

公共文化信息

2024 年第 1 期 总第 8 期

贵阳市图书馆咨询辅导部编

2024 年 3 月 17 日

要 目

政策制度

- 国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》
- 十一部门联合开展“信号升格”专项行动

公共文化动态

- 山东省文物保护修复与鉴定中心成立
- 山东：优化休闲度假旅游金融服务

公共文化建设热点

- “科目三”走红的背后
- “微短剧+文旅”还有增量空间

理论研究

- 以传统礼俗促进乡村文明建设
- 公共图书馆阅读推广评价研究

政策制度

国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》

近日，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》（以下简称《意见》）。

银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。为积极应对人口老龄化，促进事业产业协同，加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式，让老年人共享发展成果、安享幸福晚年，《意见》提出了4个方面26项举措。

一是发展民生事业，解决急难愁盼。引导餐饮企业、养老机构等开展老年助餐服务。拓展居家助老服务，发展社区便民服务，引导老年日用产品实体店合理布局，发展社区嵌入式服务设施。优化老年健康服务，加强综合医院、中医医院老年医学科建设，推进医养结合。加大养老机构建设和改造力度，提升失能老年人照护服务能力。丰富老年文体服务，组织开展各类适合老年人的体育赛事活动。提升农村养老服务。

二是扩大产品供给，提升质量水平。发挥国有企业引领示范作用和民营经济生力军作用。推进产业集群发展，规划布局10个左右高水平银发经济产业园区。提升行业组织效能，支持组建产业合作平台或联合体。推动品牌化发展，培育银发经济领域龙头企业。开展高标准领航行动，在养老服务、适老化改造等领域开展标准化试点。拓宽消费供给渠道，引导电商平台、大型商超举办主题购物节，支持设立银发消费专区。

三是聚焦多样化需求，培育潜力产业。强化老年用品创新，打造智慧健康养老新业态，推广应用智能护理机器人、家庭服务机器人，大力发展康复辅助器具产业。发展抗衰老产业，推动生物技术与延缓老年病深度融合，开发老年病早期筛查产品和服务。丰富发展养老金融产品，加强养老金融产品研发与健康、养老照护等服务衔接。组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台，培育旅居养老目的地。推进无障碍环境建设，开展居家适老化改造，开展数字适老化能力提升工程。

四是强化要素保障，优化发展环境。围绕康复辅助器具、智慧健康养老等重点领域，谋划一批前瞻性、战略性科技攻关项目。保障养老服务设施和银发经济产业用地需求，支持利用存量场所改建养老服务设施。鼓励各类金融机构加大对养老服务设施、银发经济产业项目建设的支持力度。推进人才队伍建设，健全数据要素支撑，依法严厉打击涉老诈骗行为。

《意见》强调，发展银发经济，事关国家发展全局，事关人民福祉。各地区、各部门要在党中央集中统一领导下，完善工作机制，加强统筹协调，推动各项任务落实落细。

（摘自《中国文化报》2024年1月18日）

十一部门联合开展“信号升格”专项行动

日前，工业和信息化部、国家发展改革委、文化和旅游部、国家文物局等十一部门联合印发《关于开展“信号升格”专项行动的通知》（简称《通知》），提出到2024年底，超过8万个重点场所实现移动网络深度覆盖，2.5万公里铁路和35万公里公路、150条地铁线路实现移动网络连续覆盖。

工业和信息化部有关负责人表示，当前，我国4G网络已全面覆盖城乡，5G网络覆盖逐步从“市市通”到“县县通”并持续向乡镇、行政村等延伸。推动“信号升格”，不仅有利于满足群众美好生活需要，还将进一步助力行业数字化转型。

《通知》分别从加强重点场景网络覆盖、加快重点业务服务提升、强化资源要素高效协同、促进监测评测水平提升等方面提出了4项主要任务，明确了2024年和2025年的主要目标。

在加强重点场景网络覆盖方面，《通知》面向政务中心、文旅等11个重点场景，提出相应覆盖目标。在文旅场景中，《通知》明确，将持续提升国家5A/4A级旅游景区、国家二级以上博物馆、国家级旅游度假区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区、红色教育基地、大型体育场馆、城市广场等移动网络信号覆盖，重点覆盖游客服务中心、售票处、索道上下站、区内景点、展览展示区、休闲区等关键点位，支持景区开展4K/8K视频、智慧导览、VR/AR沉浸式旅游等应用。到2025年，实现全部5A级景区、国家一级博物馆，超过3000个4A级景区、400个以上国家二级博物馆的移动网络信号覆盖和应用体验提升。

（摘自《中国文化报》2024年1月10日）

《基本公共服务标准体系建设工程工作方案》发布：到2035年，标准化支撑基本公共服务均等化基本实现

近日，国家标准化管理委员会等18部门联合制定《基本公共服务标准体系建设工程工作方案》（简称《方案》）。《方案》指出，力争到2027年，制修订基本公共服务领域国家标准、行业标准200项，创建80个基本公共服务标准化试点；到2035年，标准化支撑基本公共服务均等化基本实现，保障发展成果更多更公平惠及全体人民。

《方案》指出要持续健全基本公共服务标准体系，围绕《国家基本公共服务标准》列出的九大领域22类服务事项，重点聚焦人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，进一步完善设施设备资源配置、服务流程与质量要求、运行管理、绩效评价等标准，形成层次分明、衔接配套、科学适用的基本公共服务标准体系；加大基本公共服务国家标准、行业标准有效供给。

具体到文体服务保障领域，《方案》提出要完善公共图书馆、文化馆（站）、博物馆、村（社区）综合性文化服务中心标准，提升面向少儿、老年人的公共文化服务质量和便捷性。

《方案》还要求，要细化基本公共服务实施配套地方标准，推进基层服务机构标准化规范化建设，持续推进基本公共服务标准化试点建设，强化基本公共服务标准与政策有序衔接，深化基本公共服务标准实施监督和评价。

（摘自《中国文化报》2024年1月11日）

福建加强红色文化遗存保护利用工作

近日，《中共福建省委办公厅 福建省人民政府办公厅关于加强红色文化遗存保护利用工作的意见》（简称《意见》）发布，旨在强化红色文化遗存的认定保护、研究阐释、传播推广与传承利用。

《意见》指出，要坚持全面保护、整体保护，确保红色文化遗存的历史真实性、风貌完整性和文化延续性。坚持创造性转化、创新性发展，促进红色文化遗存保护利用与经济社会发展、乡村振兴等相结合，不断增强红色文化的生命力和引导力。

《意见》提出，推动古田会议、才溪乡调查、长征出发地、中央苏区核心区等红色资源，与绿色生态、传统村落历史古迹等资源融合发展，打造一批红色文化品牌。推进长征国家文化公园（福建段）建设，做大做强中央红军长征出发地、中央红色交通线、福建中央红军村等红色文化品牌。推进红色旅游与乡村旅游、生态旅游、民俗旅游等融合发展，支持把龙岩、三明、南平、宁德、漳州等打造成红色旅游重点区域。探索设计红色旅游互动体验项目，研发红色文创产品，精心设计“中央红军长征出发地”“思想建党、政治建军”“中央红色交通线”“才溪乡调查”“风展红旗如画”等红色旅游精品线路。

《意见》明确，要加大对红色文化遗存项目投入力度，积极引导社会资本参与。把红色文化遗存保护利用工作纳入意识形态工作责任制考核评价，建立红色文化遗存保护利用情况通报制度，对保护不力、管理不善的单位通报批评、限期整改，并依规依纪依法追究相关人员责任。

（摘自《中国文化报》2024年1月16日）

陕西出台 26 条措施支持文旅产业高质量发展

近日，陕西省人民政府办公厅印发《关于加快文旅产业发展若干措施》（简称《措施》），旨在以大文旅理念，推动文旅与其他相关领域在更广范围、更深层次、更高水平上融合发展，形成多部门协同打造万亿级文旅产业集群的强大合力。

《措施》在“以文塑旅，厚植文化根基”“深化融合，打造万亿级产业集群”“品牌引领，加强宣传推广”“夯实基础，提升服务水平”“加强统筹，完善保障措施”五大方面提出 26 条措施，

涉及推进红色基因传承、提升公共文化服务效能、建设一批商旅名街、因地制宜发展乡村旅游、加强国际交流互鉴、完善文旅交通设施、加大财税金融支持等内容。

《措施》立足文化战略资源优势，提出做强“文学陕军”“长安画派”“西部影视”“陕西戏剧”“陕北民歌”等特色文化品牌；对旅游景区及线路、文娱演出、文化创意、商旅名街、会展经济、赛事经济、出版发行、乡村旅游 8 条文旅产业链逐一进行了安排部署，明确了任务书和路线图。陕西成立由 20 个部门组成的协调机制，形成党委领导、政府推动、部门协同、社会参与、群众共享的大文旅发展格局。到 2026 年，力争陕西省文化旅游综合收入超过 1 万亿元、旅游人数超过 9 亿人次。

（摘自《中国文化报》2024 年 1 月 16 日）

七部门联合印发《关于推动未来产业创新发展的实施意见》

为贯彻落实党的二十大精神和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，日前，工业和信息化部、文化和旅游部等七部门联合印发《关于推动未来产业创新发展的实施意见》（简称《意见》）。

《意见》明确，到 2025 年，未来产业技术创新、产业培育、安全治理等全面发展，部分领域达到国际先进水平，产业规模稳步提升。到 2027 年，未来产业综合实力显著提升，部分领域实现全球引领。并从全面布局未来产业、加快技术创新和产业化、打造标志性产品、壮大产业主体、丰富应用场景、优化产业支撑体系六个方面规划重点任务。

在重点任务中，《意见》提出要打造标志性产品，发展量大面广、智能便捷、沉浸体验的消费级终端，满足数字生活、数字文化、公共服务等新需求。研发支撑文化娱乐创作的专用及配套软件，推进演艺与游乐先进装备、水陆空旅游高端装备、沉浸式体验设施、智慧旅游系统及检测监测平台的研制，发展智能化、高端化、成套化文旅设备。

（摘自《中国文化报》2024 年 2 月 1 日）

15 部门联合印发指导意见帮扶提升个体工商户发展质量

日前，文化和旅游部等 15 部门联合印发《关于开展个体工商户分型分类精准帮扶提升发展质量的指导意见》（简称《意见》），并发布《个体工商户分型分类精准帮扶总体方案（试行）》。

《意见》提出，对依托本地独特产业和旅游资源，开展旅游接待、传统手工艺制作、土特产品销售、特色餐饮服务的“特色”类个体工商户，在技术研发、产品设计、检验检测、质量追溯、营销推广等方面加大服务支持力度。对传承民间传统技艺，执着坚守、长期经营的“优质”类个体工商户，注重传承人培育，加强传统技艺挖掘整理和宣传报道。

根据《个体工商户分型分类精准帮扶总体方案（试行）》，市场监管部门将会同相关部门对“名特优新”四类个体工商户进行认定和重点培育。其中“特”即“特色”个体工商户，包括依托区域文化和旅游资源，经营旅游接待、餐饮服务等地方特色产品和特色服务，经营理念或经营方式独特，具有代表性的个体工商户。方案将支持符合条件的个体工商户参与乡村旅游质量效益提升系列行动及产品线路推广等项目。

（摘自《中国文化报》2024年2月7日）

公共文化动态

山东省文物保护修复与鉴定中心成立

近日，山东省文物保护修复与鉴定中心成立仪式在济南举行。文化和旅游部副部长、国家文物局局长李群，山东省副省长邓云锋出席仪式，并共同为中心挂牌。

山东省委、省政府批准同意山东省文物保护修复中心更名为“山东省文物保护修复与鉴定中心”。该中心为山东省文化和旅游厅（省文物局）直属正处级公益一类事业单位，主要承担可移动文物的调查、保护修复、项目验收，各类文物鉴定的组织与技术支持，文物修复与鉴定的研究、技术推广、学术交流，培养文物修复与鉴定人才等职能。

成立仪式上，山东省文物保护修复与鉴定中心联合山东省分析测试中心、山东省地质科学研究院等单位共同成立了“文物科技鉴定研究创新联盟”，将通过建立跨学科、跨行业、跨部门的广泛合作关系，创新组织、共享资源、协同创新、联合攻关，最终形成权威文物科技鉴定共同体。依托新成立的山东省文物保护修复与鉴定中心，山东将全面统筹省内行业文物鉴定、涉案文物鉴定等工作，与省内外鉴定机构、科研院校就文物鉴定科研、人才培养等加强联动合作，为打造立足山东、辐射东北、联动华东、面向全国的区域文物鉴定平台先行先试。

（摘自《中国文化报》2024年1月3日）

山东：优化休闲度假旅游金融服务

近日，山东省文化和旅游厅等十部门印发《推进休闲度假旅游高质量发展的实施方案（2024—2026年）》（简称《方案》），提出到2026年，积极培育国家级旅游休闲城市，推出一批休闲度假乡村，国家级旅游度假区、国家级旅游休闲街区均达到10家，场景多样、类型多元的休闲度假产品体系基本建立，主客共享、城乡协调的公共服务体系基本完善。

过去几年，山东坚持示范引领、文旅融合、绿色发展，丰富休闲度假内涵，营造休闲度假氛围，推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变。《方案》明确，要加强统筹谋划，大力推进主题性、特色化和高品质休闲度假产品开发，构建山、海、城、乡一体化推进的休闲度假大格局。面向国际、国内、区域三级旅游市场开发多类型、多层级、四季型休闲度假产品，建设全时空休闲度假旅游省。全面落实带薪休假制度，鼓励错峰休假、弹性作息，促进假日消费。

同时，加强青岛岛群、长岛与烟台岛群、刘公岛与威海岛群、日照岛群、滨州岛群“五大岛群”综合利用。突出民宿集聚、生态观光、文化体验、户外运动、秘境探险等主题，推动近海岛屿串珠成线，强化海岛旅游特色品牌。

根据《方案》，山东各级财政将统筹现有渠道，支持交通、水利、农业、体育等资金与休闲度假项目融合使用。优化休闲度假旅游金融服务，加强信贷支持和保险保障。强化用地保障，积极盘活存量建设用地，鼓励采用弹性年期出让、先租后让等方式支持相关业态发展。

（摘自《中国文化报》2024年1月8日）

江苏扬州 标准化赋能文旅融合创新

江苏扬州人文底蕴深厚，文旅资源丰富，是首批国家历史文化名城之一，享有“世界运河之都”的美誉。自2020年被确定为第四批全国旅游标准化示范城市以来，扬州市积极探索以标准化推动文化和旅游深度融合，推动扬州国际文化旅游名城建设再上新台阶。

扬州市自被列入创建全国旅游标准化试点城市以来，率先在江苏省出台《扬州市旅游标准化工作管理办法》，编制《扬州市旅游标准化工作规划（2020—2024年）》，制定《扬州市旅游标准化工作奖励办法》，加大财政专项资金扶持奖励，为持续推进全市旅游标准化工作建立了长效机制。在扬州市各相关部门指导下，各地政府主动部署，28项国家标准、17项行业标准和5项地方标准在全市旅游餐饮、住宿、交通等23个领域、60家试点企事业单位有效实施。扬州市委、市政府高度重视旅游标准化工作，持续深化标准化成果运用，狠抓旅游国标、省标和地标落地落实，并先后对古城有机更新、红色文化保护传承利用和宣传推广、景区运行机制等10个涉及文旅内容的方面进行标准化立项，不断丰富和完善市级旅游标准化体系。同时，以持续推动旅游标准化为抓手，围绕“食、住、行、游、购、娱”六大要素，优化旅游产业结构，完善旅游产业链条，推动文旅深度融合。

按照国家A级旅游景区评定标准，扬州深入推动全市300多个公园旅游标准化改造，加强旅游基础设施和配套设施建设，提升旅游资源核心吸引力，15个城市公园成功创建3A级以上旅游景区。按照4A级以上景区标准推进十大生态体育休闲公园建设，让完善的公园体系成为留给子孙后代的绿色财富。经过标准化的修复、治理，运河三湾景区全新亮相，蝶变为一个占地面积3800亩、

核心区面积 1520 亩的大型生态文化公园，从“工业锈带”转变为“生态秀带”，运河三湾生态文化公园被评为国家 4A 级旅游景区，2021 年入选江苏省首届“最美生态修复案例”。

扬州市图书馆充分放大以城市书房为重要组成的“四位一体”公共图书馆服务体系示范项目效应，制定发布《24 小时城市书房建设运行服务规范》省级地方标准，创新应用现代化信息技术，打造集智慧借还、智慧阅推、智慧配送、智慧书架和智慧防控为一体的智慧服务新模式，并在 40 家城市书房增加信用积分、扫描二维码、刷脸进入等功能，提供文化咖啡、旅游资讯等服务，以一种创新的公共文化服务形态，搭建起全民阅读文化共享新平台，成为“书香扬州”又一张重要的文化名片。坚持以标准化引领，聚焦“主客共享”的服务理念，采用智能进入系统，游客可通过人脸识别、微信、支付宝扫码等智能化服务免办卡入馆。设置小型旅游信息服务点，提供热水、手机充电、雨伞租赁、应急医疗、旅游推广、游客投诉等服务。

立足扬州“三把刀”地方特色文化，让扬州传统技艺向标准化要效益，制定并发布实施相关行业规范，进一步打响了“放心消费在扬州”品牌，有效提升扬州“三把刀”整体服务水平和质量，让扬州传统技艺跟上了标准化的步伐。《扬州理发技艺——技术规范》地方标准由扬州市美发美容与摄影协会制定，填补了扬州理发行业技术管理规范的空白，能够更好地规范行业技术行为，传承与发展扬州“三把刀”技艺文化，提升行业服务水平。

通过制定实施《淮扬美食书场建设标准》，扬州推出两家淮扬美食品鉴中心和 5 家淮扬美食书场，在餐饮服务中加入“说菜”“厨艺展示”“厨客互动”等环节，提出“小份、自取、不剩”的倡议，通过推出半份菜肴、实施分餐制等方式厉行节约、杜绝浪费；创新淮扬菜传承形式，创新研制江苏省地方标准《淮扬菜新中式冷餐会服务规范》，围绕“轻食”“一口食”等，对传统淮扬菜品进行创新、改良；创新研制《淮扬美食品鉴师服务评价规范》，并成立职业技能鉴定中心。

（摘自《中国文化报》2024 年 1 月 9 日）

四川成都图书馆携手“碳惠天府”——“全民低碳阅读”的创新探索

日前，四川成都图书馆的“读者积分”可以兑换成“碳积分”，并在绿色低碳普惠商城兑换骑行卡、电影票、景区门票等福利了。这次跨界合作是成都图书馆在全国公共图书馆率先引领“全民阅读”理念走向“全民低碳阅读”的创新探索。

2023 年 12 月初，在素有“颜值天花板”之称的天府人文艺术图书馆里，成都图书馆联合“碳惠天府”绿色公益平台启动了“低碳阅读 共筑书香——‘成都图书馆×碳惠天府’低碳阅读激励计划”，将低碳行为与文化生活结合起来，打造低碳阅读新场景，培育公众绿色生活意识。

这次跨界合作牵起了两大“明星品牌”。除了“网红”成都天府人文艺术图书馆，成都创新低碳发展模式打造的“碳惠天府”特色品牌也拥有极高人气。据了解，目前“碳惠天府”绿色公益平台注册用户已超过233万，上线24个低碳场景，线下推出了44个低碳消费场景。

成都图书馆与“碳惠天府”绿色公益平台的合作通道目前已正式打通，通过探索低碳与阅读推广的契合点，开启了合作新篇章。对于双方的合作，成都市生态环境局有关负责人表示希望能产生“化学反应”，共同帮助读者树立学习意识、低碳意识和资源循环意识，促进阅读、公益活动与低碳生活相结合，协助共建美丽成都。

“读者积分”转化为“碳积分”

“成都图书馆‘读者积分’5分可兑换碳惠天府‘碳积分’1分。”成都图书馆相关负责人介绍了“碳惠天府”公益平台积分兑换的规则，成都图书馆读者账号经授权后，可将平时在成都图书馆累积的“读者积分”兑换为碳惠天府“碳积分”，兑换成功后，读者可凭相应“碳积分”在“碳惠天府”小程序上获得相应权益，如景区门票、骑行卡、电影票、文创产品等。

为推广绿色低碳生活方式，“碳惠天府”绿色公益平台除了线上推出“低碳阅读”场景，线下还将在图书馆中放置“碳惠天府”宣传标牌和二维码，读者扫码可进行线下场景打卡获得碳积分，将成都图书馆与低碳结合，打造低碳阅读生活新风尚。

成都图书馆作为公共图书馆，承担着全民阅读推广职责与“发展天府文化，建设书香成都”的使命。“希望通过‘阅读+低碳’的结合，在全社会共同营造低碳阅读的良好氛围，让低碳阅读成为一种生活方式。”成都图书馆阅读推广部副主任王静说。

创新融合激发参与热情

随着“成都图书馆×碳惠天府”低碳阅读激励计划的开启，一系列活动促使人们形成低碳理念。例如，在天府人文艺术图书馆，不少读者被创新的活动理念吸引，积极参与低碳知识快问快答比赛，通过问答了解低碳生活理念与低碳小妙招，培养低碳节约意识。

再如，废旧物品DIY创作活动，由专业人士带领读者一起开展，赋予低碳物品艺术性。值得一提的是，为响应绿色低碳阅读，读者们还拿出爱书或闲书在“流动书摊”交换或捐赠，让书籍循环流动起来，形成绿色低碳阅读生活方式。

“创新探索让天府人文艺术图书馆以更绿色、更科技、更智慧的服务理念展示新时代公共图书馆的发展之路，逐步形成一个崭新的共享阅读空间，成为名副其实的城市会客厅和市民大书房。”成都市文化广电旅游局有关负责人表示，成都图书馆与“碳惠天府”公益平台开展合作，共同响应国家双碳战略目标号召，将实现人文、艺术与低碳、环保的创新融合。

（摘自《中国文化报》2024年1月9日）

身边的“文化客厅”更有看头

阳光明媚、树枝摇曳，珊瑚石搭建的二层小楼内，电脑、沙发、书桌，一应俱全，木质仿古书架上摆放着 4000 多册图书。这是笔者日前在广西涠洲岛上见到的海岛智慧书房。来自文化和旅游部的数据显示，目前，像涠洲岛海岛智慧书房这样的新型公共文化空间，全国已经超过 3.35 万个。

一个个“小而美”的新型公共文化空间，凭借“颜值+内涵”的出圈，靓了城乡、润了民心，已经成为公共文化服务高质量发展的暖心地标。这些老百姓身边的“文化客厅”，将文化服务模式从“政府+文化场馆”转变为“空间+多元主体”，演出、展览、讲座等不再局限于传统的文化馆、社区文化活动中心等场地，而是真正实现了“哪里有地方，就办在哪里”。

文化兴国运兴，文化强民族强。习近平总书记强调：“完善公共文化服务体系，不断满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求。”党的二十大报告提出，实施国家文化数字化战略，健全现代公共文化服务体系，创新实施文化惠民工程。文化和旅游部、国家发展改革委、财政部联合印发的《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》明确要求：“立足城乡特点，打造有特色、有品位的公共文化空间，扩大公共文化服务覆盖面，增强实效性。”近年来，我国公共文化服务快速发展，公共文化服务体系建设和体制机制创新深入推进，但中小型公共文化设施体系与群众文化需求之间，仍存在着一定的差距。于此而言，让身边的“文化客厅”如雨后春笋般拔地而起，既是保障人民文化权益的题中应有之义，也是推进文化强国建设的应时之举。

公共文化服务是人民群众对美好生活向往的重要内容。新型公共文化空间，“新”就新在颜值高、设计感强，且灵活丰富。一方面，“才貌双全”的新型公共文化空间往往能够成为当地的文化品牌和亮点，不仅有着“以文促旅”的力量，也提升着城乡的文化气质。另一方面，这些星罗棋布的新型公共文化空间，将“艺术即生活”的理念真正带到城乡和居民身边，彰显着文化地标的公共与公益属性。当然，数万个新型公共文化空间本身就是持续推进城乡公共文化均衡化一体建设的绝佳代言。

文化建设，以人为本。构建公共文化服务体系要坚持以人民为中心的工作导向，努力增强文化设施的群众性、便利性、服务性。新型公共文化空间的不断涌现是近年来公共文化建设和走向高质量发展的典型表征，也彰显着公共文化服务领域供给侧改革的继续深化。建设方式和运营机制更成熟、空间功能更多元、人文内涵更隽永、受众参与更方便、空间更有品位，服务提质增效……在 5G、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术的加持之下，新型公共文化空间有了更多的想象空间与落地可能。

由点及面、连线成网，新型公共文化空间还是传承优秀文化、传播民族文化、展示地方文化的“宝地”。让身边的“文化客厅”更有看头，为老百姓送上更近、更美、更贴心的文化服务，既能让更多人共享公共文化服务的阳光雨露，也为促进人民精神生活共同富裕打下了好基础。

（摘自《光明日报》2024 年 1 月 9 日）

甘肃全面发力推动文化建设迈上新台阶

文物保护利用持续加强、文化惠民广泛普及、文艺创作展演繁荣发展、非遗保护传承水平全面提升……我省文旅系统深入学习贯彻习近平文化思想，坚持用党的创新理论武装头脑、指导实践，全面发力，文化事业产业花繁果硕，香溢四方。2023年，全省文化建设迈上新台阶。

一方面，持续加强文物保护利用。纵深推进敦煌研究院“典范”“高地”建设，“数字敦煌”入选世界互联网大会精品案例，“数字敦煌开放素材库助力文物资源全民共享”入选国家文物局首批文物事业高质量发展十佳案例。实施中华文明探源工程和“考古中国”重大项目，重点推进庆阳南佐遗址、礼县四角坪遗址、吐谷浑王族墓葬等项目建设，“南佐遗址考古发掘项目”被评为“2022年中国考古新发现”，张家川马家塬战国墓地文物保护修复项目入选2022年全国优秀文物藏品修复项目。甘肃简牍博物馆建成开馆。有序推进长城、长征、黄河国家文化公园项目建设。

另一方面，着力提升公共文化服务效能。“一部手机游甘肃”数字阅读馆上线。颁布实施《甘肃省公共图书馆条例》，下拨“三馆一站”免费开放资金1.23亿元，推动公共文化场馆持续做好免费开放工作。着力建设“书香陇原”，99个社区、200户家庭、413名个人被命名为全省“书香社区”“书香之家”“阅读之星”。广泛开展群众性文化活动，举办“四季村晚”“黄河大合唱”等省级示范活动20多场（次），持续开展“陇原儿女心向党”文艺轻骑兵惠民演出，推进全民艺术普及、才艺培训、文化活动185场（次），培训基层文化骨干1740人次，送戏曲进乡村5898场（次）。下拨公共文化数字化项目资金1760万元，推动公共文化数字化建设，“飞阅甘肃”数字阅读平台上线运行。创新实施“中华古籍保护计划”，建成“西北地方文献古籍善本全文数据库”“西北地方戏曲剧本全文数据库”。

同时，坚持以人民为中心的创作导向，文艺创作展演呈现出新时代百花争艳的新气象和蓬勃发展的势头。设立1500万元的甘肃艺术基金，资助33个国家艺术基金立项项目和省内重点创作项目，推出了一批体现时代水准、具有地域文化特色的优秀舞台作品，30部作品、24名个人分别入选国家级展演项目，获得14个展演集体奖项、6个人奖项，获奖数量为历年最多。推进一县一院团建设，实现省市县三级文艺院团和政府购买服务推动惠民演出两个“全覆盖”。完成甘肃省濒危剧种戏曲公益性演出项目，南木特藏戏、陇南影子腔、玉垒花灯戏等濒危剧种生存环境得到有力改善。推动《丝路花雨》《乐动敦煌》《千手千眼》等18场旅游驻场演艺实现常态化演出。2023年，全省组织开展文艺演出活动2.68万场（次），现场观众达2992万余人次，演出收入2.57亿元，开展线上展演活动4124场（次），网络观演达7029万人次。

此外，非遗保护传承水平也得到全面提升。举办“黄河流域非物质文化遗产论坛”“黄河流域九省（区）非遗大集”，开展“非遗过大年文化进万家”“视频直播家乡年”线上线下非遗集中宣传展示展演和民俗活动300余场（次）。庆阳香包绣制、裕固族服饰、临夏砖雕3家非遗工

坊入选 66 个全国“非遗工坊典型案例”。认定第五批省级非遗代表性传承人 141 人。实施国家级非遗代表性传承人记录工程，完成 5 期国家级中国非遗传承人研培计划培训班。

（摘自《甘肃日报》2024 年 1 月 15 日）

山西省设立省级文物保护基金

近日，山西省文物保护基金于日前正式成立。作为省级政府批转设立的公益性文物保护基金，这不仅提供了文物保护经费投入的新渠道，也将对省以下文物保护单位的工作发挥支撑作用。2023 年至 2027 年，山西省财政厅计划每年向山西省文物保护基金拨款 500 万元，用于保障基金运作。

山西省是文物资源大省，国家级重点文物保护单位数量位居全国前列，文物保护资金需求较大。设立山西省文物保护基金，有助于拓宽山西省文物保护投入渠道，改变现行的财政单一投资模式，构建起多元、稳定、可持续的文保资金投入保障机制；有助于加强文物价值的研究、交流和传播，推进文物领域的公共文化服务。

（摘自《人民日报》2024 年 1 月 15 日）

宁夏打出六大“宁字号”组合拳

近日，宁夏回族自治区文化和旅游厅印发《关于打造文旅赋能乡村振兴“宁字号”品牌实施方案》（简称《实施方案》），指导乡村文化旅游差异化、品质化发展，赋能乡村振兴。

《实施方案》提出六大“宁字号”乡村文旅品牌，即打造乡村美食“宁味千碗”品牌、打造土特产品“宁选好礼”品牌、打造乡村住宿“宁韵百宿”品牌、打造非遗传承“宁遗百坊”品牌、打造乡村文化“宁艺好戏”品牌、培育乡村人才“宁才兴旅”品牌。计划到 2025 年，宁夏评选 100 名乡村名厨，推出 1000 道农家菜品，评定 100 种乡村伴手礼，支持打造 100 个乡村特色民宿，遴选认定 100 家非遗工坊。开展“大地欢歌”“百人百团”志愿服务，惠民演出不少于 3000 场次。评选 100 名宁夏乡村文化和旅游带头人，为基层选派、培养 400 名文化和旅游工作者。

宁夏文化和旅游厅相关负责人介绍，六大“宁字号”围绕“食住行游购娱”等文旅核心要素，几乎涵盖文化、旅游、产业、人才、交流等各个方面，致力打造具有鲜明地域特色和浓厚文化底蕴的乡村文旅品牌，推动乡村振兴战略实施，促进乡村旅游集群化、特色化、规范化发展，建设宜居宜业和美乡村。

（摘自《中国文化报》2024 年 1 月 18 日）

形成高质量发展合力——公共文化服务共同体建设现场交流活动在广州举行

今后一个时期，高质量发展是公共文化服务体系建设的目标。如何优化资源配置，形成高质量发展的合力？

日前，由文化和旅游部公共服务司指导、广东省文化和旅游厅主办、广州市文化广电旅游局承办的公共文化服务共同体建设现场交流活动在广州举行，活动以“发展共同体 构建新格局”为主题，会聚来自全国各地的相关专家学者和相关工作负责人展开经验交流，共同探讨推动公共文化服务高质量发展的新模式、新路径。

“公共文化共同体”是广州于2022年率先在全国提出的概念。据广州市文化广电旅游局局长刘瑜梅介绍，公共文化共同体是为解决公共文化服务打不通、聚不拢、带不动、落不实等问题，以提升文化治理能力为核心，以公共文化标杆项目为抓手，以推动公共文化服务共建共享、提升公共文化服务体系效能、构建公共文化服务新生态为目标而建立的一体化交流合作机制。“广州通过组织政、产、学、研、媒、社会力量等主体深度参与公共文化服务共同体建设，试点实施基层公共文化治理项目库等一批标杆项目，以务实创新举措推动公共文化服务高质量发展的成效。”广州市副市长谭萍说。

以广州为起点，广东省在全省推行“公共文化服务共同体”创新理念，推动解决公共文化服务供给主体单一，以及在供需匹配度、协同机制、服务效能等方面存在的不足。在此次交流活动中，广东省文化和旅游厅发布了《广东省公共文化共同体建设工作指南》，提出从推动社会参与、横向整合、纵向联动、智慧赋能、区域协调、融合发展、人才培养七方面着力推动共同体建设，建立打通部门壁垒、发挥体系效能、带动基层发展、聚拢社会力量、展现文化价值的公共文化服务新生态，推动实现文化治理能力现代化。

文化和旅游部公共服务司相关负责人认为，公共文化服务既是文化建设的重要内容，也是社会治理的重要组成部分。公共文化服务共同体建设体现了强化统筹整合、推动共建共享、促进社会力量参与、激发基层文化内生动力、赋能基层治理等思路，“从某种意义上说，是继文化馆、图书馆总分馆制之后，公共文化领域深入优化资源配置、提高服务效能的又一个具有改革意义的创新举措。”

“十四五”期间，全国文化和旅游系统聚焦新时代人民群众美好生活需要和公共文化服务高质量发展的目标任务，深化公共文化服务供给侧结构性改革，积极构建公共文化开放共享格局，涌现出了不少好做法、好经验。

北京市东城区文化和旅游局副局长俞浩介绍，东城区近年来围绕有没有、够不够、好不好和优不优，构建了以公共文化设施社会化运营为主、公益性社会组织助力、文化志愿者共同参与的社会化工作格局，探索社会化运营全过程管理制度体系以及优惠收费服务，突破了公共文化服务社会化发展瓶颈。社会化运营主体提供特色化、差异化的文化服务，实现公共文化服务供需精准对接。如北京市东城区“美后肆时”景山街道市民文化中心针对白领人群及四合院建筑特点，开

展四合院音乐会、四合院单身青年节和四合院阅读青年节等特色品牌活动，受到周边青年群体的追捧。

上海市嘉定区以“我嘉书房”作为切入点，激发优质社会资源参与公共文化建设的主动性和积极性。嘉定区文化和旅游局公共服务科科长金燕介绍，嘉定区从2016年推动“我嘉书房”建设，到2018年建成了30个“我嘉书房”，成为撬动公共文化供给侧结构性改革的有力杠杆。如今，这些书房累计接待读者近800万人次，图书流通量达346.9万册次，开展全民阅读推广活动3259场次。

又如浙江省温州市近年推出的24小时公共阅读空间“城市书房”，通过多方参与、场景拓展、数字赋能等，用“阅读+”“+阅读”丰富服务内涵，延伸服务触角。河北省沧州市从2017年提出并开始实施“文化干细胞”培育工程，支持引导小微文化企业、文化组织和民间文艺团体参与公共文化服务。目前，全市共有774家“文化干细胞”，参与近万项活动，丰富了群众的精神文化生活。

在中山大学国家文化遗产与文化发展研究院院长程焕文看来，公共文化共同体实现了公共文化从“文化+”到“文化×”、从公共文化服务体系建设向公共文化治理体系建设的重大升级和转型。“公共文化服务共同体建设代表着公共文化建设和发展的一个趋势，也体现了乡村、基层公共文化治理和公共文化治理能力提升的发展趋势，是一个了不起的创新。”程焕文说。

北京大学国家现代公共文化研究中心主任李国新认为，广州公共文化服务共同体建设在全面准确践行公共文化服务社会化发展、打通全社会公共文化服务资源和服务、促进共建共享共治理念落地、体现公共文化赋能社会治理的功效和价值4个方面形成了引领和示范。“无论是现在还是今后，健全现代公共文化服务共同体都是需要大力推动的事。这为健全现代公共文化服务体系注入了新内容、增加了新动力。”李国新说。

（摘自《中国文化报》2024年1月19日）

安徽出台多项举措促进文旅发展

近日，安徽省加快建设高品质旅游强省工作领导小组办公室印发《关于进一步释放旅游消费潜力促进文旅经济高质量发展的通知》，共出台36条举措，旨在进一步改善旅游消费环境，释放旅游消费潜力。

在着力提升文旅产品和服务品质方面，通知明确，打造“演艺+旅游”融合型产品，引导国有文艺院团、国有剧场与社会力量打造精品旅游演艺产品；推出系列“小而精、小而优、小而特”的演艺项目，在旅游景区、旅游街区等开展驻场演出等。

（摘自《人民日报》2024年1月24日）

许伯夷藏两岸书信入藏中国国家博物馆

近日，“许伯夷先生藏两岸书信捐赠入藏中国国家博物馆仪式”在中国国家博物馆举行。十四届全国人大常委会副委员长、民革中央主席郑建邦，中国国家博物馆馆长王春法，民革中央专职副主席陈星莺，民革中央常委、联络部部长张庆盈等出席仪式。

许伯夷是活跃于海峡两岸的知名艺术家、收藏家，长期致力于中华文化的传播，积极支持祖国的和平统一事业。2023年初，许伯夷通过民革中央将其多年来收藏的一批书信移交给中国国家博物馆，并表达了无偿捐赠的意愿。经整理，许伯夷捐赠的这批书信共计6265件（套），其中，海峡两岸来往书信多达3559件（套），主要记录和反映了两岸民众间的日常交流等，充分反映了两岸民众之间延绵不断、难以割舍的紧密联系。王春法代表中国国家博物馆向许伯夷颁发了收藏证书，向民革中央颁发了捐赠证书。鉴于这批两岸书信的重要意义和蕴含的丰富信息，中国国家博物馆拟择期举办相关展览，以充分发挥这批两岸书信的积极作用。

（摘自《中国文化报》2024年1月29日）

有声语言艺术教育发展大会举行

近日，第七届“为你诵读”杯有声语言艺术教育发展大会暨有声语言艺术教育金牌教师全国诵读总展演暨诵读艺术家颁奖盛典在北京举行。

本次活动旨在促进有声语言艺术教育交流、合作，提升教师专业素养和教学能力，搭建交流平台。活动以“传诵文学精品，弘扬诵读文化”为宗旨，汇聚了诵读艺术界艺术家代表及各地诵读精英，引领现代诵读艺术发展方向。

本次活动由中国作家协会全民阅读推广办公室指导，中国社会主义文艺学会现代诵读艺术专业委员会、中国文联《中国文艺家》杂志社、中国作协《中国校园文学》杂志社等联合主办，由“为你诵读”“全民K诗”“朗读者”“校园诵读”“方音诵读”等诵读平台联合承办。中国作家协会全民阅读推广办公室负责人李晓东表示，为了助力全民阅读，推出专业、权威的有声语言艺术类展演活动有着重要意义。展演组委会主任项建新表示，为了有效推动全民阅读，提升有声语言艺术教育水平，优秀的有声语言艺术教育工作者是至关重要的力量，这也是本次活动的意义所在。

（摘自《中国文化报》2024年2月2日）

文化引擎引领金水文化产业高质量发展

入选首批国家知识产权强县建设示范县（市、区），2023 年，成功登上“中国文化产业竞争力百强区”第 26 位，成为全省唯一进入综合指数前 30 名的县区——以文兴业、以文聚力、以文化经，文化产业在郑州的核心城区金水区高速发展，已成为领跑全市、领先全省、跻身全国、放眼国际的支柱型产业，要问金水区在面临城区区域发展受限等方面掣肘的情况下，如何走出了一条中心城市文化产业高质量发展之路的，笔者带你一探究竟。

源头注活水，政策保驾护航

在金水区文化产业招商引资座谈会上，河南快客家数字传媒科技有限公司负责人畅言道：“自谈合作以来，区文化产业发展中心工作人员现场办公，协调沟通、代帮代办，政策有力度，服务有温度，落实有速度，营造了较好的营商环境，坚定了我们选择落户金水的决心。”

近年来，金水区文化产业经受住城区区域发展受限、经济下行等多重考验，文化产业发展势头强劲。目前，金水区文化企业达 14397 家，占全市文化企业的三分之一强，产业数量稳居全市首位。2021 年全区文化产业增加值为 155.18 亿元，占全市总量的近三分之一，占地区 GDP 的比重 8.32%。产值规模始终领跑全省，是全市近几年来唯一文化产业增加值百亿元区。

问渠那得清如许？为有源头活水来。文化产业蓬勃发展，有赖于多元政策保驾护航。

金水区立足新发展格局，抢抓发展机遇、谋实战略区位、优化营商环境、构筑产业链条，出台《金水区文化旅游业“十四五”规划》，制定《关于加快推进金水区文化事业和文化产业繁荣发展的实施方案》，文化产业实现年平均 9.3% 的快速增长。2023 年前三季度规上企业达到 152 家，实现营业收入 128.3 亿元，比上年同期增长 11.1%，拉动全市文化企业增长 3.1 个百分点。

主力勇担当，国企主力领跑

郑州歌舞剧院创作演出的舞蹈作品《唐宫夜宴》掀起席卷全国的“现象级”关注热潮，河南卫视推出的《端午奇妙游》《洛神水赋》频频出圈……

近年来，国有控股企业始终发光发热，发挥排头兵效应和示范引领作用，在创意、数字、文旅等方面建圈强链，强筋壮骨。目前，全区有营业额超过 1 亿元的国有控股公司 18 家。河南省邮电科技有限公司多项技术开创世界印刷行业先河，拥有多项国家专利核心技术，邮资封片、邮政贺卡、邮票年册印制量连续多年位居全国第一。

一枝独放不是春，百花齐放春满园。国有文化企业开足马力，龙头带动作用明显，新兴文化业态、民营企业乘风上扬，来势良好。

紧盯龙头企业、打造优势行业、锚定内容创新，金水区培育了一批具有自主知识产权和较强创新能力的龙头文化企业、优势行业，全区文化企业走出省市，迈向全国，并领跑文化产业一线。街舞作品《黄河》荣获中国舞蹈最高奖项“荷花奖”。恭禧文化传媒发展有限公司的儿童剧《花木兰》获第八届黄河戏剧节银奖，作为河南唯一一部作品（全国仅 34 部），入选第九届全国优秀儿童戏剧展演作品名单。郑州天天会展服务有限公司举办的“郑州中原广告展”已连续举办 41 届，平均每届展会展览面积在 6 万平方米左右，现场成交 8 亿元左右，意向订单成交在 20 亿元以上，

带动其他相关产业消费 8 亿元以上，已成为继上海、广州之后的第三大行业展会，展会连续多年荣获“河南省最具影响力展会”称号。

赛事做媒介，擦亮城市名片

2023 年国庆期间，首届中原动漫嘉年华的举办使郑州再次站到聚光灯下，潮流文化的新鲜血液注入千年古都的发展之中。

金水区不断塑造城市文化 IP 和文化产业链，以文化 IP 赋能城区高质量发展。2023 年金水区首次引入“中原动漫游戏嘉年华”，嘉年华填补了省内诸多节会、展会中没有垂直覆盖年轻群体、引领年轻人喜好风向的节展空白。首届“中原动漫游戏嘉年华”展览展示以及活动面积 3.5 万平方米，规模超出郑州历年动漫展，参与嘉年华的人数达到 500 多万人次，其中现场参与嘉年华各项活动的人数达 4.5 万人次。

此外，金水区持续擦亮中国（郑州）国际街舞大赛和国标舞世界巨星表演晚会暨国际公开赛“金字招牌”，推动街舞文化衍生产品和关联业态快速发展，围绕大赛开发营销的培训、动画、影视等产品 30 多种，产值已达 5 亿多元。

园区强集聚，区域活力迸发

大志影视产业园签约落户金水；元谷元宇宙科技创新集聚区正式运营，集聚区内数字人才产教融合实训中心、数字人直播算力中心、元宇宙场景应用中心、微短剧场景发行拍摄中心等领域开始进行产业招募和平台搭建……金水区文化产业呈现出加速发展的繁荣景象。

突出规模化发展，坚持数字化引领，鼓励跨界融合，金水区不断推动重点园区实现短板产业补链、优势产业延链，传统产业升链、新兴产业建链，不断增强园区产业发展的接续性和竞争力。

国家知识产权创意产业试点园区是经国家知识产权局批准建设的全国唯一一家创意产业园区，该区以知识产权保护运营创新为切入点，将知识产权融合创意产业、创意产业融合重点产业，提升区域产业高质量发展能级。园区建设了我省首家知识产权运营中心，集聚了百家号、河南网络广播电视台等数字文创龙头；集聚了深圳浪尖、郑州一诺等知名工业设计企业；驻园企业斩获红点奖、IF 设计奖、红星奖、中国设计智造等重大奖项超百项。（来源：郑州市金水区委宣传部 王欢）

（摘自《人民网》2024 年 2 月 4 日）

湖北首例可移动文物保护地方标准发布实施

近日，由湖北省博物馆主编，湖北省标准化与质量研究院、湖北省古建筑保护中心、武汉大学历史学院参编的湖北省地方标准《瓷器文物病害与图示》（标准号：DB42/T2188-2024）作为湖北省地方性标准由湖北省市场监督管理局正式发布并实施。这是国内第一个瓷器文物病害图示标准，也是湖北首例可移动文物保护行业地方性标准。

该标准编制工作在湖北省文化和旅游厅指导下开展，是湖北省博物馆推进三年发展计划，建设研究型博物馆的具体措施。历时两年，编制单位在广泛收集整理全国各地瓷器文物病害与图示相关规范资料，重点梳理湖北省各地区相关单位已开展的瓷器文物病害统计和记录情况等相关信息的基础上，对湖北省瓷器文物病害统计和记录工作的有效经验进行归纳总结，经多方征求意见和专家论证最终形成地方标准，具有很强的针对性和可操作性。

该项标准的实施对湖北省文物保护实践中瓷器文物病害统计分类和记录工作的开展有明确指导作用，使湖北省瓷器文物保护修复工作流程更加规范，保护修复档案记录更加完善；是提升湖北省文物保护修复技术水平，全面推进文物保护、管理工作的数字化、信息化、科学化、规范化发展的重要实践。

（摘自《湖北省文化和旅游厅》2024年2月6日）

非遗让年味儿更足

贴春联、贴年画、逛庙会、观花灯、捏面人、舞狮、舞龙……这些传承了千百年的民俗作为非物质文化遗产已成为春节的标志性符号。丰富多彩、寓意吉祥的非遗产品和非遗活动把春节装点得格外温馨喜庆，使年味儿更浓更足，凸显了非遗对于过好我们的节日的独特价值。

每个民族都有属于自己的节日，过好自己的节日是传承民族文化、弘扬民族精神的重要方式。而与节日相关的非遗不仅可以营造节日气氛，更可以凸显节日特点，展现民族精神特质。

以春节贴春联为例，贴春联是一项有千年历史的民俗，上下两联文字代表了对未来的美好希望和祝愿。“千门万户曈曈日，总把新桃换旧符”，辞旧迎新之际，一副寓意和笔墨俱佳的春联可以令门楣增辉。中华民族是一个勤劳智慧、爱好和平的民族，春联把中国人心底的所思所盼毫无保留地表达出来，不论是对富裕生活的期盼、对家人平安的祝福、对事业顺利的渴望，还是对国泰民安的祝愿，都写得明白晓畅，一目了然。中华民族是一个敬惜文字的民族，中国人相信文字具有神奇的力量，能够驱邪纳福。这种思想源远流长，从中国文字诞生起就一直延续了下来。文字对于人类迈进文明，其作用不亚于火。春联就体现了中华民族崇尚文化、重视文字的特点。春联能以对仗押韵的方式呈现出来，从民俗演变成一种思想性和艺术性兼具的艺术形式，成为对联，成为我国所特有的一种文体形式，体现了中华优秀传统文化与时俱进、生生不息的内在生命力。今天，写春联、贴春联、赏春联已是春节不可分割的组成部分。一副小小的春联就能透视中华民族悠久历史、灿烂文化和民族精神，其重要性是不言而喻的。

节日与非遗是一个整体，要过好我们的节日，享受节日气氛，就要注意完整保护非遗及民俗风情。做减法容易，做加法很难，那需要成百上千年的积淀。

保护非遗，就是传承文化、赓续文脉。做好非遗保护工作，把非遗技艺和非遗文化原汁原味、完完整整地传承下去，体现的是对历史对文化的尊重与敬畏。一个珍视自己历史文化遗产的国家，必定拥有坚定的文化自信，必定会守护文化主体性，必定会在风云变幻的潮流中站稳脚跟。

（摘自《人民日报》2024年2月14日）

民俗文化的别样生产力

甲辰龙年新春，沪上商圈装扮一新，火红的灯笼、喜庆的对联和剪纸、五花八门的龙元素装饰……营造出红红火火的节日氛围，丰富多样的迎新年活动给了我深深的感动。放眼全国，各地老街区和一系列民俗文化活动，

打造“印象体验地”民俗文化品牌，举办各种沉浸式、体验式、场景化活动，使游客们流连忘返。面对这种新气象，我忽然想到一个话题：民俗文化是拉动生产力发展的重要元素。

生产力包括劳动者、劳动资料和劳动对象三要素，而民俗文化的元素，与三者的关系如此密切，它确实是满足人的精神需求的现实力量，也是经济和物质融合的产物，是社会整体生产力的一部分，或许也已成为综合国力的构成要素之一。就拿数量众多、内容丰富的传统节日来说，它们内容多元，包罗了服饰、饮食、礼俗和游艺等与群众传统生产生活紧密结合的文化内涵。无论是内容还是形式，都寄托了人们对于家庭团圆、生活喜乐的美好期许，更是中华优秀传统文化和丰厚人文底蕴的直接体现。通过以创造性转化、创新性发展为驱动，创新节日形式，在春节期间打造经典民俗节日的象征物品和象征情景，挖掘“吃、住、行、赏、玩”等深度体验，吸引八方游客，已成为传承节日文化新的经济增长点。许多地方民俗文化成了各地新的打卡热点，文创、文旅、手工等新经济形式更是成为传承传统民俗节日的重要推手。

千百年来，人们创造的陶瓷、刺绣、竹编、木雕等手工类制作，歌曲、戏剧、舞蹈、器乐等文艺类创作，将其转化为生产力创造物质以满足当代人的生活，其实已经走出了一条切实可行的路径。要在新时代中焕发色彩，只有刷新民俗文化理念，创造属于自己的品牌，突出特色、激活主体、激活要素、激活市场。我们要把民俗文化的软实力转化为生产力，增强经济自我发展的动力，使其达到产业智慧化、跨界融合化、品牌高端化，为各地振兴发展注入新的动能，创造出更多财富，奠定小康生活坚实的物质基础。

充分挖掘民俗民间文化特色，开发农耕文化，展示民间技艺、时令民俗、节庆活动、民间歌舞等，一方面可以带给人们视觉上、感官上的新体验；另一方面，也提供游客丰富多彩的物质产品，增强旅游的文化内涵，打造有价值的实物和民俗民间文化特色的工艺品，直接转化成生产力，这种经济振兴的前景已成为当代的社会现实。中国特色社会主义进入了新时代，人民对美好生活的需求日益增加且要求更高，其中一个很重要方面，就是期盼有更丰富的精神享受。旅游和开发旅游产品，是乡村振兴不断创新的新途径；融合民俗文化发展，是乡村旅游不断创新的关键所在。让民俗文化带动民间旅游，由此推动乡村振兴的生产力转化，将会收到良好效益。

（摘自《文汇报》2024年2月17日）

北京东城五项新政打出文化发展“组合拳”

新春伊始，北京市东城区举办新闻通气会，发布《东城区文化产业高质量发展行动计划（2024-2026年）》等五大文化政策文件，覆盖红色文化、公共文化服务、书香之城、文化消费、文化产业等领域，交出全国文化中心建设的东城答卷。

文化是东城最大的特色，也是东城最大的优势。此次发布的《东城区文化产业高质量发展行动计划（2024-2026年）》提出，力争到2026年，东城规模以上文化及相关产业单位力争突破550家，收入力争突破1600亿元左右。东城还将打造国际文物艺术品拍卖交易主阵地，加强国际文化艺术交往、境外文物回流交易。

北京东城红色文化资源丰富，是新文化运动的中心、五四运动的策源地、马克思主义在中国早期传播的主阵地、中国共产党的主要孕育地之一。此次发布的《关于进一步加强东城区红色文化资源挖掘传播利用的实施意见》提出，力争到2025年，北京东城将努力建成红色文化资源挖掘阐释引领高地、红色文化资源传播利用创新高地、红色文化资源融合发展先行高地和红色文化资源保护管理示范高地。

此次新发布的《东城区关于进一步促进文化消费的若干措施》围绕东城区“戏剧之城”“书香之城”“非遗之城”“博物馆之城”“中医药文化之城”五城文化资源优势 and 影视传媒、文化演艺、新闻出版、艺术品交易等全国具有领先优势的文化消费业态，着眼激活文化资源，培育新动能、打造新优势，联动辖区文化地标，引导更多文化要素集聚，更好将文化资源优势转化为产业和市场优势，吸引更多优质文化人才、机构、企业入驻东城，打造更多文化产业集聚的“文巷”，拓展“文化+”模式，打通文化链与价值链，助力实现文化渲染城市底色、提升城市品质。

（摘自《新华网》2024年2月20日）

殷墟博物馆新馆2月26日开馆

近日，国家文物局在京召开新闻发布会，发布殷墟博物馆新馆开馆相关情况。据了解，殷墟博物馆新馆将于2月26日对公众开放，展出青铜器、陶器、玉器、甲骨等文物近4000件套，其中四分之三以上的珍贵文物属于首次亮相。

殷墟是中华民族的精神标识，是我国历史上第一个有文献可考、为考古发掘和甲骨文所证实的商代晚期都城遗址，也是我国考古发掘次数最多、持续时间最长的古代都城遗址，被誉为中国现代考古学的摇篮。

据介绍，新馆坐落于洹水之滨，与殷墟宗庙宫殿区隔河相望，是首个全景式展现商文明的国家重大考古专题博物馆。展陈聚焦商文明主题，包括“探索商文明”“伟大的商文明”“世界的商文明”3个部分，厘清商文明发展脉络，展示中国特色、中国风格、中国气派的考古学，阐释商文明的世界意义。设有“长从何来——殷墟花园庄东地亚长墓专题展”“子何人哉——殷墟花园庄东地甲骨特展”等4个专题展览和1个特色沉浸式数字展。

展览形式以庄重、大气为基本遵循，注重透物见人见事、多元融合呈现、凸显故事趣味、增强沉浸体验，充分运用人工智能、多媒体等技术，赋予文物、文献、甲骨记载等新的表达方式。新馆展陈既是殷墟考古和商文明研究成果的系统梳理总结和有力呈现，也是新时代殷墟大遗址保护利用工作的一个新起点，具有承前启后的重要意义。

据了解，近年来，国家文物局统筹国内考古力量，推动殷墟都城格局研究取得突破，殷墟与周边聚落关系进一步清晰，多学科合作和科技考古研究成果丰硕。新馆作为新时代遗址博物馆的又一代表力作，是殷墟国家考古遗址公园的重要组成部分、扩大中华文化影响力的文明殿堂。中国社会科学院等机构专门成立殷墟博物馆知识文本编制专家小组，多次开展实地调研、专家线上线下研讨等，全面系统编制数百万字的知识文本，为新馆展陈提供了强大学术支撑。

（摘自《中国文化报》2024年2月21日）

甘肃出台措施大力支持敦煌研究院人才队伍建设

为深入贯彻习近平文化思想，认真落实习近平总书记在敦煌研究院座谈时重要讲话精神，强化世界文化遗产保护典范和敦煌学研究高地建设的人才支撑，2月21日，甘肃省委宣传部、省委组织部、省委编办、省教育厅、省人社厅、省财政厅、省科技厅、省文旅厅、省文物局等九部门联合印发《关于加强敦煌研究院人才队伍建设的若干措施》，制定出台15条“硬核”措施大力支持敦煌研究院加强人才队伍建设。

《措施》提出，要精准育才，加大科研支持力度，对在敦煌研究院工作期间入选国家级人才工程、享受国务院政府特殊津贴、中宣部国家文化英才（青年文化英才）和甘肃省优秀专家的人才，经敦煌研究院党委研究，分别一次性给予最高200万元、最高100万元的科研项目专项资助。实施“莫高学者”培育计划，对遴选的“莫高学者”，以3年为周期，每年给予10万元的项目资金扶持。支持敦煌研究院与国内部分高校联合培养敦煌学研究和文物保护领域博士硕士。要真心留才，落实领导干部联系服务人才制度；实行高级专家延长退休和返聘制度；畅通高技能人才入编通道；建设保障性人才公寓；细化绩效工资发放等级和档次，绩效收入向业务骨干、野外偏远一线岗位等人才倾斜。

《措施》明确，要大力聚才，打造国家级科研平台培养人才，支持敦煌研究院组建全国重点实验室，省级财政按照平台新增投入的15%给予一次性资助，并设置开放课题，吸引不同领域的应用型、科研型高水平人才开展跨学科研究。实施重大项目奖励，给予科研贡献奖励。要广泛引才，紧紧围绕“典范”“高地”建设引进顶尖人才、高层次人才和急需紧缺人才，针对不同类型人才，分别给予不低于50万元的科研启动经费，提供120平方米以上的人才公寓，落实最高40万元的安家补贴，提供5年过渡期人才公寓等；引进人才子女可就近就便入学，夫妻“两地分居”的，协调解决配偶随调就业问题。

（摘自《甘肃日报》2024年2月26日）

北京昌平：多措并举 激发文化产业发展活力

3月初，北京市昌平区召开文化产业高质量发展推进大会。大会发布了昌平区支持文化产业高质量发展的一揽子政策，集中签约了一批文化产业项目。大会还邀请专家开展专题研讨，深挖昌平特色文化资源，助力文化产业发展。

昌平是北京市长城文化带、大运河文化带、西山永定河文化带“三带汇聚”的区，也是国家全域旅游示范区。沃土之下，昌平文化产业正不断向上、拔节生长。2023年，昌平区共有规模以上文化产业单位99家，实现收入192.6亿元，同比上涨16.2%；规模以上文化产业单位实现利润总额18.8亿元，同比上涨34.3%。目前，昌平文化产业市场主体突破1万家。

“文化产业发展的新浪潮已经到来，此次大会的举办就是要抢抓机遇、乘势而上，进一步提升文化产业贡献力、文化企业竞争力、文化品牌影响力，加快打造历史文化名城，更好支撑北京全国文化中心建设。”昌平区委副书记、区长支现伟表示，昌平区将以习近平文化思想为指导，深入实施文化强区战略，重点提升昌平文化产业的发展支撑度、创新融合度、品牌知名度，打造经济发展新引擎。

当前，文化产业进入快速发展新阶段，昌平如何以“文化+”的理念推动文化产业高质量发展？昌平区聚焦各类空间存量资源，与镇街协调联动，采取信息化数字采集、文化空间包装设计等手段，首批梳理了 100 处适合文化产业发展的可利用空间，彰显了昌平区位优势显著，产业空间广阔的发展前景。其中，既有产业园区、商业街区等集聚区域，也有老旧厂房、闲置楼宇等创新空间，更有藏匿于乡村山水间的农村集体资产。这些空间资源形式多样、相得益彰，能够满足各类文化产业项目发展需求。同时，昌平区将空间资源数字上网、编辑成册，将政府的产业诉求、运营商的经营诉求，企业的发展诉求有机结合，形成便捷交流合作的文化产业空间推介平台。

“昌平区坚持以民生需求、产业升级、存量利用为导向，推动城市更新转型升级新模式，成功举办两届昌平城市更新论坛，催生释放了大量产业发展空间。这些都为文化产业发展提供了新场景、新空间。”昌平区委宣传部分管日常工作的副部长李文慧介绍，未来，昌平区将持续完善更新，按照“无事不扰、有求必应”的原则，围绕企业投资、兴业，高质量发展提供全周期服务，进一步营造优质的营商环境。

当天的大会上，昌平区发布了《昌平区文化产业高质量发展若干措施》《昌平区文化产业园认定管理办法》《昌平区文化和科技融合示范基地认定管理办法》等一揽子支持政策，聚焦园区建设、项目落地、企业服务、人才培养等方面，引导规范文化企业、文化园区在昌平集聚发展，进一步提升文化产业服务水平，激发文化产业发展活力。

据了解，《昌平区文化产业高质量发展若干措施》重点推动文化产业集聚发展、培育文化企业成长壮大、加大项目产品扶持力度、激活文化市场消费潜力、优化产业要素条件支撑。《昌平区文化产业园认定管理办法》将规范区级文化产业园的认定、管理和考核，被认定的区级园区可享受配套政策，并择优推荐申报市级文化产业园；《昌平区文化和科技融合示范基地认定管理办法》将规范集聚类基地和单体类基地两类区级文化和科技融合示范基地认定管理和考核，被认定的区级示范基地可享受配套政策，并择优推荐申报市级示范基地。

（摘自《中国文化报》2024 年 3 月 15 日）

公共文化建设热点

用好革命文物资源 让红色历史“说话”

近日，由国家文物局、陕西省人民政府主办，陕西省委宣传部、省文物局和延安市人民政府承办的“全国革命纪念馆高质量发展论坛·2023”在陕西延安举行。论坛以习近平文化思想为指导，以担当新的文化使命为己任，以革命文物、革命文化与中华民族现代文明为主题，思考如何更好保护革命文物、弘扬革命文化、赓续红色血脉，推进革命文物工作高质量发展，努力为中华民族现代文明建设作出新贡献。

革命文物承载着党和人民英勇奋斗的光荣历史，记载着中国革命的伟大历程和丰功伟绩，是党和国家的宝贵财富。中国文化遗产研究院院长李六三建议，要统筹推进革命文物保护规划和修缮方案编制工作，实施一批具有代表性、引领性的保护修缮示范工程；扎实开展实地调查，加强对革命文献、档案史料、口述资料的系统研究和统筹梳理，总结不同区域、群落、地点、事件与人物所包含的综合价值；进一步加强与党史、军事、档案等部门和博物馆、高校、科研机构等的交流和合作，开展革命文物价值挖掘和精神阐释，为保护利用革命文物提供强有力的学术支撑。

广东省文化和旅游厅副厅长、省文物局局长龙家有分享了革命文物保护利用的广东经验。他表示，要做到保护第一，关键是要在具备客观条件的基础上，统筹好抢救性保护和预防性保护、本体保护和周边保护、单点保护和集群保护的关系，因地制宜、因情施策，采取不同保护手段，系统保护各级各类历史文化遗产。

近年来，延安革命纪念地管理局抢抓创建革命文物国家文物保护利用示范区的重大机遇，通过建立法规保障机制等6项机制抓保护，探索形成了革命文物保护利用的延安做法。延安革命纪念地管理局局长兰爱平介绍，截至目前，延安累计投入3.55亿元，107处市级以上文物保护革命旧址得到有效维护利用。

延安革命纪念馆馆长刘妮表示，一个文化场馆的综合实力体现在人才队伍的建设上，要培育文博学科型人才，为革命文物高质量发展发挥主力军作用，不断结合新时代党的战略需求策划主题展览，让历史为时代发展服务。

近年来，各地在管理好、保护好革命文物的同时，推动革命文物活化利用，通过融合红色旅游，融入地区发展、乡村振兴，使红色文化资源的赋能作用进一步显现。

如何将革命文物的价值最大化，使其在红色旅游中发挥更大的作用，是当前面临的一个重要问题。福建省革命历史纪念馆馆长杨卫东介绍，要优化红色旅游的市场环境，制定出更加有利于红色旅游发展的政策，加强红色文化与红色旅游的宣传推广，提高公众对红色文化和红色旅游的认识和理解。

中共四大纪念馆馆长童科用一组数字来讲述了中共四大纪念馆的红色文化活化密码。该馆围绕研究、科技、融合，通过数字赋能，积极探索红色文化研究宣传方式，厚植“大思政课”红色底蕴，创新“大思政课”宣教形式。“我们聚焦年轻人的视角，结合时代特征，创新红色文化传播模式，让孩子们从听讲者变身讲述者。”童科说。

近年来，中国文物交流中心策划打造精品展览，并发起成立了“全国革命文物展示联盟”。“力求让革命文物‘说话’，让年轻一代领略革命文化的魅力。”中国文物交流中心主任谭平说，联盟以服务党史学习教育、革命传统教育、爱国主义教育、思想政治教育为目标，以弘扬革命精神、发展革命文化、传承红色基因、赓续红色血脉为核心，贯彻新发展理念，多措并举加强革命文物的展示、传播、交流、传承，努力搭建革命文物开放式协同创新平台，助力全国革命纪念馆高质量发展。

如何进一步推动革命文物保护管理利用高质量发展？国家文物局副局长罗文利认为，一是要坚持把学习贯彻习近平文化思想作为当前和今后一个时期的首要政治任务，着力在学深悟透、贯彻落实上下功夫；二是要坚持保护第一，维护革命文物资源的历史真实性、风貌完整性、文化延续性；三是要增强管理效能，提升革命文物管理的精细化、规范化水平；四是要坚持有效利用，推进革命纪念馆高质量发展。

中共党史学会常务副会长、原中央党史研究室副主任李忠杰表示，进入新时代以来，革命纪念馆建设出现蓬勃发展的态势，数量和规模都有很大提升，各地建设场馆的积极性持续高涨。在这样的形势下，要及时把工作的重点放到高质量发展上，用更大的气力提高革命纪念馆的质量和水平。

中国文物信息咨询中心主任乔云飞表示，要围绕中国近现代社会的历史性变革，对有代表性的见证物、纪念物进行搜集、整理、研究和公布，推进革命文物价值评估和认定标准研究；要坚持保护革命文物历史价值第一原则，坚持革命文物本体保护与整体价值相协调，坚持革命文物保护的历史观和辩证思维，并从加强革命文物保护管理力度入手，深入挖掘革命文物历史文化价值，提高革命文化遗产主题展示水平，扩大革命文化遗产传承影响力，推动红色旅游线上线下融合发展。

（摘自《中国文化报》2024年1月5日）

“科目三”走红的背后

“没想到一个民间舞蹈能如此快速、广泛地流行起来。”网友惊呼。近两个月来，广西民间舞蹈“科目三”火遍全球。据不完全统计，截至2024年元旦，网络视频播放量已经超过460亿次，且仍在增长。

扭胯、崴脚、摇花手……简简单单的几个动作，“科目三”凭什么能在街头巷尾、国内外短视频平台，甚至专业舞台攻城略地？

“科目三”的前世今生

“科目三”的全称是“广西科目三”，意思是广西人要必备三项技能：科目一是唱山歌，科目二是嗦米粉，科目三就是跳舞。2021年，广西的一场婚礼上，有人跳了一段“科目三”风格的舞

蹈为婚礼助兴，因为气氛热烈、效果爆棚被争相模仿，很快流行开来。结合广西人唱歌、嗦粉、跳舞的三大技能，“科目三”这个名称也相对固定下来。

2022年，短视频平台上出现了广西视频博主发布的“科目三”舞蹈视频。2023年10月前后，以歌曲《一笑江湖》作为配乐的“科目三”引发全国各地短视频创作者模仿创作。10月中旬，台湾霹雳舞达人田晋瑜与中国国民党前主席洪秀柱跳“科目三”的视频爆红，引发国台办关注。10月25日，国台办发言人朱凤莲在新闻发布会上回应称，这是两岸青年在网络时代独特的交流方式，也是两岸融合发展过程中新的文化交流现象。

自此，“科目三”作品以指数级增长。2023年11月中下旬，海底捞员工穿制服跳“科目三”视频大热。进入12月，“科目三”热度持续升温，并开始向海外扩散。日本、韩国、俄罗斯、英国、美国……世界各地不同国家不同种族不同文化背景的人们，齐齐跳起“科目三”，助推“科目三”热度持续发酵。12月10日，在上海举行的2023年WDSF世界体育舞蹈大奖赛总决赛上，获得世界国标舞黑池舞蹈节连续8届世界冠军的乔安娜，在现场表演中带头跳起了“科目三”；随后，俄罗斯皇家芭蕾舞团、英国芭蕾舞团和杨丽萍舞蹈团队先后在演出中跳起了“科目三”……2024年元旦期间，我国北京、沈阳、乌鲁木齐等众多城市以及俄罗斯、德国、英国等多个国家和地区的网友，跳着“科目三”，快乐迎接新的一年。

来自广西的“科目三”，将一股文化风潮从网络卷入现实，从地方刮向全球，一跃成为中国文化国际传播的一个样本，引发了全球性的文化共鸣，收获了不错的文化传播效果。

“乐天派”的广西人

广西的文化基因中具有鲜明的开朗、豁达、乐天的特征。广西人的乐观随性、天真烂漫表现在文化上，形成了多姿多彩的山歌文化、节庆文化、美食文化。包括“科目三”在内的广西人必备的三大技能，正是这种文化基因的折射。

早在半个多世纪以前，“刘三姐”作为广西文化的代表形象，以舞台剧和电影为载体，将广西人浪漫多情、开朗乐观的性格表现得淋漓尽致。在电影中，“刘三姐”“阿牛哥”们在艰难困顿的境遇下，仍然保持着“心想唱歌就唱歌”的天性。这种开朗欢乐的个性表达，使《刘三姐》红遍大江南北，深受海内外观众喜爱。

广西文化自带“爆梗”体质，经过互联网的传播和放大，已不止一次制造出网络热点。一些热梗一次又一次掀起网络狂欢，在略带自嘲的“土味”中鲜明地表达了广西人开放包容、豁达爽朗的个性。复旦大学传播与国家治理研究中心主任、新闻学院教授张志安认为，“科目三”的“土味”“魔性”、简单和欢乐的情绪价值，是其成为爆款的重要因素。

爆红流量的文化价值

广西“科目三”火遍全球，再次激发了广西人对本地文化的自信，作为原产地的广西，把“科目三”玩出了新高度。日前，广西杂技团演员来到南宁网红景点“三街两巷”，将杂技技巧与“科目三”舞蹈相结合，表演了一场高难度的“科目三”，舞姿既帅又飒。视频一经推出，网友纷纷留

言：“‘科目三’还是广西原版牛！”跨年之际，广西各地也纷纷跳起了花样繁多的“科目三”，在热烈的气氛中迎来了2024年。

“科目三”的走红也引发了网友对广西的更多关注，“刘三姐”“三月三”“螺蛳粉”等广西热门IP在这一轮传播中不断被推升热度。如何利用“科目三”这一波流量红利，加大力度向外界介绍广西文化，是当下广西文化界思考的问题。

“科目三”在爆红后也引发了一场“俗雅之争”——当人们津津乐道“文化传播”的时候，也有人觉得这种舞蹈似乎不够高雅。

广西舞蹈家协会秘书长罗秀娟认为，文化发展从来不是单一向度的，纵观古今中外，流行文化既有“阳春白雪”也有“下里巴人”，能够被大众喜爱的作品从来都是雅俗共赏的。“科目三”让全世界看到了中华文化的包容性和创造性，看到广西文化的丰富多元，应该借助这个机会，把更多广西文化产品介绍出去，向世界展示中华文化的魅力。

民族舞蹈编导李妮娜认为，舞蹈艺术本身就起源于民间，与专业舞蹈作品相比，“科目三”只是门槛比较低，但并不低俗，相反，它超越了国界和文化的隔阂，打破了雅与俗的界限，消弭大众与精英的差别。它不仅是一个情绪释放的载体，也传达了当下中国社会大众欢乐和自信的心理，这种简单质朴的快乐属于广西，属于中国，也属于世界。正因如此，这种文化才能成功传播到全球每一个角落，被全世界人民所喜爱，为中国和世界的对话开拓更广阔的文化空间。

（摘自《中国文化报》2024年1月10日）

“数字+”赋予文旅产业新活力

日前，十一部门联合印发《关于开展“信号升格”专项行动的通知》（简称《通知》），提出到2024年底，超过8万个重点场所实现移动网络深度覆盖。在文旅场景中，《通知》明确，将持续提升国家5A/4A级旅游景区、国家二级以上博物馆、国家级旅游度假区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区、红色教育基地等移动网络信号覆盖，支持景区开展4K/8K视频、智慧导览、VR/AR沉浸式旅游等应用。此外，在日前国家发展改革委修订发布的《产业结构调整指导目录（2024年本）》（简称《目录》）中，沉浸式体验、数字音乐、可穿戴智能文化设备等文化产业新业态列入《目录》鼓励类。

一系列政策加速了数字技术融合文旅产业的进程。可以看到，有机融合数字技术，将成为当前和今后一段时期推动文旅产业高质量发展的重要方向。

数字技术赋能文化传播与展示

当前，文化产业和旅游业数字化转型步伐不断加快，大数据、元宇宙、人工智能等新技术应用成为常态化技术手段。文化艺术的展示、传播与数字技术相叠加，为人们提供了更加丰富的文化体验。

2022年11月开馆的杭州德寿宫遗址博物馆，如今已成为杭州的“网红”景点。这个建立在南宋德寿宫原址上的博物馆，巧用数字化手段，让游客更直观地读懂遗址，感受文物所承载的文化之美。以巨型幕布打造沉浸空间，模拟还原宫殿的建造过程，通过AR透明屏再现古代生活……走进博物馆，人们可以看到3块巨型幕布在遗址的北、东、西三面缓缓下降，与遗址本体构成的地幕共同组成围合空间。背景乐与讲解声配合光影投在砖石、礅墩等遗存上，在遗址本体上方模拟还原了重华殿的建造过程。

这一名为《德寿重华》的数字化展示，让游客即便对文物、考古了解不多，也可以看懂遗址，感受到宫殿曾经的恢宏。浙江大学艺术与考古图像数据实验室副主任刁常宇参观完德寿宫后认为，数字化呈现凸显了遗址的价值，让观众有穿越时空之感。

数字化加速文旅行业革新

数字化技术在文旅领域的应用已成为创新产品和优化游客体验的核心动力，不仅提升了游客出游的舒适度，还为游客带来了沉浸式的全新体验，成为文旅消费的新增长点。为了进一步推动文旅领域的数字化、网络化和智能化发展，文化和旅游部印发了《国内旅游提升计划（2023—2025年）》，公布了首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单和20个沉浸式文旅新业态示范案例。2023年11月，文化和旅游部、工业和信息化部公布了第一批30个“5G+智慧旅游”应用试点项目，在为期3年的试点期内，这些单位将推动项目高质量建设，确保可持续运营，推动5G为旅游业高质量发展赋能增效，为游客提供更优质的智慧旅游产品。种种举措体现了相关主管部门在推动文化和旅游数字化发展方面的力度。

作为入选首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点的项目，“只有河南·戏剧幻城”智慧旅游沉浸式体验新空间日前吸引不少游客前往“打卡”。2023年，景区接待观剧人次超1200万，其中超七成游客来自省外。今年元旦假期，该体验空间接待游客2.5万人次。该项目以围墙分隔出21个剧场和不同风格的景观院落，游客可以在剧场和院落间穿行，分别进入不同时期、不同主题的戏剧空间观演。LED光影技术、“声光电画”一体化数控系统，让游客沉浸式体验中原大地的历史变迁、文化传承。

北京第二外国语学院旅游科学学院副院长、数字文旅研究中心主任邓宁表示，科技赋能打造沉浸式感官新体验，是满足用户多样化文化和旅游消费需求的有效途径。当下，数实融合的旅游目的地创新产品已经成为拉动消费的重要因素之一。

技术创新推动文化产业发展

如今，文化与数字的有机结合已经成为文化产业发展的重要途径，不断革新的数字科技为各类文化单位与机构的运作发展提供了坚实支撑。

作为活跃在网络平台中的企业，北京点众科技股份有限公司面向海内外经营网络小说、短剧、有声书等内容。其运营从内容甄选到翻译出海，几乎每个环节都少不了数字技术的贡献。

据介绍,点众采用头部精品模式,推出新作品时会通过大数据不断匹配和调整,筛选出精品出版物与受众,从而实现高额营收。近几年,随着人工智能技术的发展,翻译技术的提升对图书等产品的出口起到了助推作用。从前,由于技术限制,机翻作品质量较低,人工翻译则要耗费约半年周期和高昂成本。随着AIGC(生成式人工智能)技术持续突破,点众将所出版的30万册小说用于其训练优化,大大提升了机翻质量和效率。“现在,每部作品一个月即可翻译完成,费用也节约了近80%。可以说,AIGC技术给我们的运营效率带来了很大提升。”点众科技执行总裁李江表示。

数字科技的进步和运用也惠及了文化传媒机构的发展与运作。科大讯飞股份有限公司长期致力于进行语音合成、识别和机器翻译等技术的研发和应用。公司已连续多年与中央广播电视总台合作,对春节联欢晚会的字幕进行转写制作。由合作双方牵头研发的人工智能语音文稿唱词系统,能够以人机协同的形式将视频、音频中的语音用AI转写为多语种字幕,还能进行字幕校对与审核,在保证准确度的前提下,很大程度上简化了原本的电视字幕制作流程。“按照以前的制作方式,春晚结束后,重播节目的字幕要做到第二天凌晨四五点,唱词系统投入使用后,凌晨一点左右就能完成制作了。”科大讯飞股份有限公司副总裁王玮说。

(摘自《中国文化报》2024年1月16日)

湖南美术馆：公共文化服务视角下的美育实践

随着我国公共文化教育体系的完善与发展,以公益性美术馆为主体的专业性组织对于公共文化教育的发展起着越来越重要的推动作用。湖南美术馆自开馆以来,始终以高标准要求自己,追求学术性与大众化的有机结合和均衡发展,努力做到与时代同频、与人民共情。近年来,湖南美术馆不断以公教活动赋能展览,为公众提供优质服务;探究开展多层次、有深度的公共教育活动;通过创新拓展观众,与观众保持良好的互动关系,为美术馆发展带来更开阔的视野与空间。

在“客中月光照家山——北京画院藏齐白石精品展”展览期间,湖南美术馆开展了近4个月的公教活动,针对不同群体观众策划了4个系列包含11个主题的系列活动,累计开展各类公教活动超100场,每日参与活动的观众超3000人次,参与总人数达30余万人次。整体呈现出辐射范围广、整合资源丰富、层次形式多元等特点,是展览与公教有机结合的创新实践,是“以观众为中心”“以现代科技手段为依托”的文化范例。

从突破传统到互动融合

美术馆既要实现对于公众的教育,又要从根本上了解公众的内在需求、接受特点、偏好,满足公众的多层面需求,开展具有丰富性、趣味性、创新性的公共教育活动。因此,湖南美术馆在展览策划初期,联动展览和活动策划团队,熟悉艺术家作品和展览相关资料,开辟馆内展厅里近700平方米场地作为专门的常设公共文化教育活动空间,巧妙地将公教活动场地拓展为集合的空间

形态，营造雅致的美学氛围、情景化的互动空间，在参观动线上将“固定陈列”与“流动参与”的公众分流，并集自主参与、寓教于乐、传播交流、互动为一体的公共教育活动方式，实现传统静态展现方式向动态参与转化，更加注重感官冲击力和参与体验感。

从公共普及到观众拓展

美术馆公共文化教育资源对于公众来说是非常可贵的，美术馆将学习、互动、研究各类资源有机整合，为观众提供各类学习体验的机会，达到公教活动赋能展览与拓展观众的双重意义。湖南美术馆在“客中月光照家山——北京画院藏齐白石精品展”公教活动中以“艺术地图”为主线开放的八大常设主题活动，针对入馆公众开展了“馆长、策展人、艺术家、志愿者带你看展览”活动；针对儿童及青少年群体开展“奇幻膜法玩转色彩”活动；通过“纸伞意韵传承匠心”与“巧手绘制制扇至美”“意学白石妙笔同绘”等活动让艺术爱好者和具备专业知识的公众得到与众不同的体验。通过“汉韵霓裳穿越千年”“白石限定集印之旅”等活动让入馆公众变装穿梭于展厅与活动空间中，实现边看展、边体验，让每一个观众都成为美术馆公共教育的参与者、经历者和体验者，掀起了一股打卡热。

从创新驱动到宣传引导

美术馆运用创新宣传形式和正确的观众拓展方式，注重观众的发掘与培养，优化美术馆与公众之间的关系，是实现观众拓展的关键一步。湖南美术馆针对中小学和机构开展艺术研学活动；针对专业公众开展美育课堂专场活动“回想：齐白石艺术及其日常书写”讲座；结合三八妇女节开展女性美学专场活动“齐白石的艺术人生”分享交流会；开展国际交流与合作——与长沙理工大学国际工学院开展馆校合作；开展馆企合作——与中冶集团开展“齐白石的艺术世界”临摹比赛活动；对相关高校、社区、机关单位开展专场艺术体验课活动，在互动中引发观众的思考，满足观众的创新期待。同时，通过湖南美术馆官网、微信公众号、订阅号等渠道开放活动预约通道及活动宣传，通过主流媒体、新兴媒体对展览及公教活动进行多媒体联动、立体化传播、灵活式美育。

从多元培养到公众反馈

美术馆只有深入研究公众群体，区分不同公众参观美术馆的诉求与目标，才能有的放矢地开展观众拓展工作，使美术馆公共服务“多元化”“去中心化”。湖南美术馆针对“客中月光照家山——北京画院藏齐白石精品展”与相关公教系列活动启动了大型的公众调研工作，采用随机抽样的方式，共收集问卷 10754 份，有效作答率为 96.5%，全面掌握此次公众反馈情况，通过调研了解到，观众对于此次展览的总体满意度为 4.59 分（总分 5 分），其中公教系列活动区的满意度为 4.61 分，说明此次异彩纷呈的公教系列活动获得了公众的肯定。湖南美术馆还第一时间基于调查数据提炼了此次公教系列活动的创新经验，未来将根据不同公众的反馈与问题来制定相应的公共文化教育策略与观众拓展模式。

公共文化服务视角下美术馆的教育模式、形式及内容、宣传等方面仍有较大提升空间，对于公共教育探索与实践也不应是“一时兴起”，而更需要“细水长流”。湖南美术馆将继续结合自身的发展状况，深入研究分析，不断进行公共美育探索实践，更好地发挥美术馆公共文化服务职能。

(摘自《中国文化报》2024年1月21日)

“微短剧+文旅”还有增量空间

中央经济工作会议提出，积极培育文娱旅游等新的消费增长点。在当前文旅融合大背景下，主打轻量化的微短剧与文旅跨界融合，正在赋予行业更多可能。

1月12日，国家广播电视总局印发《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》，筹划在2024年创作播出100部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧，并推动一批实体取景地跟随微短剧热播“出圈”。1月18日，抖音宣布2024年将面向影视公司、媒体机构、MCN（多频道网络）机构以及个人创作者，给予精品微短剧资金和流量扶持。

从政策层面的引导，到企业平台、地方文旅的创作实践，微短剧不仅成为影视行业的新赛道，也成为促进文旅消费的重要推广力量。

微短剧在过去一年快速增长。艾媒咨询发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示，2023年我国微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。预计到2027年，我国微短剧市场规模将超1000亿元。2023年第三季度，我国微短剧发行量达150部，接近2022年全年总和的两倍。2023年，抖音上每天主动搜索微短剧的用户数量同比增长2倍，播放量破亿的微短剧达500部，其中12部作品的播放量破10亿，微短剧日播放量同比增长了一倍。

“微短剧+文旅”这一模式，被业界视为是传统“影视+文旅”模式在数字化时代背景下的创新轻量级实践。通过微短剧内容对特定地点的深度呈现和情感联结，极大地提升了相关旅游目的地的品牌知名度、吸引力和游客流量。“微短剧的强大活力打破了传统影视领域的壁垒，在我国文旅深度融合发展的进程中，正展现着特殊的媒介势能。”中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山表示。

探索以微短剧的方式撬动文旅宣传新模式，不少城市和创作机构已经开始实践。此前，重庆市文化和旅游发展委员会推出重庆温泉十二金钗系列微短剧《温度》，推介其“世界温泉之都”城市形象，福建福鼎市推出的《山海情 福鼎行》、山西推出的《心灵奇旅》、杭州临平拍摄的《临平，向幸福出发！》等都在尝试将微短剧与文旅深度结合，高效推介当地文旅资源。

在带火一座城，为城市带来流量的同时，微短剧与文旅的结合还可以有更广阔的创作空间。如去年上线播出后引发广泛关注的微短剧《逃出大英博物馆》，是一个呼吁国人关注流失海外文物

的故事。这部微短剧的创作灵感来自 2023 年初大英博物馆文物被盗的新闻，剧情内容不仅感动了众多海内外华人华侨，同时也展示出微短剧在展现中华优秀传统文化方面的极大潜力。

为了鼓励更多机构和创作者面向文化和旅游领域打造精品内容，平台机构和政府相关主管部门不断引导创作方向，规范微短剧市场。此番国家广播电视总局筹划在 2024 年创作播出 100 部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧，提出可以结合重大考古工程、取材非遗项目、围绕城市漫步线路、聚焦乡村振兴等，“找准选题、讲好故事、拍出精品”，让正能量有大流量，让好作品有好收益。

随着微短剧的火爆，越来越多的创作者看重其快速放大旅游目的地 IP 价值，丰富文旅 IP 内容的潜质，迅速投身创作。与此同时，业界提醒认为，如果“微短剧+文旅”模式仅是考虑带入流量，那么对于文旅宣传来说不过是一个工具。在获得热度的同时，只有精品化创作才能用深刻的立意和故事赢得大众肯定，为文旅资源带来有效宣传及实际转化。在专家看来，微短剧需要进一步主流化、精品化，为我国数字文化产业发展不断提供强劲的新动能。

(摘自《中国文化报》2024 年 1 月 31 日)

推动公共文化服务高质量发展

文化兴国运兴，文化强民族强。发展公共文化服务，是保障人民文化权益、改善人民生活品质、补齐文化发展短板的重要途径。党的十八大以来，习近平总书记明确提出提升公共文化服务水平的重要要求，强调加快构建现代公共文化服务体系，促进基本公共文化服务标准化均等化。党的二十大报告提出，实施国家文化数字化战略，健全现代公共文化服务体系，创新实施文化惠民工程。新时代新征程，我们要深入学习贯彻习近平文化思想，进一步提升公共文化服务水平，推动公共文化服务高质量发展，让人民享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴提供强大的精神动力和文化支撑。

坚持正确导向。公共文化服务是在精神领域搞建设，是影响人民精神世界的，必须坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向。习近平总书记强调：“加强文化建设要有主心骨”。推动公共文化服务高质量发展，要坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，坚持党的文化领导权不动摇，深入学习贯彻习近平文化思想，切实把我们党的领导优势转化为铸就社会主义文化新辉煌的强大动力。坚持中国特色社会主义文化发展道路，坚持以人民为中心的工作导向，尊重人民主体地位，保障人民文化权益，以高质量文化供给不断满足人民日益增长的精神文化需求，不断增强人民群众文化获得感、幸福感。以社会主义核心价值观为引领，弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系，提高全社会文明程度，推动社会主义核心价值观融入经济社会发展和人民生产生活的方方面面，更好构筑中国精神、中国价值、中国力量。发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相

结合，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，巩固基层文化阵地，促进在全社会形成积极向上的精神追求和健康文明的生活方式。

推动均衡发展。习近平总书记在党的二十大报告中强调：“健全基本公共服务体系，提高公共服务水平，增强均衡性和可及性，扎实推进共同富裕。”推动公共文化服务高质量发展，一个重要方面在于推进城乡公共文化服务体系一体建设，提升公共文化服务的数量和质量，促进农村、城市社区公共文化服务资源整合和互联互通，解决好城乡之间、区域之间公共文化服务不平衡问题，使人民群众都能享有更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的公共文化服务。坚持政府主导，明确各级政府主体责任，认真研究人民群众的精神文化需求，因地制宜，科学规划，分类指导，按照一定标准推动实现基本公共文化服务均等化。健全经费保障机制，促进公共文化投入总量与公共文化需求总量动态平衡，探索建立公共文化服务人均经费预算制度，设立公共文化服务均等化专项扶持和奖励资金。健全公共文化人才队伍培养激励机制，针对基层公共文化单位存在人员年龄老化和知识结构不合理等问题，分级分类开展业务培训，引导优秀文化人才向基层下沉，提升基层公共文化服务队伍的综合素质和业务能力。构建科学合理的绩效评估体系，综合考评基本公共文化服务的政策保障、网络设施、内容供给、资源覆盖等方面情况，完善需求分析、评估反馈和动态调整机制，并将相关指标纳入各级政府绩效考核体系，加大督查问效力度，促进基本公共文化服务均等化落细落实。

优化产品供给。习近平总书记强调：“着力提升公共文化服务水平，让人民享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活。”随着我国进入高质量发展阶段，人民更加注重文化产品的质量、品位、风格等，要求公共文化服务能够提供更多特色化、个性化、多样化的优质产品。要采取更多群众喜闻乐见的形式，推动党的创新理论在润物无声中入脑入心，让党的好声音传到千家万户。加强高质量文化供给，深入挖掘中华优秀传统文化所蕴含的时代价值，找寻中华优秀传统文化与现代社会之间的连接点，努力用活中华民族创造的宝贵精神财富，以文化人、以文育人。完善创作引导激励机制，引导广大文艺工作者深入生活、扎根人民，推出更多反映时代新气象、讴歌人民新创造的精品力作，不断增强人民精神力量。完善公共文化服务产品多元化供给机制，通过政府购买服务、政府和社会资本合作等，引导和鼓励社会力量参与公共文化服务，提供多样化文化产品和服务，形成政府、市场、社会共同参与的公共文化服务格局。建立公共文化需求与供给对接机制，建立更多公众沟通渠道，让人民群众更多参与公共文化服务决策，使基层文化机构更准确把握人民精神文化需求新变化，开展“订单式”“菜单式”服务，增强供给的有效性，更好满足人民群众多样化、高品质的精神文化需求。

促进融合发展。适应社会发展趋势，促进公共文化服务与科技、旅游等相关产业融合发展，为人民群众提供多样化、精准化公共文化服务，已成为推动公共文化服务高质量发展的重要途径。针对公共文化服务高质量发展的痛点难点问题，用“文化+”的方式盘活各种公共服务资源，探索跨区域、跨部门、跨层级的联动机制，以不同服务主题链接多元主体，形成政府多部门协同推进

的公共文化服务新模式，持续优化升级城乡公共文化服务网络。搭建多元项目平台，构建文体设施、艺术推广、全民阅读、科普工作等联盟，推动文化和旅游融合发展，放大公共文化服务标杆项目的辐射带动效应，形成公共文化服务协同发展格局。推进城乡公共文化空间的业态融合，对公共图书馆、文化站、博物馆、美术馆、音乐厅等文化设施进行优化改造，活化利用历史文化建筑，丰富公共文化空间的功能和内容，打造融合阅读、展览、演艺、沙龙、休闲等业态的新型“文化驿站”。因地制宜建设乡村礼堂、戏台、图书室、文化广场等设施，推动中华优秀传统文化在乡村传承和发展，为乡村文化繁荣注入新的活力。实施国家文化数字化战略，加快公共数字文化工程建设，统筹推进国家文化大数据体系、公共文化云等建设，优化基层数字文化服务网络，扩大优质公共文化产品的覆盖面，提升公共文化服务数字化水平。拓展数字文化消费新场景，积极发展网络视听、线上演播、数字艺术展示等新业态，促进公共文化服务数字化升级。利用人工智能等先进技术，大力发展线上与线下一体、大屏与小屏联动、虚拟与现实交互的数字文化体验场景，不断满足人民群众的文化新需求。

（摘自《人民日报》2024年2月1日）

提质增效健全现代文化产业体系

近日，习近平总书记在天津考察调研时强调，要健全现代文化产业体系、市场体系和公共文化服务体系，打造具有鲜明特色和深刻内涵的文化品牌，进一步彰显天津的现代化新风貌。这既是对奋力谱写中国式现代化天津篇章的谆谆嘱托，也是对共同铸就社会主义文化新辉煌的殷切期待。

文化是凝聚人心的精神纽带，又是增进民生福祉的关键因素，现代文化产业体系和文化市场体系是社会主义市场经济的重要组成部分，在促进国民经济发展、满足人民美好生活新期待等方面发挥着重要作用。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视文化工作，多次就繁荣发展文化事业和文化产业作出部署安排，相关部门先后出台了一系列重大政策举措，推动了我国文化产业和文化市场的健康发展。

从各类文化经营主体发展壮大，线上演播、网络直播、沉浸式体验等新业态快速崛起，到电影、演出、娱乐市场持续火爆，票房、营收屡创新高，再到红色旅游、旅游演艺蓬勃发展，一批文化特色鲜明的历史街区广受欢迎，文旅融合走向深入……可以说，我国文化产业体系正逐步健全、规模日益壮大，文化市场更加繁荣、规范、有序，高质量的文化供给增强着人们的文化获得感、幸福感。

也要看到，我国文化建设取得重大成就的同时，在全面建设社会主义现代化国家新征程上，文化引领风尚、服务社会、推动发展的作用还未充分发挥：文化创新创造能力还不够强，真正优秀的文化产品和服务、叫得响的文化品牌还不够多，与人们对高质量精神文化生活的期待仍有差

距；文化产业结构调整依然有优化升级的空间，新业态的带动效应还未充分发挥，文旅业态融合、产品融合、市场融合、服务融合有待碰撞出更多让人眼前一亮的“化学反应”。

今后，要以创新为核心驱动力，顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，推动 5G、大数据、人工智能、虚拟现实、增强现实、超高清等技术在文化创作、生产、传播、消费等各环节应用，改造提升演艺、娱乐等传统业态，释放科技和文化融合潜力，培育新业态新模式，提升产业发展整体实力和竞争力；要以重大文化产业项目为抓手，加快培育一批品牌文化产业园区，提升国家级文化产业园区建设水平，开展新型文化企业培育，建立覆盖领军型、成长型、初创型经营主体的培育体系；要拓展乡村、城市、夜晚、数字、国际消费空间，创新文旅消费场景，建立健全科学有效的文化和旅游市场服务质量评价体系，完善以信用为基础的新型市场监管机制，推动形成统一开放、竞争有序的市场体系，持续扩大城乡居民文化消费，真正促进现代文化产业体系和市场体系的进一步健全，共同为经济社会发展赋能、为实现中华民族伟大复兴的中国梦聚力。

（摘自《经济日报》2024 年 2 月 16 日）

人工智能时代，我们该如何设计？

这个春节，视频生成模型 Sora 一经问世便引发人们的关注，输入寥寥数语便能生成效果炸裂的 60 秒视频，许多人再次被 AIGC（人工智能生成内容）的潜力所震撼。

半个世纪之前，德国艺术家博伊斯“人人都是艺术家”的口号振聋发聩，他对打破艺术边界的倡导至今都影响着世界。半个世纪之后的今天，当科技、艺术、设计深度融合，人工智能深刻改变生活，带来的则是另一句“人人都是设计师”的感慨和提问。

回顾近两年的设计话题，AIGC 时代下的设计行业之变，始终是一个无法绕过的话题。在科技、设计、艺术的深度融合下，我们将会迎来一个怎样的世界？设计思维将迎来怎样的变革？“人”的核心价值又在何处？这必然成为当下及未来一段时间内需要不断讨论和明晰的话题。

人人都是设计师？

无论你是否学过绘画或设计，在今天的互联网上，都可以通过输入一段文字而获得一幅绘画、一张海报、一份 3D 文件、一段视频……在不久的将来，人们或许可以通过文本直接生成一个家庭的装修装潢方案和一份建筑的详细施工方案。

显然，只要你提出的需求足够准确，只要给出的关键词足够详尽，你的确可以成为一名设计师、一位艺术家。你还可以让互联网修改方案，它不厌其烦，也没有怨言。这就是我们今天所面临的时代，人人都可能成为设计师。

就如十几年前，互联网风潮从电脑转向移动端的变革一样。2022 年 ChatGPT 的面世，开启的是 AIGC 时代的新热潮，如果 2022 年被称为 AIGC 元年，那么 2023 年则是这一趋势逐渐深化至各行各业的一年，众多东西方互联网巨头纷纷下场：在国内，百度推出的文心一言，正作为国内新

一代知识增强大语言模型，被越来越多网络用户所知晓和使用。设计领域也是如此，Adobe 公司发布了一款专业 AI 绘画工具——Adobe Firefly，通过文本快速生成矢量图、文字特效，是一款被高度关注的生成式人工智能结合设计的工具。

AIGC 为设计领域带来的巨大变革也成为 2023 年度多个设计论坛的主题。仅仅在下半年，就有两场设计论坛聚焦 AIGC，探讨人工智能时代的设计行业变革：清华大学 AIGC 设计创新峰会聚焦人工智能下的设计创新；2023 年度北京国际设计周以“AIGC 下的设计思维变革”为主题，探索人工智能时代的设计思维与设计教育变革；在上海举办的 2023 世界设计之都大会，AIGC 推动设计行业发展也成为重要话题之一。2023 中国设计与人工智能良渚峰会围绕的主题则是“AIGC 时代的设计领导力”，探讨中国设计与人工智能协同创新发展话题。

AIGC 对今天设计行业的影响首先体现在劳动型生产力的效率提升和部分工作替代。在 2023 北京国际设计周论坛中，北京城市副中心“两区”建设顾问委员会文旅专业委员会暨特色小镇专业委员会委员马杰认为，AIGC 对设计领域的影响首先在于对基础工作角色的替代，同时，在加强资源管理协作、缩短设计流程等方面大大提高了工作效率，尤其是在数据快速整理、分析、发现问题等方面，相对人工具有更高的工作效率。

马杰的观点也得到了欧美专家的印证。德国波茨坦大学哈索·普拉特纳设计思维学院院长乌里·温伯格也强调，AI 让知识的获取变得更快速，也更容易，为设计领域带来的变化更为明显，快速的文本、图像生成和数据处理，尤其是在调研与数据研究角度，可以快速提供更有效的创意内容。美国 Meta 资深产品设计师朱子昱也认为，AI 让设计从概念到设计变得更快速也更有效，AI 驱动的测试工具，可以很快完成测试，并可以很快生成测试报告，获得分析数据等方面的信息。她甚至大胆预测，在越来越多智能工具的加持下，未来的网站设计师甚至可以一人承担多个岗位，设计师既可以是设计师，也可以是产品经理、数据分析师、前端开发、测试员等多重身份，前提是他可以熟练运用多种 AI 支持工具。

未来设计，人的价值何在？

显然，将 AIGC 应用于设计领域，带来巨大便利的同时，也带来了质疑和恐慌：当机器可以完成人的工作，那设计师的价值在哪里？真的来到“人人都是设计师”的时代了吗？

在中国美术学院近期举行的“Panel 21：21 世纪的文艺复兴人”论坛中也触及了这一话题，中国美术学院动画与游戏学院教师姚驰谈到：“随着人工智能的发展，重复劳动的时代渐渐远去，创造力的时代徐徐来临，有人预言创意阶层即将崛起，也有人哀叹人类的优势只剩下创造力这最后一块阵地。不论前景是好是坏，纵观人类历史，这无疑是一个巨大的终止符和未知的开始。”

人类必须要面对这样一个无法逃避的现实：越来越多的工作职能将被机器所取代。这种变革不仅是当代的现象，历史上也曾经历过类似的变革。

斯坦福大学人工智能、机器人与未来教育中心主任蒋里认为，在过去的 400 年间，人类一直不间断地见证着机器代替人工的过程，就如今天我们人人熟悉的词汇“Computer”，最初并不指

电脑，而是指从事计算的人。然而，在近 50 年的时间里，这个词的意义发生了天翻地覆的变化，从最初指代人类工作者，转变为机器和算法。由此可见，机器替代人的现象一直存在，而这一现象在今天已经达到了前所未有的高峰。“相对于机器实现的 1 到 N 的进步，人类在 0 到 1 的创新和创造方面仍具有独特优势。”蒋里说。

设计思维，变得比任何时代都重要和不可或缺，创新能力和创造力将是未来设计师具备的核心竞争力。马杰认为，当工具的使用越来越便利，技巧的鸿沟被弥补和拉平，创作的门槛必然会降低，在这样的背景下，审美和创造力依然是人类今天的优势。或许随着技术的发展，部分审美能力和创造力依然会被替代，但最终人类的核心优势是情感和思想。

朱子昱认为，设计思维是关注共情、创造力和产品迭代为核心的产品开发方式，以用户为中心，基于用户最深层次的需求，并为他们提供有价值的解决方案，是设计师的重要能力。未来的设计人才应具备的能力，首先就是对人的理解和洞察，这也将成为设计师的核心价值。只有深刻理解用户需求，才能创造出适合人的产品。

举办了八届的 DIA 中国设计智造大奖在 2023 年 12 月公布了百万大奖获得者，来自阿里健康科技（中国）有限公司的作品“健康体-盲文注音字库”和来自浙江强脑科技有限公司的作品“BrainRobotics 智能仿生手”共同获得金奖。这两件作品都将 AI 技术运用于生活设计，体现了前沿科技在当下的人文关怀。据组委会秘书长卢涛介绍，在此次智造大奖的参赛作品中，人工智能在应用端的案例逐渐浮现出来，尤其是人工智能产品在解决生活问题、提供广阔的设计视野和方法上有了更多应用探索。这是在已经为人所熟知 ChatGPT 与其他图像生成的人工智能之外，更能贴近人们生活的新实验方向，无论是设计师自身，还是设计师所面对的对象，皆指向了“人”的重要性。中国传媒大学设计思维学院院长税琳琳也强调了设计思维以人为本的重要性。在她看来，设计思维强调跨学科、前沿性，产品设计要有以人为本的关怀，要有商业的落地可能性，要有前沿的科学技术，这是设计思维的核心。

中国美术学院院长高世名表示：“在人工智能时代，人算不如机算，但人的智能不只是计算，人类的知识也有着非常广阔的光谱。人工智能目前依然只是一种智能模拟，它基于统计、概率、情感计算和情境感知，究其根本是个数学模型。而人类智能并不只是计算或逻辑，正是这些计算之外的东西成就了人的智能，使人成为人。”

设计教育中的“通人”之学

显然，在设计思维的重要性被提及的时代，教育必然扮演着关键角色。蒋里所在的斯坦福大学早已建立起一套创意设计方法论，他介绍，这套方法论不是传授任何公式或定理，而是传授一套思维方法论，一套如何看待问题、解决问题的方法论，更注重从 0 到 1 的创造过程，鼓励学生跳出传统思维框架，以更加开放和自由的方式思考问题。

在国内，越来越多的高校在设计学科开启了关于设计思维的培养教学方案，跨学科的人才培养逻辑已经在各个院校中达成共识。中国传媒大学于 2014 年开始将国际设计思维创新方法引入中

国，采用新型教学模式，成立不同学科交叉的学科小组，并邀请不同学科的老师同时授课。这样的教学方式在美术学院中也陆续开展起来。

北京市教委发布的2023年北京高校“虚拟教研室建设试点”名单中，中央美术学院教授宋协伟带头的“人工智能与艺术联合实验室”入选，实验室由央美设计学院与香港科技大学共同建立，目前已经面向本科生开设《人工智能与艺术》课程。实验室利用人工智能技术的跨学科优势，更新现有教学科研体系中的创意模式与设计路径，引导和启发师生运用基于数据与算法的人工智能技术来创作艺术和设计作品。

一个有意思的现象是，近几年来，文艺复兴时期的代表人物达·芬奇不断被提及，这背后，也印证着像他一样具备跨界综合能力的人才越来越被当下社会倡导和需要。那么，重提达·芬奇对今天的教育有怎样的启示呢？

中国美术学院在建校九十五周年之际发起“新六艺”系列论坛，向达·芬奇发出邀请，邀请这位文艺复兴人来到21世纪，并提出了一个核心问题：在通用人工智能的时代，是否还可能实践一种“通人之学”？

清华大学未来实验室主任徐迎庆一直尝试将跨学科的思维模式融入到现代教育中。他认为，达·芬奇的工作和研究方法预示了现代人工智能的核心理念。达·芬奇对当代教育的启示就包括“通人”不仅要了解最新技术，还要构建和测试自己的创意，不断把理论和实践相结合，培养创新能力和解决问题的能力。

汉堡大学亚历山大·冯·洪堡讲席教授弗兰克·费伦巴赫的观点认为，达·芬奇模糊了艺术、科学和技术之间的界限，他所享有的创造性自由奠定了他对自然进行突破性探索的基础。

人工智能时代之下，人与人工智能该如何共存呢？徐迎庆说：“在未来，我们预期能够看到人类和人工智能之间更加密切的合作，这种合作将打破传统意义上的人与机器之间的界限，创造出一种新的智能实体，这不仅仅是技术的融合，更是文化、哲学和艺术的融合。我们也希望教育和人工智能的发展有能力塑造未来，我们的目标是要培养具有道德责任感和社会责任感的领导者，只有这样，才能确保人工智能的力量被用于正义、平等和人类共同的福祉。”

（摘自《中国文化报》2024年2月25日）

以体制机制创新优化公共文化产品供给

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化产品是文化的具体表现形式，公共文化产品供给是实现文化强国的重要途径和关键支撑。提升城乡公共文化产品供给水平，要坚持以人民为中心，形成政府主导、市场配置和社会参与的多元协作供给模式，构建城乡一体化、多元化的文化产品供给体系，并通过科技赋能提升文化体验。

加大城乡公共文化产品供给，需要政府主导、全社会共同努力。城乡公共文化服务体系建设是一项系统工程，需要政府、企业、教育机构、媒体、非政府组织以及每一个公民等的共同参与。政府应当发挥主导作用，加强顶层设计，鼓励和引导社会资本投入公共文化建设。引入市场机制，激发文化产品和服务的创新活力。鼓励社会力量积极参与，并让每一个公民积极成为文化的参与者和创造者，为加强公共文化产品供给贡献力量。

优化城乡公共文化产品供给结构，关键在于确保公平。实现文化资源的均衡配置，是保障城乡居民都能平等享受丰富文化产品的重要条件。要打破城乡公共文化产品供给的二元结构，构建城乡一体公共文化产品供给体系，强化农村文化产品的供给能力。同时，激发农民自身的主体性和创造性，挖掘和传承中华优秀传统文化。

提高城乡公共文化产品供给质量，必须坚持以人民为中心，满足不同群体的多元需求。文化需求存在着明显的群体差异，这种差异体现在不同群体对文化产品种类、形式、内容和价值的不同认知和需求上，文化供给需要更加精准地满足广大群众的多元需求。要加强市场调研和用户需求分析，深入了解各类群体的文化偏好、生活习惯、接受能力和需求特点。要建立多元化的文化产品供给体系，丰富和创新文化产品的种类与形式，确保能够覆盖广泛的社会群体。

创新城乡公共文化产品供给模式，通过科技赋能提升文化体验。人工智能、大数据、云计算等前沿技术与文化的融合发展日益广泛和密切，文化数字化正在深刻改变社会主义先进文化建设的总体格局和产业生态。要加快文化产业数字化布局，发展数字出版、数字影视、数字演播、数字艺术等新型文化业态，创新文化产业的运作方式和文化产品的供给模式，激发文化消费的市场潜能和发展活力，促进文化消费结构持续优化升级。

（摘自《光明日报》2024年3月11日）

提升特色地域文化品牌价值

纵观人类社会发展史，文化与经济从来都是紧密联系、相辅相成的。经济发展为文化的形成与传承奠定物质基础，同时，文化要素与内涵越来越多地融入并影响着经济发展，赋予经济发展以人文价值和组织效能。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。高质量发展不只是经济要求，而且是对经济社会发展方方面面的总要求。推动高质量发展，既要构建高水平社会主义市场经济体制、建设现代化产业体系、推进乡村全面振兴、促进区域协调发展、推进高水平对外开放，又要把文化建设放在全局工作的突出位置，以文化人、以文惠民、以文润城、以文兴业。

文化是推动高质量发展的重要支点，是满足人民日益增长的美好生活需要的重要因素。更好推动高质量发展，既要深刻把握文化与经济的内在联系，又要明确用好文化这一重要支点的有效路径，切实发挥文化对经济发展的促进作用。以文化为支点，凝聚精神合力、培育内生动力，充

分激发“文化+”的赋能效应，发挥文化在提升产品档次、激活产业动能、优化经济结构、提高组织效能等方面的重要作用。

从人文经济学和区域经济学的角度看，特色地域文化能够推动形成具有特色的区域经济，区域经济更好发展也能够彰显特色地域文化。地域文化为区域经济发展提供独特资源，推动形成具有特色的区域产业，进而形成独具特色的区域经济类型和发展模式，为区域经济发展提供精神动力，增强区域发展的影响力和竞争力。与此同时，区域经济的发展可以进一步带动地域文化的繁荣，进而实现二者融合发展。系统总结文化与经济融合发展的经验，充分发挥文化在高质量发展中的支点作用，打造具有鲜明特色和深刻内涵的地域文化品牌，实现地域文化与区域经济的良性互动，应是当前和今后一个时期的重要任务。

一方面，地域文化品牌建设要以服务区域经济发展为落脚点。近年来，山东地区的“齐鲁文化”、山西地区的“三晋文化”、内蒙古地区的“北疆文化”等一系列地域文化品牌建设，基本都伴随着当地产业转型升级与文旅融合发展，有力推动了区域经济发展。下一阶段，需进一步健全现代文化产业体系、市场体系和公共文化服务体系，促进资源要素向优势文化产业和企业集聚，强化文旅融合，通过打造文化品牌提升产业附加值，努力实现社会效益和经济效益相统一。

另一方面，地域文化品牌建设要立足地方实际，严谨、科学推进。文化品牌建设需与本地区历史、人文、地理、风俗等具体实际结合，深入挖掘文化内涵，突出地域性特点和品牌效应。要紧紧围绕地域文化特色以及品牌特质、品牌定位等，进行科学提炼和论证，加强阐释和宣传。还要做好传承与弘扬，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，展现地域文化特色和精神气质，增强文化软实力和影响力。

地域文化品牌建设要将服务区域经济发展作为重要目标，深刻把握文化对高质量发展的支点意义，实现文化与经济交融互动、融合发展，以地域文化繁荣为区域经济发展注入强劲动力。

（摘自《经济日报》2024年3月12日）

理论研究

以传统礼俗促进乡村文明建设

“推动乡村文化振兴，提高乡村社会文明程度，焕发乡村文明新气象。”传统礼俗几千年来已深深融入中国人的生活方式和思维习惯之中。自古以来，“礼”为维护社会稳定、协调社会关系、教化人心起到重要作用。尤其在以“礼治”作为特征之一的中国乡村社会，“礼”成为社会公认的价值导向和行为规范。时至今日，传统礼俗在现代乡村文明建设中依然起着重要的作用。因此，将优秀的传统礼俗融入乡村治理现代化发展的背景中，考察在乡村文明建设过程中如何更

好地对传统礼俗进行创造性转化、创新性发展，寻找传统礼俗推动乡村文明建设的有效路径，依然有着积极的现实意义。

一、传统礼俗在乡村社会中的影响

中国传统乡土社会是礼俗社会，礼俗在中国传统乡土社会中的影响深刻而久远，依照“礼”的要求去行动和生活是乡土中国的传统。中国传统村落的基本特征是以血缘关系为纽带，逐步形成地缘、血缘相互融合的利益共同体，人们的交往对象也主要基于血缘和地缘的联系，以此形成一个熟人社会网络。社会中的成员注重外在的道德礼仪规范，“礼”约束着乡村的道德秩序和行为规范。现代社会，乡村取得了较大发展，但乡村内部的血缘、地缘关系却是长期形成和客观存在的，与之相应的乡村传统伦理道德，村民集聚而居、血脉相连、守望相助的状况短期内也很难改变，传统礼俗在乡村发展中依然继续发挥着重要作用。

在中国乡土社会中，“礼”无处不在，如跟人们生活息息相关的婚丧嫁娶、祀神祭祖、岁时节令、人生礼俗等。另外，还有一切日常生活中的礼仪规范，包括扫洒应对进退之仪节等。可以说，人们的生活无时不在“礼”的规范和约束中。“礼”引导人们的行为规范，培养人的道德观念，传统礼俗也体现在人们日常生活的方方面面。传统礼俗对乡村民众具有一定的制约和教化功能，“安上治民，莫善于礼”，“礼”以教化民众和德化天下为己任。且“礼”的这种教化人心的作用是潜移默化的，正如《礼记·经解》中所言：“故礼之教化也微，其止邪也于未形，使人日徙善远罪而不自知也。”

在中国乡村社会，家礼为维持乡村社会的和谐和稳定起到重要作用。家礼就是家庭中的礼仪规范，即按照道德要求制定的家庭内部的行为规范和处事准则。《礼记》中的《曲礼》《内则》《少仪》等篇中记载有不少日常生活家庭礼仪的细节，包括如何侍奉父母的礼节、与人相处的礼节、自身行为的准则等，其中也体现出诚、敬、谦等“礼”的精神内涵。这些礼节可以约束人的道德行为，培养人的道德观念，避免个人行为“失范”。《颜氏家训》《书仪》《家范》《朱子家礼》等也有类似的作用，其中的积极内容有利于乡村社会民风 and 家风的改善。

二、传统礼俗促进乡村文明建设的路径

（一）以传统礼俗推动文明乡风建设

文明乡风是乡村振兴的重要组成部分，好的乡风能使人积极向上。一个好的社会文化环境也起着潜移默化的熏陶作用，深深地影响着生活在其中的人们社会行为和思想认识。如今，传统的乡村社会已经有了很大发展，但是千百年来形成和沉淀下来的乡风民俗依然与老百姓的生活密不可分。因此，我们可以利用优秀传统礼俗的价值导向功能，通过合理的引导，把传统礼俗中的尊老爱幼、诚实守信及待人忠厚等道德观念融入乡村生活方式，推动优良乡风的形成。尤其是针对当前乡村出现的一些新问题，比如一些村民道德意识不强、不孝父母、不睦邻里等，我们要强化传统礼俗的道德教化引导功能，大力倡导移风易俗，用孝道、诚信、友善净化乡村，营造风清气正的文明乡风。

（二）以家礼涵养家风

家风是乡村文明建设的一个重要方面，是一个家庭长期以来形成的能影响家庭成员精神、品德及行为的一种传统风尚和德行传承。良好的家风可以助推乡村文明建设。而优秀的传统家礼有助于涵养良好的家风，古人认为“道德仁义，非礼不成”，利用合适的礼仪规范能够有效地约束家庭成员的行为。在现代社会的家庭教育中，家礼仍被广泛应用，“诗礼传家”是中华民族的优良传统。且中华民族向来注重“养而教之”的家庭教育实践，敬长之礼、进食之礼、待人之礼等至今仍然是家庭教育的重要内容，强调从礼节开始，培养孩子孝顺、谦让、诚信、勤劳、节俭的道德品德。家礼与我们的生活也较为贴近，具有很强的操作性，通过在日常家庭生活中践行家礼，把良好的道德观念潜移默化地渗透给每一位家庭成员，可以让人在不知不觉中养成良好的行为习惯和道德规范。在长期的家庭生活中，在践行家礼的过程中，家庭成员将这种良好的道德品质和价值观念传承下去，即形成了家风。家风是家中的长辈给后辈树立的价值准则，传递着道德理念和处事原则，对人的影响也是全方位的。传承优秀家风，形成良好的社会风气，有助于乡村文明建设。

（三）以礼义精神培育新乡贤

中国传统礼俗非常注重个人的修养与品行，认为君子的个人修养在治国理政中有着重要的意义，有贤德的人可以在社会中起到模范榜样的作用，而乡贤就属于这样的人。乡贤指的是乡村社会中有才、有德、有声望的贤达人士，“德”是衡量贤能的首要标准。在新农村建设中，新乡贤是乡村本土宝贵的人力资源，具备优良的道德品行、良好的教育背景，同时还具有较高的威信及较强的号召力，对本地的民情有着深入的了解，也拥有较多社会资本，村民普遍对其比较认同和信任。2018年发布的《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中强调，要积极发挥新乡贤作用。因此，我们应充分发挥新乡贤的榜样力量，对乡民的思想、道德、行为进行积极引导，以形成学习尊崇乡贤的风气。这不仅有利于凝聚乡贤文化的力量，促进乡村振兴，而且对促进乡村文明具有重要意义。

（摘自《中国文化报》2024年1月18日）

公共图书馆阅读推广评价研究

阅读推广是公共图书馆的重要工作之一。一直以来，各地公共图书馆开展过送书下乡、送书进社区活动，也举办过知识讲座、书画摄影展等活动。公共图书馆进行阅读推广有助于更多人加入阅读行列，提升个人文化修养，丰富精神文化世界，从整体上提升国民素养。因此，开展好公共图书馆的阅读推广工作至关重要，而对公共图书馆阅读推广进行评价研究有助于分析总结阅读推广相关工作的经验和不足，推动阅读推广工作的进一步有效开展。

公共图书馆阅读推广评价的必要性

从图书馆来说,评价公共图书馆阅读推广是对公共图书馆工作的总结和完善。通过图书馆的自我评价能够有效发现阅读推广工作的预期效果和实际效果之间的差距,进一步提出完善方案。在自我评价中,公共图书馆能够对阅读推广工作开展过程中涉及的图书馆资源和所采用的推广活动方式进行有效评估,总结出哪些种类的书籍最受读者喜欢,哪种方式最能吸引公众参与阅读活动,哪种方式得到的读者反馈和有效阅读效果最佳。从读者方面来说。读者也是评价公共图书馆阅读推广工作的主体之一,通过读者评价能够从读者角度发现影响公共图书馆阅读推广工作的关键因素。以他者视角评价公共图书馆在阅读推广工作中的实际工作情况,作出客观合理的评价,有助于公共图书馆工作人员进一步提升工作能力。

公共图书馆阅读推广评价体系的构建

公共图书馆阅读推广评价应本着客观性、科学性、全面性的评价原则构建完备的评价体系,具体包括评价内容、评价主体、评价方法。

其一,评价内容。首先,对阅读推广活动进行评价,评价公共图书馆举办的阅读推广活动是否能够有效满足读者需求。要了解公共图书馆定期举办的送书下乡、送书进社区等活动是否有效贴合读者的需求,所送的书籍是否符合读者阅读需求,送书的时间和地点是否方便读者进行借阅、归还。比如,公共图书馆开展的送书活动的目标对象大多是外来务工人员,在评价的过程中,就要充分考量公共图书馆选择的送书时间与务工人员的工作时间是否冲突,是否能够吸引广大读者真正参与到活动中来。目前的阅读推广活动主要有举办讲座、沙龙、读书会、签售会等,可以在评价中调查这些活动的吸引力并且根据读者反馈开发新形式的阅读推广活动。其次,对公共图书馆工作人员进行评价。在阅读推广中公共图书馆工作人员的能力和态度等都十分重要。随着数字时代的到来,公共图书馆馆藏资源已经越来越倾向于线上与线下资源的结合,这就要求公共图书馆工作人员在工作中不仅要图书馆的纸质图书分类清晰明了,还要能够对线上资源的查找方法和使用方法也都有所掌握,以便为读者提供全面的信息。公共图书馆工作人员的服务意识和态度也是评价的重要内容。在阅读推广活动中,图书馆工作人员的服务意识强、态度友善,才能真正让读者对公共图书馆产生好的印象,愿意参加相关阅读推广活动,并设身处地为阅读推广活动提出建设性意见。最后,对读者满意度进行评价。阅读推广活动过程中的图书馆资源是否能够满足读者需求,图书馆的阅读环境和活动环境是否舒适,图书馆提供的阅读软硬件设施是否与数字时代相适应,这些都是开展读者满意度评价时需要考虑的问题。

其二,评价主体。评价主体全面多元才能够真正从多个角度客观评价公共图书馆阅读推广工作的实际效能。首先,政府主体。政府对公共图书馆阅读推广工作予以评价能够全面掌握各公共图书馆的情况,以便于从政策、机制等方面予以指导,不断优化公共图书馆阅读推广工作,给予公共图书馆坚实的制度保障。其次,公共图书馆主体。公共图书馆是阅读推广工作的策划者、组织者、实施者,在馆藏资源、读者借阅情况等方面都拥有一手资料,因此,将公共图书馆作为评价主体,有助于进一步完善阅读推广工作的各流程。此外,公共图书馆还可以通过对图书馆工

作人员的评价制定员工培训提升计划。最后，读者主体。读者是参与阅读推广的重要主体，读者可以根据活动参与感受，对公共图书馆的软硬件设施等给出客观的评价，为公共图书馆阅读推广工作的改进提出合理建议。

其三，评价方法。随着阅读方式和载体的变化，评价方法也需要相应地保持一致性。互联网时代，公共图书馆的阅读推广评价应以线上与线下相结合的方式进行。传统的评价办法多采用问卷调查、座谈、访谈等方式，随着互联网数字技术的发展，公共图书馆的阅读推广评价可以结合网络大数据以更加快速、精准的方式对相关数据进行科学分析，进而更有针对性地开展阅读推广活动，扩大阅读受众，推广阅读活动。

公共图书馆阅读推广评价效用

各方主体对公共图书馆阅读推广工作作出评价后，图书馆应该利用这一评价积极发挥效用，不断改进和完善阅读推广工作。首先，在公共图书馆的馆藏资源方面，图书馆可根据评价结果对读者需求量大的图书种类和数量进行增补。其次，在阅读推广活动的开展方面，图书馆可以利用评价反馈，多举办大众喜欢的活动，创新活动内容和形式，以吸引读者参与。最后，在奖励机制方面，可以根据评价结果，对表现好的部门、员工予以表彰和奖励，增强示范性并调动员工积极性，更好地推进公共图书馆阅读推广工作。

书籍是人类进步的阶梯，阅读可以使人明智明理、心情愉悦。推动全民阅读、终身阅读，为读者提供阅读服务，挖掘潜在读者，引导更多的人参与阅读，指导更多的人正确阅读是开展公共图书馆阅读推广工作的初心和使命。同时，要建立完善的阅读推广评价体系，利用评价结果更好地推动阅读推广工作有效开展。

（摘自《中国文化报》2024年1月25日）

浅析数字经济时代文化消费的变化

近年来，互联网、人工智能、云计算、区块链等新技术的蓬勃发展和广泛普及，有力推动了文化消费升级，创造了更丰富便捷的文化消费场景，催生了网络直播、数字文博等诸多新兴数字文化业态，促进了数字消费模式的创新，使得文化消费的内容更加可视化、沉浸化、交互化。数字经济时代的到来不仅改变了文化产业的生产营销模式，丰富了文化产品的内容和形式，同时也对大众文化消费模式产生了全面深刻的影响，最直接最深刻的影响就是使得文化消费生活面貌发生了鲜明变化。

一、文化消费活动平台化

随着互联网和移动设备的普及以及数字平台的多样化创新发展，越来越多的人选择网络数字平台进行各种文化消费活动。就文化消费平台的多元化而言，各地政府都在积极通过微信公众号、微博等网络平台推进文化消费智能服务。广大市民能够通过线上服务平台打卡参观当地博物馆、

美术馆、展览馆等文化场馆，参与各种艺术场馆的线上文艺活动，在大众文化和旅游消费方面，也有诸多专业的网络平台提供文化消费服务。另外，依托数字网络技术和多样化平台，网络游戏、数字音乐、网络教育、数字艺术、云演艺、云展览、智慧旅游等新的文化业态也提供了丰富新颖的文化产品和服务体验。在文化艺术消费方面，民众也可以通过一些网上的书画交易平台、展览平台、云演播平台等，进行文化艺术欣赏和相关产品的消费，在网络平台上进行文化消费日益成为广大群众日常文化消费的重要方式。

数字经济时代文化消费平台化的转变，还表现在各平台构建的生产消费一体化格局，激发了大众文化创意热情。大众不仅作为文化消费的主体活跃在各个网络社交平台，同时也作为文化消费产品创造者而存在。大众多元主体的加入，极大地丰富了文化产品的内容形式，形成了文化产业动态竞争局面，一定程度上也促进了文化产品质量的提升，有助于推动文化生产消费良性循环和促进数字经济时代文化消费市场的发展。

二、文化消费体验场景化

数字科技的发展丰富了文化消费的场景，在大数据、云计算、虚拟现实、增强现实等技术的支持下，沉浸式、体验式和交互式的文化消费场景化体验模式逐渐普及，数字时代文化创意产品的消费也进入了虚拟现实场景体验时代。虚拟与现实的融合使得用户可以获得更加真切的数字文化消费体验，比如虚拟现实游戏、虚拟博物馆游览和增强现实艺术展览等，用户的文化艺术消费体验在虚拟现实场景中变得更加便捷、真实、新颖。从戏剧、影视到阅读、旅游，当下各种形式的文化消费在数字技术的支撑下，正在全面走向全场景、沉浸式的文化消费服务模式。比如戏剧云端剧场、戏剧直播等，通过场景变换、实时转场和多角度呈现，带领观众进行零距离沉浸式体验，也让观众在视觉、听觉上获得更好的文化消费体验。

数字技术支撑下的文化消费的互动体验也更为全面。用户能够通过网络直播平台观看艺术表演，聆听音乐演唱，观赏艺术品，也可以在网络平台上与艺术家及其他消费者进行即时互动交流，更主动更直接地参与到艺术创作和赏析活动中。

三、文化消费需求个性化

数字经济时代，文化消费群体日趋多元化，尤其是以年轻群体为主的消费者在消费理念上更为开放、多元，这些年轻人的消费方式和消费需求也更加追求个性化，更愿意接受新型消费模式，比如，线上购物、短视频等，年轻人乐于为契合自己风格、引起自己共鸣的产品买单，以追求与众不同的生活方式，因而，也更倾向于选择以互联网为载体的数字文化产品。这一变化的背后，反映出大众在数字经济时代的消费需求升级。同时，由于不同的群体在文化艺术方面的消费需求和偏好存在一定的差异，所以，在人工智能、大数据等数字技术的支持下，个性化、多样化和即时化的文化消费需求成为常态。数字经济时代的文化产品和服务，可以通过分析用户的消费喜好，来推送个性化的服务和产品，以适应不同用户的多样化、个性化消费需求。

随着数字技术的不断迭代更新，传统文化艺术品与数字技术的融合也越来越深入，能够为受众提供更多个性化的、灵活的文化消费体验方式，利用高科技手段精准对接大众文化艺术消费需求，实现文化艺术品的个性化定制化生产，有力促进了文化艺术的普及，也提升了文化艺术市场的消费规模。同时，数字经济时代，互联网能使具有相似文化消费习惯的网民形成社群消费团体，从而产生了群体消费、持续消费等新的消费现象。数字经济时代文化艺术产品的消费，在各种先进数字技术的支持下，将会全方位满足不同用户各种形式的文化消费需求，这也有助于激发大众文化消费热情，推动文化产业高质量发展。

数字经济时代，文化消费重塑升级是大势所趋，机遇与挑战共存。要保障数字文化经济健康发展，就要主动适应数字经济时代文化消费的新特征和新趋势，制定符合数字经济时代文化产业发展规律的策略，根据大众最新的文化消费需要，优化文化产业发展战略，创新文化产品和服务形式，坚持整体思维、国际化思维、跨界思维、敏捷思维和包容思维，以消费引导生产，以生产促进消费，持续发力，迭代发力，利用好数字科技，促进文化消费重塑升级和文化产业高质量发展。

(摘自《中国文化报》2024年1月26日)

公共管理视域下城市文化建设的策略研究

在城市化建设逐步推进过程中，我们不仅要关注城市空间规模、经济产业、基础设施的扩张建设，也要注重城市文化名片的打造、城市精神文明的涵养培育。城市文化是城市精神文明建设的基调，是加强城市公共管理的思想引领。新时代，必须将构建发展具有特色的城市文化作为城市建设的重点工作，通过渲染涵养优质城市文化底色，促进城市公共管理效能提升，不断提高城市居民文化素养、审美能力与生活幸福感，推动文化在城市建设中发挥更关键的作用。

基于公共管理的城市文化建设内容与意义

公共管理对现代城市的规范化发展起着非常重要的作用，文化在促进城市文明建设方面具有难以替代的作用，是实现城市科学、高效、人性化管理的重要支撑。对于构建与发展怎样的城市文化，不同城市基于不同的地理位置、人口素质、管理政策等会衍生出不一样的城市文化，具体需要城市管理者在综合考量上述影响因素的基础上制定与城市发展理念、目标相一致的管理措施，在城市公共管理实践探索中逐步形成独具特色的文化内核，并在持续性的城市管理中逐步将其转化为影响广泛、深入人心的实质性文化内容。

宏观来看，城市文化建设并非单指公共文化基础设施建设与服务创新，城市文化建设涉及多方面的内容，是包含城市形态文化、经济文化、社会文化、审美文化、精神文明等多个方面的综合性文化发展工作。城市形态文化主要是城市整体外部空间环境展现的特点，建筑环境、生态环境、人居环境、设计风格等都是体现一座城市形态文化的构成要素，是城市展现的最直观的文化

类型。经济文化是城市经济活力的集中体现，产业结构布局、生产力水平、企业文化、经济组织、经济发展理念政策等都是构成经济文化的主要内容。社会文化更多地表现为人际关系的总和，包括族群状态、社会结构、社会组织、社会关系等多元社会文化。精神文化则以道德、文艺、哲学和社会心理等为主要表现形式。因而，公共管理视域下的城市文化建设，需要统筹推进城市经济、社会、精神文明建设，运用科学管理理念、多元化管理手段，协同推进城市规划建设、经济产业发展、公共服务能力建设和精神文明建设的共同发展。

需要进一步完善城市文化建设

从管理学角度来看，形成具有凝聚力的公共文化需要一个过程，其管理效能的发挥要在保证文化专业性、创新性、系统性的基础上，实现文化内容的广泛传播与文化价值的多元呈现。目前，基于公共管理的城市文化建设还存在一些不足，亟待进一步完善。

目前，一些城市的文化建设浮于表面，内容和形式存在同质化现象。通过强化文化建设的手段来推动城市公共管理体制机制创新是现代化城市发展的常用办法，但是一些城市公共管理者的文化建设理念更新难以跟上城市现代化发展的步伐，对城市文化建设缺乏专业系统的认知，导致城市文化建设浮于表面；或者照搬照抄西方城市文化建设经验，使得国内城市文化建设模式与内容同质化显现严重，难以凸显城市独特的历史文化底蕴。而缺乏创意与价值引领的城市文化显然是难以在公众中形成认可度、感召力，使公众有归属感的，自然也就失去了支持辅助城市公共管理的作用。

与城市公共管理机制衔接不紧密，实用性不强。城市文化建设不是流于形式的空洞美化，也不是不切实际地搭建空中楼阁，必须与城市公共管理机制紧密结合起来。根据城市在规划建设、经济发展、公共文化服务、社会文明风尚、公共政策制定等方面的需求，有针对性地引导城市文化建设与公共管理体系创新需求衔接起来，使形成的城市文化内核真正融入城市公共管理体系，彼此形成高效联动，为城市现代化高质量发展提供切实助力。

城市文化宣传不到位，感召力不强。城市文化是公众对城市内部与外部形象认知的投射，要持续深入发挥优质城市文化对公共管理的支撑作用，宣传推广必须做到位。但目前，一些城市文化的存在感并不强，对相关宣传推广工作重视度不够，导致文化与城市发展的融合不够深入，未能形成多元立体的城市文化传播矩阵，公众对城市文化的内容认知、价值认可、情感号召程度较低，没有形成城市文化参与城市公共管理的顺畅渠道。

公共管理视域下的城市文化建设创新策略研究

依托城市文化根基，打造亮丽城市文化名片。我国许多城市拥有丰富的历史文化资源与自然环境资源，城市文化建设必须立足自身、借鉴先进、展望世界，方能行稳致远，筑牢城市文化参与城市公共管理的基础。城市管理者要具备文化发展战略眼光，深入挖掘城市历史文化资源、经济产业资源、社会民俗资源等，对标城市阶段性发展目标，构造设计与之紧密衔接、高度匹配的

城市文化体系，将城市各方面文化资源系统引入城市公共管理生态体系。通过优质文化内核吸引人才、吸引资金、吸引技术，优化完善城市公共管理体制机制。

树立问题导向，形成针对性文化发展策略。面对当前城市公共管理中的突出难题，城市管理者在构造设计城市文化内容时要有问题意识，以解决城市公共管理难题的思路去构想、谋划城市文化的内容、体系，从而实现城市文化建设与公共管理有效衔接，为创新城市公共管理模式奠定基础。

深入广泛宣传，为城市建设提供价值引领。要树立现代化文化传播理念，利用线上与线下相结合、传统媒体与数字媒体多元传播相结合的方式，从社会宣传、教育宣传、文化交流等多个方面同步发力，深入广泛地开展城市文化宣传。大力发挥城市文化对人口素质、文化涵养、道德培养的提升作用，使优质的城市文化内核成为学校人才教育、社会风气改良的有力推手，成为人人认可、人人遵循的文化体系，为城市高质量发展提供良好的价值引领。

（摘自《中国文化报》2024年2月1日）

红色文化赋能乡村振兴的意义与实践

全面推进乡村振兴是新时代建设农业强国的重要任务。红色文化作为中国共产党及其领导的革命、建设和改革成功经验的历史积淀，承载着中国共产党人的初心和使命，孕育出艰苦奋斗、自力更生的伟大精神，是新时代全面推进乡村振兴、建设农业强国的强大精神动力。尤其在当下乡村产业结构较为单一的情况下，更应利用好红色文化资源，充分发挥“红色引擎”作用，推动红色文化资源与乡村文化振兴、产业振兴、人才振兴等方面的深度融合，从而为全面推进乡村振兴蓄力赋能。

红色文化赋能乡村振兴战略的现实意义

红色文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分，不仅蕴含着丰富的革命遗址、名人故居等物质资源，还承载着中国共产党人的理想信念、道德追求等精神资源，是新时代涵育乡风文明、优化产业结构、强化人才培养的重要引擎。

红色文化是涵育乡风文明的精神引领。乡风文明是乡村建设的灵魂，是从精神层面衡量乡村振兴成效的重要标准，对于增强乡村凝聚力和向心力、树立良好的乡村形象具有重要意义。红色文化是中国共产党在艰苦卓绝的革命斗争中形成的宝贵精神财富，既承载着中国共产党人的初心和使命，也蕴含着革命先辈敢于斗争、不惧牺牲的伟大革命精神，可为新时代乡风文明建设提供强大的精神引领，激发乡民的爱国意识和使命担当，使乡民坚定理想信念、树立文化自信，为新时代乡村建设提供榜样依据，进而培育良好乡风、淳朴民风。

红色文化是优化产业结构的有力抓手。产业兴旺是乡村振兴的基础和关键。党的二十大报告提出，发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道。在我国乡村地区，拥有众多以革命遗迹遗址、

纪念馆、名人故居为代表的红色文化资源。这些珍贵的历史遗产可为推动乡村振兴提供强大的经济力量，不仅可将资源优势转化为产业优势，推动红色文化和旅游、影视、文创等产业的深度融合，进而延长乡村产业链条、优化产业结构，还有助于打造当地知名红色文化品牌，形成红色产业集群，进而提升乡村的知名度和影响力。

红色文化是强化人才培养的培育摇篮。人才是乡村振兴战略实施的重要保障。做好新时代乡村人才工作，必须建设一支有文化、懂技术、会管理的人才队伍，为乡村振兴战略的实施提供人才保障和智力支持。红色文化承载着中国共产党艰苦奋斗的革命史、披荆斩棘的奋斗史，包含着我们党在各个时期形成的集体革命精神，如“红船精神”“井冈山精神”“长征精神”“延安精神”等。在乡村振兴战略实施中，充分发挥红色精神的育人作用，将其融入乡村人才培养中，不仅可使青年一代自觉担负起乡村振兴的使命，不断从红色文化中汲取奋进的力量，自觉投身到乡村建设中，还可使青年一代看到红色文化为乡村带来的发展潜力，吸引更多优秀大学生人才返乡创业，进而为乡村振兴聚人气、增底气。

红色文化赋能乡村振兴战略的实践路径

红色文化赋能乡村振兴战略的实施是一个深刻而复杂的过程，若要充分发挥好、利用好红色文化在乡村振兴中的独特作用，必须从文化振兴、产业振兴、人才振兴等多个方面探讨红色文化赋能乡村振兴战略实施的现实路径，以全面推进乡村振兴战略的实施。

一是挖掘红色文化资源，助力乡村文化振兴。乡村振兴既要“塑形”，也要“铸魂”。这表明乡村文化振兴既是乡村振兴的灵魂，也是全面推进乡村振兴的精神动力。红色文化作为广袤乡村珍贵的历史文化遗产，是推进乡村文化振兴的重要动力。然而，囿于乡村地区基础设施不完善、乡民认知偏差等因素，目前，一些地区对红色文化资源的开发还停留在表象，缺乏对红色文化内涵的深度挖掘和阐释，一定程度上制约了乡村文化的建设与发展。在此背景下，应组织动员专业力量和社会力量，科学系统地对乡村红色文化资源进行挖掘、保护和利用，为乡村文化振兴注入活力。一方面，加强对红色文化内涵的挖掘与传承。乡村文化和旅游部门既要借助现代化手段对回忆录、遗迹遗址、人物事迹等资料进行完整、准确地记录和保存，也要围绕革命、建设和改革时期的重大历史事件和历史节点对红色文化资源进行分类定级，从而为红色文化资源的传承与发展提供有力的证据。另一方面，通过乡村文化长廊、文化馆、图书馆以及举办各种文化活动等，积极营造浓厚的红色文化氛围，推动红色文化传承和乡村文化振兴。

二是拓展红色产业链条，助力乡村产业振兴。产业振兴是乡村振兴的重中之重，加快构建现代乡村产业体系，不仅是吸纳村民就近就业、增加村民经济收入的重要途径，而且是拓宽乡村产业链条、优化乡村产业结构和布局的有效方式。红色文化拥有革命纪念馆、文化馆、革命遗址等物质资源，是推动乡村产业振兴的重要力量。因此要立足当地红色文化特色，积极探索“红色文化+产业发展”的振兴之路。一方面，赓续红色文化、点燃文旅新引擎。乡村文化和旅游部门应结合当地红色文化资源和生态特色设计红色旅游产品和路线，比如红色研学旅游、红色观光旅游等，

形成“红色+旅游”的产业形态，由此实现以文塑旅、以旅彰文。并在此基础上充分利用社交媒体加大对乡村文化和旅游的宣传力度，以提升乡村红色旅游知名度，从而带动乡村产业振兴。另一方面，鼓励地方开展红色文化创意产品的研发和生产，通过“红色+”的产业模式推动红色文化与影视、动漫、游戏等各个领域的深度融合，以形成多元交融的红色产业集群，从而为农民增收、农业增效提供新动能。

三是加强红色文化教育，助力乡村人才振兴。乡村振兴，人才是关键，直接关系到乡村振兴战略实施的质量和成效。近年来，尽管全国各乡村地区采取了一系列措施鼓励、引导青年人才返乡创业，激发青年人才内生动力，但受制于乡村教育、收入等各方因素，人才外流状况在一些乡村地区还未得到很好的改善。因此，乡村地区应充分发挥红色文化的教育引领作用，通过红色教育培训、红色主题活动等方式为乡村振兴汇聚强大的人才力量。一方面，加强红色文化主题教育培训，以强化人才使命担当、厚植人才家国情怀，从而为乡村发展提供优质人才支撑。具体应通过提供红色文化教育、党史学习教育等培训课程，采用专题讲授、情景模拟等形式引导参训的青年人才融入其中，传承红色基因、感悟红色精神，争做时代新人。另一方面，组织红色文化教育活动。具体可通过阅读红色经典、举办红色文化主题演讲等形式加深青年人才对红色文化精神内涵的理解，以此为乡村振兴培养高素质人才队伍。

民族要复兴，乡村必振兴。随着近年来乡村振兴战略的持续实施，红色文化在乡村振兴中的作用日益凸显，其不仅是涵养乡风文明的重要引领，也是优化产业结构的有力抓手，更是强化人才培养的培育摇篮。在我国逐步迈向中国式现代化的新征程中，我们更应深入挖掘红色文化资源，拓展红色产业链条，加强红色文化教育，以实现乡村文化、产业、人才的全面振兴。

(摘自《中国文化报》2024年2月2日)

民族传统体育文化旅游资源的开发和利用方法研究

随着旅游业的快速发展，文化旅游成为各地吸引游客的重要手段。旅游者越来越关注体验当地的文化和传统，而民族传统体育文化正是这一方面的重要组成部分。借助民族传统体育文化旅游资源，可以为当地经济带来更多的就业机会和经济收益，并可促进民族传统体育文化的传承和发展。随着消费者对旅游的需求不断变化，传统文化的旅游资源变得越来越受到游客欢迎。在这个背景下，开发和利用民族传统体育文化旅游资源成为一种重要的发展方向。下面简述几种关于民族传统体育文化旅游资源开发和利用的方法。

文化资源的调研与挖掘

在进行民族传统体育文化旅游资源的开发和利用之前，首先需要进行调研与挖掘，以了解当地的民族传统体育文化特点和资源情况。可以从图书馆、博物馆、文化机构和当地政府部门等渠道搜集相关资料，包括民族传统体育项目的历史渊源、发展变迁、相关文物和遗址的分布情况等。

也要前往当地，深入了解民族传统体育文化的现状和传承情况。可以与当地的文化机构、体育协会、社区组织等进行交流，并与相关人士进行访谈，了解他们的经验和看法。可以参观当地的体育场馆、民俗村、文化景点等，了解现有的体育设施和旅游资源。同时，也要考察相关的配套设施，例如酒店、餐饮和交通等，以确保游客的舒适和便利。记录和整理当地与民族传统体育文化相关的文物和遗址的重要性、保护措施和利用价值。对所搜集到的数据和资料进行整理、统计和分析，以进一步了解民族传统体育文化的发展趋势、资源分布特点和潜在价值。此外，还可联系相关领域的专家学者，进行学术交流和讨论，借鉴他们的研究成果和经验，进而提出具体的开发和利用方案。

文化资源的保护与传承

在文化资源保护与传承方面，需要进一步完善相关政策和法规，进一步明确相关主体对民族传统体育文化资源保护和传承的责任。可以建立专门的机构或委员会，负责监督和推动保护工作。还可以培养和选拔合适的传统体育文化传承人、开设传统体育文化课程、组织各种形式的传统体育文化传承活动，提高公众对其的认知和重视程度，推动传承工作落地。

旅游产品的开发与创新

在民族传统体育文化旅游资源的开发和利用中，旅游产品的开发与创新至关重要。可以根据市场需求和客户群体的特点，确定旅游产品的定位和目标，寻找民族传统体育文化旅游资源中的独特和独有元素，通过提供独特的体验、活动和景点等来吸引游客；可以将旅游产品设计为多维度的体验，包括视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉等方面的体验，通过丰富的活动、互动和参与体验，给游客留下深刻且多样化的印象；可以通过讲解员、导演、演员等，将历史、文化和故事元素与旅游产品紧密结合，引发游客情感共鸣；可以借助现代技术和数字化手段，如虚拟现实、增强现实、移动应用程序等，给游客带来更多的互动和沉浸式体验。同时，在旅游产品的开发和创新中，也要注重环境保护和可持续发展的原则，通过合理规划和管理，保护当地的自然环境和文化遗产。

地方政府的支持与导向

地方政府可制定有针对性的政策和规划，包括补贴和奖励等，支持和推动民族传统体育文化旅游资源的开发和利用；可以组织协调相关资源，如场地、设备和专业知识等；可以支持相关培训和教育，支持培养相关人才，例如支持相关院校和学术机构开设培训班、研讨会和讲座等，提升从业人员的技能和专业素养。此外，地方政府还可以加大对民俗文化保护和传承的支持力度，促进民族传统体育文化的传统项目的传承和发展，如支持相关文化活动、文化节庆等，搭建民族传统体育文化旅游资源保护和传承平台。

产业链与合作发展

民族传统体育文化旅游资源在开发和利用过程中有可能会形成完整的产业链条，实现各个环节的合作发展。各个环节的参与者应该共同整合和充分挖掘民族传统体育文化旅游资源。这包括

体育组织、文化机构、旅游运营商、酒店、餐饮企业等各个环节的合作，以及运动员、导游、讲解员等相关人员的参与。民族传统体育文化旅游资源通过与相关产业合作可以实现深度融合。例如与体育器材生产商、纪念品制作商、文化创意产业等进行合作，以推动深度融合和整个产业链的发展。同时，不同领域之间的合作对于民族传统体育文化旅游资源的开发和利用至关重要。例如与学术界、文化界、传媒界等进行合作，可以为民族传统体育文化旅游资源提供专业支持和宣传推广，有利于进一步挖掘旅游产品的文化内涵。此外，建立合作伙伴关系是推动融合发展的关键。通过与当地居民、社区组织、非营利组织等建立合作伙伴关系，共同开展体育文化活动和旅游产品的开发，可以提升当地的旅游满意度和吸引力。

总之，民族传统体育文化旅游资源的开发和利用对地方经济和文化的发展具有重要意义。通过开发和利用民族传统体育文化旅游资源，可以拉动当地经济，创造就业机会，增加旅游收入，提高周边产业的发展水平。开发和利用民族传统体育文化旅游资源可以促进传统文化的传承，增加当地人民对自身传统文化的自豪感。通过民族传统体育文化旅游资源的有效开发和利用，可以实现经济效益和文化价值的双重收益。当然，各地的资源禀赋、产业基础、生态条件等各不相同，走好高质量发展之路，必须坚持因地制宜、善于扬长补短，不断打好民族传统体育文化旅游资源“特色牌”。

(摘自《中国文化报》2024年2月6日)

以文塑旅 以旅彰文 推进文化和旅游深度融合发展

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，二者有着天然联系。习近平总书记指出：“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。”党的二十大报告对繁荣发展文化事业和文化产业作出重要部署，提出“推进文化和旅游深度融合发展”。我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实党的二十大精神，持续推进文化和旅游深度融合发展，促进旅游业高质量发展。

促进文化和旅游优势互补。依托文化资源培育旅游产品、提升旅游品位，有利于让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美，也有助于加大优质旅游产品和服务供给，释放旅游消费潜力，发挥旅游业对推动经济社会发展的重要作用。推进文化和旅游深度融合发展，需要充分发挥文化和旅游各自优势。要充分挖掘和利用丰富多彩的历史文化、红色文化等资源，形成独具魅力的中华文化旅游体验，更好满足国内外游客的精神文化需求。加强文化和旅游业态融合、产品融合、市场融合、服务融合，推动旅游演艺、文化遗产旅游、文化主题酒店、特色节庆展会等提质升级，支持建设集文化创意、旅游休闲等于一体的文化和旅游综合体，促进文化和旅游优势互补，形成发展合力。

提升科技支撑水平。聚焦文化和旅游发展重大战略和现实需求，坚持自主创新，加强关键技术研发和应用，全面提升文化和旅游科技创新能力，有利于推进文化和旅游深度融合发展。要优化科技创新生态，构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的文化和旅游科技创新体系。加快信息化建设，推进文化和旅游数字化、网络化、智能化发展，推动 5G、人工智能、物联网、大数据、云计算、北斗导航等在文化和旅游领域应用。增强装备技术供给能力，强化新技术、新材料在文化和旅游装备制造中的应用，大力发展演艺、公共文化、游乐游艺、旅游新业态等领域相关装备制造业，推进产业融合、集群发展。推动文化和旅游领域科技研发和成果转化，实施一批科技创新重点项目，推动国家重点研发计划中的文化和旅游相关项目实施。

加强国际交流与合作。当前，推进文化和旅游深度融合发展已成为一种趋势，不同国家和地区在这方面都进行了有益探索。我们要加强国际交流与合作，借鉴吸收其他国家和地区的成功经验，并向国际社会积极推介我国推进文化和旅游深度融合发展形成的产品和服务，提升我国文化软实力。可依托二十国集团、金砖国家、上合组织等多边合作机制，增进文化和旅游国际交流。高质量推进“一带一路”文化和旅游发展，深化项目合作。加强与联合国教科文组织、世界旅游组织的合作，深度参与国际文化和旅游规则制定。同时，办好中国文化年（节）、旅游年（节），持续提升“相约北京”国际艺术节、中国上海国际艺术节等文化活动的国际影响力。推动各地发挥地缘、人缘优势，依托友好城市等平台，加强城市间文化和旅游交流合作。推出一批历史古迹保护修复、联合考古、展览合作示范项目，打造文物外展精品。

（摘自《人民日报》2024 年 2 月 6 日）

担当文化新使命 推动文化事业高质量发展

推动文化事业走高质量发展道路不仅仅是党中央的要求，也是建设社会主义文化强国，不断提升中华民族文化软实力的需要。在 2023 年全国宣传思想文化工作会议上，习近平总书记明确提出“着力推动文化事业和文化产业繁荣发展”的目标要求，为进一步推动我国文化事业高质量发展指明了新的方向。

继承发展优秀传统文化。在文化领域，首要的任务就是传承好、发展好优秀传统文化，完成“创造性转化、创新性发展”的任务。一是重新诠释优秀传统文化的价值内涵。对思想精神、道德伦理、制度体系、文化艺术、科学技术、民俗习惯、器物载体等层面的传统文化系统全面地加以考察，厘清其发展脉络，淬炼其精神内核，找到具有时代价值、促进人们发展进步、长期发挥正能量的优秀传统文化，使其发扬光大。二是凝练精神。要在中华民族中不断凝练出具有代表性、先进性的精神内核和文化标识，揭示其中蕴含着的智慧神韵、理念规范、胸怀气度，让优秀传统文化在新的实践中大放异彩，让深厚的人文力量、浓烈的道德力量滋养人心。三是保护好文化遗产。要注重文化遗产的保护，以常态化、专业化、系统化的方式开展文化遗产保护工作，积极发

挥数字信息技术在保护文化古迹方面的独特作用，让文化古迹“永不消失”。尤其是要处理好市场与文化之间的关系，既要避免被市场牵着鼻子走又要积极创造文化遗产的市场收益，把正确的文化观、生态观与正确的政绩观、经济观结合起来，在系统保护文化遗产的同时充分挖掘其文化价值和经济价值，让文化遗产为促进经济增长提供动力。四是加大宣传力度。弘扬优秀传统文化首先就要靠宣传，通过各种显性和隐性的宣传方式，让广大群众认同、接受、践行优秀传统文化。

加强基层文化建设。一是牢固树立服务群众的理念。坚持重心下移，积极推进各类文化惠民措施、注重基层公益性文化活动，让国家重大文艺项目落地基层。二是夯实基层文化阵地。加大对基层文化设施、设备的投入，对各类文化场馆、体育设施、电视广播机构等投入人力、财力，充分发挥其文化功能。三是发展群众文艺事业。利用自身文化优势，充分开展文化项目培育、文化队伍培养工程。一方面，要按照优化结构、突出专业的要求配好配强基层文化工作队伍，把道德水平高、业务能力强、创新意识浓的人才吸收到管理队伍中来，切实推动基层文化建设工作。另一方面，认真设计基层文化项目，推动实施民间民俗文化“扎下来”与“走出去”并重的发展战略，常态化开展基层文化活动，不断丰富基层群众的精神文化生活。

推动文化事业改革。实施文化改革是推动文化事业进一步发展的重要动力来源，是满足广大百姓精神追求的迫切需要，是完善社会主义现代化治理体系的重要途径。一是进行文化行政管理体制改革。一方面，进一步明确宣传部门的职能职责，对新闻出版、广播电视、电影、文化旅游等工作进行归口管理，理顺内外宣传工作体制、哲学社会科学管理体制、互联网宣传管理体制，大幅提升文化行政管理效能。另一方面，严格按照政企分开、政事分开的原则方法，进一步理顺文化行政管理部门与各文化企事业单位的关系，充分尊重文化企事业单位的法人自主权，深入推进简政放权，实施文化企事业单位市场准入制度以及负面清单制度，不断释放文化企事业单位的改革效能。二是推进国有文化资产管理体制改革。在国有文化资产管理中设置监管机构，充分明确监管机构的职能职责，进一步完善“四管”统一的运行工作机制。三是推进公共文化机构改革。进一步加强图书馆、博物馆、科技馆、文化馆等基础设施建设，把广大群众的需求与科技发展水平结合起来，推动数字化场馆建设，不断提供与时俱进的场馆服务。认真挖掘城市文化，把场馆定位与文化战略特色充分结合起来，积极开发具有代表性的文旅产品，让文化体现出固定化、实物化特征，不断促进文旅产品的设计、开发与量产，带动文旅行业与当地经济的深度融合。四是深化国有文化企业改革。对于综合经营类文化企业改革，应当突出导向性和引领性；对于内容创作类文化企业改革，应当注重打磨内容，彰显内容的原创性和新颖性；对于投资运营类文化企业改革，应当注重企业的前瞻性和战略性。

推进文化产业发展。一是推进文化产业领域的供给侧改革。一方面，突出文化产业的支撑主业，对供给主体给予投入和支持。另一方面，不断推进供给侧结构性改革，切实推进业态创新。以信息技术为依托，推进行业技术发展、升级，用行业技术迭代更新催生行业发展新模式，不断

激活文化资源，丰富文化体验，推动新的文化业态形成。二是培育不同类型的文化市场主体。一方面，积极培育骨干文化企业，支持产业关联度高的不同企业打破地域和行业限制，充分以资本为纽带进行重组、上市，打造文化产业链完整、文化主业突出、文化核心竞争力强的文化企业集团。另一方面，降低资本准入门槛，有序开放文化产业领域，引导社会健康资本主动投资文化产业，让非公企业和各类微小企业享受与国有文化企业同等的待遇，不断提升非公企业和各类微小企业的改革发展积极性。三是构建具有现代性特征的文化市场体系。积极打造文化产品市场和要素市场，积极推进对外文化贸易高质量发展。四是推动产业融合发展。找准结合点，让文化产业源源不断地向其他产业赋能，使得产业联动更加频繁、产业链条更加延展、产业要素更加优化。当前，数字技术在推动产业融合发展方面发挥了重要作用。要不断扩大旅游产品数量，在提升旅游品质上下功夫，注重文化因素在旅游产品中的运用，做到“以文造旅”“用文促旅”，打造旅游文化精品。同时，要不断开发文化的旅游功能，在挖掘文化内核上下功夫，把旅游概念与运作理念运用于文化领域，做到“以旅传文”“用旅显文”，运用旅游思维宣传文化，不断增强文化体验感。

（摘自《光明日报》2024年2月7日）

文化馆应深入挖掘本地历史文化资源推动文旅融合高质量发展——以北京市密云区为例

文化和旅游融合发展的时代已然来临。2019年12月11日，北京市宣布出台《关于推进北京市文化和旅游融合发展的意见》，为北京市密云区走出独具特色的文旅融合发展之路提供了前所未有的机遇。而文化馆作为公共文化服务机构之一，可以通过旅游这一载体加大对文化资源的挖掘、传承和创新，通过深度体验、分享，更好地推动文化和旅游的深度融合与协同发展。

一、深入挖掘历史文化资源助力旅游发展的重要意义

（一）深入挖掘历史文化资源是文旅融合发展的本质要求。旅游与文化密不可分，无论是在旅游的物质基础方面，还是在旅游者的体验中，都不可避免地有着文化的印迹。世界旅游理事会会对旅游者的旅游动机进行的有关调查显示，文化体验已居于首位。因此，文化馆要发挥自己的优势和作用，精准对接旅游中的文化消费需求，深入挖掘历史文化资源，丰富特色产品，不断推动和提升休闲旅游业发展水平。

（二）深入挖掘历史文化资源是提升区域旅游业竞争力的重要举措。历史文化资源既是旅游业的特质资源基础，又是它的精神动力和支撑。密云拥有丰富的旅游资源，且文化底蕴深厚。据不完全统计，以司马台长城文化和古北口古镇文化为品牌的区域旅游每年吸引的游客在数百万人次以上。因此，文化馆应结合密云实际，找准结合点，深入挖掘具有密云特色的文化资源并将其融入休闲旅游中，打造出独具特色的旅游文化品牌，这也将大大增强密云休闲旅游业的竞争力。

（三）深入挖掘历史文化资源是旅游业未来发展的必然选择。密云未来的旅游客源市场主要集中在以北京、天津两大城市为核心的京津城市群。京津城市群是国内经济社会较为发达的区域，而密云建设“绿色国际休闲之都”的发展定位，目标游客是中高端人群。中高端人群不仅拥有较高的经济收入，更拥有较高的文化水平，对文化的需求也更加强烈，这就决定了密云要深入挖掘密云历史文化资源，提供具有密云特色的旅游文化产品，满足游客较高的精神文化生活需求。

二、突出区域特色，深入挖掘密云历史文化资源

（一）深入挖掘密云历史文化。密云历史悠久，具有 4100 年历史的共工城是北京历史上最早的古城。春秋战国时期，密云地区号称“燕国天府”，秦代称“渔阳古郡”。但此前密云对历史文化资源的挖掘还不够深入，比如在共工城的文化挖掘方面，因为其遗址已没于水库之下，所以关注度不高。而“渔阳古郡”这一重要的历史文化品牌也尚处于搁置状态。作为密云区内重要的文化部门，文化馆应担负起深入挖掘密云历史文化的重任，树立起“共工城”“渔阳古郡”等密云历史文化品牌，同时，将密云民间文化与密云的历史底蕴相结合，推出一些常态化的大型文艺演出或是举办一系列的民间文化活动等，使广大游客了解密云的历史文化和风土人情，有助于让广大游客真正熟悉密云，真情感受密云。

（二）深入挖掘密云长城文化。密云段明长城全长 207 公里，占北京市的 1/3。目前，密云区拥有司马台、蟠龙山等五个对外开放的长城文化景区，但知名度还不太高，究其原因还是对长城历史文化挖掘不够。因此，文化馆要通过收集整理长城相关的历史和民间传说故事开展文艺创作，包括通过制作相关影像产品、专题片等方式，深入挖掘密云段明长城的历史文化，使密云成为广大游客游览长城的首选之地。

（三）深入挖掘密云红色文化。密云是一片红色的沃土，涌现出了白乙化、王波、沈爽等民族英雄。目前，密云区已经建立了白乙化纪念馆、长城抗战纪念馆等多处红色纪念馆、展览馆等，但还没有形成一条成熟的红色旅游线路，需要文化馆联合相关部门深入挖掘密云红色旅游文化，对内凝聚人心，对外树立密云良好形象，赢得广大游客对密云的真情支持，使密云成为北京的红色旅游基地。

三、统筹规划，精心运作，打造密云文化和旅游品牌

（一）深入挖掘、突出特色，统一规范密云旅游文化内涵。旅游文化建设内容多、范围广，需要多部门共同参与，是一项长期艰巨复杂的系统工程，必须进行顶层设计、统筹规划、有效推进。文化和旅游部门要对密云区旅游文化建设规划进行研究，建立有效的领导体制和工作机制。同时研究推出最具代表性的密云旅游文化符号，比如编写“密云旅游文化丛书”，全面、准确、生动地阐释密云的旅游文化，作为打造密云旅游文化产品、塑造密云旅游文化品牌的依据。

（二）精心设计，打造高品质密云特色旅游文化产品。一是将密云文化注入旅游产品，提升密云旅游产品的文化底蕴，使游客在吃、住、行、游、购、娱各种旅游产品中都能感受到密云文化。二是组织创作具有密云特色的高水平文学艺术作品。文化馆要充分利用自身优势，整理、编

创一批深受群众喜爱的文艺及民间文学作品等，使之成为密云文旅融合发展的一个新亮点。三是精心设计特色文化旅游线路、区域。发挥文化馆在全区引领文化发展的核心作用，将特色文艺演出中的节目创编与密云区各镇域资源相结合，构建山水文化、农耕文化、民俗文化等特色旅游线路，最终形成合力，使密云成为全域文化休闲旅游区。

文化馆作为现代公共文化服务体系的重要力量，是文化和旅游融合发展的重要载体，因此，文化馆推动文化与旅游的融合发展，对于旅游的转型升级和实现中华优秀传统文化传承都有非常重要的意义，一方面，文化可以为旅游提供强大的吸引力；另一方面，旅游可以为文化传播提供广阔的舞台。二者的互动有助于实现经济、文化和社会的可持续发展。

（摘自《中国文化报》2024年2月29日）

促进经济和文化共同繁荣（人民要论）

文化很发达的地方，经济照样走在前面。深入研究其中的人文经济学，对于推动文化与经济在相互有效转化中实现共同繁荣、促进物质文明和精神文明相协调具有重要意义。

习近平总书记指出：“文化很发达的地方，经济照样走在前面。可以研究一下这里面的人文经济学。”人文经济的繁荣发展，是文化与经济相互交融、相互促进、相得益彰的生动实践。以江苏苏州、浙江杭州为代表的一些地方经济发达、文化繁荣，成为人文经济学的实践样本。深入研究其中的人文经济学，对于推动文化与经济在相互有效转化中实现共同繁荣、促进物质文明和精神文明相协调具有重要意义。

中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化

党的二十大报告提出：“物质富足、精神富有是社会主义现代化的根本要求。物质贫困不是社会主义，精神贫乏也不是社会主义。”中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化，是物质文明和精神文明均衡发展、相互促进，两个文明比翼双飞的发展过程。其中一个重要目标就是在不断提高国家经济实力、人民生活水平的同时，不断丰富人民的精神世界、提高全社会文明程度、促进人的全面发展。

物质文明和精神文明是人类认识世界、改造世界全部成果的总括和结晶。物质文明对精神文明具有决定性作用，为精神文明建设提供必要的物质前提和条件。正如马克思在《〈政治经济学批判〉序言》中指出的：“物质生活的生产方式制约着整个社会生活、政治生活和精神生活的过程。不是人们的意识决定人们的存在，相反，是他们的社会存在决定人们的意识。”精神文明对物质文明建设具有巨大推动作用。精神文明程度的提升，包括人的思想观念、思维方式等方面的现代化，既是现代化的一个重要目标，也是现代化的一个重要手段，能够为物质文明建设提供动力和支撑。恩格斯指出：“物质存在方式虽然是始因，但是这并不排斥思想领域也反过来对物质存在方式起作用”。物质文明和精神文明紧密联系、互相影响、互为条件，统一于人的实践活动。

很难设想一个国家或地区在经济上实现现代化后还是文化的沙漠，也不能设想一个物质上十分富有但精神上很空虚的人能够实现全面发展。

作为物质文明和精神文明相协调的现代化，中国式现代化不仅要在经济上实现质的有效提升和量的合理增长，而且要围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国，促进物的全面丰富和人的全面发展。加强精神文明建设、丰富人民精神世界，必须坚定文化自信。中华文明源远流长，五千多年的悠久文明史形成了深厚文化底蕴和历史积淀。我们完全有条件在推动经济高质量发展的同时，大力发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，同时借鉴吸收人类一切优秀文明成果，不断增强实现中华民族伟大复兴的精神力量，促进人的全面发展。

发挥文化对经济高质量发展的支撑作用

从苏州、杭州等地方的实践来看，文化促进经济发展主要体现在通过道德观、价值观等方面的长期涵养，实现以文化人，夯实经济繁荣发展的文化支撑。中国式现代化是亿万人民自己的事业，人民是中国式现代化的主体。在推进中国式现代化进程中，全面贯彻习近平文化思想，广泛践行社会主义核心价值观，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论等，不仅能够促进人的现代化，也能够通过以文化人激发全民族创新创造活力，汇集全体人民的智慧和力量，推动中国式现代化不断向前发展。

加强公民道德建设。道德的力量是无穷的。加强全社会的思想道德建设，对于形成向上的力量、向善的力量具有重要意义。从我国历史看，中华传统美德是中华文化的精髓，蕴含着丰富的思想道德资源，支撑着中华民族生生不息、薪火相传。比如，苏州、杭州的繁荣发展离不开崇文、尊师、重教等方面的文化传统。这种文化传统不仅提高了人的精神文明程度，而且促进了经济发展所需要的人力资本积累，今天依然为我们推进改革开放和社会主义现代化建设提供着强大精神力量。党的二十大报告提出“提高全社会文明程度”并作出具体部署，内容包括实施公民道德建设工程，弘扬中华传统美德，加强家庭家教家风建设，推动明大德、守公德、严私德，提高人民道德水准和文明素养，等等。不断激发全社会向上向善的正能量，就能为中国式现代化提供不竭的精神力量。

弘扬承担社会责任的企业家文化。企业营销无国界，企业家有祖国。比如，一些企业家在兴办实业的同时，还积极兴办教育、医疗、社会公益事业，帮助群众，造福乡梓，成为我国民族企业家的楷模。企业家文化不仅包括创新文化，也包括社会责任文化。在推进中国式现代化进程中，需要弘扬这种勇于承担社会责任的企业家文化，培育具有家国情怀的企业家，把企业发展同国家繁荣、民族兴盛、人民幸福紧密结合在一起，主动为国担当、为国分忧；培育勇担社会责任的企业家，把社会作为施展才华的舞台，真诚回报社会、投身各类公益事业；培育诚信守法的企业家，让他们成为诚信守法的表率，促进全社会道德素质和文明程度提升。

构建相互信任的营商环境。契约精神、守约观念是现代经济活动的重要意识规范，也是信用经济的重要要求。社会主义市场经济是信用经济，相互信任是不可多得的社会资本。弘扬诚信文化、打造相互信任的营商环境有利于提高合同规范实施效率、维护市场秩序，从而降低交易成本。构建相互信任的营商环境不可能一蹴而就，离不开长期文化积淀所形成的社会共同遵从的道德规范。要加强诚信文化建设，大力弘扬社会主义核心价值观，引导行业协会商会加强诚信自律，支持新闻媒体开展诚信宣传和舆论监督，鼓励社会公众积极参与诚信建设活动，推动形成崇尚诚信、践行诚信的良好风尚。

促进人的观念的现代化。现代化的本质是人的现代化，其中一个重要方面是人的观念的现代化。这是人的思想理念、心理状态、思维方式等从传统向现代转化，形成符合时代要求、与现代化发展相适应的思想观念的过程。中国式现代化是中华民族的旧邦新命，既传承历史文化，又融合现代文明。中华民族之所以能够在很长的历史时期内作为最繁荣最强大的文明体屹立于世，一个重要原因就在于中华文明具有突出的创新性。推进中国式现代化，需要在守正的基础上勇于创新，冲破传统思想观念的束缚，完整准确全面贯彻新发展理念，鼓励广大干部群众在前沿一线、未知领域大胆探索，寻求有效解决新矛盾新问题的思路 and 办法，以改革创新推动事业发展。

增强经济发展对文化繁荣的基础作用

经济是基础，物质文明对精神文明起着决定性作用。从苏州、杭州等地方的实践来看，经济对文化发展的基础性作用是不可或缺的。新时代新征程，要把我国经济高质量发展成果不断转化为文化繁荣发展的动力，在保持中华优秀传统文化优势的基础上，推动文化传承发展、社会主义文化强国建设迈出坚实步伐，促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一，增强人民群众文化获得感、幸福感。

扩大优质文化供给。顺应我国社会主要矛盾的历史性变化，满足人民日益增长的美好生活需要，促进人的全面发展，必须扩大优质文化供给，让人民享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活。这包括完善公共文化设施网络，提升公共文化设施互联互通水平；健全现代公共文化服务体系，创新实施文化惠民工程；坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品；等等。通过源源不断提供满足不同文化消费需求的丰富多彩的优秀作品，增强广大人民群众的文化认同和文化自信，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。

繁荣发展文化产业。党的二十大报告提出：“繁荣发展文化事业和文化产业。”在发展文化事业的同时发展壮大文化产业，有利于充分发挥文化在激活发展动能、提升发展品质、促进经济结构优化升级中的重要作用。要坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，把扩大内需与深化供给侧结构性改革结合起来，完善产业规划和政策，强化创新驱动，实施数字化战略，推进产业基础高级化、产业链现代化，促进文化产业持续健康发展。

统筹推进教育、科技、人才发展。习近平总书记指出：“教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。”科技是第一生产力，人才是第一资源，创新是第一动

力。推动文化繁荣发展，离不开教育、科技、人才共同发挥作用。马克思指出：“从整个社会来说，创造可以自由支配的时间，也就是创造产生科学、艺术等等的时间。”科技创新不仅能够促进技术进步和经济发展，也能促进文化传承和创新。教育不仅能够传播历史文化知识，也能够传播科学技术知识。要顺应新一轮科技革命和产业变革趋势，完善服务全民终身学习的教育体系，鼓励和引导劳动者养成终身学习的良好习惯，强化终身学习的内生动力，不断更新自身知识结构，努力成为全面发展的人。

（摘自《人民日报》2024年3月5日）

责任编辑：田儒会

组稿：周文婷

本期摘编：贵阳市图书馆

校 对：杨家铃 周文婷

排版打印：咨询辅导部
