

文化金山

周刊

本报记者 笪伟 本报通讯员 王佑嘉

看咱们国家级示范区！ ——镇江公共文化服务体系“五字诀”探秘

日前，第三届长三角地区国家公共文化服务体系示范区(项目)合作机制大会在我市召开，沪苏浙皖43个城市(地区)围绕“深化文旅融合 促进文旅消费 推进公共文化服务高质量发展”主题，探索文旅公共服务促消费新路径。

市文广旅局党委书记、局长陆艳华介绍，2021年，镇江正式命名为“国家公共文化服务体系示范区”。近年来，围绕“保障基本公共文化服务标准化、均等化”“促进文化和旅游公共服务深度融合”，结合本地文旅特色，镇江探索总结出文旅公共服务“送、种、创、融、促”五字诀。

“送”：送文化

通过3个“化”，让老百姓享受“大致均等的基本公共文化服务”。

一是“标准化”，主要体现在基础设施标准建设

镇江承担了国家级和省级2项标准化项目，即文化广场标准化试点和基层综合性文化服务中心标准制定。文化广场标准化试点方面，以优秀等次通过“文化广场管理服务”国家标准试点，按照“六个一”标准(即一块场地、一支专兼职管理队伍、一个电子显示屏、一套音响系统、一个阅报栏、一份节目资源表)，全市建成文化广场1600多个；基层综合性文化服务中心方面，制定《村(社区)综合性文化服务中心服务规范》省级地方标准，推出基层综合性文化服务中心“1+X”模式(1：指满足国家、省“规定动作”，X：指“群众需求、地方特色”的“自选动作”)，形成村史馆、文化礼堂等近百个特色文化服务中心。

二是“一体化”，主要侧重公共文化的城乡一体化、服务一体化

实施送文化“六进”活动(即进机关、进军营、进学校、进企业、进社区、进乡村)，足迹遍及全市658个村(社区)、162所中小学(含特教中心)、百余家中大型企业、5个驻镇部队，让新老镇江人都能享受公共文化服务的“烟火气”。

三是“信息化”，着力解决公共服务精准性的问题

参照“淘宝”运营模式，在全省率先搭建“淘文化网”，采用“线上点单、线下配送、评价激励”的方式，让老百姓精准选择感兴趣的文化服务。同时正在大力推行智慧图书馆、云端博物馆等数字化服务，让老百姓足不出户也可尽享各类公共文化大餐。



丹徒区文化馆开展文艺志愿服务活动

“种”：种文化



2021年“文艺播种计划”优秀成果展演现场

创新实施“文艺播种计划”，通过3个“全覆盖”，让文艺种子广泛“播”向群众心间。该项目荣获江苏省“四力”教育先进案例、江苏省委宣传部宣传思想文化工作创新奖等。

一是需求摸排全覆盖，解决“种什么”的问题

深入到全市各村(社区)，全面摸排梳理文艺需求600余项。

二是结对辅导全覆盖，解决“谁来种”的问题

整合全市宣传、文旅、文联、教育等系统资源，建立“市-县-镇”三级文化志愿者体系，包括专职艺术家、专业院团骨干、学校美术老师、艺培机构老师等各类文化志愿者300余名。4年来，走遍全市658个村(社区)，累计辅导近万场，辅导基层文艺爱好者30余万人次，受益群众超百万人次。

三是团队培育全覆盖，主要呈现“种的结果”怎么样

通过精准帮扶培育，全市群众文艺团队数量从400多支增加到964支，一些10人左右的小微团体发展成30人左右的固定团队，36支群众文艺团队入选江苏省“双千计划”优秀群文团队培育对象，康盛剧社九上央视戏曲频道，丹剧团登上央视春晚舞台。

“创”：创文化

充分调动群众自我创作、自我表现、自我服务的积极性，让大家自觉成为文化的继承者、传播者和展示者。

一是群众故事群众讲

老百姓自编自导、自编自演，将散落在民间的故事民谣、身边人身边事等，改编创作成群众喜闻乐见的文艺精品，比如由老百姓自己创作的南乡田歌水号子荣获江苏省民间文艺奖，器乐重奏《凤鸣朝阳》荣获长三角民族器乐作品创作大赛银奖等等，老百姓身体力行地讲好镇江故事，传播镇江声音。

二是群众舞台群众演

搭建“百姓大舞台”“四季村晚”“文艺播种成果选拔赛”“全民K歌大赛”等大型群文平台，每年举办超百场“村晚”活动，其中扬中市兴阳村“村晚”已连续深耕16届，荣获全国秋季村晚示范点。

三是群众品牌群众建

经多年培育，我市56个乡镇658个村(社区)逐步形成“一镇一品、一村一特”的发展格局，其中丹阳市云阳街道的“灯谜”两次入选“中国民间文化艺术之乡”，句容市丁庄村、丹徒区五套村等乡村以葡萄、柑橘等本地特产为主题，打造集节庆活动、文创商品、文旅场景等于一体的整村IP品牌。



淘文化网送演出下基层活动

“融”：融文旅



镇江焦山碑刻博物馆举办传统拓片制作碑刻文化体验活动

推进文旅深度融合，让文化借助旅游的载体，实现更深层次服务、更广范围传播，是基于“送、种、创”进行的进一步提炼和运用。

一是“以小见大”融出新空间

实施“文艺拾光浸润工程”，通过融合、嵌入的方式，将小剧场、文旅驿站、艺术转角、文心书坊、非遗守望空间5类小场景有机植入到景区、商圈、社区、乡村、古建等城乡空间中，让文艺服务不限于剧场、不囿于围墙，打造百姓伸手可及的文旅新空间。目前已在西津渡街区试点营造了16个融合新空间，并面向全市推广，今年拟打造90个新空间，到2025年完成至230个。

二是“以文塑旅”融出新产品

实施“乡村文旅五百工程”，设计以“五百”为统领的乡村文旅品牌体系，今年，镇江通过了省级乡村旅游集聚区服务标准化试点，镇江也是全省唯一一个全国“甲乙丙”级旅游民宿全覆盖的城市。

三是“以点带面”融出新线路

实施主题文化游系列活动，将文博场馆、名人故居、考古现场等文化设施有机地嵌入各类旅游线路，推出“跟着课本游镇江”“跟着诗词游镇江”“跟着文物游镇江”等代表性“文心”研学线路。2023年暑期各类文博场馆入馆人次同比增幅约50%。

“促”：促消费

通过政策扶持、服务保障、资源整合、宣传推介等举措，共同构建文旅公共服务促消费的发展架构。今年1-7月份，我市接待国内游客2891.19万人次，旅游总收入360.28亿元，同比接近实现翻番。

一是组合推出一套政策

出台了《镇江市引导城乡居民扩大文化消费的实施意见》《镇江市文化和旅游公共服务融合发展实施办法》等一系列促消费政策，实施消费补贴、积分奖励等惠民措施，落实小微企业减费纾困举措，有效激活文旅消费市场。

二是率先构建一个体系

作为国家信用体系建设试点城市，创新构建“信用承诺一评价一监管一奖惩”的文旅市场信用体系，引导全市2396家文旅企业签订信用承诺书，营造诚信、放心的文旅消费服务环境，2022年至今，全市旅游投诉受理满意率100%，旅行社投诉同比下降45%，行政执法成本同比减少30%；对信用评价评分优秀的20家A类旅行社，发放考核奖励资金245万元。

三是吸引聚集一支力量

为广泛动员社会力量参与，在原有文艺播种志愿者基础上，拓展形成表演、宣讲、培训、服务、空间5大类志愿者体系，全市注册文化志愿者1.3万人。

四是持续打造一组活动

唱响“镇江文旅消费四季歌”，每季度发放消费补贴200万元，间接拉动消费超亿元；连续举办16届“金山文化艺术国际旅游节”、12届长江音乐与艺术节等规模性文旅活动，真正实现了为城市引流、为市场助“热”。

接下来，我市将继续围绕文旅公共服务“送、种、创、融、促”镇江探索，聚焦新生代群体，集聚新社会力量，用好新政策红利，打造新文旅场景，不断提升公共服务品质，不断丰富文旅产品供给，让全市文旅公共服务推向更高水平、更广领域、更深程度，让老百姓拥有更多的获得感、幸福感和自豪感。

图片由受访者提供