划与政策。尽快编制《大足区“弓笛少年”文化IP发展专项规划》，明确“弓笛少年”文化IP的发展目标、实施路径和阶段性任务，从文化传承、教育推广、产业发展等方面构建全流程标准体系。出台专项扶持政策，包括对弓笛制作、教学、演出等环节的资金支持，设立“弓笛少年”文化IP发展专项资金，用于教材编写、师资培训、设施购置、宣传推广等，激发各方参与的积极性。二是建立协同管理机制。完善“弓笛少年”文化IP的监督管理职责清单，明确文化旅游、教育、宣传等部门在文化传承、教育推广、产业发展中的职能，避免监管空白与重叠。建立常态化服务质量监督机制，通过定期检查、专家评估、公众反馈等方式，确保文化传承的规范性和专业性。

（二）文化塑形，深化“弓笛少年”IP矩阵与沉浸式体验

一是打造特色文化品牌体系。以“弓笛少年”作为核心品牌，结合大足石刻文化、民俗文化等，打造“石刻之韵”“非遗传承”“少年风采”等子品牌，形成层级分明的品牌架构。设计统一的视觉识别系统，编写《“弓笛少年”文化IP视觉规范手册》，对弓笛演出、宣传物料等提出明确要求，确保在视觉上充分展现大足特色文化。邀请专业团队拍摄高质量的宣传视频和照片，打造兼具文化内涵与传播力的品牌视觉素材库，提升品牌辨识度与影响力。二是优化文化传承空间布局。依托大足石刻景区、学校、社区等场所，打造“一核多点”的文化传承空间布局。以大足石刻为核心，建设“弓笛少年”文化传承中心，集中展示弓笛的历史渊源、制作工艺、演奏技巧等。在学校、社区设立“弓笛少年”传承点，开展常态化教学、培训和演出活动，形成全域联动的文化传承网络。三是推动多元文化业态融合。聚焦不同受众的需求，将弓笛文化与旅游、教育、文创等产业深度融合。例如，在景区推出“弓笛文化体验之旅”，游客可以参观弓笛制作工坊、欣赏弓笛演奏、参与互动体验；在学校开展“弓笛文化进校园”活动，通过课堂教学、社团活动、演出展示等形式，让学生深入学习弓笛文化。开发弓笛主题文创产品，如弓笛模型、音乐盒、纪念徽章等，丰富文化消费形式，提升文化IP的商业价值。

（三）破壁创新，拓展文化融合与发展的新路径

一是塑造特色IP，数字赋能文旅融合。打造《弓笛少年》文化IP，融合动漫、AI技术，推出“弓笛少年”虚拟数字人，并制作富含大足石刻文化、弓笛艺术的AI宣传视频，呈现大足“慈善孝义廉”等历史文化内涵。推动“音乐+文物”跨界，在“云游·大足石刻”元宇宙景区中嵌入弓笛曲目，以悠扬的音乐营造沉浸式游览氛围，丰富“云游”体验的文化深度与趣味性。同时，开发“弓笛少年”音乐剧、实景光影秀、球幕影院3D乐舞展演等项目，形成“文化解码—艺术再现—产业转化”闭环，提升大足石刻的传播力与影响力。二是拓展文化场景，增强大众参与体验。开展“行走的石刻”弓笛快闪活动，在景区、社区、文化场馆构建常态化展演网络，组织专业团队与“弓笛少年”联动，结合大足石刻造像中腰鼓、拍板等乐舞形象复原，以宋代乐舞艺术为特色进行表演。打破场地限制，让文化融入生活，增强公众文化认同感。三是构建IP生态体系，实现文化经济共赢。围绕“弓笛少年”文化IP，拓展文创产品（如迷你弓笛、石刻盲盒）、数字内容（VR体验、短视频）、教育课程（非遗研学）等衍生业态，形成“IP+产业”协同发展模式。通过“一带一路”弓笛巡演等国际交流活动推动文化“走出去”，联动重庆“巴蜀文化旅游走廊”建设，整合区域资源，达成文化保护与经济发展的双重目标。

强村公司激发乡村造血新动能

关于推动镇级强村公司服务发展壮大村级集体经济的粗浅思考

□ 大足区龙水镇 吴成英

习近平总书记强调，“要充分认清集体经济的重要性，努力增强自身的造血功能。”发展壮大村级集体经济，是实现乡村振兴、促进农民共同富裕的重要举措，是推动构建新型城乡关系的重要途径，对于提升农村基层党组织凝聚力、战斗力，巩固党在农村的执政基础具有重要意义。当前，村级集体经济发展面临诸多挑战，其中如何将农村分散的资源进行高效地整合，真正发挥出效益是比较突出的问题之一。而大足区由各镇政府与供销社联合成立的强村公司，其宗旨就在通过市场化运作，统一管理和运营农村土地、闲置房屋、水面等资源，着力破解该问题。而从总的上来说，全区强村公司推动壮大集体经济除国梁、高坪、三驱等镇街在土地经营、产业发展上有一定的经验探索，还需要有更多的尝试。本文重点以龙水镇为例，结合实际，对如何推动强村公司服务壮大村级集体经济进行了粗浅思考，特形成报告如下：

一、发展现状及问题

龙水镇地处大足区中南部，地域面积99.3平方公里，其中城市规划建成区面积13.8平方公里，辖13个行政村、15个社区居委会，户籍人口11.58万人，常住人口12.2万人。镇党委下辖党组织52个，有党员2519名。曾先后荣获“全国重点镇”“全国文明镇”“全国特色小镇”“全国最美特色小城镇”“全国小城镇示范镇”“重庆市市级重点示范镇”“重庆市商贸强镇”等荣誉称号。作为全区经济建设主战场，龙水镇现有各类市场主体2.1万户，建成万亩绿色蔬菜基地、万亩稻虾种植养殖基地，宝顶牌冬菜、黄良松腊肉、雷竹笋等农产品加工企业发展势头强劲，建有西部最大的五金专业市场和最大的废金属市场等八大专业市场，迄今已成功举办了十届国际五金博览会。辖区五金市场是全市首个国家市场采购贸易方式试点，电商产业园是西南地区首个国家级电子商务示范基地，五金产业集群分别是工信部和科技部认定的“中小企业特色产业集群”和“创新型产业集群”，“邓家刀”是全区唯一“中华老字号”品牌，“龙水刀匠”是重庆市特色劳务品牌。2024年实现GDP同比（下同）增长7%、固投增长28.9%、工业投资增长44.7%。

2024年，龙水镇人民政府与区供销社采取共建共管模式组建了“强村公司”，择优选择了花市社区党总支书记兼任强村公司法人，启动公司的运营工作。一年来，龙水镇积极探索“强村公司”发展路径，采取“公司+村集体经济组织+农户”运营模式，如土地出租、入股研学基地、盘活闲置场地等，结合特色产业发展搭建电商平台，不断拓宽发展渠道，取得了一定的成效。2024年度，龙水镇“强村公司”带动各村（社区）村级集体经济收入平均达99万元、收益达20万元。但是，在推进“强村公司”运营过程中，也发现了一些问题亟待解决：

（一）资源整合难度偏大。“强村公司”建设的初衷是整合农村闲置的资源、分散的资金、富余的资产，通过市场化运营实现盈利，推动达到“产权清晰、收益归村”的目标。然而，现实工作中，一方面面临数不清的问题，农村的资金、资产、资源“三资”，资金搞得清，资产理得出，唯有资源，大多数的村集体都没有完全理清楚，存在“糊涂账”现象。如，全区从2024年起就在清理“三资”情况，村（居）委与村级集体经济组织之间仍有上亿元的资产没有理清楚。另一方面，农村资源分散，东一块地、西一口塘，位置距离远，不方便统一经营、管理。如，桥亭村、黄龙村原村小学，因位置相对偏远，没有业主愿意使用，而2个村又为纯农业村，无合适的产业有使用需求，导致闲置，若“强村公司”盲目整合，也将成为“烫手山芋”。

（二）发展模式总体较为单一。据日常调研发现，目前，很多村级集体经济收入的主要来源还是土地发包、房屋租赁、入股合作等传统方式，创新意识和市场竞争力缺乏。如，龙水镇22个涉农村（社区），其土地发包占集体收入的60%左右、房屋租赁占20%左右，通过出租、收取管理费等模式发展占了绝大部分。而在投入产业发展方面，又存在同质化严重、产业链条短、附加值低等问题。比如，龙水镇八柱村、宝顶镇古佛村、铁马村等均投入到花椒产业发展，同质化严重，而其中八柱村投入50万元到花椒基地，因花椒生产受气候、市场影响很大，且没有进行精深加工，八柱村每年仅能获得3.5万元的保底收入，无更多的分红；又如，龙水镇高坡村，投入50万元建设农产品仓储项目，用于出租，但受市场影响大，第一、二年租金都是5万元，第三年因市场行情变化，降低了5000元；又如大围村投入90万元建成电商综合体项目，但因大足电商园免费提供给业主开展电商经营，导致大围电商综合体运营面临困难。

（三）人才队伍短缺现象突出。一方面，随着城市化进程的加快，加之龙水五金产业、汽摩产业等工业企业已形成产业链条，大量农村青壮年劳动力外流。据统计，龙水镇外出务工（未从事农业生产）的劳动力4万余人，其中市外仅占20%左右，绝大多数就在龙水镇上的工业园区、以及3000余家五金企业就业，每月的务工平均收入在4000元—6000元期间，最高的可以达到1万元以上，导致缺乏发展壮大村级集体经济专业的管理、策划年轻人才。另一方面，懂经营、会管理的专业人才缺乏，留在农村种地的农民普遍受教育程度较低，缺乏现代农业技术和经营管理知识，习惯性采取传统种植方式，难以适应村级集体经济发展的需要。据统计，60岁以上的老年人占在家务农总人数的70%以上，这部分人多习惯于传统种植方式，如他们更能接受的是在收割时采用机收，因为该环节对体力要求较大，但在育秧、插秧等环节更信任传统，认为这样秧苗可以更壮、稻穗可以更大，总的产量将更高。而这拨人，对于发展村级集体经济不能很好地理解，更无法在发展思路、发展策划、发展管理上给予支持，最多能作为参与者、劳动者来执行发展计划，懂经营、会管理的专业人才短缺现象严重。

（四）政策资金支持还不够。虽然，全市、全区出台了一系列支持村级集体经济发展的政策措施，如每年均有的扶持壮大集体经济专项资金、10万—500万元不等的有效衔接资金等，但在实际发展过程中，仍存在资金扶持力度不够、限制条件偏多等问题，影响了实施效果。如，龙水镇盐河社区，整合了160万元有效衔接资金、整合50万元“一事一议”资金，建成了盐河农特产品交易中心，并与大足电商园达成合作，在此处打造全区首个农村电商公共服务中心，包括农产品交易、农村电商直播、农业电商孵化等。但有效衔接资金有着众多的负面清单要求，不能用于购置空调、展柜等，也不能用于五里冲水库的景观氛围建设（作为电商直播的户外背景），导致电商直播间基础设施缺项，需盐河社区或合作业主再次投入，才能正常使用，以至于原本已初步达成合作协议的业主选择退出，愿意继续的业主也要求在前3年减免或减少租金或分红。

（五）资源提档升级投入过大。农村资源本身质量和可利用基础不一致，又缺乏有效修复机制，对村级资源提档升级、深度开发和产业化经营上，资金投入偏大，大多数村集体投资不起，导致有些村集体土地、山坪塘等资源因投入成本过高而闲置，未能得到充分利用。比如，龙水镇盐河社区，计划对五里冲水库进行提档升级作为农村电商直播的户外点、乡村旅游的打卡点及周边群众的休闲点，但是清淤培绿、净化水质等就需要150余万元，村集体无力承担。又如，龙水镇全镇有山坪塘185口，分散到22个村（社区），每口塘的现状不一样，而大部分需要维修后才可使用。经初步核算，一口山坪塘通过清淤、维修等修复过程，初步预算需5万元左右，如此的山坪塘，仅龙水镇就有30余口，需投入150余万元才能修复好再次使用，投入过高。而山坪塘整合的前提，需要“拿得出手”“用得起”的山坪塘，而目前的前提都不能完全满足。

二、几点思考

（一）坚持党建统领，建强三支专业队伍。干事创业，人是关键。发展壮大村级集体经济，离不开一个好的党支部和基层党组织书记“领头雁”，也离不开一支懂技术、会经营、善管理、具备丰富市场经济运作经验的高素质人才队伍，推动公司科学规划、规范管理、优质发展。

一是建好一支党员干部牵头队伍。习近平总书记指出，“推动乡村全面振兴，关键靠人。要建设一支政治过硬、本领过硬、作风过硬的乡村振兴干部队伍”。强村公司的运营，“带头人”很重要，要精选责任心强、敢于担当、勇于创新的基层党组织书记兼任强村公司法人，牵头负责经营、管理工作。同时，按照“地域相邻、产业相近、优势互补、合作共赢”原则，建立相关村（社区）党组织书记及具体工作人员共同参与的强村公司联合党支部，用好“稻+”、大足黑山羊联合党支部，选派熟悉企业经营、“三农”工作的机关干部，实现镇、村（社区）、公司三级党员干部力量高效整合，推动强村公司有序、有力开展工作。

二是建好一支专业策划经营队伍。突出专业人干专业事，针对不同的经营项目，通过招回在外优秀本土人才、引入外部专业人才等，组建专业的策划经营队伍，解决强村公司负责人和村级集体组织管理者“不专”、在家务农人“不会”的问题。例如，龙水镇高坡村引回本村电商人才，为高坡农村电商进行专业的策划、录制、剪辑等，短短4个月内，“摩托书记”账号吸引1.4万人，短视频浏览量上百万，1个月的直播带货，销售农产品等10万余元，且略有盈利。

三是建好一支财务监督管理队伍。坚持镇、村、公司三级财务管理制度，组建“村+驻村组长+联系领导”的村级集体经济组织财务管理队伍和“村+公司+分管领导+主要领导”的强村公司财务管理队伍，严格落实“四议两公开”“三重一大”、财务公开等制度，确保每一笔支出都有有效的原始凭证、审批手续和规范的签字后，再交由区级代账。同时，加强外部监督，如镇纪委和财政所的联合检查、村级监督委员会和村民代表监督等，确保财务支出合理合法，杜绝公款私存和虚假报销等问题。

（二）着眼因地制宜，探索多种增收途径。以发展多元产业为抓手，立足资源禀赋、城市特色及市场需求，因地制宜接入产业，拓宽强村公司业务范围及村级集体经济增收渠道，持续增强村集体经济实力，助推乡村振兴，让发展壮大村集体经济的路子越走越宽。

一是整合农业资源，延伸产业链条。针对以农业生产为主导产业的村（社区），可以结合产业发展，以资金入股强村公司方式，由强村公司牵头建设产业基地或一二三产业融合发展项目，实现从建设、管理、运营等多个方面增收。如，龙水镇大围村电商综合体建设项目，目前已建成了400平方米的建筑物。按照建设初衷，由强村公司开展农资销售、农产品电商发展，而目前农产品电商因大足电商园的优惠政策暂时不能引进电商经营业主，就需及时转变发展方向。而龙水镇有接近200户农机整机及农机配件生产企业，强村公司及大围村集体组织可在销售农资的基础上，合作代理农机生产厂家产品，成为沟通农机生产企业和农户的桥梁，减少中间环节及成本，实现村级集体经济增收的同时又降低了农户的投入。同时，大围村建有万头羊场，年存出栏大足黑山羊可达万头，强村公司和大围村集体可在秋末及冬季等农业生产相对空闲时期，承接羊肉汤、烤全羊等餐饮业务，实现大足黑山羊产业链条的延伸和电商综合体建筑物的综合利用，村集体全年均有收入。据初步预算，开始运营后，可实现年收入8万元以上。

二是挖掘独有资源，打造研学基地。针对具有名人、名景、特色场景等独有资源的村（社区），邀请专业团队合作，深入挖掘当地当前及曾经所拥有的名人、红色资源、部队闲置资产等，打造当下流行且区别于他地的中小学生研学基地。如，登云部队位于龙水镇盐河社区，部队有部分营房闲置，盐河社区与长期从事研学领域的腾聪文旅公司合作，打造大足区唯一的爱国主义教育基地，仅投入70万元，每年保底收入21万元，当参与研学学生超过3000人后，每增加1000人，还有每人14—18元不等的收入，不到3年就可实现回本；与重庆厚德育人拓展训练公司合作，建设研学拓展教育基地，投入70万元，年租金7.8万元。又如，横店村依托“横店蔬菜”品牌，集体经济组织以70万元入股强村公司，修建20亩蔬菜大棚发展无土栽培，并建设集“横店蔬菜”发展史、蔬菜品种知识及廉洁文化为一体的“蔬香和莲香”教育长廊，开展中小学生农耕文化及清廉文化研学，预计每年能实现8万元收入。

三是发展劳务经济，助力城市细管。针对独特的城市现状，着眼基层治理和城市管理，可发展拓展劳务业务，发展劳务经济增加收入。龙水镇集“大城市、大园区、大农村”为一体，城市建成区面积接近10平方公里，城市中杂糅新城、老旧小区、工业园区等，管理难度大、精细化管理需求大。龙水强村公司将花市社区、古南社区等老城市社区集合在一起，共同开展劳务经济，承接老旧小区管理、小型市政维修、小型建设项目等，推动改变老小区脏乱差现状，更带动了没有产业的老社区增收。目前，强村公司已接管老旧小区3个，服务群众1800余人，年收入达到20余万元，其中收益达10余万元；承接公交站建设、市政维修等业务2个，实现收入5余万元，其中收益2余万元；登记群众就业需求80余个、园区公司工人需求30余个，推荐就业100余人，获取管理费2万余元等。与之同时，龙水镇还有30余个老旧小区、上千家企业、28个村（社区）可提供日常办公、基础维修等服务，劳务经济可挖掘的市场潜力巨大，预计年营业额能达到100万元以上。

四是集合村级资金，拓展租赁服务。针对政府及村（社区）工作开展需要，找准车辆租赁、办公室用品销售等切入点，由强村公司集合村（社区）集体经济组织力量，提供服务，让“肥水不流外人田”。如，龙水镇人口多，户籍人口、常住人口均达12万人，镇域面积达99.3平方公里，城市管理由政府自行管理，市政管理、城市巡逻、派出所街面巡逻、规资所耕地巡察等方面用车需求量大，据统计各单位重点工作租车每月每辆超过4万元，开展租赁服务市场潜力大。龙水强村公司牵头，各村（社区）集体经济组织入股3万—10万元到强村公司，购买电动汽车6—10辆，发展汽车租赁业务。据测算，按照50%扣本+10%管理+40%分红的模式，每辆车每年能实现4万余元收入，不到4—5年就能回本，各集体经济组织每年能实现5000元—2万元不等的分红，还能有效降低政府租车成本。

五是结合干部特长，开发特长业务。深入挖掘每个村（社区）基层干部特长及优势，从细入手，拓展强村公司及村级集体经济组织业务。如，龙水强村公司法人熟悉餐饮行业的优势，同时也熟悉问题楼盘汇金星天地情况，以技术入股汇金星天地未外租商铺门市，打造美食一条街，为镇上没有食堂的企业、村（社区）提供盒饭服务，可解决全镇3000余家企业中一半以上无食堂的“吃饭问题”，更能达到推动问题楼盘解决与促进集体增收双赢局面。又如，黄龙村党组织书记熟悉企业经营且热心公益，可利用闲置学校、闲置机器，进行农机小配件加工，通过机械且简单的手工活解决轻度智力残疾、肢体残疾人员就业问题；高坡村利用“摩托书记天友”抖音号名声带货直播，帮助全镇、全区群众销售农产品，乃至荣昌区峰高镇群众都主动向高坡提供优质农产品销售，带动村级集体经济增收。

三、几点建议

（一）建立强村公司发展基金。当前，各地强村公司发展均面对着无启动资金的问题，前期投入困难。建议由农业担保公司与区供销社共同建立强村公司发展基金，或者由金融机构开发支持强村公司发展的金融产品，解决启动资金问题以及农村资源分散、修复成本高的问题，让强村公司可以放开手脚启动干。

（二）提升“三农”人被认可度。乡村振兴，离不开人才。一是先行解决“住”的问题。除就学、就医等常态保障措施上，建议由强村公司利用闲置农房，在投资者规划发展产业的区域，先行建设住宿、管理等用房，解决投资者住的问题。二是提高农业人在“英才”中的占比量。建议因农制宜制定“三农”方面的“重庆英才”“大足英才”等申报条件，提高农业人才申报积极性及成功率，吸引一批外部人才、引回外出人才和留住本土人才，为乡村振兴积蓄人才力量。三是提升村干部获得感。按照全区的集体经济收益分配办法，村干部享受集体经济收益奖励需经集体组织成员大会通过，目前达到分红标准的村（社区）均不敢给村干部奖励，建议由区级相关部门牵头，对分配办法按照实际情况进行优化细化，让村干部在付出的同时也能享受到正常的补助。

（三）探索出台鼓励发展政策。根据相关规定，政府租车需在定点租赁服务单位租赁车辆。而强村公司开展租车业务，能实现村集体增收与政府租车成本降低双赢。建议，从支持强村公司发展的角度，将强村公司直接纳入定点租赁服务单位，以开展租赁车辆业务。

（标题为编者所加）