

公共文化信息

2025 年第 2 期 总第 13 期

贵阳市图书馆咨询辅导部编

2025 年 6 月 25 日

要 目

政策制度

- 数字中文建设在行动
- 构建农文旅融合的现代乡村产业体系

公共文化动态

- 村歌会是下一个“村”字号文旅 IP 吗
- 线上“游”万村！“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台上线

公共文化建设热点

- 来这里漫步吧，腔调足！——上海深化文化体制机制改革观察
- 面向“十五五”：加快培育旅游业发展新动能

理论研究

- 迈向智能阅读时代：新形式、新基建与新服务
- 推进地域文化与旅游深度融合发展

政策制度

数字中文建设在行动

为落实《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》，教育部、国家语委、中央网信办近日共同印发《关于加强数字中文建设 推进语言文字信息化发展的意见》（以下简称《意见》），部署应用关键新技术，构建资源数据新体系，实施赋能全局新行动，全力服务教育强国、科技强国和文化强国建设。

3 月 31 日，教育部召开新闻发布会，介绍推进语言文字信息化发展情况。

明确两步发展阶段

《意见》提出，加强数字中文建设的理念、政策、行动和项目，将数字中文建设作为服务数字中国建设的重要任务和全面推进语言文字信息化发展的突出重点，全方位释放语言文字在经济社会发展中的数据要素价值，着力推进中文数字化与数据中文化，着力推进创新应用与规范安全，着力推进新型中文服务体系构建与语言文字治理体系完善。

《意见》明确两步发展阶段：第一步到 2027 年，是以数字中文建设为重点的强基示范阶段，形成语言文字信息化推进机制，推动语言文字信息化规范标准、前沿语言技术、优质语言资源、新型语言服务等基础支撑能力显著增强；第二步面向 2035 年，是全面推进语言文字信息化发展的深化赋能阶段，推动承载中华文化的中文在全球数字空间、网络空间以及生成式人工智能等关键场景中的使用占比和价值引领作用显著提高，实现我国语言文字信息化整体水平位居世界前列。

教育部语言文字信息管理司司长刘培俊介绍，重点加强数字中文建设主要有以下考虑：一是中文使命任务重大——今后一个时期，中文服务数字中国建设，加大国家通用语言文字推广力度，深化中华优秀传统文化传承，增进语言文明国际交流互鉴等多项重大任务，更加需要中文数字化赋能。二是中文文化内涵丰富——中文承载着中华民族数千年的文明智慧，是中国贡献给世界的重要公共文化产品，更加需要中文数字化传播。三是中文使用范围广泛——中文是世界上使用人数最多的语言，是联合国六种工作语言之一，190 多个国家和地区开展中文教学，85 个国家将中文纳入国家的教育体系，更加需要中文数字化学习。四是中文数据价值突出——大规模、高质量的中文数据有利于推动中国特色大语言模型创新发展，更加需要中文数字化支撑。

从“信息载体”向“生产要素”转型

当前，大语言模型技术对大规模高质量语料提出前所未有的需求，赋予了数据中文化新的历史内涵和使命任务。北京大学王选计算机研究所所长汤帜认为，加强数字中文建设将从三个维度推动中文信息处理技术发展进入新阶段。

一是从重要资源转化为数据要素价值。语言文字将从“静态符号”向“动态数字资产”、从“信息载体”向“生产要素”转型，要重点推动语料库、数据标注与评价等标准的研制，支持文本生成与理解、语言翻译、情感分析等。

二是从广泛存在聚焦到关键领域应用。语言文字“日学而不察、日用而不觉”，广泛存在于社会生产各个方面。新形势下，语言文字将实现从符号存储到智能建模的质变，要聚焦关键垂直领域建设语料基础设施，构建支持大模型训练的高质量中文数据集。

三是从基础支撑提高到赋能全局发展。语言文字信息处理技术创新应用正经历从“GB2312 字符集”到“万亿参数大语言模型”的范式变革。语言文字将实现与信息技术的深度融合，要形成“技术突破一场景落地一生态繁荣”的良性循环，打造数字化引领品牌，有力服务教育发展、助力科技创新、赋能文化遗产、推动产业升级、促进社会进步。

建设高质量的语言文化语料资源

语料库是加强数字中文建设、推进语言文字信息化发展、推动语言文字高质量发展的基础支撑，也是经济社会信息化建设、数字化赋能和智能化发展的基础要素。

然而当前，在语言的教育教学和研究领域，虽然有多个语料库，但很多语料库还处于单一文本模式和领域应用阶段，在建设的理念、技术和方法、规模，以及数据多样性、时效性尤其是与人工智能相结合的大规模应用方面还存在不足，难以满足多元化、动态化尤其是智能化的语言数据需求。

对此，《意见》提出，到2027年初步建成国家关键语料库。刘培俊介绍，启动实施国家关键领域语料库建设计划，在关键学科、重点行业、战略区域、民生期待和社会急需领域，分批建设规范、安全、优质的国家关键语料库。目前，教育部、国家语委已经支持建设了30余项关键领域的语料库。

据介绍，国家关键领域语料库建设立足人工智能时代大背景，突破传统语料库单一文本模式和领域应用壁垒，以大模型训练及性能评测、智能计算为核心，以新质态、多模态、多语言、大规模、全域性为突出特性，为通用领域和细分领域多场景应用及创新发展提供规范、可信、高质量的语言文化语料资源。

（摘自《光明日报》2025年4月1日）

构建农文旅融合的现代乡村产业体系

近日，中共中央、国务院印发《加快建设农业强国规划（2024—2035年）》（简称《规划》），《规划》中多项内容与文化、旅游工作息息相关，引发从业者、专家学者热议。

以文旅力量推动乡村全面振兴

“《规划》高频强调‘全面’，从乡村规划和文化保护角度看，其实是强调乡村的整体性与系统性。村落不单是物质空间，它是自然、社会、文化及生产生活方式的整体，我们需要从整体和系统角度对乡村进行再认识。”云南民族大学环境设计专业负责人、云南省非物质文化遗产保护专家施宇峰说，这要求在推动乡村文化、旅游发展时转变以往规划方式，更加关注人与文化的整体关系，调动群众积极参与乡村文化长效建设，以人为核心建设活态乡村文化。

保护好、利用好、传承好乡村文化是文旅融合的重要前提，农文旅深度融合发展是显著提升农产品附加值、提高旅游体验质量、促进文化价值释放的重要手段。北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建认为，《规划》提出深度开发乡村特色文化，推动中华优秀传统文化赋能农业品牌建设等具体举措对乡村发展具有重要指导意义。在近些年乡村旅游发展过程中，出现了民宿、村咖、村歌等不少有吸引力的新业态、新产品，持续吸引年轻消费客群，显著提升了乡村旅游市场的活力。

挖掘乡村多元价值

《规划》提出，依托农业农村特色资源，开发农业多种功能，挖掘乡村多元价值，加快构建粮经饲统筹、农林牧渔并举、产加销贯通、农文旅融合的现代乡村产业体系，把农业建成现代化大产业。

走出民宿，一望无际的稻田生长着春的希望，山歌唱响稻田音乐会的前奏，朴素的农民登上T台成为稻田风采秀的主角……在广西壮族自治区崇左市大新县堪圩乡的明仕那里田园社区，青山秀水与淳朴村落的交相辉映，描绘出了广大游客心目中的“向往生活”。农文旅融合是文旅产业发展壮大的重要抓手，是拉动经济发展的重要动力，明仕那里田园社区就是广西推动农文旅融合发展的一个生动案例。

“我们倡导‘一食一宿，皆有态度’的理念，融合在地‘那文化（稻作文化）’，将社区打造成集品质客房、特色餐饮、户外田园度假体验、乡村露营、乡村寻根体验、社区文创体验等不同产品业态的聚合性田园社区，通过展示壮乡多姿多彩的田园生活，让游客走进生态稻田，重温‘乡愁记忆’，推动当地实现守住‘好风景’，吃上‘旅游饭’，走上‘致富路’的目标。”运营明仕那里田园社区的广西大美大新旅游有限公司执行总经理喻瑜说。

清明前后，福建南平浦城县数万亩再生稻进入春耕插秧期，田间地头生机勃勃。春耕前这里是花的海洋，万亩花田成“网红打卡地”。浦城县农文旅融合示范带全长17.5公里，规划面积46平方公里，覆盖莲塘镇山桥村、仙阳镇阳墩村等7个村，利用乡村景观和稻田风光，打造一条集农业生产、科普研学、休闲观光等为一体的乡村振兴示范带。浦城县仙阳镇党委书记余向晖介绍，仙阳镇历史悠久，有着璀璨丰厚的历史文化，下一步将保护活化利用好猫耳弄商代古龙窑、管九西周土墩墓等历史文化资源，深化农文旅融合，赋能乡村全面振兴。

培育乡村新产业新业态

《规划》提出，要大力培育乡村新产业新业态，推动农业与旅游、教育、康养等产业深度融合，丰富休闲农业和乡村旅游产品。

在云南省临沧市耿马傣族佤族自治县孟定镇芒团组，一片片柔韧洁白的构树皮经过 11 道工序的匠心淬炼，化作享誉千年的芒团白棉纸。这项始于傣族先民的传统技艺，如今正通过“家门口务工车间”的创新实践，让非遗在新时代绽放异彩，为当地群众铺就了一条“不离乡土、不离家庭”的就业增收路。截至目前，芒团已建成造纸作坊 63 个，带动周边 63 户家庭实现稳定就业，户均年增收达 2 万元。

白棉纸产业带来的不仅是经济收益，更激活了乡村振兴的“一池春水”。在芒团，造纸收入占村民总收入的 65%，集体经济年收入突破 10 万元。村里修建了污水处理系统，改造了特色民居，建起非遗体验馆。产业兴旺还催生了“纸旅融合”新业态，沿着芒团造纸文化长廊，游客可以体验古法造纸、制作傣纸灯笼。2024 年芒团接待游客 4.2 万人次，旅游收入达 310 万元。“一张白棉纸，不仅承载着文化遗产的使命，更编织着边疆群众的致富梦，我们要让传统技艺成为共同富裕的金钥匙，让每个怀揣乡愁的人都能在家门口找到‘诗和远方’。”临沧市耿马县孟定镇遮哈社区党总支书记金跃明说。

河北省保定市曲阳县是中国雕刻之乡、定瓷艺术发祥地，当地依托“雕刻、定瓷、古北岳”三大文化名片，大力实施文化领跑，创新“文化+”发展模式，走出了一条文化产业赋能乡村振兴的“曲阳路径”，该县先后入选国家级非遗助力乡村振兴试点县、第二批文化产业赋能乡村振兴试点等。曲阳县文化广电和旅游局局长刘斌介绍，为更好促进雕刻、定瓷文化产业的快速发展，当地出台了《雕塑文化产业振兴规划》《关于推动雕塑产业、定瓷产业创新发展的意见》等政策，孕育了 2300 余家雕刻企业、200 余家定瓷企业，产品远销全球 110 多个国家和地区，探索出一条“文化领航、以文兴业”的特色路径。此外，曲阳还积极创新，在非遗传传承人的带动下，建立雕刻、定瓷、泥塑类非遗工坊 222 所，直接带动 1.6 万人稳定就业。

（摘自《中国文化报》2025 年 4 月 10 日）

《西藏自治区文化旅游产业发展规划（2025-2035 年）》解读

一、规划出台背景和意义

近年来，习近平总书记就文化和旅游工作作出系列重要论述，党中央、国务院出台多项政策文件支持文化和旅游发展。2024 年 5 月，习近平总书记对旅游工作作出重要指示，强调“新时代新征程，旅游发展面临新机遇新挑战。要以新时代中国特色社会主义思想为指导，完整准确全面贯彻新发展理念，坚持守正创新、提质增效、融合发展，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全，着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国，让旅游业更好

服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。各地区各部门要切实增强工作责任感使命感，分工协作、狠抓落实，推动旅游业高质量发展行稳致远。”

自治区党委、政府高度重视文化旅游产业发展，把文化旅游作为事关西藏长治久安的大事要事来抓，2024年10月，召开全区文化旅游产业发展大会，制定出台《中共西藏自治区委员会 西藏自治区人民政府关于推进文化旅游产业高质量发展的意见》。为贯彻落实国家、自治区相关工作要求，着力破解“文化旅游发展存在的重点难点问题，奋力建成文化强区和旅游强区，为全面建设社会主义现代化作出新的更大贡献，经过各方面共同努力，自治区文化和旅游厅组织编制完成了《西藏自治区文化旅游产业发展规划（2025-2035年）》（以下简称“《规划》”）。

《规划》围绕新时代党的治藏方略，聚焦“四件大事”聚力“四个创建”，提出将文化旅游产业打造成为“铸牢中华民族共同体意识的民族团结产业”“全区经济社会发展的重要支柱产业”“践行新发展理念的绿色产业”“固边兴边富民的幸福产业”的发展定位，是未来十年我区文化旅游产业高质量发展的指导性文件。

二、制定依据及过程

《规划》在编制过程中，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平文化思想，特别是习近平总书记关于旅游发展的重要论述，认真贯彻习近平总书记关于西藏工作的重要指示和新时代党的治藏方略，贯彻全国旅游发展大会精神，贯彻自治区第十次党代会和区党委十届历次全会精神。依照国家、自治区相关法律法规和《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二〇三五年远景目标纲要》《西藏自治区国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》《西藏自治区主体功能区规划》《西藏自治区国土空间规划（2021-2025年）》等重点规划进行产业发展布局，确保内容与国家大政方针和相关规划保持一致。

《规划》编制自2024年初开展启动，期间，自治区文化和旅游厅两次前往文化和旅游部汇报《规划》编制情况，由文化和旅游部资源开发司和产业司分别主持召开了《规划》衔接推进会和专家意见咨询会。同时，充分征求了自治区文化旅游产业专项组各成员单位、重点文旅企业以及区内外相关专家的意见建议。自治区主要领导对《规划》作出了批示。目前，根据各方反馈意见，经过认真研究，反复讨论，反复修改完善，开展合法性审查，形成了《规划》送审稿报自治区人民政府审定批准印发。

三、主要内容

《规划》一共有9章。

（一）第一章总体要求。重点明确了《规划》指导思想、基本原则、发展定位、空间布局和发展目标，为下一步文化旅游产业发展指明了方向。第一阶段：到2027年，文化强区和旅游强区发展框架初步建成，实现文化产业产值达到200亿元，旅游总花费突破1000亿元，产业布局更加合理，产业结构不断优化，产业效益不断提升。第二阶段：到2030年，文化强区和旅游强区建设

基本建成，实现文化产业产值突破 300 亿元，旅游总花费突破 1300 亿元，文化和旅游创新融合发展能力显著提升，文化旅游产业效益持续增强，产业链现代化水平明显提高，产品供给更加丰富多元，市场主体成长强劲。第三阶段：到 2035 年，实现文化产业产值突破 500 亿元，旅游总花费突破 2000 亿元，全区文化旅游产业综合效益全面释放，文化旅游产业整体实力和竞争力大幅提升，形成现代化文化旅游产业体系。

（二）第二章创新发展思路，推动重点领域实现新突破。从实施文化精品建设、精品景区建设、旅游名县建设、精品线路建设工程四个方面提出以点促线、以线串点、以线带面，促进全域发展的工作思路。

（三）第三章彰显区域特色，推动文化旅游创新发展。按照“一核引领、三廊带动、六区协同、全域发展”的文化旅游产业空间新格局，重点就建设拉萨国际文化旅游城市、林芝国际生态文化旅游区、珠峰文化旅游区、象雄文化旅游区、雅砻文化旅游区、康巴文化旅游区、羌塘文化旅游区进行了详细规划。

（四）第四章创新产品供给，满足多元化文旅消费需求。立足西藏文化旅游“产品体验待提升、产品效益待提高、产业效益待突破”等关键问题，提出创新西藏特色文化产品、高原旅游产品和文化旅游融合产品等三类产品，并就各类产品的开发策略和开发项目提出具体指引。

（五）第五章健全支撑体系，夯实文化旅游产业发展基础。立足西藏文化旅游产业发展实际和潜力，从完善交通基础设施体系、完善公共文化服务体系、完善旅游要素体系、提升服务保障体系、积极培育和发展新质生产力五个方面，提出西藏文化旅游产业高质量发展支撑体系。

（六）第六章创新发展机制 推进文化与相关产业融合发展。从推进文化和旅游深度融合，推进与第一、二、三产业深度融合，促进文化和旅游消费，推进重大项目建设四个方面提出文化与旅游，文化旅游与相关产业融合发展举措。

（七）第七章创新理念方法，提升文化旅游市场竞争力。从构建“1+N”文化旅游品牌体系、培育壮大文化旅游市场、形成跨领域跨介质宣传联动格局三个层面，提出增强文化旅游产业市场竞争力的具体措施。

（八）第八章保障措施。从加强组织领导、创新管理机制、强化政策保障、优化金融服务、提升人才支撑、实行动态评估六个方面，重点保障文化旅游产业高质量发展。

（九）第九章环境影响评价。主要是按照规划环境影响评价相关要求，提出加强环境保护的相关措施。

四、核心举措

（一）《规划》突出重点、以点带面，提出点线型旅游向板块型旅游转变重点发展思路。结合我区资源禀赋条件，文化产业方面提出了创建国家级文化产业园区、国家级文化生态保护区、“数智布达拉”文旅融合创新示范区、高原影视产业基地、高原音乐采风基地、高原艺术写生基地等文化精品建设；旅游产业方面提出创建布达拉宫、珠穆朗玛峰、雅鲁藏布大峡谷、冈仁波齐—

玛旁雍错、古格文化公园等 5 个世界级景区，纳木错、西藏博物馆、萨迦古城、江孜古城、吉隆国门、羊卓雍错、玉麦自然人文、墨脱、南伊沟、千年古盐田、边坝三色湖、当惹雍错等 12 个 5A 级景区，4 个国家级旅游度假区和一批旅游名县、旅游名镇等重点任务。以点促线，打造唐蕃古道、茶马古道、国之大道 G219 三条文化旅游走廊，南北两条横跨西藏东西全境的文物主题游径、东西南北四条跨地（市）旅游大环线，四条精品非遗旅游线路和七条各地（市）文化旅游环线，以线带面，抓牢关键行动，促进全区文化旅游产业高质量发展。

（二）《规划》坚持特色是本，提出打造独具特色的文旅产品。聚焦文旅产品开发与市场需求还不适应的突出问题，从创新西藏特色文化产品、创新高原旅游产品和创新文化旅游融合产品三个方面提出：创新发展传统美术和技艺非遗产品、艺术演艺产品市场化发展、节庆会展产品品牌化发展、公共文化产品高品质发展、培育发展出版影视产品、自然生态观光产品提档升级、乡村休闲旅游产品提质增效、高原康体瘦身产品创新突破、边境旅游产品融合提升、专项旅游产品积极发展、培育提升夜间文化旅游产品、大力发展红色文化旅游产品、做大做强赛事文化旅游产品、规范发展旅拍文化旅游产品、积极培育数智文化旅游产品等 15 项特色产品的开发策略和具体项目指引。

（摘自《西藏自治区文化和旅游厅》2025 年 5 月 12 日）

中央网信办等四部门印发《2025 年数字乡村发展工作要点》

近日，中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部联合印发《2025 年数字乡村发展工作要点》（以下简称《工作要点》）。《工作要点》要求，深入贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和重要指示精神，全面贯彻落实党的二十届三中全会精神和中央经济工作会议、中央农村工作会议精神，按照《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》的部署要求，深入实施《数字乡村发展战略纲要》，坚持学习运用“千万工程”经验，坚持发挥信息化驱动引领作用，锚定强农惠农富农任务目标，着力推动农业增效益、农村增活力、农民增收入，为加快建设网络强国、推进乡村全面振兴提供坚实支撑。

《工作要点》明确了工作目标：到 2025 年底，数字乡村发展“十四五”圆满收官。数字技术在确保国家粮食安全、确保不发生规模性返贫致贫中的作用更加彰显。全国行政村 5G 通达率超过 90%，农村地区互联网普及率稳步提升，农业生产信息化率进一步提升，农产品网络零售额持续稳定增长，乡村数字治理效能、信息服务水平不断增强，数字技术加速推动城乡差距缩小、促进城乡融合发展。

《工作要点》部署了 9 个方面 26 项重点任务。一是夯实数字乡村发展基础。包括进一步完善农村网络基础设施、加快农村基础设施数智化改造、有序推进涉农数据资源集成共享。二是有力支撑守牢“两条底线”。包括完善粮食安全数字化支撑保障、强化防止返贫致贫网络帮扶举措。

三是加快推进智慧农业发展。包括促进智慧农业技术装备创新应用、提升农业全产业链数字化水平。四是壮大乡村新产业新业态。包括推动农村电商高质量发展、因地制宜推动农文旅融合发展、运用数字技术促进农民就业增收。五是繁荣发展乡村数字文化。包括推进乡村文化文物资源数字化、加大乡村公共文化服务数字化供给。六是提升乡村数字治理效能。包括持续推进农村“三务”信息化建设、提升农村社会治理数字化水平、增强农村智慧应急管理能力。七是深化乡村数字普惠服务。包括持续提升乡村教育数字化水平、持续推进乡村数字健康发展、持续深化农村数字普惠金融服务、强化农村特殊人群信息服务保障。八是推进智慧美丽乡村建设。包括深化农村人居环境整治数字化应用、提升农村生态环境保护监管效能。九是统筹推进数字乡村建设。包括加强数字乡村跨部门跨层级协同联动、实施数字乡村强农惠农富农专项行动、完善数字乡村多元化投入保障机制、多措并举培育壮大数字乡村人才队伍、营造数字乡村发展良好环境。

(摘自《新华网》2025年5月13日)

六项文化和旅游行业标准发布

近日，文化行业标准《互联网上网服务营业场所云服务平台通用技术要求》《电竞酒店 电子竞技经营服务要求》、旅游行业标准《旅游景区在线信息要求》《在线旅游平台住宿预订服务规范》《旅游服务质量大数据评价指标》《无障碍旅游从业人员培训指南》经文化和旅游部批准发布。上述标准自2025年8月19日起实施。

《互联网上网服务营业场所云服务平台通用技术要求》规定了互联网上网服务营业场所云服务平台建设的基本原则、体系结构、元数据、平台基本功能、平台性能和平台安全的要求，适用于互联网上网服务营业场所云服务平台的设计、开发、实施和维护。

《电竞酒店 电子竞技经营服务要求》规定了电竞酒店经营服务的总则、服务设备设施、服务内容、人员、安全管理要求以及服务质量评价机制，适用于电竞酒店的电子竞技经营服务。

《旅游景区在线信息要求》规定了旅游景区在线信息服务过程中的在线信息内容、信息收集要求、信息处理与保存要求、信息使用要求及个人信息保护要求，适用于旅游景区和第三方对在线信息的展示、披露、安全管理和信息保护等。

《在线旅游平台住宿预订服务规范》规定了在线旅游平台住宿预订服务的总体要求、服务内容、服务保障和改进要求以及证实方法，适用于为旅游者提供在线住宿预订服务的平台经营者和平台内经营者，通过自建网站、其他网络服务提供在线住宿预订服务的经营者可参照使用。

《旅游服务质量大数据评价指标》确立了旅游服务质量大数据评价的指标设置原则、评价指标，适用于通过采集在线旅游平台的消费者评价大数据，对旅游景区、旅游饭店、旅行社和旅游民宿开展的服务质量评价。

《无障碍旅游从业人员培训指南》提供了无障碍旅游从业人员培训的总则、培训内容、培训保障、培训实施、培训管理以及评价与改进等方面的指导，适用于各类培训组织开展的无障碍旅游从业人员培训活动。旅游服务企业内部培训可参照执行。

(摘自《中国文化报》2025年5月22日)

公共文化动态

村歌会是下一个“村”字号文旅IP吗

农历“三月三”，又称“上巳节”，在多民族聚居的广西尤为隆重。今年“三月三”，广西除了各地开展多彩庆祝活动，日前在南宁民歌湖畔举办的“四季村歌”主场活动也备受关注。

现场，中国歌剧舞剧院、中央歌剧院、中央民族乐团、中国煤矿文工团、中央民族歌舞团等国家级文艺院团的艺术家与广西本土歌手同台，来自19个省区市近200名演员的全国村歌团队共唱，还有多种形式的村歌PK和惠民演出活动，让南宁一次次成为人们关注的焦点。

继广西之后，自4月至9月，贵州、宁夏、浙江、青海、云南、安徽等地也将陆续开展各具特色的“四季村歌”活动，月月不同主题，个个都有亮点。

村歌连唱，大有点燃乡村文化新热度的势头。那么，村歌会是下一个“村”字号文旅IP吗？

唱起村歌，生活更美好

东西南北，婉转小调、嘹亮山歌、豁达牧歌，为民族音乐注入或清逸或高亢或壮阔的风格。无论以合唱、对唱还是独唱形式呈现，村歌始终是真实情感的凝练。

村歌是人民的歌，世代传承；村歌是时代的歌，绵长悠远。

接受记者采访时，云南省德宏州勐巴娜西乐团成员刘永江刚完成一场彩排。此次广西“四季村歌”主场活动，德宏州勐巴娜西乐团带来的《小河淌水》在云南可谓家喻户晓，且流传着百余个版本。“这首歌多是女声唱，像我们呈现的男声五重唱版本，应该是首次出现。”刘永江说，乐团新增添了和声，调整了部分结构，但主旋律和歌词不变。高音、低音等的加入，与原本的温婉曲风形成反差，使《小河淌水》变得层次更加分明。

青海省西宁市文化馆群星合唱团演唱的《花儿与少年》也经过一番精心编创，融合了汉、回、藏、土、撒拉等多个民族的音乐元素，并设计了男女对唱与群舞交织的表演形式，使其更有表现力。西宁市文化馆群星合唱团领队王玲说，演绎这首歌时，男青年唱的是“少年”，女青年唱的是“花儿”。这种呼应不仅反映了歌曲的性别区分，也体现了西北地区独特的文化背景。“花儿”曲调高亢悠扬、歌词淳朴清新、表达自由率真，2009年就被列入联合国人类非物质文化遗产代表作名录。我国西北地区每年都会举办“花儿会”，乡民们聚在一起，对歌声此起彼伏，场面盛况空前。

广西崇左市花山民族文化艺术传承创作中心（崇左市天琴艺术传承中心）带来的《阿姐歌谣》融入国家级非遗代表性项目壮族天琴艺术和壮族织锦技艺，将壮家儿女乐观向上、团结和睦、追求美好幸福生活的民族风貌展现得淋漓尽致。

“娃娃要过河，是哪个来推我嘛？”“我就来推你嘛！”这是湖北省恩施土家族苗族自治州经典民歌《龙船调》中的一段男女对唱，采用方言及对话体，任何时候聆听，观众都能有强烈的画面感。

在悠扬的“阿朗赫赫尼那”旋律中，《乌苏里船歌》真实描绘了赫哲族人民“撒网”“欢歌”等美好生活图景。

此外，陕西、江苏、内蒙古、新疆等地的村歌团队带来的《山丹丹开花红艳艳》《茉莉花》《鸿雁》《黑走马》等都是经典曲目，现场观众跟唱不断。

可以说，村歌具备的IP属性之一，就是其天然具备的群众基础和时代印记。

怎么高兴怎么唱

村歌的魅力，源于对人民首创精神的充分尊重；村歌的活力则在于其是人民精神世界的映射，是民族情感的纽带。毋庸置疑，村歌唱出的是人的情感之美、乡村的生活之美、文化的传承之美。

村歌的创作者和演唱者是人民群众。大家在劳作时歌唱，在休息时歌唱，在恋爱时歌唱，在游玩时歌唱，怎么高兴怎么唱。

村歌是自由的，唱法和技巧并不重要，无论是原生态，还是民族、通俗、美声唱法，或是一时兴起唱上一嗓子，都毫不违和。

村歌是一地的文化记忆，是乡村文化的“活化石”，是社会交往的“声音名片”，是群众生活的“调味剂”。它通过承载乡愁、凝聚人心而发挥作用，也通过描绘生活、记录变化而塑造精神。

“在青海，每逢传统节日、婚礼、庆典等场合，村民们会唱着村歌，载歌载舞，共享欢乐祥和的氛围。村歌往往蕴含着丰富的道德观念、价值取向和生活智慧，通过传唱村歌，人们可以潜移默化地接受道德教育，培养良好的品德和行为习惯。”青海省文化和旅游厅公共服务处处长刘玉昆认为。

湖北省恩施州文化馆馆长肖和虎认为，村歌本身就是促进各民族交往交流交融的媒介。记者采访中，观众的回应印证了此观点：“哪怕我听不懂语言，一时半会儿没有领会歌词的意思，但毫不影响我为歌曲旋律和现场氛围所感染。”

不止于唱，舞台在未来

村歌的文化属性、社会功能和情绪价值决定了它之于沃野良乡的重要作用，使其有别于其他“村”字号文化形态，又有着与其他“村”字号活动相通的文化内核。

“四季村歌”活动一经启动就释放出平台效应。据统计测算，2025 年广西“三月三”期间，在“四季村歌”主场活动的带动下，广西共接待游客 2650.58 万人次，同比增长 12.6%，游客花费 229.43 亿元，同比增长 11.7%。

“四季村歌”活动是优质文化资源直达基层的生动实践，通过引导国家级文艺院团深度融入文化活动，搭建“国家队+地方队”协作链条，提升了村歌的创作水平；通过持续挖掘各地歌手，培养群众文艺创作新队伍，在优化人才结构的同时，也在带动更多优秀人才回到乡村、关注乡村、歌唱乡村。

此外，广西推出的“有得花”“有得吃”“有得饮”三大市集，形成了“视听嗅味触”五感联动的消费空间。当壮族摇滚乐队现场演奏、竹筏来回之间开启“水果社交”、传统手工艺品与创意茶饮融合，传统歌圩就具备了文旅消费的空间优势。

各地通过参加和筹办“四季村歌”活动，打破传统舞台表演单一形式，探索“赛歌”“拉歌”等互动体验，线上、线下融合，促成“全民参与、全时覆盖”的供给格局，让公共文化服务真正成为文旅新需求的催化剂。

由此，村歌既是一种生活方式，也正成为促供给、促消费、育人才、育精品的新引擎。

（摘自《中国文化报》2025 年 4 月 3 日）

广东佛山：157 家博物馆让公众在家门口触摸历史

广东佛山从 2017 年底启动“博物馆之城”建设，以“人城产文”深度融合思路，推动博物馆事业高质量发展。如今，佛山“博物馆之城”建设得怎么样？

目前，佛山已有及在建博物馆 157 家、美术馆 99 家，共 256 家，基本完成了佛山市政府提出的将博物馆、美术馆总数分别达到 100 家的“双百”目标。

3 月 28 日，广东大观博物馆、佛山市岭南金融博物馆联合发布“博古通今·研创未来”博物馆研学品牌，打造“环千灯湖文旅漫游定制”等主题路线，深度开发“红色基因的活态课堂”“文物考古全纪行：掘宝·复原·传拓”“博物馆奇妙夜”“文物里的植物园”等课程，构建“博物馆+教育+文旅”生态。广东大观博物馆、岭南金融博物馆馆长丁方忠表示，要让博物馆成为没有围墙的课堂，让公众在家门口触摸历史脉搏，共享文化盛宴。

广东大观博物馆、佛山市岭南金融博物馆都是民办博物馆。如今，佛山共有备案民办博物馆 24 个，较 2018 年增长 130%，成为佛山建设“博物馆之城”的重要支撑。

佛山市文化广电旅游体育局相关负责人介绍，近年来，佛山形成全覆盖、差异化、可持续的扶持体系，对非国有博物馆的新建、改建、运营及活动给予分类分级补助，符合条件的最高可获 250 万元补助。同时，试点推行“政府出地、企业建馆”模式，大力引导社会力量参与博物馆事业发展。教育部门腾出学校用房，引导社会藏家在中小学校内建成知隐博物馆、知行古灯博物馆两

家校园博物馆。政府以免租或低租为社会资本提供空间，引入建川新中国百年博物馆，建成昆仲相机博物馆、汤南私塾博物馆、茂和钱币博物馆等。结合石湾片区旧改，委托广东石湾酒厂集团活化佛山化机厂旧址，建成广东新石湾美术馆新馆。结合乡村振兴及古村活化，布点建成 110 多家村史馆，覆盖全市近 1/4 的行政村。同时，还有东鹏明善陶瓷博物馆、华侨城集团顺德美食博物馆等企业博物馆已投入使用。

佛山市大力提升博物馆能级。2024 年，佛山市祖庙博物馆被评为国家一级博物馆，实现了佛山市在国家一级博物馆上零的突破。佛山市祖庙博物馆馆长凌建表示，该馆 2025 年将继续融入佛山市激活“十大传统文化”建设中，以粤港澳大湾区博物馆联盟为平台，大力传承与弘扬祖庙文化，聚力奋进推动博物馆高质量发展。《广东省 2023 年度博物馆事业高质量发展报告》显示，佛山市博物馆、顺德区博物馆馆藏珍贵文物数量分别位居全省第二、第九位，广东大观博物馆馆藏一级文物数量位居全省博物馆第二位，广东省珍贵文物数量排名前 10 名的民办博物馆中有 5 家来自佛山。

如今，佛山市国有博物馆、民办博物馆“双驱”格局形成，企业博物馆、校园博物馆及村史馆成为佛山“博物馆之城”的重要补充。

“终于知道顺德‘大户人家’的家宴是什么样了。”这是很多观众在参观了顺德清晖园博物馆后发出的感慨。清晖园是岭南四大名园之一，也是顺德望族龙氏的家族庭院，孕育出烹饪细致入微、食材选料讲究、口味独特的“清晖家宴”，呈现出顺德菜“道法自然、妙在家常”的精髓。近年来，为擦亮“寻味顺德”名片，让更多人感受顺德的餐饮文化，顺德大良街道办事处和清晖园博物馆聚力打造“清晖家宴”美食品牌。清晖园博物馆以开发“清晖家宴”美食品牌为统引，开设“清晖园×dehaus 品牌店”，推动多元化餐饮和复合空间场景融合，激发情景消费与即时消费。数据显示，该店 2025 年春节假期实现营业收入近 50 万元。

在佛山，以清晖园博物馆为代表，不少博物馆成为文旅消费新引擎。佛山市祖庙博物馆、禅城区博物馆、南国丝都丝绸博物馆、九江双蒸博物馆、岭南金融博物馆等 6 家博物馆跻身 3A 级以上旅游景区，佛山市祖庙博物馆入选中国非物质文化遗产保护协会发布的全国非遗与旅游融合发展优选项目。2024 年和 2025 年春节假期，佛山市祖庙博物馆、清晖园博物馆跻身于广东省接待观众最多的 10 家博物馆行列。

祖庙博物馆推出了系列文创礼品，如寓意吉祥的年画福筒、憨态可掬的“独占鳌头”蛇形毛绒公仔、设计独特的集章本等，受到观众喜爱。其中，风车冰箱贴以其“风来运转，福气连连”的美好寓意广受欢迎，3000 件产品上线 10 天便售罄。近年来，佛山市各博物馆敢想敢试、蹚出新路。祖庙博物馆成为首批“湾区文创市集”试点合作文创商店，年销售额超过 900 万元；东鹏明善陶瓷博物馆设立文创企业，打造多个热门 IP，成立半年营收达 500 万元；九江双蒸博物馆的创意产品年销售额达 2000 万元。此外，不少博物馆还做优场景，如禅城区博物馆融入演出、餐饮等业态，丰富夜间文化生活。

(摘自《中国文化报》2025年4月7日)

博物馆进机场：公共文化服务新模式

前段时间，建在西安咸阳国际机场T5航站楼核心区域的西部机场博物馆正式开馆，引起社会各界的关注。

这件事儿要从2020年西安咸阳国际机场扩建时说起。当年施工时，发掘出土了2.2万余件(组)文物，施工现场秒变考古现场，网友纷纷建言建博物馆。相关部门“从善如流”，把博物馆建在了新机场航站楼内，以机场建设时期出土的文物为主要展陈，这在全球可谓独一份。

博物馆进机场，打破了博物馆的传统“围墙”，将文化浸润嵌入旅客候机时的碎片化时间，使其无须刻意规划、不必专程奔赴，便能与文物相遇。

博物馆地处人流密集的机场，观众多是来往于全国乃至世界各地的旅客，这样无形之中，博物馆与旅客之间建立了一种紧密的联系。通过参观位于机场的博物馆，旅客能够加深对城市历史文化的了解，又化身“蒲公英”，通过航班将城市的历史文化传播到世界各地。

博物馆进机场表明，我们的公共文化服务理念在转变。过去，很多地方建博物馆会考虑城市规划的诉求，也会考虑文物保护的要求，唯独对人的需求考虑不够。比如，一些地方的博物馆建在人烟稀少的新区或郊区，其服务很难触达真正有需求的人群。西部机场博物馆建在西安咸阳国际机场T5航站楼核心区域，可谓“生下来就在人堆里”，彰显了现代公共文化服务以人为中心、突出人的需求的服务理念。

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出，完善公共文化服务体系，建立优质文化资源直达基层机制。这几年，各地一直在探索推动优质文化资源下沉到基层的具体路径和方法。但是，受限于人才、渠道、资金等因素，一些地方的优质文化资源只能通过文旅系统自有渠道向下分发，惠及的群众比较少，影响力也不够。博物馆进机场，把公共文化设施嵌入公共交通设施，不仅是公共文化设施建设思路的创新，也探索出文物等优质文化资源直达机场旅客身边的新路径。

博物馆与机场是两个行业、两个系统，博物馆进机场是文博、机场等单位密切合作的结果。这一探索，打通了行业壁垒，博物馆的展品增加了新的展出渠道，机场凭借博物馆提升了自身的文化气质和吸引力，可谓一举多得。这也启示我们，不管是推动优质文化资源下沉基层，还是推动公共文化服务效能提升，都不能靠文化部门单打独斗，而应吸引社会力量参与，以形成多方共建共赢的局面。

博物馆进机场，“起飞”的不仅是文物，更代表着一种文化服务理念的创新，为业内建立了一种值得效仿的新模式。期待文博事业在迈入高质量发展的进程中，有更多社会力量加入

进来，贡献自己的平台优势、人才优势、资金优势，各显其长，形成合力，让优秀传统文化触达更多人群。

（摘自《光明日报》2025年4月9日）

线上“游”万村！“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台上线

近日，在古韵悠扬的侗歌声中，“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台上线仪式暨创作分享会在贵阳市乌当区偏坡乡拉开帷幕。

活动中，贵州省一个集文化传承、教育科普信息化展示于一体的综合性数字平台——“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台（下称“平台”）正式上线。

平台全面收集贵州省13695个行政村村史村事，包含村落简介、民俗趣事、文物古迹等多元信息，利用互联网的多样化载体和丰富场景展示。用户可通过平台首页的市州、区县、乡镇、村寨四级联动选择，查询到目标村落，也可以通过搜索功能直接搜索村寨信息。

目前，平台有1175个村寨的详细资料，正在上传第二批2678个村寨内容，将于2025年内完成全省13695个行政村基础信息全覆盖，力争实现“村村有历史、寨寨有故事”。

活动现场，中国人民大学历史系教授毛佩琦，贵州省文联主席、贵州省作协主席欧阳黔森分别围绕何为家乡、何为乡愁为主题，作交流分享；贵州日报文旅新闻部主编、高级编辑舒畅就原创文章《沙滩村，诗和眼前的田野》的创作理念、初衷进行分享交流；贵州省非物质文化遗产代表性项目蓝靛染工艺的省级代表性传承人陆勇妹分享在肇兴侗寨与习近平总书记面对面交流传承侗绣技艺的故事。

据了解，贵州省现拥有国家级历史文化名城2座、名镇8个、名村16个，省级历史文化名城10座、名镇14个、名村15个，“中国少数民族特色村寨”312个、“中国传统村落”757个、省级民族特色村寨1328个，更散落着成千上万个自然村落。

为奋力打造习近平文化思想生动实践地，加快建设多彩贵州文化强省，不断提升城乡公共文化服务水平，充分展示贵州厚重丰富的乡村文化和新时代发展成果，助力乡村全面振兴。2024年3月起，围绕赓续农耕文明、保护传承中华优秀传统文化、推动乡风文明建设，贵州省全面启动“乡愁印迹——贵州村史村事征集”主题宣教活动，以笔为媒、以文载道，发动社会各界力量，全面整理记录贵州乡村历史，深入挖掘贵州村寨历史文化资源，为村修志、为村立传、为村留底，在过去与现在之间搭起一座记忆的“桥梁”。

“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台，就是“乡愁印迹——贵州村史村事征集”主题宣教活动的阶段性成果之一。

（摘自《贵州日报》2025年4月10日）

西安高新区首个社区夜读示范点揭牌 第十九届“西安读书月”活动启动

近日，在世界读书日来临之际，西安高新区第十九届“西安读书月”系列活动在高新区城市书房鸿基新城店正式启动，旨在推进文化强区建设，做好新时代全民阅读工作，营造“爱读书、读好书、善读书”的良好社会氛围，助力高新区“书香之城”建设。西安高新区宣传文旅局、鱼化寨街道、绿城服务陕西公司鸿基片区相关负责人出席启动仪式。

启动仪式上，与会领导为西安高新区首个社区夜读示范点——鸿基新城城市书房揭牌。据了解，社区夜读示范点的设立是西安高新区优化公共文化服务，拓展公共文化服务的时间和空间，创新服务模式，提高公共文化服务的效率的一次尝试，将为居民们搭建一个全新的阅读与文化交流平台，为社区文化注入新的活力。

西安高新区宣传文旅局相关负责人在致辞中表示，近年来，高新区实施了书香镇街文化中心、城市书房等新型文化空间建设项目。项目是融合了图书阅读、艺术展览文化沙龙、培训讲座等服务的新型文化业态，其建成运营持续优化提升了高新区公共文化服务水平，丰富了公共文化服务供给，打通了公共文化服务“最后一公里”，让书香高新的美好体验可感可及，让“文化高新”深入人心。

据了解，今年读书月系列活动以“读览文脉 书香西安”为主题，采取“区级街道联动+社区覆盖”模式，联合陕西省图书馆高新馆区及高新区城市书房共同开展。活动范围覆盖区内8个街道，内容包括亲子阅读、读书分享、非遗文化体验、图书捐赠、图书漂流等30余场主题阅读活动，丰富居民朋友的精神文化生活。

活动当天，西安高新区城市书房鸿基新城店还开展了包括经典领读、书法临摹、绘本共读、绘画心理测试、好书分享、亲子观影等活动，让大家近距离感受“书香高新”的魅力，让书香成为城市最美的风景。

“这个活动办得非常好！”市民邓佳乐对此次读书月活动赞不绝口，她表示，在忙忙碌碌的工作和生活中，能静下心来和志同道合的朋友们一起读书，是一件非常幸福的事。她也会坚持阅读，不断充实自己。

“鸿基新城城市书房里书籍种类很多，可以满足不同读者的需求。”市民寇莎告诉记者，平时就喜欢跟孩子一起读书，享受亲子时光。鸿基新城城市书房的氛围非常好，在这里能够和孩子一起更加沉浸地阅读。

（摘自《中国日报网》2025年4月24日）

上海嘉定：“远香阅读环”、数码阅读镜，试一下科技阅读

在公共图书馆、文化馆服务宣传周举办之际，2025 上海嘉定读书月日前正式拉开帷幕。读书月以“行走江南 智阅嘉定”为主题，在嘉定区图书馆、街镇分馆和“我嘉书房”“我嘉阅空间”等开展四大板块近千项阅读活动。

2023 年 9 月，嘉定提出围绕新城核心区远香文化源建设远香文化环“2+10”文化新空间，打造市民周末休闲好去处。为助力远香文化环文化内涵提升，嘉定区文化和旅游局打造“远香阅读环”与“远香艺术环”，构建协同矩阵，激活文化潜能，着力构建“空间+资源+活动+市民”的闭环，在远香湖畔营造触手可及的文化氛围。

读书月开幕式上，“远香阅读环伙伴计划”正式启动，“我们的传统节日·春”主题亲子乐读会同步亮相。嘉定区图书馆依托远香文化环，聚焦空间共建、活动共办、品牌共育，持续探索阅读的跨界和“破圈”。市民游客沿湖打卡，在移步换景中体味感受阅读与自然的融合。

上海市嘉定区图书馆馆长崔哲苑介绍，未来，“远香阅读环”将作为常态化品牌，深度融合上海书展、上海旅游节、国潮大会等 IP，联合远香湖各个文化空间，激活远香湖文化生态圈。

“五一”假期，年轻读者徜徉远香湖畔，在徐徐微风中开启阅读之旅，老年读者在嘉定南翔镇图书馆东社区分馆玩得不亦乐乎：与智能导览机器人趣味对话，借助电子助视器阅读书籍，与 AI 象棋机器人展开一场智慧对决……

作为今年读书月活动的重点项目之一，嘉定区图书馆携手南翔镇图书馆，在南翔镇图书馆东社区分馆打造的嘉定区首个智慧化适老阅读场景试点正式启用，通过引导机器人、装载机器狗、数码阅读镜等智慧化改造，构建智慧惠老、智慧助老、智阅益老、智趣伴老等新场景。南翔镇图书馆东社区分馆通过科技赋能，不仅丰富了阅读供给，优化了阅读环境，更切实保障了老年人的阅读权益，让老年群体在书香中跨越数字鸿沟，享受科技带来的美好生活。

在数字化转型加速推进的当下，智慧化升级已成为公共文化服务突破传统服务边界、重塑核心价值的必然选择。嘉定区也在加速推进图书馆智慧化转型。智慧孪生体验系统是嘉定区图书馆“全程智能”建设的重要项目，以数字孪生技术为基础，打造三维全景互动空间，让用户能够随时随地畅游图书馆，深度探索馆内丰富的电子资源。未来，智慧阅读也将赋能“远香阅读环”，依托电子书阅读机，让市民在湖畔美景中便捷获取海量电子资源，享受随时可读、随处可阅的便利。

嘉定区图书馆牵头制定的《新型阅读空间建设服务和管理指南》也于日前正式发布。近年来，嘉定持续推进新型阅读空间建设，目前已建成 30 个“我嘉书房”、45 个“我嘉阅空间”、17 个儿童友好阅读城市新空间。《新型阅读空间建设服务和管理指南》将从建设要求、服务提供、运营管理、监督与考核等方面助力新型文化空间发展。

从智慧设备到数字阅读，从虚拟体验到科技研学，“智阅嘉定”正以科技之力创新阅读场景，让科技为阅读插上翅膀，推动阅读服务从纸间向指尖、云端延展。

（摘自《中国文化报》2025 年 5 月 7 日）

中国盲人数字图书馆网站改版上线

近日，国家图书馆日前宣布中国盲人数字图书馆网站改版上线。

作为我国首个国家级无障碍数字阅读平台，中国盲人数字图书馆于2008年创立。2024年，为进一步提升无障碍阅读服务能力，国家图书馆启动该网站的优化工程。据国家图书馆数字资源部副主任李志尧介绍，此次网站升级严格遵循国际通行的Web内容无障碍指南2.1（WCAG2.1）标准，使用符合标准的颜色对比度，确保界面元素清晰可辨；建立全键盘操作及快捷指令体系，实现精准操控；构建非视觉信息传递通道，实现从资源检索到内容获取的全流程无障碍交互。

改版后的网站引入有声特色资源，提供涵盖哲学社科与文学艺术的6421册电子书，及从国学经典到科技科普主题的26102册有声书、8887首音乐作品、30场名家讲座、220部配备专业解说的无障碍电影和31首“文津经典诵读”，致力于为视障读者铺设一条数智时代的“文化盲道”。

（摘自《光明日报》2025年5月30日）

“发展中的城市——空间、文化和社会治理”学术研讨会在京召开

5月28日，由全国哲学社会科学工作办公室、中国社会科学院科研局、中国社会科学院生态文明研究所主办的“发展中的城市——空间、文化和社会治理”学术研讨会在京召开。来自中国社会科学院、中国科学院、国家发展改革委、国内有关高校和科研机构的近百位专家学者参会，共同探讨新时代城市空间、文化、社会治理与高质量发展之路。

同济大学教授吴志强、中国社会科学院学部委员杨开忠、清华大学文科资深教授薛澜、上海大学教授李友梅、清华大学教授杨雪冬、厦门大学教授赵燕菁等分别在会上作主旨报告。研讨会还设置“发展理念与城市文化”“绿色转型与城市空间”“人口分布与城市治理”“科技创新与城市未来”四个专题研讨环节。

与会专家表示，在全面推进中国式现代化的关键时期，探讨城市治理和高质量发展之路具有重要意义，如何让空间承载诗意栖居、让文化滋养城市精神、让治理成就美好生活，是当前城市发展面临的时代命题。要坚持以习近平总书记关于城市工作的重要论述为指导，着眼党和国家需要，聚焦新型城镇化进程中的重大理论和实践问题，通过跨学科合作、多学科协同不断提升研究水平，共同把我国城市研究推向新的高度。

与会专家认为，要坚持和加强党对城市工作的全面领导，落实“人民城市人民建、人民城市为人民”的重要理念，以系统思维推进城市治理。精准聚焦城市居民的不同需求，以数字化提升城市规划的精细化水平；尊重城市发展规律，引领城市创新发展；加强城市科技创新生态建设，助力城市繁荣；适应社会环境变化，推动城市社会治理不断创新。

（摘自《光明日报》2025年6月4日）

公共文化建设热点

传承贡献不小，面临困境不少 海南如何破解民营琼剧团发展难题

“民营琼剧团活跃了基层文化生活，在琼剧传承中发挥了半壁江山的作用，但目前处境艰难，发展存在诸多问题。”海南省旅游和文化广电体育厅艺术处有关负责人说。为落实海南省民营企业座谈会上的有关工作要求，全面了解海南民营琼剧团的发展情况，探索促进民营琼剧团健康发展的有效途径，近日，海南省旅游和文化广电体育厅对全省民营琼剧团的发展现状进行了调研和分析，并提出相应建议。

调研显示，截至 2024 年底，海南省注册登记的民营琼剧团共 60 余家，规模不一，分布于海口、文昌、琼海、定安、澄迈、万宁、屯昌等地，琼剧从业人员近万人。

年均演出 200 场 流动演出为主

崇尚轻资产运营模式

海南省琼剧院三团作为一家民营剧团，2010 年与海南省琼剧院签订合作协议，形成国有与民营“资源共享、优势互补”的合作新模式。靠着灵活的机制，海南省琼剧院三团在多变的市场环境中寻求生存和发展机会，近些年创排了《椰岛魂》《汉文皇后》《西湖公主》《白马泉涌》《木棉花开》等多部代表作。

除了海南省琼剧院三团外，其他民营琼剧团的资金来源渠道较为单一，主要依靠演出费用维持运营，政府购买、公益捐赠、企业和社会赞助占少数，尚未形成稳定的收入渠道。因缺乏主创人员且无固定的创作经费，民营琼剧团多演出琼剧传统剧目及上世纪八九十年代从其他剧种移植而来的传统题材文戏，多为喜剧，以迎合大众市场。

据了解，多数民营琼剧团习惯于轻资产运营模式，以流动演出为主，为农村、乡镇、城中村的祭祀、祈福纳吉活动以及结婚生子、祝寿升学、华侨省亲等喜事提供助兴演出，受众群体涵盖老中青各年龄段，老年观众偏多。

规模较大的民营琼剧团年均演出场次 200 场左右，中小型民营琼剧团年均演出场次约 100 场，全年服务观众逾千万人次。民营琼剧团的演出场次和收入在旺季和淡季有较大浮动，平均 2 万元/场，年均营业额约 200 万元，平均存活周期 5 至 8 年。

水平难提升 老戏走市场

人才匮乏成为发展掣肘

“民营琼剧团主创人才匮乏，尤其是编剧、导演、作曲、舞美非常稀缺，剧团只能复排老戏应对市场，这直接影响到剧目创排和演出质量。”调查发现，民营琼剧团因缺乏系统的培训机制，演员的专业水平提升缓慢。不少民营琼剧团在演出中多由一两个成熟主角搭配水平有待提高的配

角和龙套，整体表演质量难以保证。在收入方面，除了主要演员，其他从业人员的待遇和福利偏低，人才转行和流失现象突出。

海南艺术职业学院有关负责人介绍，琼剧从业人员多数毕业于海南艺术职业学院，该校戏曲表演专业（琼剧方向）年招生 40 人，音乐表演专业（民族器乐方向）年招生 25 人，与民营琼剧团的年用人需求相比有巨大缺口。

“演员和乐手年龄跨度较大，老中青三代都有，中年从业者居多，青年从业者约占 30%，退休返聘人员约占 20%，来源主要是海南艺术职业学院毕业生，或者由琼剧爱好者转行，整体专业素养参差不齐。民营琼剧团拥有专业技术人才比重低，中级以上职称人员（不含从专业院团和院校加盟演出的人员）不足总人数的 35%；从专业技术人员的比重来看，主要集中于表演人才，音乐人才次之，舞美主创人员几乎为零。琼剧从业人员文化程度和学历层次普遍偏低，演员和乐手多为中专学历，舞美人员多为初高中学历，缺乏继续教育和在职培训，难以快速掌握吸收新理念、新知识、新技艺。”该负责人说。

据统计，琼剧演出中的传统（经典）剧目占比超过 90%，原创剧目年均产量不足 10 部。总的来说，民营琼剧团演出剧目题材偏窄、类型雷同，在艺术水准和审美上较为粗糙浅显；由于创作新剧目存在周期长、成本高、风险大等因素，因此很难推出新创剧目，传统大幕戏仍是当前民营院团的主要演出内容。

探索有效途径 引导健康发展

政策扶持需向民营院团倾斜

调研显示，一些民营琼剧团的自身发展定位存在问题，比如在演出淡季为争取有限的演出机会，以压价的方式进行竞争，通常“买一送一”，即采购一场商业演出、赠送一场惠民演出，拉低了演出市场整体价格水平；再如，有的剧团为了迎合观众和降低成本，随意删改剧本，甚至胡编乱造，牺牲演出质量，忽视演出规律，影响了民营琼剧团的整体形象和声誉。此外，由于缺乏足够的资金支持，民营琼剧团在服装道具布景更新、演出（排练）场地租赁、灯光音响乐器等设备购置，以及人员工资、剧目创排、人才培养、宣传推广等方面，都面临着困难，严重制约了民营琼剧团的发展壮大。

海南省旅游和文化广电体育厅相关负责人表示，在全面了解民营琼剧团发展现状之后，将探索促进民营琼剧团健康发展的有效途径。首先要加强海南民营琼剧团行业协会的建设，充分发挥其在行业自律、信息交流、业务指导等方面的作用；其次要制定行业规范标准和自律公约，引导民营琼剧团加强合作交流，营造健康有序的发展环境。

调研报告指出，政府相关部门应制订出台专门针对民营琼剧团的扶持政策，在资金、场地、税收、项目申报等方面给予优惠和便利；设立民营琼剧团专项扶持资金，用于剧目创作、人才培养、设备购置等；鼓励各地文化场馆免费或低价向民营琼剧团开放，为其提供演出（排练）场地；鼓励社会资本投入琼剧行业，引导企业和个人通过赞助、捐赠等方式支持民营琼剧团发展，为民

营琼剧团提供多元化的资金支持。加强对民营琼剧团从业人员的培训也是重中之重，应邀请专家名师定期进行指导，有针对性地组织业务学习和考察交流活动，整体提升民营琼剧团的演出水平、管理水平和创新能力，保障琼剧从业人员的合法权益，改善其工作环境，提高薪酬待遇和社会地位，增强行业吸引力。

（摘自《中国文化报》2025年4月9日）

以文化赋能经济社会发展 优化文化服务和文化产品供给机制

中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化，推动文化繁荣兴盛是全面建设社会主义现代化国家的题中应有之义。习近平总书记在参加今年全国两会江苏代表团审议时指出：“要深化城乡精神文明建设，优化文化产品和服务供给，以文化赋能经济社会发展。”优化文化产品和服务供给，离不开通过体制机制创新推动文化事业和文化产业繁荣发展。党的二十届三中全会擘画了以进一步全面深化改革推进中国式现代化的宏伟蓝图，全会《决定》提出“优化文化服务和文化产品供给机制”并作出战略部署。文化服务和文化产品供给机制是配置文化资源的重要途径。通过优化文化服务和文化产品供给机制，提供更丰富的高质量文化产品和服务，才能为中国式现代化提供更为有力的文化支持和精神动力。

文化是凝心聚力的精神纽带，是一种最深沉、最持久的力量。新时代以来，中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局同步交织、相互激荡，文化在经济社会发展中的作用越来越突出。以习近平同志为核心的党中央从党和国家事业发展全局和战略高度，对宣传思想文化工作作出系统谋划和部署，推动我国文艺创作生产能力大幅提升，各种文化产品和服务供给数量高速增长，为经济社会发展提供了重要支撑。2024年，我国人均教育文化娱乐消费支出增长9.8%，占人均消费支出的比重为11.3%，文化产业为推动高质量发展注入强劲动力。高质量文化产品创新活跃，比如，国产游戏《黑神话：悟空》融合中国古代神话故事和现代游戏技术，创造了一种全新的游戏体验，在获得世界游戏大奖的同时也获得了可观销售额。近年来，很多包含中国元素的产品以及国潮品牌热销到海外，传递了和而不同、美美与共的理念，为营造推进中国式现代化的良好外部环境作出了贡献。

同时需要看到，当前我国文化供给的主要矛盾已由“够不够”转向“好不好”，人民群众对文化产品和服务质量的要求越来越高。而且，新的信息技术迅猛发展，在文化领域不断催生各类新业态、新应用、新模式，深刻改变文化创作生产和传播消费方式，深刻重塑媒体形态、舆论生态和文化业态。这就要求我们以改革为动力，充分发挥政策引导和支持作用，不断优化文化服务和文化产品供给机制。

优化文化服务和文化产品供给机制，能够优化文化产业结构、提高文化产业的整体竞争力，进而以文化产业创新发展助力经济高质量发展；能够激发文化领域的创新创造活力，进而推动经

济与文化交融互动、融合发展程度越来越深；还能够通过加强对文化产品的制作、传播等推动中华文化“走出去”，进而增强中华文明的影响力和感召力。

为此，要以习近平文化思想为指引，把党的二十届三中全会关于优化文化服务和文化产品供给机制的要求落到实处，推动社会主义文化繁荣兴盛、增强国家文化软实力。一是建立健全公共文化服务体系。坚持党的文化领导权不动摇，坚持以人民为中心，鼓励和支持社会力量广泛参与，通过创新文化服务模式和手段，促进文化服务的均衡化、普及化，让人民群众共享文化发展成果。同时，加强公共文化服务机构的自身管理，提升服务能力和创新水平。二是改进文艺创作生产服务、引导、组织工作机制。鼓励文艺工作者深入挖掘中华优秀传统文化资源，学习借鉴人类一切优秀文明成果，创作出具有时代精神和民族特色的文化产品。同时，充分利用前沿技术推动文化产品和服务数字化、智能化发展，提升文化产品的表现力、感染力。三是健全文化产业体系和市场体系。通过充分发挥市场机制的作用，促进文化产品和服务的自由流动和公平竞争，推动文化企业不断提升产品质量和服务水平。同时，根据市场需求调整文化产品的供给结构，加快发展新型文化业态，确保文化产品能够精准对接人民群众需求。四是推进文化遗产系统性保护，提升文物、非物质文化遗产保护利用和考古研究水平。

（摘自《人民日报》2025年4月10日）

AI 技术引领阅读效率与体验提升

近年来，随着数字技术和 AI（人工智能）技术的飞速发展，数字阅读逐步成为全民阅读的重要形式。相关统计数据显示，中国数字阅读用户群体正在不断扩大。数字阅读市场的蓬勃发展、AI 技术的广泛应用，不仅提升了阅读效率、丰富了阅读体验，也为阅读领域带来了前所未有的变革。

阅读效率显著提升

在山东省东营市河口区图书馆，读者借助 AI 荐读视频，可以迅速掌握书籍的核心内容。在阅读过程中，读者遇到问题时，AI 阅读助手可以随时解答疑惑，提供深度思考的成果，有效提高读者的阅读效率和品质。该馆还引入 AI 馆员，运用 DeepSeek 模型，可深入分析馆内知识文档，为读者提供精确且详尽的问题解答。通过引入 AI 技术，河口区图书馆实现了从传统阅读到智能阅读的跨越，为读者提供更加便捷、高效、个性化的专业服务，也大大提升了读者的阅读体验。

“AI+阅读”模式的运用，有效解决了读者“选书难”的问题。传统荐书方式往往依赖于专家推荐或销量排行，难以精准匹配个人兴趣。现在，阅读平台利用大数据分析和 AI 技术，能够根据用户的阅读历史等总结出偏好以及社交属性，提供个性化定制的内容推荐。

AI 技术还为读者提供了个性化、精准化的阅读服务。例如，微信读书推出的“AI 问书”功能，允许用户通过搜索或长按书籍正文，即时获取 AI 提炼的知识点和高质量回答。这一功能极大提高

了用户获取知识的效率和精确度，尤其对于专业书籍的阅读，用户无需再花费大量时间自行检索复杂概念。此外，AI 技术还能自动生成书籍大纲，帮助读者快速掌握全书主旨和框架，进一步提升阅读效率。

带来沉浸式阅读体验

“在阅读领域，AI 技术已应用于多个场景，包括伴读功能、整本书阅读、知识问答、能力测评、阅读课程以及虚拟老师等。”科大讯飞股份有限公司党委副书记、副总裁任萍萍告诉记者，这些技术的应用旨在为读者提供更加智能、便捷的阅读体验。

近日，在江苏省南京市江北新区浦口外国语学校六年级的语文课堂上，展开了一场别开生面的“对话”：41 名学生利用 AI 技术与《城南旧事》中的主人公英子进行互动交流；同时，通过智能体设定，AI 扮演的《鲁滨逊漂流记》中的鲁滨逊等人物走出书本，为学生答疑解惑，带来一场别具一格的沉浸式阅读体验。

据了解，目前南京市正在 6 个区开展“AI 共读系列”活动，初步探索 AI 赋能儿童阅读的方式及价值。通过 AI 辩论会、读书沙龙、剧本杀等形式，突破传统阅读课堂教学方式，实现 AI 技术支持的跨区域云端阅读课堂创新。

通过 AI 技术，电子书可以被转换成音频、图片和视频等形式，为读者提供更加丰富的沉浸式阅读体验。与早期的文字转语音功能相比，如今的 AI 语音读书功能在重读、速度、音色和音量等方面更接近真人的声音，甚至可以富有情感地朗读，准确模拟人说话时的停顿与笑声等。

“小雅小雅，请分别提供适合 0 岁至 2 岁、3 岁至 6 岁和 7 岁以上 3 个年龄段阅读的优质图书。”

“小雅小雅，我想跳转到图书第六章，同时调整一下朗读速度，放慢点。”喜马拉雅推出的小雅 AI 图书馆，通过一语直达、一扫即听、专家严选、智能场景四大功能，为用户打造了一个语音交互新生态，也为用户提供了优质的听觉享受。

除了听书功能外，AI 技术还融合了阅读的乐趣与情感需求，实现了“聊天式阅读”——用户可以发布自己创建的角色形象，与虚拟角色、电子书籍对话，讨论数字阅读作品中的人物、情节和主题，获得更加愉悦、有趣的阅读体验。

“AI+阅读”的更多可能

随着 AI 技术的不断进步和应用的不断深化，“AI+阅读”呈现出更加多元化、智能化的趋势。“未来，AI 技术在阅读领域的应用前景将更广阔。”任萍萍认为，其包括针对阅读能力的精准评估以及为不同能力读者提供个性化推荐；开发针对儿童的伴读功能，如图书识别、领读以及人机互动对话；构建整本书的知识图谱，通过问答模式帮助读者更高效、便捷地学习知识；为图书出版发行行业提供高效的编辑、校对等辅助工作。“希望将 AI 技术应用于整个阅读生态，把更多的科研成果转化成优秀的产品，服务更多读者。”任萍萍说。

业内专家表示，未来，AI 将更加精准地分析用户的阅读习惯与需求，以实现更为个性化、高度定制化的阅读服务。同时，AI 将不断推动阅读形式的创新，如借助虚拟现实（VR）和增强现实（AR）等数字科技，为读者营造更为逼真、沉浸式的阅读环境。

（摘自《中国文化报》2025 年 4 月 17 日）

来这里漫步吧，腔调足！——上海深化文化体制机制改革观察

看吧！文化强国建设，接续涌起新潮——国产动画电影火爆出圈，“China Travel”（中国游）吸粉无数，跟着影视剧去旅游方兴未艾，有多少年轻人为一个展赴一座城，又有多少非遗走进百姓生活……

问渠那得清如许？为有源头活水来。进入新时代，有习近平文化思想引领指路，有党的二十届三中全会《决定》擘画蓝图，各地各部门赓续中华文脉、推动文化繁荣，创新激发文化生命力、创造力。

即日起，本刊开设“深化文化体制机制改革”栏目，观顶层设计、访基层探索，看神州大地如何绘就文化高质量发展的千里江山图！

“到这里才一天半，我们已经爱上上海啦！”

5 月 1 日，法国小伙弗朗索瓦和六位朋友背着硕大的旅行包，随着熙熙攘攘的人流，兴冲冲来到徐汇区武康大楼“打卡”。

武康大楼，百余年前由旅居上海的欧洲建筑设计师邬达克设计，形如巨船，是上海第一座外廊式公寓大楼，如今已成为网红“打卡”地。

静安区张园，上海最具代表性的石库门建筑群，五一假期举办“首届街区汽车生活节”，街区成为汽车与海派文化爱好者的舞台。市民郭先生走一路、看一路，各国品牌的汽车让他大饱眼福，淘到爱不释手的汽车模型后，他转身进入一家汽车主题咖啡吧小憩。

这样“最上海”的场景，每天都出现在这座城市的大街里弄。

城市魅力的焕发，得益于上海近年来文化体制机制改革的不断深化。2023 年 12 月，习近平总书记在上海考察时强调，深化文化体制改革，激发文化创新创造活力，大力提升文化软实力。上海牢记嘱托，努力以高质量文化供给增强人民的文化获得感、幸福感，让国际文化大都市不断展现新气象新格局。

好逛的小马路，是对城市历史的珍视和激活

千里迢迢来武康大楼，看到了什么？听到这个问题时，弗朗索瓦嘿嘿一笑：“这座大楼超过一百岁了，是有故事的老人。但你有没有觉得，它又很年轻？”说完，他举起相机，“咔嚓”几声，定格下武康大楼不同角度的美。

“楼外蜘蛛网般密布的电线全被收拾干净、埋入地下，大楼展现出疏朗的天际线；通过清理年久失修的‘肚肠’管道，大楼里百余户居民的生活舒适感也得到提升。”徐汇区湖南路街道武康居民区党总支书记柏祖芳介绍，修缮后的武康大楼并未减少神秘沧桑的气质，反而拥有了网红“体质”。

“我们还历时几年，对 100 多户武康大楼居民和日常管理者进行了访谈实录，留存下老房子的故事，以一座建筑见证一个城市的时代变迁。”柏祖芳说。

与此同时，武康大楼周边区域也在围绕“文化+百业”进行业态配置创新，为市民游客提供多元的文旅消费活动空间。“在这里漫步，一边尝网红雪糕、听黑胶唱片，一边观老建筑、品市井风情。透过武康大楼这扇窗，不仅看到一幢百年建筑，更看到一座城市的过去、现在和将来。”江苏游客徐刚这样感叹。

在上海社会科学院城市文化创新研究院执行院长包亚明看来，上海特别注重将城市更新与文化遗产的保护、传承和利用紧密结合在一起，通盘考量。武康大楼等一众老建筑和上海小马路 Citywalk 爆火的背后，就是这座城市对历史文脉的珍视、呵护和创新激活。

名人故居林立的陕西北路、梧桐大道湖南路、充满文艺气息的永福路、适合逛逛吃吃的愚园路……“不逛完这十几条小马路，不敢说自己来过上海！”游客林先生给自己的行程安排得满满当当。

上海小马路的“好逛”还源于，保留城市历史肌理的同时，积极引导市场力量，增强优质资源配置能力，推动社会组织、市民、平台企业等共同参与街区生态的构建。

“风在街上招手，我们都变成了招牌”“来街头，和快乐接头”……沿着黄浦区一条名叫淡水路的小马路一路走来，简短的诗句印在橱窗上、挂在小店门口、刷在墙面上，甚至挂在居民家的窗下。这是上海企业小红书发起的“马路生活节”诗歌刷街活动。让人们不经意间感受到生活里的浪漫、烟火气里的点滴美好。

“认真生活的人，都值得被尊重。”一抬眼，撞见老城厢一扇黑色铁门上的句子，刚刚还在埋头刷手机的姑娘和同伴对视一笑。在小马路遇见心仪的小店，读到会心的诗句，她们对这座城市的喜爱不由又进了一层。

公园开出 24 小时书店，是多元主体参与文化建设的创新

自从家门口的公园开了和平书院，市民许博淳感觉生活更充实了。每天一下班，他就直奔这里。

“我最喜欢晚上六点半的阳台位，可以吹着晚风看书，那种从书中散发出来的安静磁场，令人沉醉。”

和平书院栖息于虹口区和平公园，是上海首个 24 小时城市公园图书馆，由综合馆、少儿馆、刊茶社、艺术馆和一片阅读绿地组成。去年 4 月 23 日世界读书日开业，迅速成为居民喜爱的“城

市会客厅”，日均服务读者超 4000 人次。“灯火不熄，夜读不止”，从子夜到清晨，它都是这个都市里一盏温暖的灯。

24 小时书店为什么能开在公园里？虹口区图书馆副馆长翁凌红告诉记者，和平书院从建设之初就在探索，政府与社会力量如何携手共建公共文化空间，为市民提供更加优质的文化服务。最终确定改革运营模式，以政府购买服务的方式，委托社会力量大隐书局负责书院的日常运营。

现在，吹着晚风，柔启书页，轻食伴读，和许博淳一样的周边居民、慕名而来的读者、片刻得闲的快递员和外卖员……每天，来这里尽享惬意夜时光的读者多达数百人。

“市民的良好体验，是对我们公共文化设施所有权和使用权分置改革实践探索的认可。”翁凌红说。

以高质量文化供给增强人民的文化获得感、幸福感，是深化文化体制机制改革的出发点、落脚点。近年来，上海坚持以人民为中心推进文化建设，深入实施文化惠民工程，充分激发各类社会主体创新创造活力，公共文化服务品质获得极大提升。

“这里就像自家屋里厢。”拎着布包、保温杯，60 多岁的戏迷张阿姨笃悠悠坐进摆渡人书场。这间以评弹和沪剧为特色的书场在浦东新区周家渡街道，依托上海市公共文化内容配送平台，增加了文化培训、艺术沙龙等活动。魔术、非遗手作、电影放映……观众可以“点单”自己喜欢的演出类型；喝杯咖啡、聊聊天、听听剧，居民们可以在这里享受悠闲一刻。

小空间、大魅力，“这里不仅是看戏的地方，更是一个让不同年龄段的人停留、交流、感受文化的地方。”浦东新区周家渡街道文化中心主任焦雯婕说。

近年来，结合“道路+”“公园+”“生活圈+”，上海持续开展城市公共空间文化“微更新”，植入阅读、展览、演艺、休闲运动等元素，建成人文水岸、城市书房、望江驿、艺术商圈、地铁文化长廊、机场美术馆 3400 多处，新型公共文化空间遍布城市各个角落。人们在日常通勤、休闲漫步中，随处能遇见“小欢喜”“小确幸”。

“为一个展赴一座城”，是文旅商体展深度融合的探索

行云流水醉意草书、行停无迹醉拳翻飞、银瓶乍破唢呐声起……日前，上海东方体育中心“星穹 LIVE”2025 星穹铁道演唱会上，醉拳、古琴、敦煌飞天舞等传统文化艺术的融入，让《崩坏：星穹铁道》游戏中的侠义风骨溢满舞台。这场被游戏爱好者惊呼“打破次元壁”的国风盛宴，三天吸引全国近 3 万名观众来沪“打卡”。

数据显示，今年五一假期，上海共举办 660 场营业性演出，服务观众约 74 万人次，票房收入约 1.63 亿元。“粉丝踩点”“余兴社交”，这些热门演出前后的新消费现象愈发成势。

这只是上海演艺市场活跃的一个切片。

“一年四季到上海，天天都有演出看！”剧迷们这样感慨。数年来，上海深化文艺院团改革，打响驻场演出品牌，增强演艺节展影响力，让上海亚洲演艺之都建设持续释放活力。2024 年，上

海 18 家市级国有文艺院团演出 10366 场，线下观众超过 340 万人次。舞剧《永不消逝的电波》累计演出超 700 场，其中在沪驻演 145 场，成为新时代海内外演出场次最多的红色经典剧目。

“想看的好剧好演出太多，来一趟根本看不过来！”北京姑娘潇潇翻出自己在上海过周末的“排片表”，密密麻麻的字迹里，满是兴奋和期待——眼下，2025 上海·静安戏剧节正如火如荼，参加名剧展演的 20 部中外戏剧佳作中，近 90% 的国际剧目都是中国首演。“好几部剧都是等了很久的！”潇潇说。

近年来，上海聚力打造全球影视创制中心、国际重要艺术品交易中心、亚洲演艺之都、全球电竞之都，网络文化产业高地、创意设计产业高地建设成效显著。文化创意产业已成为上海的重要支柱性产业。

走进上海博物馆人民广场馆，“金字塔之巅：古埃及文明大展”自去年 7 月启幕以来，热度一直不减。截至目前，累计接待观众突破 200 万人次，主题文创大卖。

一个文博展，为什么会有这样的吸引力？“有料”是一方面，“会玩”更不可或缺——上海博物馆的策展、文创、宣传各个团队全员上阵，发掘展品故事和文化元素，增强展览的互动性和体验感，做大博物馆的“朋友圈”。特别场次携宠物观展，登主题游轮赏浦江夜景、观展联动消费优惠……延长文化消费链条，变消费为“消费+”，变单一场景为多元业态，变客流为“客留”，一场文博大展串联起城市优质文化资源，给了更多人“为一个展赴一座城”的理由。

“上海真是座优雅的城市，这里的风景和气息，都那么独特，都那么美好，你们一定要来看看！”漫步外滩，弗朗索瓦边和远在法国的父母视频连线，边竖起大拇指。

（摘自《光明日报》2025 年 5 月 12 日）

构建以人才资源牵引优质文化资源直达基层的新型模式（深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想）——浙江实施文化特派员制度的探索与实践

习近平总书记指出：“既要物质富足、也要精神富有，是中国式现代化的崇高追求。”加强基层文化建设，缩小城乡文化差距，是实现精神生活共同富裕的关键所在。党的二十届三中全会《决定》提出“建立优质文化资源直达基层机制”。浙江承担着高质量发展建设共同富裕示范区的光荣使命，于 2024 年创新实施文化特派员制度，系统性遴选首批 1570 余名优秀文化人才派驻乡镇（街道）、结对村（社区）开展文化建设帮扶，全面嵌入基层文化场域，建立起优质文化资源直达基层的顺畅通道。这是贯彻落实习近平文化思想和习近平总书记重要要求的扎实举措。

文化特派员制度注重“外发促内生”与“内联促外引”有机结合，强调“整合性”视角，实现对多方资源的综合高效协同应用，率先破解城乡区域优质文化资源供给不平衡不充分难题，通过外部资源引入实现乡村文化建设的内生式发展，以精准文化赋权的模式重构基层文化服务供需

结构，在主流价值柔性浸润中激活乡村文化生产力，为乡村全面振兴、实现共同富裕厚植文化力量。

以改革创新为动力，推进优质文化资源直达基层

文化特派员作为打通优质文化资源直达基层“最后一公里”的新型力量，始终坚持把满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求作为基层文化建设的出发点和落脚点，通过问题呈现、利益联结、征召动员等环节，将多元化、碎片化的优质文化资源集聚整合，创新打通向基层投送的渠道，为乡村全面振兴注入新动能。

坚持“外引内育”，以外部优质文化资源激发乡村内部文化活力。浙江经济的快速发展，推动农民物质生活水平不断提升，同时亟须与之相匹配的文化供给和服务。乡村文化建设内生式发展侧重本地村民群众能力建设与参与，通过内部成员与外部力量的互动循环，建构内外互促、共生发展的乡村文化发展模式。文化特派员制度以外部优质文化资源的输入为契机，通过选拔宣传思想文化机关干部、媒体记者、文艺院团职员、高校教师、城乡规划师等在文化领域工作多年、有丰富实践经验的优秀文化人才担任文化特派员，以活动开展、平台搭建、培训指导等方式有效激活派驻地的文化资源以及乡村文化建设主体的能动性，努力建构优良乡村文化生态，在更广泛的社会层面促进人民精神生活共同富裕，推动文化人才建设与乡村全面振兴相互促进、相得益彰。

发展“文化经济”，以优质文化产业赋能基层经济社会发展。文化不仅是一种精神现象，更是一种能够影响经济社会发展的强大精神力量。文化与经济协同共进，能够实现文化存量向经济增量、文化资源向经济动能的转化。在乡村全面振兴中发展“文化经济”，旨在实现乡村文化振兴与乡村产业振兴、社会发展联动。文化特派员通过挖掘整合文化资源、系统培养文化人才、提升优化文化环境，大力发展具有公益性和普惠性的乡村文化产业，为促进经济融入人文、人文浸润经济，实现二者共生共荣贡献力量，推动乡村从文化资源持有者转变为文化生产力发展主体，助推乡村干部群众在物质和精神上共同奔“富”。截至目前，文化特派员通过文旅规划、文创产品销售等方式帮助驻地增收1.9亿多元。同时，文化特派员积极参与弘扬文明乡风、良好家风、淳朴民风，以文化赋能乡村自治、法治、德治，通过互助交往、集体仪式等文化软治理形式，提高村民对公共文化活动的参与度，有效提升基层治理现代化水平。

助力“共享共富”，以资源合理配置缩小区域文化发展差距。2023年9月，习近平总书记在浙江考察时，明确要求浙江“在推进共同富裕中先行示范”，强调“把缩小城乡差距、地区差距、收入差距作为主攻方向”。促进人民精神生活共同富裕、满足人民精神文化需求，一个重要方面就是要解决好城乡之间、区域之间公共文化服务不平衡的问题。一方面，浙江结合“千万工程”推进情况，根据乡镇（街道）、村（社区）的经济文化条件分类定级，为其量身定制、按需分配文化特派员资源；另一方面，引导优质文化资源更多向山区海岛等偏远地区倾斜，在项目扶持、资金投入、人才支撑等方面加大力度，通过外部力量参与本地发展，帮助缩小区域文化发展差距，

有力提高基本公共文化服务的可及性与均等化水平，进一步打通公共文化服务的“最后一公里”，让优质文化资源直达群众家门口。

以制度改革增活力，重塑文化供需适配生态

当前，基层群众文化需求呈现差异化、多样化的特点，要实现文化需求与供给精准对接，必须以全局性、长期性的制度嵌入促进规范执行，推进乡村文化建设内生式发展，推动各方资源实现有效整合。着眼建立健全优质文化资源直达基层制度，浙江构建涵盖人员选派、职责界定、服务管控及评价激励的全链条工作体系，坚持以系统观念提升基层文化服务效能，将文化特派员工作从经验化探索转向标准化治理，为破解基层文化服务困境提供制度样本。

明确“权责清单”，标准化搭建“特”“派”体系。为避免选派过程的盲目化与粗放化倾向，浙江在相关工作实施意见中明确规范“选什么人”“派下去做什么”“如何管理保障”等具体细则，回答好优质文化资源直达基层的基础性问题。“特”要求文化特派员聚焦宣传文化主业，在所驻乡镇（街道）、村（社区）范围，重点指导1个行政村，结对1家新时代文明实践站或农村文化礼堂，承担传播党的创新理论、指导基层文化活动、扶持文化产业等职责任务，全面覆盖乡村文化建设的现实需求。“派”指文化特派员在两年服务周期的派驻过程中，既不脱离原工作岗位，又要实现每年驻点服务100天左右，且每个月至少赴基层指导服务一次，以弹性化配置方式有效满足专业资源下沉与行政成本控制的双重诉求。

着力“长效驱动”，一体化统筹管理服务。实施文化特派员制度具有长期性、连续性，需要在管理与服务耦合而成的机制规范下保留相应的自主供给空间，并加强对相关主体的激励约束。浙江出台《文化特派员工作实施意见》，编制《文化特派员工作参考指南》，打造包含“服务库”“项目库”“专家库”的数字化工作平台，以“订单式”“菜单式”“预约式”文化服务机制，推动社会力量广泛参与。同时，文化特派员工作搭建了“省统筹、市指导、县（市、区）负责、乡镇（街道）抓落实”的网格化、分级制服务管理矩阵，建立“中期评估、届满评价”全过程考评机制，推动项目闭环落地。此外，创新性建立浙江省文化特派员之家作为实践交流载体，并组建三级文化特派员工作组，以常态化开展的例会制度促进资源共享、创意联动、项目协作，打造“理论研讨、经验分享、实践反馈”的科学化、规范化工作运行体系。

以项目落地为支撑，筑牢乡村文化事业基石

习近平同志在《之江新语》中指出，“比较之下，在两个文明建设中，物质文明建设实一点，精神文明建设虚一点”，强调“干工作必须虚实结合，尤其是虚功一定要实做”。抓好文化项目就是虚功实做的重要体现。文化特派员制度着眼以更大力度实现文化惠民，将虚功实做的要求贯穿始终，以“项目制”打通资源下乡的通道，将外部资源转化为适合本地需求的文化公共品供给，并以项目化管理的形式强化多方协作，有效破解基层文化服务供给碎片化、需求响应滞后等深层结构性矛盾，为补齐基层文化领域短板提供了兼具制度刚性与实践弹性的创新解决方案。

聚焦“急难愁盼”，及时回应群众实际诉求。基层文化建设千头万绪，抓住重点和难点，就能够有效回应群众诉求、保障公民文化权益，实现“有的放矢”。乡村文化发展应特别关注当地群众的需求，通过各种方式增强村民的主人翁意识，使其在乡村文化发展中享有决定权、控制权和收益权。每一位特派员在做好基本文化服务的基础上，深入调查研究，分层分类了解群众文化需求和基层建议，并和派出单位、派驻村（社区）联动谋划推出重点文化项目。文化特派员通过村民看得见、摸得着的方式，创造贴近实际、贴近群众、贴近生活的文化载体，积极回应乡村对高品质多元化文化的旺盛需求、对推进文旅融合促进乡村产业发展的迫切需要、对挖掘提炼弘扬地域优秀文化的更高期待，持续稳定地为乡村提供文化服务与建设支持。

彰显“因地制宜”，推进特色文化项目建设。俗话说，百里不同风，十里不同俗。乡村文化振兴也要尊重实际、因地制宜、分类施策，展现“千村千面”的特色风采。浙江省、市、县三级文化特派员推动开展的各类文化项目建设，涵盖保护文化遗产、指导乡风文明建设、丰富文化服务、打造文化品牌、做强文化产业等不同类目，深入挖掘乡村资源禀赋，盘活乡村各种发展资源，充分体现了乡村振兴战略下基层文化建设的地方特色和创新性导向。例如，龙泉市溪头村“文化激活溪头村文旅产业融合”项目、安吉县“大余村大研学”项目、宁波市鄞州区“羽人竞渡”龙舟文化品牌项目等，既保留了乡土文化的个性与灵魂，又展现了新时代的价值观、审美观。文化特派员制度以文化项目为抓手，以项目成效论英雄，真正做到了派人才、带资金、送项目、惠百姓，努力打造基层有感、群众受益的民心工程。

以全域协同聚合力，打造文化人才共建高地

人才是第一资源。在乡村全面振兴进程中，文化人才队伍建设的过程，也是乡村内部力量整合的过程。文化特派员制度遵循公共文化服务“政府主导、社会参与、重心下移、共建共享”的原则，重构了乡村社会关系网络，助推地方力量整合和发展，既尊重人民群众主体地位，又注重有效整合分散的人才资源，以叠加效应识别价值共创主体，推动乡村文化队伍建设在资源均衡和资源驱动创新的情境下迈向“集团作战”。

注重“送种结合”，培育内生性乡村文化生态。乡村文化振兴，“送文化”是外在帮扶，“种文化”是内在驱动。文化特派员制度坚持以人民为中心的发展思想，秉持“服务一个村、提升一个镇、带动培养一支队伍”的工作思路，将满足文化需求与释放文化创造力相结合，以“送”为主，寓“种”于“送”，“送”“种”结合，推动文化供给模式由单向“投送”向主动参与转变。该制度借助对村民、返乡青年及新创客的文化素养与知识体系的培育，以乡村熟人社会的关系网络联结分散的村民，以组织吸纳、模范带动等方式积极挖掘和培养基层文化人才，倡导全体村民共同参与到精神文化生产的实践过程中，充分激发广大农民群众在乡村全面振兴中的主体意识和文化创新创造活力，使其在文化认同基础上建立精神共同体，在更深层次上发挥文化联结作用，成为乡村文化繁荣和社会全面进步的主体力量，进而培育共建共享的文化生态。

注重“以点带面”，引导基层文化人才队伍群策群力。文化特派员既是基层特色文化活动的积极推动者，也是乡村文化建设的联络员。各地文化特派员充分调动和发挥乡镇（街道）宣传委员、文化站站长、科技特派员、农村指导员、乡村本地专业文化人才乃至当地人大代表、政协委员等主体力量，集聚乡村社会资本，促进优势互补、群策群力，深度挖掘乡村文化内涵，协同推进基层文化建设。文化特派员与科技特派员从文化与科技融合的角度对村民进行产业引导、培训带动与创新扶持，大力拓展农文旅等项目，有效促进了乡村文化与乡村产业的融合发展。目前，浙江已累计组建近4000支基层文化队伍，进一步筑牢了乡村文化繁荣兴盛的根基。

注重“聚才引智”，助推人才要素跨域流动。促进乡村文化建设内生式发展，需要形成多元力量交互作用、动态协调的新格局。文化特派员制度并非孤立个体的行动机制，而是依托派出单位构建起的一个有机联动的行动者网络。一方面，在文化特派员选派方式上注重双向性，即依据文化特派员的专长、意向等与派驻村先进行双向选择，再进行组织调配，做到人村匹配、精准对接。另一方面，省直机关、省级宣传思想文化单位、高校等派出单位，以外部赋能参与乡村文化发展相关项目，通过文化特派员将各自文化产品、文化人才以及文化传播渠道等优质文化资源系统性嵌入基层，进一步实现了文化服务的“精准定制”、助推基层文化资源高效配置，促进乡村内部组织能力的提升。作为具有特殊资源整合力和文创策划力的文化特派员，在合作共进中汇聚起乡村文化建设新力量，为把高品质文化资源送到基层“最后一公里”，提高人民群众精神文化生活水平提供了重要支撑。

（摘自《人民日报》2025年5月13日）

文化服务应从“配送物资”转向“激活基因”

如何打通文化惠民“最后一公里”，既考验公共文化服务的智慧，也丈量社会文明的高度。从数字化展陈激活乡村文化空间，到“文化特派员”唤醒乡土创造力，各地实践正以创新之力重塑资源下沉的逻辑——文化惠民不再是单向输送的“文化救济”，而应成为激发基层文化生命力的生态工程。

在推动优质文化资源下沉的过程中，数字技术正以“无界”特质破解资源分配的时空壁垒。敦煌壁画的飞天经由全息投影在村头古戏台翩然起舞，地方戏曲通过云端课堂走进千家万户，南京博物院的镇院之宝以数字化形态走进社区广场……这种流动不是简单的物理位移，而是通过数字技术解构文化资源的时空边界，让基层群众在“家门口”就能与千年文明对话。但技术赋能不应止步于炫目呈现，更需建立“需求—供给—反馈”的数字闭环，让技术真正成为文化共情的桥梁而非冰冷的屏障。

人才深耕是培育文化生长的根系网络。在浙江龙泉，文化特派员带领村民将青瓷碎片转化为现代艺术品，让沉睡的非遗技艺焕发商业价值；在广州从化，特派舞蹈家将岭南醒狮与街舞融合，

培育出独具特色的乡村文艺队。这些实践印证了一个真理：文化资源输送不能停留在“送戏下乡”的单向维度，而应通过专业人才的长期驻守，唤醒乡土社会的文化自觉。这种“专业赋能+在地共创”的模式，使基层从文化服务的接受者转变为创造者，让传统文化基因在现代化进程中完成适应性进化。

精准触达绘制文化服务的温度地图。通过分析需求数据形成“文化画像”，科普讲座走进产业工人社区，非遗体验嵌入老年大学课程，亲子活动精准匹配“双职工”家庭闲暇时段……这种“需求导向”的服务创新，使文化资源分配从行政指令转向民生洞察。精准化服务的关键，在于建立“三级感知系统”——用数字平台捕捉群体趋势，靠社区网格收集个性需求，借志愿者网络追踪特殊期待。当视障群体通过触觉地图“观看”文物展览，当流动儿童在社区绘本馆找到故乡故事，文化惠民便超越了服务覆盖的广度，抵达了情感共鸣的深度。

生态培育是激活文化创造的源头活水。中国儿艺在河南光山开展的“乡村儿童艺术嘉年华”，没有停留在“送场戏、拍张照”的层面，而是通过戏剧工坊培育在地教师，借助剧本创作发掘本土故事。项目结束后，12支乡村儿童剧团的诞生，印证了“文化种子”的生命力。这种“输血”与“造血”的有机结合，与“共建共享特色课程”的理念不谋而合——当北京艺术家与光山教师共同编写《淮河边的童话》剧本时，地域文化资源便转化为可传承的教育载体。这种深度互动催生的不仅是文化活动的繁荣，更是基层文化主体性的觉醒。

如何推动优质文化资源直达基层，需要在三个维度持续发力：一是构建“数字文化共同体”，将博物馆、剧院等机构的顶级资源转化为可拆分、可组合的数字化模块，供基层个性化调用；二是完善“文化人才蓄水池”，建立特派员轮换、在地骨干培养、志愿者认证等立体化人才支撑体系；三是创新“文化服务评估机制”，将群众满意度、在地文化生产力等指标纳入考核，倒逼服务模式优化。这些探索，指向公共文化服务的深层变革——从政府主导的“文化供给”转向社会参与的“文化治理”。

破解文化资源下沉难题，本质是在数字时代重构文化共生的新范式。这既需要搭建“云端”与“地气”交融的技术基座，更需要培育“专业”与“草根”对话的创造生态，最终让每个社区、每片乡土都能生长出独特的文化风景。当文化服务从“配送物资”转向“激活基因”，从“填补空白”升维至“创造可能”，这样的变革不仅关乎公共文化服务的效能提升，更是在为中华文明的现代性转化探索深层路径——让文化的江河既有主流奔腾的壮阔，也不失溪涧润泽的温情。

（摘自《光明日报》2025年6月4日）

面向“十五五”：加快培育旅游业发展新动能

发展好旅游业，对于更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴都具有重要意义。5月19日，习近平总书记在河南考察时指出，“文旅融合前景广阔，

要推动文旅产业高质量发展，真正打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业”。“十五五”时期，必须深入贯彻习近平总书记“坚持守正创新、提质增效、融合发展，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全”的重要指示精神，科学把握旅游业发展的时代特征，面向新需求，培育新动能，着力完善现代旅游业体系，推动旅游业高质量发展。

“十四五”时期我国旅游业发展呈现新趋势

文化和旅游部日前发布的《2024 年文化和旅游发展统计公报》显示，2024 年，我国国内居民出游 56.2 亿人次，同比增长 14.8%。国内居民出游总花费 5.8 万亿元，同比增长 17.1%。“十四五”时期，我国旅游业发展规模不断壮大、行业结构持续优化，呈现出一系列新趋势、新特征。

大众旅游进入全面发展新阶段。当前，旅游已经融入广大城乡居民的日常生活，成为人民美好生活的日常选项，越来越多的县域中心城镇和农村居民参与旅游活动，成为旅游消费新主体。我国丰富的自然和文化遗产，成为旅游业发展的本底资源，满足了游客休闲、度假、研学、旅居的新需求。人们在旅程中体验生活之美，人民美好生活成为旅游业高质量发展的新动能。面对旅游市场新需求和旅游产业新变化，更加需要将高质量发展作为旅游业中长期规划和实践创新的指导思想。

文化和旅游正在更大范围、更深程度、更高水平上融合发展。党的十八大以来，习近平总书记多次就文化与旅游融合发展作出重要指示批示，强调“以文塑旅、以旅彰文”，推动文化和旅游深度融合发展。中华民族自古就把旅游和文化修养结合在一起，崇尚“读万卷书，行万里路”。旅游是修身养性之道，临江山胜迹而与天地精神往来，旅行之路，“游物”也“游心”。今天，国家文化公园、考古遗址公园、历史文化名城古镇和街区、博物馆、纪念馆、图书馆、文化馆、非遗民俗、音乐会、演唱会已经成为越来越重要的旅游场景，文化和旅游融合的新作品、新项目和新业态不断涌现，回应了当代旅游业“以文化人、以旅惠民”的新要求。

旅游业正在加速从传统到现代转型，先进制造、人工智能和数字化成为旅游发展的新动能。科技深刻改变着人民的生产生活方式，重构了旅游产业链条，也重塑了当代旅游发展格局。高速公路、高速铁路、航空工业、卫星导航等正在深刻改变着人们的旅游方式，越来越多的人可以自由到达更远的远方。数字技术为场景重构和内容创新提供有力支撑，创作了大量文化新空间和旅游新场景，培育了科技创新和文化创意企业，形成了智慧景区、智能酒店、智慧交通等新业态。大数据技术广泛用于旅游统计、客流监测与预警、信用评估等，有效提升了旅游治理体系和治理能力现代化水平。

入境旅游市场加速恢复，国际和港澳台旅游市场进入持续增长和全面发展新阶段。2023 年，中央经济工作会议就解决外籍人员来华经商、学习、旅游堵点作出针对性部署。2024 年，国务院办公厅印发《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》。在中央和各地多项政策推动下，外籍游客来华旅游面临的支付难、购票难、住宿难等“堵点”得到明显改善，“中国旅游”迅速成为全球热点。2024 年，我国接待入境游客约 1.3 亿人次，入境游客总花费 942 亿美元，同比增长

均高于 60%。其中,接待外国游客 2694 万人次,同比增长达 95.5%。通过免签入境的外国人 2012 万人次,增长达 112.3%。

推动“十五五”时期旅游业高质量发展的着力点

面向“十五五”时期,推动旅游业高质量发展还需要有效解决旅游发展不均衡、游客满意度不够高、发展动能不够新、市场主体不够强、居民获得感不够多等问题,在国家旅游业发展规划体系中,必须围绕这些问题部署一系列针对性的举措。

以高质量供给满足高水平需求。一方面,盘活旅游行业存量,增强旅游业高质量发展的内生动力。全面实施旅游景区焕新、旅游度假区创新、旅游休闲街区赋新等工程。依托自然资源的旅游景区,引入现代化的旅游设施、旅游装备和文娱项目,因地制宜发展低空飞行、沙漠酒店、温泉康养、科普研学、群众体育和文娱项目,不断提升游客体验和重游意愿。另一方面,培育科技新动能,创造新场景,用好人文经济学推动城市休闲和乡村旅游。鼓励投资机构和市场主体建设更多小而精、小而美、小而暖的项目。加强对酒店、景区、旅行社等旅游细分领域的培育支持,鼓励文化、体育、交通企业等开展跨领域的“+旅游”服务。

积极培育国家旅游线路,加快建设入境旅游首站城市。世界级旅游城市、旅游景区、旅游度假区、国家旅游线路、世界一流的旅游企业和服务品牌是高质量发展的基础支撑。依托长城、大运河、长征、黄河、长江五大国家文化公园,重点培育国家旅游线路。依托“八纵八横”高速铁路网和国家高速公路网,推进交旅融合,重点培育一批旅游专列和自驾旅游线路。加快建设海南国际旅游消费中心、青海国际生态旅游目的地、湖北世界知名文化旅游目的地、桂林世界级旅游城市等,加快建设河西走廊、巴蜀文化旅游走廊。依托上海、广州、北京、西安、成都、重庆等建设面向外国游客的入境旅游首站城市,依托深圳、珠海等建设面向港澳地区的入境旅游首站城市,携手港澳培育多目的地大湾区旅游城市群,依托厦门、福州等建设面向台湾地区的入境旅游首站城市。协调财政、税务、海关和金融部门,完善首站城市的市场免税店、离境退税点、国际信用卡支付体系。协调海关、民航、铁路、海事、邮政等部门,推广市区远程值机、酒店行李托运、入境转国内行李直挂,推动“旅游+物流”,建设国际游客友好型城市。

推进文化和旅游深度融合发展。坚持以文塑旅、以旅彰文、宜融则融、能融尽融,推动中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化与现代旅游需求广泛融合,推动文化产业与旅游供给深度融合,为游客创造更多的文化体验新空间和旅游消费新场景。支持文化、科研和旅游企业在旅游目的地和旅游度假区投资建设大型主题公园。推动文物与旅游融合,分类完善文物主题游线路,培育和推广文化遗产游主题线路。推动教育与旅游融合,以中小学生课外实践为重点,倡导“书生意气的研学、家国天下的旅行”,完善全生命周期研学旅游保障体系,重点建设一批高水平的国家营地、研学基地和研学课程。推动影视文学与旅游融合,培育并推广一批“跟着电影去旅游”“跟着课本去旅游”“跟着名著去旅游”等影视和文学主题线路。推动艺术下沉和旅游向上,让广大游客在行程中领略自然之美、领悟文化之美、陶冶心灵之美。推进旅游与科技融合,积极

发展智慧旅游，挖掘先进制造、大国重器、数字技术的资源潜力，让海内外游客在这片美丽的国土上看见历史悠久的文化遗产，更看见生生不息的未来场景。

(摘自《光明日报》2025年6月10日)

理论研究

迈向智能阅读时代：新形式、新基建与新服务

在这个指尖轻点就能获取海量信息的时代，阅读正在经历一场静默而深刻的革命。从纸质书页到电子屏幕，从图书馆到云端书架，数字技术不仅改变了我们获取知识的方式，更重塑着整个阅读生态。当前，数字阅读正呈现出百花齐放的发展态势：各种“读书新花样”层出不穷，听书、互动阅读、社交化阅读等创新形式让传统阅读焕发新生；数字阅读基础设施建设日臻完善，从硬件设备到内容平台都在持续升级；更值得注意的是，整个阅读服务体系正在经历数字化转型，个性化推荐、智能交互等功能让阅读服务更加精准高效。本文将从三个维度探讨数字阅读的创新发展。

一、读书“新花样”

1、AI 工具选书与整理“干货”

AI 工具能够通过分析用户的阅读历史、浏览习惯和喜好，提供个性化的阅读建议，帮助用户更高效地找到适合自己的书籍。同时，AI 还能辅助整理书籍中的“干货”，提高阅读效率。虽然 AI 工具提供了便利，但也可能导致用户过度依赖算法推荐，从而忽视其他潜在的好书。此外，算法偏见也可能影响推荐结果的公平性。

2、原著精讲短视频

短视频以直观、生动的方式呈现书籍内容，降低了阅读门槛，吸引了更多观众。对于时间有限的用户来说，这是一种快速了解书籍内容的有效途径。短视频可能无法全面展现书籍的深度和广度，导致观众对书籍的理解停留在表面。此外，短视频的碎片化特点也可能影响观众的注意力和思考能力。

3、博主分享新书读后感

博主的个人经验和观点能够为读者提供新的视角和启发，帮助读者更好地理解和评价书籍。同时，博主的推荐也可能激发读者的阅读兴趣。博主的观点可能带有主观性，不一定适合所有读者。此外，部分博主可能为了吸引流量而夸大或歪曲书籍内容。

二、数字阅读新建设

1、数字阅读现状分析

目前我国数字阅读用户规模达 5.7 亿，市场规模为 567.02 亿元，同比增长 22.33%，成为近五年来最高增速。从用户的阅读偏好来看，2022 年电子书阅读用户题材偏好前五位分别为文学小说、漫画绘本、历史社科、搞笑幽默和人物传记。年轻读者群体除喜欢玄幻、科幻作品外，对传统文化读物《论语》《红楼梦》《西游记》的喜爱度也在升温。在阅读时长方面，2023 年用户日均使用时长超 70 分钟。2020 年用户平均单次电子阅读时长为 79.3 分钟，纸质阅读时长为 63.2 分钟，有声阅读时长为 62.8 分钟。

2、新技术、新载体前景分析

AI 技术已能让一部电子书生成分角色、声音多元的音频产品，在多角色对话模式下配备不同音色，大力提高了出行人群、视障和老年人等群体的阅读便利程度。

大数据、云计算为内容生产创作带来了多重创新与变革，也为数字文化消费带来更具沉浸感、更加多元的体验。

5G 技术的推广将带来更快速、更稳定的网络连接，为新兴数字阅读（如 AR 阅读）提供更优质的用户体验。

边缘计算可以将计算和存储资源分布到网络的边缘，通过高效的资源分配，减少网络延迟和带宽的占用，从而提高数字阅读应用的响应速度和可靠性，为其提供更稳定的技术保障。

短视频平台涌现出大量原著精讲短视频，以直观、生动的方式呈现书籍内容，降低了阅读门槛，吸引了更多观众，拓展了阅读活动的覆盖面。

3、数字内容资源新建设

通过对存量资源的外包数据加工和增量资源的外包开发制作，丰富数字内容资源。借助协同编辑系统，从选题策划开始到交稿的全过程，由作者提供相关内容素材，并取得授权。通过版权交易方式，购买满足资源完整性、权威性需求的内容资源。通过虚拟积分、信用等级等方式授予用户一定的资源使用权，换取用户上传资源，并取得授权。利用 AI 技术进行选书推荐、内容解析、多模态交互等，提升阅读体验。例如，AI 技术已实现将电子书生成分角色、声音多元的音频产品，方便出行人群、视障和老年人等群体阅读。通过大数据分析用户阅读偏好和行为，为内容创作和分发提供精准指导。云计算则提供强大的计算和存储能力，支持大规模数字内容资源的处理和管理。5G 技术确保网络运行稳定流畅，支持一站多终端服务，为数字内容资源的实时传输和共享提供基础。边缘计算则通过高效的资源分配，减少网络延迟和带宽占用，提高数字阅读应用的响应速度和可靠性。

针对数字内容资源的特点和实际需求，制定贯穿信息生命全周期的管理/服务计划，确保资源得到有效利用和保护。根据数字资源的初始价值，确定其存储服务级别，并采取相应的数字保护措施和技术，从数据安全性、可恢复性和知识产权等多方面构建全方位的资源保护体系。设置资源更新周期，鼓励用户上传优质内容，并定期维护与删除不再适用的内容，实现个性化和多样化的资源积累。实现与国家公共文化云平台的对接，促进数字内容资源的共建共享。在优质教育资

源共享中适当引入有偿共享机制，鼓励商业化和运作，探索和制定资源付费新模式，激活资源建设活力。

三、服务的提升以及相关数字化转型的推进

1、阅读行为和习惯的变化

随着电子设备和互联网的普及，数字化阅读方式（如电子书、在线文章、有声书等）越来越受到人们的青睐。这种方式便捷、环保，且能够满足人们随时随地的阅读需求。社交媒体、新闻应用和博客等平台的兴起，使得阅读变得更加碎片化。人们可以在短时间内获取信息，但这种阅读方式也要求读者学会在信息的海洋中筛选和集中注意力。

随着大数据和人工智能的发展，个性化阅读推荐变得越来越精准。读者希望根据自己的兴趣和需求获取定制化的阅读内容。尽管数字化阅读带来了便利，但深度阅读的挑战也随之而来。在快节奏的生活中，如何保持深度阅读的习惯，培养深度思考的能力，成为读者需要面对的问题。

2、围绕变化提升服务

在公共服务机构和场所设立电子阅报栏、数字阅读终端等现代化阅读设施，满足数字化阅读的需求。同时，保留传统的纸质书籍和报刊，以满足不同读者的阅读习惯。

创造安静、舒适的阅读环境，减少干扰因素，让读者能够专注于阅读。例如，设置专门的阅读区域、提供舒适的座椅和照明等。利用线上线下相结合的方式，开展丰富多样的阅读推广活动。如举办读书分享会、作者见面会、阅读挑战赛等，激发读者的阅读兴趣。利用大数据和人工智能技术，分析读者的阅读偏好和行为习惯，提供个性化的阅读推荐和服务。例如，根据读者的阅读历史推荐相关书籍、设置个性化的阅读计划等。

3、数字化转型的推进方式

打造基于互联网资源的全民阅读服务平台，实现图书资源的数字化存储和检索。读者可以通过平台随时随地访问和阅读图书资源。

运用大数据、云计算、人工智能等新兴技术，优化阅读服务的流程和质量。例如，通过智能推荐算法提高阅读推荐的准确性、利用云计算技术提升平台的稳定性和响应速度等。

丰富数字内容资源的种类和数量，满足读者多样化的阅读需求。同时，注重数字内容的质量和創新性，提高阅读的吸引力和价值。

与旅游、文化、教育等领域进行跨界融合与合作，拓展阅读服务的场景和范围。例如，在旅游景区设置阅读设施、与学校合作开展阅读教育项目等。

（摘自《中国日报网》2025年4月1日）

以文化赋能经济社会发展

2023 年全国两会期间，习近平总书记提出：“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。”今年全国两会期间，习近平总书记强调，“以文化赋能经济社会发展”。人文经济学的提出，揭示了文化与经济相互促进的规律，并为新时代文化产业发展指明了方向、开辟了空间。

人文经济学的内涵与要求

人文经济学首先突出一个“人”字。这个“人”，超越传统西方经济学的“理性人”假设，兼具理性与感性，强调道德与精神的力量；超越个人主义的价值取向，强调最广大人民利益的实现，体现以人民为中心的发展思想；把人的全面发展作为经济发展的根本目的与内在动力。人文经济学中的“文”，不是泛指一般意义上的文化，而是以马克思主义为指导，坚守中华文化立场，立足当代中国现实并结合当今时代条件，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。

人文经济学包括“文化经济化”和“经济文化化”两个面向。“化”字体现互动与转化，突出文化传承发展与经济高质量发展之间的相互赋能。“文化经济化”是文化转化为经济形态，形成文化产品、文化资本，构成文化市场、文化产业。“经济文化化”是文化价值在各经济领域的转化应用。一方面，文化产业要素融入各经济领域，形成文化旅游融合、文化科技融合以及“文化+农业”“文化+制造业”“文旅+百业”等新模式、新业态、新经济；另一方面，文化作为影响因素作用于各经济领域，影响其发展理念、运行规则与生产效率。

人文经济学凸显人文精神对经济发展的价值引领与原则规范。以人文精神贯穿经济活动，人生观、价值观、伦理道德观等成为影响经济发展的重要因素，以人文价值赋能科技创新，推动科技向善，实现人文精神和科学精神的和谐统一，追求物质生产与精神生产、物质文明与精神文明的协调推进。

明确文化产业发展的目标任务

实现人民物质生活与精神生活共同富裕是文化产业发展的经济民生目标。文化产业与农业、制造业、服务业相融合，增加其产品服务的附加值，促进产业升级转型；创造新的产品服务与消费场景，派生新的产业门类。在公共文化服务体系保障基础供给之外，文化产业通过文化市场体系满足人民群众更加多样化、多层次、多方面的精神文化需求，提升文化服务和文化产品的供给能力。

赓续中华文脉是文化产业发展的文化传承目标。中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶，是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养，也是在新时代赋能经济发展的重要因素。人文经济学视域下推动文化产业发展，就要通过创造性转化和创新性发展，使中华民族最基本的文化基因同当代文化相适应、同现代社会相协调，在发展壮大文化产业的同时赓续中华文脉。

提升国家文化软实力和中华文化影响力是文化产业发展的对外传播目标。文化产业是增强中华文明传播力影响力的重要载体，承担着通过文化产品服务走出去，促进文明交流、传播中华文

化、展示中国形象的使命任务。人文经济学视域下推动文化产业发展，就要不断健全文化产业体系 and 市场体系，不断培育新型文化业态和文化消费模式，增强文化整体实力和竞争力。

识别文化产业发展的影响因素

文化产品要求高度的独特性与创造性，依靠个人或集体的创意进行生产。驱动文化产业发展的不是一般意义的人的劳动，而是人的创意迸发。创意是以经验积累、思维沉淀为基础，在关键时刻以灵感闪现为形式的从零到一的创新创造，是对过去的突破与对未来的想象。创意沉淀形成的创意资本与 IP 价值是文化产业的核心竞争力。

文化产品要满足消费者的情感体验，形成情感链接，需要依靠创作表演服务者的心力投入。心力依托于又不同于体力与智力，由感觉、情绪、信念、激情等构成。心力投入是人对精神力量与情感力量的充分调动，没有心力投入，很难有创意迸发。同时，文化产品服务的体验效果也依靠消费者的心力投入，消费者不动情感参与交互，也难以获得共鸣。

此外，文化产品是集思想性、艺术性、观赏性于一体的，美与审美赋予文化产品服务不同于其他产品服务的独特价值。文化消费满足并引领消费者的审美，消费者的审美追求也拉动创作表演服务者对美的创作，拉动文化产业发展，因此，必须努力创作生产更多传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求的产品。

把握文化产业对经济社会发展的作用机制

文化产业通过提供文化产品与服务，促进人的全面发展。一方面，提升人的思想素质、知识能力、精神动能，从而提升人对物质财富与精神财富的创造能力与创造热情。另一方面，提升人的文化素养、审美水平、生活情趣，从而提升人对文化产品和其他生活产品的消费需求与消费品位。人的全面发展，则能带来更多的财富创造与更高的生活消费，促进文化产业自身的发展与整个经济社会的进步。

文化产业通过文化符号与文化体验创造新的供给与需求。文化符号满足人们的意义需求，精神体验满足人们审美、娱乐、休闲、情感等需求。文化产业不仅提供文化产品服务，而且为其他产业的产品服务赋予文化元素，丰富其原有的功能与效用，如汉服给人们提供的不仅是实用功能，更是符号意义与精神体验。文化产业通过赋予符号意义与精神体验，创造了新的价值与新的产品，形成新的供给，并通过新的供给引领和创造新的需求。

（摘自《光明日报》2025 年 4 月 23 日）

推进地域文化与旅游深度融合发展

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。党的二十大报告提出，“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合”。习近平总书记在安徽考察时强调，“要进一步推动文化和旅游融合发展，发展全域旅游，把文化旅游业打造成为支柱产业”。文化旅游业是第三产业的重要组

成部分,把文化旅游业培育成为支柱产业,不仅可以拉动内需,促进经济增长,而且能够创造大量直接和间接的就业机会,帮助改善民生,还可以促进文化传承与创新,实现经济效益与文化效益双赢。

文化旅游业是指通过旅游活动来体验、了解、学习和欣赏人类创造的物质和精神文化资源的一种产业。它结合了文化和旅游两个元素,旨在满足人们对文化和旅游的需求,提升旅游活动的质量和体验。实践中,文化旅游业的繁荣发展,是文化与旅游相互交融、相互促进、相得益彰的过程。在理论层面,探究文化和旅游的互动关系,则需要将其放在特定空间范围内,也就是区域层面加以讨论。我国幅员辽阔,历史悠久,民族众多,在不同地区形成了各具特色的地域文化。地域文化不仅是一个地方独特的文化符号,也是旅游的独特魅力所在。把文化旅游业打造成为支柱产业,关键是要用好地域文化资源,彰显地域文化价值,赋能旅游业高质量发展。

地域文化是特定区域源远流长、独具特色,仍发挥作用的文化传统,是特定区域的生态、民俗、传统、习惯等文明表现。地域文化包括方言、饮食、习俗、民间艺术、建筑风格等,体现一个地区的自然和社会条件,是历史积淀和多样文化共存的基础。地域文化在旅游业中发挥着重要功能。首先,地域文化可以提升旅游目的地的形象和知名度。深入挖掘和展示地域文化元素,并将其融入旅游项目的规划、设计、运营等各个环节,可以有效避免同质化竞争,树立独特的品牌形象。其次,地域文化是旅游的重要资源。独特的文化景观和地方传统是吸引游客的重要因素。通过挖掘和展示地域文化的独特魅力,可以丰富旅游产品的内容,提供更加多样化的旅游体验,满足游客对文化认知和探索的需求。最后,地域文化能够促进跨文化交流。通过旅游这一平台,不同地域、不同文化背景的人们可以相互交流、了解和尊重彼此的文化,有助于打破地域偏见和刻板印象,增强人们的文化自信心和认同感,促进社会和谐发展。

当下,随着文化元素不断注入旅游之中,文化正以其广泛而深刻的渗透力对区域经济发展产生巨大影响。这就要求在推进区域文化旅游业高质量发展中,推动地域文化与旅游互融共促,以进一步释放文化经济活力。具体而言,应从以下几个方面着力:

深入发掘地域文化优势,塑造特色区域品牌形象。区域品牌形象是一个地方内在历史底蕴和外在特征的综合表现,反映区域总体风格和特征。独特的区域品牌形象是重要的无形资产,对于提升区域认知度和区域旅游竞争力具有重要意义。在区域品牌形象生成、建构过程中,地域文化是其灵魂,起着决定性作用。在区域旅游业发展过程中,首先要保护好包括语言、风俗、饮食、服饰、建筑、艺术等在内的地域文化资源,然后加以深入挖掘并从中提炼出地域文化的精华,进而文以化之,将这些特色文化符号和元素融入区域整体形象设计,最后运用新媒介和新技术等现代方式表现出来,使区域独特品牌形象得以成功塑造和更广传播。

找准地域文化与地方旅游产业的契合点,培育文化旅游业新增长点。要深入系统研究地域历史文化资源与地方旅游产业有效融合的一般规律和作用机理,明晰当地文化元素与相关旅游产业融合发展的总体方略和长远规划。在具体操作层面,找到地域历史文化与当地旅游产业的契合之

处，甄别地方具有比较优势的、能够与地域文化有机结合的旅游产业，探索两者耦合的载体、平台及路径，进而将文化元素渗透进地方旅游产业的价值链，与旅游产业的研发、设计、营销等环节深度融合，促进地方旅游产业转型升级。同时，通过对地域历史文化资源的创意开发和在地转化，形成完整的文化旅游产业链和地域文化旅游产业集聚效应，促进具有竞争优势的地方特色文化旅游产业发展壮大。

以数字技术为引擎，推动文化旅游业数字化转型。文化与旅游融合发展是通过一定的技术条件实现的，而数字化正成为推动文化旅游业发展的新引擎。首先，加快文化数字化建设，对地域文化资源和内容进行数字化加工处理，将优秀地域文化资源转换为可复用、可转换的资产。其次，广泛应用互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术，为文化旅游业提供创新思路 and 实现工具，丰富文化旅游产品创作生产的形式和载体。再次，借由数字化拓宽文化旅游产品传播消费的渠道和空间，进一步拓展文化旅游业的市场。最后，运用数字技术为文化旅游业市场主体提供更多的应用平台和丰富的消费场景，不断催生新产业、新业态、新模式。

(摘自《光明日报》2025年5月21日)

文化产业高质量发展为国民经济发展提供新动能

新时代需要新的文化艺术业态和更高质量的文化艺术产品。文化产业应当以高质量发展为目标，看清局势、把握机遇，由内而外进行整体转型创新和优化升级，从而在满足人民群众日益丰富的精神文化需求的同时为我国经济发展提供强大动能。

数字赋能，加快文化领域供给侧结构性改革

大力推进数字文化产业发展，加快文化产业数字化、智能化进程是当前突破文化产业发展瓶颈的重要方向。数字文化产业以文化创意内容为核心，有助于激发产业内生动力，为此，文艺工作者和相关企业要充分借助数字技术进行创作、生产和传播、服务，推进生产数字化、传播网络化，比如，重点推动数字影音、游戏动漫、智慧旅游等行业发

展等，使文化供给与当前大众消费需求接轨，通过优化供给，创新驱动供给侧结构性改革。除此之外，当下人工智能技术的突破性发展也为文化产业高质量发展带来了宝贵机遇。相关企业加强人工智能技术培训学习，加强文化产业重点领域与关键环节的科技攻关，尽快掌握人工智能辅助文化创作的技能。比如，借助AI技术制作视频、定位消费者兴趣需求、辅助网络文学创作等，为文化创作提供更多灵感和工具辅助，以网络化、数字化和智能化为技术基点，助力文化产品和服务的提质升级，从而增加中高端产品供给，打造专属文化品牌，推动文化产业整体业态的数字化转型。同时，数字赋能文化艺术与经济效益融合，还需要打造完整的数字文化产业链，推进数字文化产业新业态发展，支持在线教育、智慧农业在内的“数字文化+”多产业融合模式的实践落实，尤其重视文化艺术与旅游、体育等产业的协同发展。另外，建立健全统一开放、竞

争有序的数字文化市场体系，推进文化和艺术品市场健康有序发展，也是文化艺术与经济效益融合的重要保障。

资源协同，文旅融合共建文化产业发展新格局

“文化+”是当下文化艺术要素与经济社会各领域广泛深度融合的主要形式，具有广阔的市场前景和可观的经济价值。文化与科技的融合有助于文化产业供给侧结构性改革，同样，文化艺术与金融、互联网、制造业、旅游业、农业等行业的融合也是实现文化产业高质量发展的有效路径。但无论何种产业融合样态，都需要利用好、发挥好我国丰富的文化艺术资源优势，更好地将资源优势转化为价值优势。

以文旅业为例，当前文旅业已成为我国经济社会发展的支柱产业之一，但“文旅同质化”尤其是业态模式、文创产品的同质化问题愈发突出，这无疑是当前文旅业持续取得良好经济效益面临的一大困境。因而，在文化资源的开发运用上，要因地制宜，尊重各地文化地域差异，坚持差异化原则，通过数字技术新形式，将各地独特的文化资源进行创造性转化、创新性发展。文创产品和文旅模式都要建立在当地民族特色和区域特色之上，尤其文创产品的设计要融合特色文化要素、时尚要素、休闲娱乐要素，彰显产品个性化和特殊意义，如此才能实现各地文旅业可持续发展。文化艺术与旅游、体育、教育、科技等领域的跨界融合是新型文化产业整体效能提升的时代要求，是经济发展的新引擎，无论是何种“文化+”的产业融合模式，要持续稳定地发挥经济价值，都要重视独特文化艺术内涵和价值的挖掘，利用好各地文化资源的地域差异性，保证产业模式和产品、服务的独特性和创新性，追求长效可持续的经济效益，以文化艺术创新和提质真正将各地资源优势转化为稳定的经济效益。

人才支撑，企业牵头驱动文化产业高质量发展

文化产业高质量发展重在文化艺术内容创新和产业结构优化升级，而内容创新和产业结构优化的关键在于人才。人才是文化产业第一资源，是核心驱动力。文化艺术经济效能的充分发挥，需要的是兼具产业经济思维和数字技术、文化创意能力的复合型人才。但目前专业人才资源供给与市场需求不匹配，复合型文化艺术人才匮乏是不可否认的客观事实。为此，政府、高校、企业各主体应在专业人才培养上尽快形成共识和强大凝聚力，集中资源和力量搭建全链条人才体系，完善专业人才的引进、利用体系，从而以高质量的人才为引领，带领文化产业实现科学高效发展。企业不仅是高素质人才培养培训的重要主体，也是文化产业创造良好社会效益和经济效益的重要力量。为了更好地实现文化产业高质量发展，企业要积极响应政策号召，参与重点工程项目，优化产业链布局，推动文化产业智能化、数字化发展。同时，持续推进产业跨界融合和财务管理模式创新，全面拥抱 AI，优化资源配置，专注生产能力升级，以有限的资源实现经济效益最大化，保障文化项目可持续发展。其中，大型企业可通过资源整合、重组并购形成具有国际竞争力的文化产业集团，而中小型企业可将重心放在个性化、高质量文化艺术产品和服务创新开发上，从而

形成独特的优势。各类文化市场主体都应充分挖掘和发挥自身独特优势，紧跟时代浪潮，常思常新，积极参与推进文化产业高质量发展。

经济高质量发展，文化是重要支点。文化产业高质量发展需要追本溯源、立足实践，从根本上激发文化产业和艺术品产业的内生动力，即优化供给和产业结构，推进供给侧结构性改革。同时，通过资源协同、产业融合，挖掘文化产业繁荣发展新动能，这也是构建文化产业长足发展新格局的重要策略。所有文化市场主体尤其是企业，当牢牢把握意识形态属性和产业属性的关系，牢记责任与使命，自觉追求社会效益与经济效益的统一。

（摘自《中国文化报》2025年5月27日）

责任编辑：田儒会

组稿：张志燕

本期摘编：贵阳市图书馆

校 对：杨家铃 张志燕

排版打印：咨询辅导部
