



秀山土家族苗族自治县清溪场镇大寨村，土家织锦非遗工坊内，绣娘正在加紧生产土家织锦。(资料图片) 记者 齐茂森 摄/视觉重庆



七月十二日，大足区铁山银山寨村，石雕技艺传承人在精心雕刻罗汉(资料图片) 通讯员 黄舒 摄/视觉重庆



春节将至，铜梁花灯彩扎厂赶制订单。图为巴渝工匠获得者周建为彩龙上色。 通讯员 赵武强 摄/视觉重庆

区县动态

铜梁：建渝西青菜头收购储存中心

近几日，在铜梁区太平镇团碾村，挖掘机、切割机轰鸣作业，几口巨大的窖池已具雏形，这里是正在建设中的渝西青菜头收购储存中心。

种植青菜头直接售卖的利润比较低，将青菜头初加工后再由涪陵榨菜集团收购，利润就能翻几番。铜梁区供销社与太平镇党委政府、涪陵榨菜集团对接并签订协议，在太平镇共同建设渝西青菜头收购储存中心，以“订单农业”的方式引导有条件的农户利用冬闲田种植青菜头，目前该区10多个镇街发展了6000亩青菜头，预计总产量超过1.2万吨。该中心去年试运营取得了不错的效果，今年又新建10口窖池，每口容量在500吨左右。

经过川渝两地供销社联动，该中心还将目光放在了潼南、合川等毗邻区县，以及遂宁、安岳、广安等四川县市，借力同城圈，利用各自的技术、资金、区位优势与地理合作共赢，预计在川渝两地发展2-5万亩的订单青菜头种植。

铜梁融媒体中心 李慧敏 李承舜

潼南：基层治理“和事佬”有大作用

前段时间，潼南区玉溪镇曹家村村民赖廷义因行动不便不能及时外出购买生活物资，便拨通了“和事佬”志愿服务队的电话，不到半小时，志愿者就把物品送上了门。

赖廷义信赖的“和事佬”，是玉溪镇整合村(社区)干部、党员、乡贤、退休教师等资源，合力打造的一支“与群众走得更亲、与群众离得更近”的基层治理志愿服务队。在玉溪镇11个村(社区)都有“和事佬”调解室，老百姓遇到问题能在家门口“找个说法”，确保“话”有处说、“事”有人理、“难”有人帮。

“和事佬”充分发挥人民调解“第一道防线”作用，扎实做好矛盾纠纷源头预防、排查预警、调解化解工作，促进了村民家庭和美、邻里和睦、村居和谐。今年以来，已调解纠纷182起，调解成功率达97.8%，群众满意度达99%，实现了“小事不出村、大事不出镇、矛盾不上交”，群众获得感、幸福感、安全感进一步提升。

潼南融媒体中心 蒋坐 张峻豪

丰都：公益性岗位兜底脱贫人口就业

“我负责这段公路的养护和清扫，保障道路畅通和卫生。”丰都县南天湖镇义和村村民周世荣，边清扫路边介绍，他育有3个子女，正处于学龄阶段，不便外出务工，村里就给他安排了公益性岗位。

为解决无法外出就业、劳动能力弱的劳动力群体就业，丰都县统筹开发公益性岗位，以“全日制、非全日制、临时特殊制”等3种形式的岗位，安置离校未就业高校毕业生、脱贫和监测对象、超龄及特殊劳动力人员就业。

据悉，该县累计开发清扫保洁、河库巡查、生态护林等岗位2900余个，安置各类就业人员2900余人，并根据工作性质给予每人每年10200元-24000元不等的岗位补贴，切实兜牢兜好民生基本盘。

丰都融媒体中心 李达元

垫江：建镇村电商直播基地卖土货

“关注‘小单带货’，买物美价廉的耙耙柑，前100名下单还有优惠哦……”12月24日一大早，垫江县包家镇小山村“新农人”游莉，拿着自拍杆在柑橘林里直播带货，两小时卖出了500斤。

为带动农产品触网，垫江打造了136个电商服务站，由村干部兼职负责。由于设施设备老化，加上不少村干部年龄偏大、对新事物接受慢等原因，不少村级电商服务站的作用越来越小。

为解决这一问题，今年3月，垫江县商务委新打造8个镇村电商基地，其中游莉所在的包家镇小山村就纳入首批建设试点，她当选为基地负责人进行农产品直播带货。

近两个月以来，通过直播销售的3000多土鸡蛋等农副产品销售额有100多万元，惠及农户3000多家。

垫江融媒体中心 王敏

直播带货

巴南百胜村：冬草莓新鲜上市

初冬时节，在巴南区鱼洞街道百胜村农民大歌草莓采摘基地，一颗颗娇艳的草莓在郁郁葱葱的绿叶映衬下，让人垂涎欲滴。

该基地有贵妃、奶油、玫瑰香、蓝莓、巧克力等品种，采用绿色无公害种植，味道香甜可口。游客入园不收费，采摘价格为50-60元一斤，采摘期可以持续至明年5月份。

联系人：徐伟；电话：18182203222

巴南融媒体中心 袁启芳

万盛从林镇：生态柑橘成熟可采

眼下，万盛经开区从林镇绿水村的柑橘迎来丰收，硕大的橙子沉甸甸地挂满枝头，饱满而有光泽。

该村引进看见、不知火、沃柑、脐橙、砂糖橘等多个优良品种，采用无公害方式种植，施农家肥，使用生物技术杀虫和蜜蜂授粉，不使用催熟剂，因而柑橘个大皮薄水分足，糖分含量高，口感香甜。柑橘采摘价格为5-7元一斤，采摘时间持续至明年4月份。

联系人：蔡志华；电话：13883498542

万盛融媒体中心 叶露

让乡村工匠少一些成长的烦恼

核心提示

乡村工匠是县域内从事传统工艺和手工业的技能型人才。他们生于农村、扎根农村，传承传统技艺；他们紧跟潮流、拥抱时代，开拓线上线下市场；他们执着坚守、积极进取，只为乡村更富裕更美丽。

近日，国家乡村振兴局、教育部、住房和城乡建设部等8部门联合印发《关于推进乡村工匠培育工作的指导意见》，要求围绕巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴，建立和完善乡村工匠培

育机制，挖掘培养、发展、壮大一批乡村工匠，促进农民创业就业，为乡村全面振兴提供重要人才支撑。

培育乡村工匠，可实现乡村产业振兴与文化繁荣的双赢。但长期以来，人才断层、专业度不够、市场化程度不高等现实问题，给乡村工匠的生存、乡村文化产业的发展带来极大挑战。近日，重庆日报记者采访了铜梁扎龙、大足石刻、秀山土家织锦等传统技艺的传承者，倾听他们“成长”的烦恼。

□本报记者 栗园园

春节将至，铜梁区太平镇坪漆村新艺龙灯制品彩扎厂迎来了一年中最繁忙的时刻，务工人员也陡然增多。忙碌之余，负责人周建正酝酿一件大事——将在年后正式投入机械化的设备。

抉择背后，隐忧无奈。

传承之痛

手工与机械化的两难抉择

铜梁耍龙灯习俗久远，盛于清代，上世纪80年代后闻名海内外，近年来频频在国内外重大节庆活动上“亮相”，被誉为“中华第一龙”。灵动的龙舞背后，离不开精湛的扎龙技艺。

“龙牙、龙须、龙头的放料上色一定要均匀，麒麟尾部和背部的骨架一定要饱满。”说起扎龙技艺，龙灯彩扎市级非遗传承人周建饱含热情——历经扎架、裱糊、彩绘、整理等八个步骤，用上百道工序人工扎成的铜梁龙，凝聚的是无数匠人的心血。因此，铜梁扎龙价格往往要比其他扎龙贵上近一倍。

但铜梁扎龙面临的问题是，人工的效率远低于机械化生产。最近周建赶制的一批来自九龙坡区的灯饰订单，工艺不算复杂，但五六个产品还是动用了40人，足足花了一个月才勉强交付。

“而江西龙已采用机械化制作，成本大大降低，每只卖价5000元，比我们低三四千元。再加上我们人手少，厂里固定用工才12个，单子多了还做不赢。”周建说。

另一个问题则是，复杂的彩扎工艺和流程“劝退”了好年轻人，近两年甚至无人前来学习，“学徒工资不过3000元左右，有美术基础的学出师至少也得3年。”周建的女儿跟随他学习彩扎近8年，由于没有美术基础，一边“补课”一边学习，现在都还只能干点缝纫的活儿。

周建现在接的单子中，不乏一些外地的扎龙，因为已无人传，订购者往往带着图样前来咨询。铜梁龙眼下虽有市场，但没有传人未来会不会也慢慢“消失”？毕竟从爷爷辈开始，做扎龙的蒋家、付家、周家目前仅剩周家。周建不敢往深了去想。

现实逼得他不得不改变——目前，周建已完成了扎龙产品的平面设计，年后开始做模具。这意味着，机械化制作的铜梁龙很快就能投放市场。

但他并没打算放弃传统手工生产。“两条腿走路，市场需要哪种我们就做哪种。传统的还是有人喜欢。”周建说。

创新之忧

提升专业技能迫在眉睫

大足雕客杨家胜这两年也开始转向机械化生产，学习数字雕刻。他的初衷是为了适应市场，助力大足石刻产业提档升级。

12月25日，尽管是周末，大足石刻文创园里仍在开足马力生产。守在园区的副主任段勇说，做石刻，工人收入比较可观，每天收入不低于500元，还包吃住，如今大足雕客群体已有11万人，散布在全国各地。

“这些年市场变化了，以前的小型工艺品市场萎缩，现在转向工程类，比如城市景观、寺庙建筑、乡村浮雕墙等等。”段勇认为，随着建设水平、审美品位的提高，当下的石雕产品更需要现代雕塑专业知识“打底”。

传统的雕客，其技艺都是代代相传，技术手法和审美都偏于传统，遇到现代雕塑，往往会面临一些尴尬，要么是理解不了艺术家天马行空的设计不敢接招，要么做出来的产品与原设计有偏离。“更关键的是，没有专业知识，他们自己也没法搞设计，一个项目里面设

计的利润能占到30-40%呢。”段勇说。

石刻产业，雕客是灵魂。大足近年来通过开展职业教育，每年能培养100余名学生，28岁的杨家胜就是目前年轻雕客中的优秀代表。

16岁起就跟父亲学习雕刻技艺的他看到了父辈的局限：“很多时候搞不懂那个设计图，又不想丢单子，只能找会做的来搭伙干。”

为了打破现状，杨家胜格外重视学习，积极参加各种培训，也走出大足到其他省市学习、取经。在山东，他看到了数字雕刻技术的先进；在河北，他发现了雕刻产品的多样化；在四川美术学院，他学习了现代雕塑理论。

不断的学习，让杨家胜逐渐成长。2020年，他引入数字雕刻设备，将生产效率提高30%以上，成本降低30%左右，订单量越来越多。

“通过今年夏天在川美3个月的学习，我现在已经能自己做设计了，也接了一些小单子。”杨家胜说，目前他看好庭院美化市场，准备先开发一套产品，目前已完成3个产品的设计图。

品牌之困

亟待产业化“复活”传统技艺

在秀山土家族苗族自治县，秀山土家织锦的代表性传承人王弘走出了一条完全不同的路，但也遇到了属于她的难题。

前不久在京开幕的“奋进新时代”主题成就展上，有一套充满民族特色的秀山土家织锦作品，令王弘感到非常骄傲和自豪：“这是对秀山土家织锦的高度肯定，也是宣传我们土家织锦文化的好机会。”

宣传秀山土家织锦，推广“阳鹇花”品牌，是王弘目前工作的重中之重，她认为这也应是秀山土家织锦产业下一

阶段的努力方向。

王弘与秀山土家织锦结缘于2016年的夏天。当时做文化产业的她下乡拍摄时无意发现了一块织锦，“一眼看到就觉得很特别，面料平整，但花纹却很立体，我从来没见过这种产品。”

问了村民才知道，这是当地传统土家织锦，但基本已经没人会做了。王弘为此感到十分遗憾，开始到处搜集织锦产品，将图案整理、绘制，并去湖南拜师学习土家织锦的技艺。

2019年，在秀山县政府的大力支持下，王弘组建了秀山土家织锦文化旅游发展有限公司，通过县妇联组织绣娘培训，在带动农村妇女就业的同时，也为秀山土家织锦的传承培养了队伍，目前公司签约绣娘已有300余人。

带着产业化的思维重新“复活”这门技艺，王弘极其重视产品创新，培养了5名设计师，在保留原技艺、文化不变的基础上，大胆开拓创新，让秀山土家织锦产品颜色、图案更精美，产品、风格也越来越多元化。目前公司销售产品中原创占比高达95%。

“现在产业基础有了，但同类型的产品如苗绣之类的特别多，因此要进一步壮大产业、提高绣娘收入，必须要打造品牌，讲好我们的织锦故事。”王弘目前根据当地传统织锦图案打造了“阳鹇花”品牌，并在今年举办秀山土家织锦文创大赛，征集创意织锦产品设计的同时借机大力宣传“阳鹇花”。

就在上个月，王弘公司制作的土家秀妹“数字人”也正式面世，将在秀山县打造的全国首个土家织锦体验馆中，带领网友们在高精度复原的4000多年前的土家族村落，身临其境了解土家织锦的文化价值、图腾物语、工艺特点。

“我相信，在数字技术加持下，对传统技艺进行记录和还原，这门技艺就永远不会失传。”王弘说。

记者手记>>>



制，免费为当地留守妇女培训技艺。 酉阳苗绣非遗工坊采取“公司+农户”带动机制。 通讯员 陈碧生 摄/视觉重庆

□本报记者 栗园园

说起乡村工匠，不少人会想到泥水匠、瓦匠、木匠、铁匠、水电工等等这种除

了种地还有点技能加持的手艺人。他们在乡野中走东串西，帮娶亲的小王家修修房子，帮老李家的孩子做个书桌，帮村西头的刘大娘垒个猪圈，帮路北头的牛大爷

让乡村工匠雕琢美丽乡村蓝图

盖个厕所……这些农村匠人，在十里八村的口耳相传中，一点一滴为百姓勾画出小桥流水人家的美丽乡村图景。

人是生产力中最活跃的因素。在全面推进乡村振兴的大背景下，乡村工匠被赋予了更多职责。培育乡村工匠，有利于在弘扬传统优秀文化的基础上，发掘当地特色产业，助推一二三产业融合发展，实现乡村产业振兴与文化繁荣的双赢。可以说培育乡村工匠是一项集人才振兴、产业振兴、文化振兴于一身的举措。

但就目前而言，受收入待遇、文化水平等因素影响，许多老手艺日渐式微，或面临着新挑战，生存状况不容乐观。正因为如此，周建、杨家胜、王弘的主动“求变”，其实就是在推动传统技艺的现代化、产业化、时尚化。老一辈手艺人技艺精湛，但缺乏专业知识，难以适应市场

需求变化，这从大足雕客群体不难看出。而杨家胜的案例，更充分证明了加强对从业人员专业培训尤其是美育培训的重要性。传统技艺与艺术息息相关，需要从业者有扎实的艺术修养、较高的审美水平才能与时俱进，从而让老技艺更符合现代市场

的需求。当然，不管怎么变，传统技艺才是这个产业的魂，现代工艺只是辅助手段，只有合理结合和区分，才能在保留传统工艺独特韵味

的同时，借助现代工艺让老技艺焕发新生。随着乡村振兴战略的持续推进，乡村建设更加如火如荼。这些都为乡村工匠们提供了施展才能、大展身手的舞台。政府应加大扶持与引导，通过打造产业园区、组建工匠协会等措施，集聚形成产业链，推动传统技艺更好适应市场需求，让乡村工匠成为美丽乡村蓝图的雕琢者。