盐城市"十四五"文化旅游 发展规划

(征求意见稿)

江苏匠工营国规划设计有限公司 二〇二一年五月

目 录

前	言	•••••	•••••	•••••	•••••	• • • • • • • • • •	•••••	1
第一	-章 "十	一四五"	发展	基础	•••••	•••••	•••••	 3
	第一节	"十三	三五"	文旅建	建设成就	记回顾	•••••	3
	第二节	"十三	三五"	文旅发	足展问题	瓦梳理	•••••	9
	第三节	"十四	马五"	文旅政	(策机遇	量研判	•••••	11
第二	章 "十	一四五"	总体	目标与	2035 4	年远景目	目标	15
	第一节	指导思	思想	•••••	•••••	•••••	•••••	15
	第二节	基本原	早则	•••••	•••••	•••••	•••••	15
	第三节	发展目	目标	•••••	•••••	•••••	•••••	17
第三	章 建设	世界自	然遗	产可持	续旅游	发展体	系	21
	第一节	世遗翮	由入管	理机制	建设工	_程	•••••	21
	第二节	世遗文	て旅开	发活力	7提升工	_程	•••••	.25
	第三节	世遗品	品牌推	广立体	营销工	_程	•••••	.29
第四	章 建设	文化遗	产保护	户传承为	利用体系	系	•••••	33
	第一节	物质文	て化遗	产保护	利用工	- 程	••••	.33
	第二节	非物质	5文化	:遗产传	承开发	工程	•••••	.35
	第三节	红色文	て化遗	产继承	、弘扬工	- 程	••••	.37
第五	章 建设	新时代	艺术	创作体	系	•••••	•••••	41
	第一节	文艺院	完团活	力提振	五程	•••••	•••••	41
	第二节	"盐块	战有戏	" 文艺	「繁荣工	- 程	•••••	43
	第三节	社会さ	艺术氛	围营造	五程	•••••	•••••	.46
第六	章 建设	现代公	共文	化服务	-体系	•••••	•••••	49

第一节	公共文化服务网络建设工程	49
第二节	公共文化服务惠民典范工程	52
第三节	公共广电体系建设工程	55
第七章 建设	·现代文化产业体系	59
第一节	文化产业发展格局重塑工程	59
第二节	文化产业发展主体培育工程	62
第三节	文化市场配套服务保障工程	65
第八章 建设	过现代旅游业体系	69
第一节	全域旅游供给体系工程	69
第二节	文旅产业消费升级工程	75
第三节	旅游服务配套提质工程	78
第九章 建设	t现代文旅市场体系	83
第一节	文旅行业管理服务深化工程	83
第二节	文旅市场监管机制建设工程	85
第三节	文旅市场综合保障深化工程	87
第十章 建设	上国际文旅交流推广体系	91
第一节	品牌推广,旅游目的地整合营销	91
第二节	接轨上海,融入长三角一体化	94
第三节	对接日韩,介入国际文旅市场	97

前言

当前正值"十四五"开局之年,纵观全球,正经历百年未有之大变局,世界进入动荡变革期,新冠肺炎疫情全球大流行,中美战略博弈成为常态,但和平与发展仍然是时代主题,人类命运共同体理念已深入人心,经济全球化趋势不可逆转;内省中国,正处于实现中华民族伟大复兴的关键时期,社会主义现代化建设如火如荼,新型城镇化加速推进深化,正在形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,但也应意识到我国国际竞争优势正处于转型重塑期、国内供需结构正处于调整优化期、社会矛盾风险处于易发高发期、生态环境治理处于攻坚关键期。

"十四五"时期,盐城市文广旅系统将深入贯彻落实习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述,认真落实省委、省政府决策部署,在盐城市委、市政府坚强领导下,坚持"三市"战略,坚定"两海两绿"路径,推进"四新盐城"建设,以推动文化和旅游高质量发展为主题,推进文化铸魂、实施文化赋能,推进旅游为民、实施旅游带动,推进文旅融合、实施创新发展,开创盐城市文化和旅游工作新局面,向着建设社会主义文化强市宏伟目标稳步前进,打造生态良好、生活宜居、社会文明、绿色发展、文化繁荣的"美丽江苏"盐城典范。力争"十四五"时期建设成为生态特色鲜明的国家级旅游休闲城市与长三角健康旅游示范城市,为二〇三五年建成世界生态文旅目的地城市打下支撑。

第一章 "十四五"发展基础

"十三五"期间,盐城市文广旅系统在市委、市政府的坚强领导下,积极应对新冠疫情与错综复杂国内外形势,认真践行"以文塑旅、以旅彰文"发展思路,统筹推进文化事业、文旅产业发展,实现了文化和旅游的长足发展,为"十四五"时期文化和旅游的高质量发展打下了良好基础。

第一节 "十三五"文旅建设成就回顾

"十三五"期间,盐城市文广旅系统在市委、市政府的坚强领导下,积极践行"以文塑旅、以旅彰文"发展思路,坚持宜融则融、能融尽融,着力推动文化和旅游融合发展,各项主要任务基本完成,取得显著成效。

(一) 文旅融合发展持续推进

部门改革统筹引领,持续推进文旅融合。根据《盐城市 机构改革方案》,整合市文化广电新闻出版局(市文物局)、 市旅游局职责,组建盐城市文化广电和旅游局,统筹协调推 进机构改革,开启盐城市文旅融合工作新篇章。科学规划引 领落实,激发文旅融合活力。陆续出台《盐城市"十三五"文 化发展规划》、《盐城市"十三五"旅游发展规划》、《盐城市旅 游业促进条例》以及《关于加快全市旅游高质量发展的意见》 等重要文件,积极推进文化旅游融合发展,突出规划引领、 跨界融合。打造文旅项目载体,创新文旅融合品牌。整合优 势资源,推动研学旅游、体育旅游、康养旅游等融合业态提 质升级。推进产品融合,推出新四军廉政文化、悦达工业旅游、欧风花街、新弄里街区新景特色线路,荷兰花海《只有爱》戏剧幻城项目成为长三角文旅融合标杆项目。推动长三角(东台)康养基地签约落地,东台天仙缘小镇、荷兰花海风情小镇入列省级夜间文旅消费集聚区建设单位,打响"夜魔方·悦盐城"品牌。

(二) 文化遗产保护成效显著

业务建设有序推进, 文博事业成效显著。新四军盐阜区 抗日阵亡将士纪念塔入选全国重点文物保护单位, 3 处新四 军旧址列入第八批省级文物保护单位,新四军纪念馆、盐城 中国海盐博物馆等提升改造工程完工并对外开放,新四军纪 念馆获"全国文明单位"称号。建湖县荣获"中国杂技之乡"、 "中国淮剧之乡",东台市入选全国第二批革命文物保护利用 片区分县。深入挖掘彰显特色,加强非遗保护传承。出台《市 非遗保护项目和传承人管理办法》,新增 108 项市级以上非 物质文化遗产,大丰瓷刻、东台发绣入选国家级非遗项目。 现有国家级非遗 5 项、省级非遗 29 项,市级非遗 142 项、县 级非遗 275 项。国家级非遗代表性传承人 3 人, 省级非遗代 表性传承人 21 人, 市级非遗代表性传承人 136 人, 积极推 进九龙口淮剧小镇建设。红色文化构筑底色, 注重弘扬革命 精神。深入实施红色文化"六个一"工程,构建"红色文化村" 以及红色文化特色街区,打造全国首家"铁军红色电台",建 成全国首个"新四军口述历史展厅"。组织纪念馆编制的《铁 军忠魂—新四军历史陈列》入选 2020 年国家文物局"弘扬优

秀传统文化、培育社会主义核心价值观"主题展览重点推介项目。举办《铭记历史,缅怀先烈,珍爱和平,开创未来》纪念全民族抗战爆发80周年和新四军成立80周年系列活动,《文话物语——新四军纪念馆馆藏文物故事展》在全国巡展。(三)文化艺术精品创作涌现

完善机制, 营造良好创作环境。不断加大艺术创作投入 力度,完善激励机制和考核评价体系,开展市政府文艺奖、 盐城市文华奖评比及国有文艺院团社会效益评价考核,为艺 术创作生产营造良好发展环境。加强戏剧创作规划指导,加 大艺术人才培养力度,推动出精品、出人才、出效益。盐都 区荣获"中国曲艺之乡"、响水县荣获"中国小戏之乡"。精 品迭出,持续放大"盐城现象"。淮剧《小镇》获第十五届国 家文华大奖,入选文旅部"百年百部"传统精品复排计划; 《送你过江》《小城》入选国家舞台艺术创作扶持工程,《送 你过江》获得第七届中国戏剧奖曹禺剧本奖: 曲艺节目《爱 我你就抱抱我》获得国家群星奖; 3 部大戏入选江苏省舞台 艺术精品扶持工程重点投入剧目,3部剧目获省文华大奖,4 部剧目获省精神文明建设"五个一工程奖", 4 部剧目获紫金 文化艺术节优秀剧目奖, 获奖数量全省领先。全市戏剧创作 大戏剧本 130 多部,其中获得省级以上奖项 35 部,并对外 输选到8个省、40多个剧院团、16个剧种,不断放大戏剧创 作"盐城现象",多次在全省相关会议上发言,受到国家、省 级媒体高度关注和肯定。惠及民生,创树艺术活动品牌。创 新举办江苏省淮剧艺术展演月、庆祝改革开放 40 周年盐城

市优秀舞台剧目展演、盐渎文化艺术展演月、盐城市新剧目调演、戏曲进校园等品牌文化活动,承办第四届江苏省文华奖评选暨文化惠民演出,广泛开展丰富多彩的艺术惠民系列活动,丰富群众的精神文化生活。举办"大美湿地 水韵盐城"盐城书法美术精品展等 100 多个大中型书画展览活动,展现盐城文化的独特魅力。

(四)公共文化服务基本建成

基本完成公共文化载体建设,初步建成文化服务网络。初步建成覆盖市—县—镇—村的四级公共文化服务网络体系,公共文化服务设施网络覆盖率达100%。全市万人拥有公共文化设施面积3750平方米,位于全省前列。现有公共文化馆10个、群众艺术馆1个、图书馆10个、美术馆4个、博物馆(纪念馆)13个。深入实施文化惠民工程,公共文化服务品质提升。举办省级和全市性重大艺术展演活动6次,演出大型舞台剧目近百场,市大剧院引进精品剧目300多场。送戏下乡1万多场、戏曲进校园500多场,举办市级以上展览100多场,群文工作蝉联省五星工程奖亚军,"南苏北盐"群文现象日益显现,极大丰富群众文化生活。大力推进书香城市建设,促进全民阅读普及化。常态化举办"盐渎风"盐城市读书节等系列活动,"天天悦读1+X"全民阅读服务项目创成国家级公共文化服务示范项目,盐城荣获省首批"书香城市建设先进市"称号、成功申报建湖县为书香城市建设示范县。

(五)现代文化产业初具规模

多措并举引导发力,强化政策统筹发展。出台《关于加 快全市旅游高质量发展的意见》、《关于推动全市文化建设迈 上新台阶的意见》等政策,编制实施《盐城市"十三五"文化 发展规划》、《盐城市文化产业发展规划(2012—2020)》等规 划。全市文化及相关产业增加值从2016年的164.3亿元提高 到 2019年的 239.5 亿元,占GDP 比重从 3.59%提高到 4.20%, 实现文化产业发展提质增效。加快搭建载体平台,拓展产业 **发展空间。**依托盐城大数据产业园,发展数据科技、大数据 文化创意、网络动漫制作等新兴业态,集聚各类文化企业300 余家, 建成聚龙湖文化科技产业园等 3 个省级文化科技产业 园,世纪龙科技、虹之谷等9家省重点文化科技企业。产业 规模提档升级,跨界联动融合发展。促进"文化+旅游"、"文 化+制造"等融合发展,建成国家级工业设计中心1家、江苏 省工业设计中心8家,大丰创意工艺品有限公司入选江苏民 营企业30强。积极搭建产业发展交流展示平台,常态化组织 文化产业推介会,在南京、上海等地共签约文化产业项目41 个, 协议投资 365.48 亿元。

(六)生态旅游产业蓬勃发展

生态旅游蓬勃发展,后发优势明显突出。大力推动绿色转型、绿色跨越,积极发展湿地生态旅游,盐城黄(渤)海候鸟栖息地 2019 年被列入《世界遗产名录》,成为全国第 14处、江苏唯一的世界自然遗产,盐城也成为中国世界遗产旅游推广联盟成员单位。创成国家森林城市、全国绿化模范城

市, 盐都、建湖获批国家生态文明建设示范县, 东台黄海森 林公园创成国家级森林公园、国家森林康养基地、国家生态 环境科普基地、省级旅游度假区、省级生态旅游示范区,阜 宁金沙湖成为省首批生态样板河湖,大纵湖创成国家湿地公 园。景区建设提档升级,强化全域旅游布局。出台旅游园区 建设指导意见,整合提升19个市级旅游园区,全市新增国家 4A级以上景区8家,现有4A级以上景区18家,列全省第 五。省级旅游度假区6家,居苏北首位。中华麋鹿园创成苏 北首家 5A 级景区,大丰区通过第二批国家全域旅游示范区 验收,东台市创建省级全域旅游示范区,条子泥入选"十四五" 国家重点旅游项目。大丰恒北村、东台市甘港村、盐都区杨 侍村入选全国乡村旅游重点村。旅游活动亮点打造,城市形 象魅力彰显。组织举办荷兰花海郁金香文化月、盐渎文化艺 术展演月、大洋湾樱花节、东台黄海森林音乐节、丹顶鹤国 际湿地生态旅游节等品牌活动, 荣获首批全国优质康养休闲 旅游胜地、最美中国国际知名旅游度假城市等称号。旅游环 境不断优化,服务体系完善升级。建成 1518 公里美丽乡村 旅游公路,5座生态旅游厕所入选2018江苏旅游厕所之"最", 开通盐城至大纵湖旅游直通车。

(七)对外交流影响日益提升

加强区域合作交流,文旅活动持续吸睛。"十三五"期间, 承办新时代江苏旅游发展论坛、省乡村旅游节、省淮剧艺术 展演月等活动。2020年底盐城高铁正式运营,积极筹划沿海 三省一市高铁行启动仪式,举办"乘着高铁游盐城"活动。成

功举办中国文旅创作与产业发展峰会、全国自驾车旅游发展 峰会,"文旅盐城"的影响力逐渐扩大。活跃开展国际交流, 提升文旅社会影响。新四军纪念馆、海盐博物馆、江苏淮剧 博物馆、安丰古街、东台市西溪旅游文化景区入选"中华文化 海外交流基地",先后举办沿海湿地国际摄影精品展、沿海湿 地国际公路自行车赛、国际马拉松等重大活动。淮剧《小镇》 赴欧洲展演,建湖杂技亮相韩国蔚山, 盐城艺术团先后赴苏 丹、香港演出盐韵特色节目,杂技音舞诗《千里共婵娟》亮 相美国芝加哥等城市, 东台黄海森林微电影《水杉语》亮相 戛纳国际电影节,彰显"盐城元素",讲述中国故事。放大盐 城世遗效应,提高国际身份识别。成功举办黄渤海湿地国际 会议,邀请国际组织和专家学者围绕湿地保护、生态可持续 发展等前沿热点开展学术交流,形成良好国际合作机制,提 高盐城国际交流合作层次。推动成立全球滨海论坛,探索更 高层次、更大范围的国际生态交流合作模式。盐城先后获评 "一带一路旅游文化名城"、"亚洲旅游业金旅奖•十佳绿色生 态旅游目的地"、"国际知名旅游度假城市"等称号。

第二节 "十三五" 文旅发展问题梳理

"十三五"期间盐城市文化和旅游取得了长足发展,但同时也存在文旅融合不显性、文化产业结构不完善、文旅产品供给待丰富、国际文化身份识别待构建等问题。"十四五"期间,盐城市需对症下药、有的放矢,妥善解决上述问题,实现文化和旅游高质量发展。

— 9 **—**

(一) 文化事业效能有待提升

文化遗产保护有余开发利用不足。物质性文化载体活化与利用程度较低,非遗文化市场化运作程度较低,缺乏梯度化、时尚化、年轻化开发,与旅游结合需要进一步加强。文化艺术作品门类不够丰富。盐城市淮剧、杂技底蕴深厚、精品迭出,而音乐舞蹈、书法美术精品力作不多。国有文艺院团和艺术人才培养仍具有提升空间,特色化、小而精、主题化的微型演艺空间有待建设。公共文化服务载体效能利用较低,文化产品供需匹配度有待提升。公共文化服务四级网络体系初步建成,基层文化设施载体利用率较低,文化产品目前以政府供给为主,群众"点菜"操作感不强,尚未形成按需供给、菜单式配送的公共文化产品供给结构。

(二)文化产业结构有待优化

文化产业总体规模一般,缺乏高能级文化产业载体。文化产业总体规模较小,主导产业规模效应与行业影响力不显性,产业及企业集聚度不高,文化产业体系待完善。行业龙头企业与领军企业待培育。现有文化企业规模较小,头部企业、区域总部等行业领军企业尚未出现,亟需招引培育。新型文化经济形态待培育。文化产业以传统文化制造、文化服务为主,以影视制作、影视 IP 授权、网红经济、文创经济、文旅消费等为代表的新型文化经济形态尚处在起步阶段,政策、资金、人才扶持要求较高。虹吸效应明显,文旅消费存在外流风险。商业基础一般,缺乏高端、时尚、品牌文旅消费商业业态与龙头零售企业,随着高铁开通沪宁杭等一线、

新一线城市"虹吸效应"明显,潜在消费客户存在外流风险。 (三)旅游产品供给有待创新

文旅资源向优质文旅产品转化率不高,核心旅游吸引物、重量级文旅产品有待新的增量。全市范围旅游资源与文旅项目存在内容同质、布局分散、多头管辖等问题,文旅产品以观光型旅游为主,对地方文化挖掘与应用程度较低,缺乏深层次文化体验与沉浸式场景塑造。旅游设施服务与人才国际化水平有待提高。导览导视、标识标牌、交通引导等设施多语标准建设不完备,行业一线工作人员国际化素养待提高,复合型人才缺口较大。城市文旅品牌塑造与营销有待加强。世界自然遗产优势未得到完全彰显,缺乏全方位、多媒体、立体化的宣传打造,在资源共享、信息互通、品牌共建等方面有提升空间,国际化文化身份识别待构建。

第三节 "十四五"文旅政策机遇研判

"十四五"时期是我国全面建成小康社会、开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年。"十四五"是盐城市文旅强根基、提质效的关键期,应以世界性眼光高起点布局,紧跟国际形势,聚焦国家战略与社会主义现代化建设新要求,深入践行"争当表率、争做示范、走在前列"新使命新要求,将文化和旅游高质量发展与城市绿色转型相结合,将文化和旅游供给侧结构性改革与满足人民日益增长的美好生活需求相结合,开启文旅高质量发展"新征程"。

(一)谋求国际生态文明新占位

社会主义现代化建设与国内国际双循环目标任务,重塑文化旅游时代担当。当今世界正经历百年未有之大变局,我国发展仍然处于重要战略机遇期,必须统筹考量中华民族伟大复兴战略全局,在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中,盐城应将文旅发展高质量与深化供给侧结构性改革相结合,以丰沛的生态与人文资源为底色,创造先进的消费体验,释放人民追求高品质文旅消费与美好生活的潜力,建设成为长三角区域文旅消费中心,体现盐城文旅担当。

长三角一体化与淮河生态经济带利好叠加,迎来文旅高质量发展重大机遇。盐城作为长三角中心区城市和淮河生态经济带出海门户城市,已成为连接东北亚和长三角两个大市场的交汇点和重要枢纽,未来将在更深层次、更宽领域、更广范围上接轨大上海、深化盐日韩合作。盐城坚持开放沿海、接轨上海、绿色转型、绿色跨越的"两海两绿"发展路径,依托长三角最具规模的绿色产业、最富潜力的增长空间与唯一的世界自然遗产地,打造东北亚经济圈和长三角一体化双向互动的样板,东部沿海发展质量高、活力强的蓝色经济增长极。

"强富美高"新江苏与"两海两绿"新路径,引领文旅转型升级模式创新。围绕总书记提出的"两争一前列"重要思想,省委书记娄勤俭提出的"面朝大海、向海发展、赋'能'未来,成为绿色转型的典范。" 盐城应在全省全国转型绿色发

展中争当表率、争做示范,守住生态颜值,全力以赴优生态,从"一时美"到"持久美",从"一处美"到"处处美",以创建国家生态文明示范市为标准,放大世界遗产效应,做足沿海生态人文文章,构建"生态+"文旅产业生态圈,探索具有盐城市特色的现代化之路。

(二)引领文旅融合产业新升级

文旅深度融合,提出文化强市与旅游目的地建设新要求。 根据《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》,盐城市应持续推进文化事业、 文化产业和旅游业的真融合、深融合、广融合,以国家文化 产业和旅游产业融合发展示范区、国家全域旅游示范区、国 家文化出口基地等国家级品牌创建为抓手,以生态建设创塑 世界级品牌,打造国际一流的文旅目的地,塑造盐城的国际 身份识别,讲好"盐城故事"。

文化旅游消费,探索供需两端转型升级新路径。文化旅游类聚集性消费是此次疫情冲击最为严重的领域,根据《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》、《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》等相关政策文件,盐城市应从供需两端发力,探索激发文化和旅游消费潜力的长效机制,培育壮大文旅消费新业态、新模式,拓展国内外文旅消费市场,通过旅游供给多元化、沉浸体验场景化、文旅服务精准化等推动传统文旅发展转型升级。

数字科技赋能,催生文旅供给新形态与服务新标准。互 联网时代,5G、人工智能、物联网、大数据等新技术的革新 催生了文旅领域的新业态及衍生产业链条。根据《关于促进 文化和科技深度融合的指导意见》、《关于推动数字文化产业 高质量发展的意见》等政策文件,盐城应以文化科技领域国 家科技创新基地建设为载体,培育引领行业发展的领军企业, 推进文化产业"上云用数赋智",使文化和科技融合成为文化 高质量发展的重要引擎;聚焦旅游景区、度假区智慧化建设, 完善旅游信息基础设施,扩大优质数字文旅产品供给,以文 化创意和科技创新培育新业态,开启"数字盐城"文旅新征 途。

(三) 开辟区域竞争合作新赛道

疫情常态化与"云旅游",赋能文旅创新发展。在新冠疫情的常态化防控工作下,鼓励发展线上文化和旅游体验项目,大力推动文化、旅游与数字创意融合发展,发展数字化景区、数字博物馆、虚拟剧场等产品和沉浸式体验型文旅消费,建立文化和旅游消费数据监测体系,提升文旅产业风险应对能力,实现文化和旅游应急工作实效化、管理精细化、联动网络化、传播云端化,更加精准满足公众的文化与旅游需求。

长三角一体化与盐沪同城化,开辟区域竞合新格局。根据《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》规划,"十四五"期间盐通高铁开通,上海及华东区域将成为盐城最大的文旅机会市场,期间长三角区域文旅协同发展将进一步加深,在全省文旅竞合格局,如何放大自然遗产相较沿海竞品的价值优势,在区域竞争中高位谋划、优中做优、错位发力,是盐城能否成长为长三角北翼强劲的文旅增长极的关键所在。

— 14 —

第二章 "十四五"总体目标与 2035 年远 景目标

第一节 指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神,坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、"三个代表"重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,深入学习习近平总书记关于文化和旅游工作的系列重要论述,统筹推进"五位一体"总体布局,协调推进"四个全面"战略布局,紧扣"强富美高"总目标,认真落实省委、省政府决策部署,在盐城市委、市政府坚强领导下,坚持"三市"战略,坚定"两海两绿"路径,推进"四新盐城"建设,以推动文化和旅游高质量发展为主题,以改革创新为根本动力,以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的,推进文化铸魂、实施文化赋能,推进旅游为民、实施旅游带动,推进文旅融合、实施创新发展,开创盐城市文化和旅游工作新局面,向着建设社会主义文化强市宏伟目标稳步前进。

第二节 基本原则

立足新发展阶段,贯彻新发展理念,服务构建新发展格局,坚持以人为本、坚持文化自信、坚持创新驱动、坚持绿色转型、坚持安全治理,加快培育文旅发展新动能、开拓产

业升级新空间,以满足人民文化需求和增强人民精神力量为着力点,以深化供给侧结构性改革为主线,推动盐城市文化和旅游业高质量发展,不断提高旅游对国民经济和社会发展的综合贡献水平,实现经济效益、社会效益、生态效益、文化效益相互促进、共同提升。

(一)坚定树立以人民为中心的思想

坚持人民主体地位,适应人民群众美好生活需要,始终做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享,激发全体人民对文化旅游事业的积极性、主动性、创造性,提高人民群众文化旅游参与度和满意度,增进人民群众的获得感、幸福感、安全感,促进社会公平、增进民生福祉,不断实现人民对美好生活的向往。

(二)不断增强文化自信与文化自觉

在文旅发展中,践行社会主义核心价值观,发扬社会主义核心价值观引领风尚和凝心聚力作用,持续开展中国梦宣传教育。以深化创新理论学习、壮大主流思想舆论、实施新时代公民道德建设、加强网络空间治理、推进全域文明创建、统筹实施新时代文明实践工作等为支撑,进一步凝聚盐城文化共识,塑造新时代盐城精神,不断推进盐城文化传承创新。

(三)贯彻落实创新驱动新发展理念

自觉把新发展理念作为指挥棒、红绿灯,把创新、协调、绿色、开放、共享作为一个体系整体推进,深化文旅事业、产业互通,以事业牢固产业根基、培植产业沃土,以产业带

动事业活力、反哺事业能级,推动机制创新、模式创新、产业创新、业态创新、协同创新,充分释放文旅生产力,全面推进文化和旅游领域改革发展。

(四)持续深化绿色转型与跨越发展

以绿色转型、绿色跨越为重要路径,坚持生态优先、绿色发展,推动产业生态化和生态产业化,加快生产方式绿色转型和生活方式绿色革命,努力做好申遗后半篇文章,放大黄海湿地世遗效应、创造新经济价值,面向国际舞台积极扩大开放、开展对外交流,不断提升盐城市在全球生态文明建设与治理过程中的参与度和影响力。

(五)系统强调改革安全现代化治理

把市域治理体系和治理能力现代化作为重要保障,坚持问题导向、坚守政治安全和生产安全底线,持续深化"放管服"改革,实现精准调度、智慧管理、实时监测,强化防范重大风险隐患政策制定、新型文旅基础设施提前布局、文旅安全与现代化治理体系建立、弹性机制保障体系建构,以重点领域的治理效能提升带动系统完备的治理体系建设。

第三节 发展目标

坚持把"争当表率、争做示范、走在前列"作为"十四五"时期经济社会发展的总纲领、总命题、总要求,坚持扩大内需的战略基点,勇于创新、善于创新、主动创新,以"一大二〇三五年远景目标、"十四五"时期两大目标、文化和旅游八大发展体系"为引领,以城乡共建、产品共创、市场共

治、主客共享、品牌共赢为抓手,在文化和旅游发展上实现 "先走一步、快走一步、领先一步、超前一步"的创新发展 路径,探索一条具有盐城特色的文旅发展现代化之路。

(一)二〇三五年远景目标

积极落实党的十九大提出的分两步走全面建成社会主义现代化强国与十九届五中全会提出的建成社会主义文化强国的战略安排,结合盐城市到二〇三五年基本实现社会主义现代化的远景目标,力争实现城市文旅竞争力进入长三角中心区城市先进行列,文旅高质量发展跻身华东地区排头方阵,建设成为世界生态文旅目的地城市。黄(渤)海湿地世界自然遗产品牌价值充分彰显,"两海两绿"发展路径成效显著,率先在"两山"转化和生态治理新体系上走出盐城特色完备,紧紧围绕"举绿色生态旗帜、聚人民群众合力、育定、新光成美丽中国的盐城典范。文化和旅游发展体系建设完备,紧紧围绕"举绿色生态旗帜、聚人民群众合力、育任务,努力创作优秀文化艺术精品、健全公共文化服务体系和文化产业体系、建设新时代文旅消费产品序列、完善现代化市场治理能力,"强富美高"新盐城建设取得重要成就,社会主义文化强市与旅游强市基本建成。

(二)"十四五"时期发展目标

落实二〇三五年远景目标的阶段性部署安排,"十四五"时期,盐城市文化和旅游发展的总体目标是:深耕生态文化、放大世遗效应,厚植盐淮文化、复兴千年串场,开拓海洋文

化、助推沿海开放,发扬红色文化、传承铁军精神,建设生态特色鲜明的国家级旅游休闲城市与长三角健康旅游示范城市。围绕四张文化名片,铆定十四五期间两大目标,坚持稳中求进工作总基调,着力建成新时代盐城市文旅发展八大体系,即世界自然遗产可持续旅游发展体系、文化遗产保护传承利用体系、新时代艺术创作体系、现代公共文化服务体系、现代文化产业体系、现代旅游业体系、现代文旅市场体系和国际文旅交流推广体系。

(三) 文化和旅游发展具体指标

专栏 1 盐城市文化和旅游发展关键指标						
类 别	序号	指标	2020 年	2025 年	省 2025 年	
高	1	旅游总人次(亿人次)	0.3	0.9	11	
质	2	旅游总收入(亿元)	300	1300	17000	
量发展	3	文旅产业累计投资额(亿元)		990	超过 10000	
	5	世界级旅游景区和度假区 (个)		1	5	
高	6	国家全域旅游示范区(个)	1	2	15	
水	7	国家级旅游度假区(个)		1	3	
平	8	国家 AAAAA 级景区(个)		1	2	
融	9	AAAA 级景区(个)	18	8	-	
合	10	省级以上文化和旅游产业融合 发展示范区(个)		新增3个以上	新增3个 国家级以 上	
高口	11	人均接受公共文化场馆服务次 数(次)	4.7	6	6	
品质	12	基层公共数字文化服务覆盖率 (%)		100	100	

生	13	人均外出旅游次数(次)	3.3	6.5	6.5
活	1.4	光历法本压(7)	02.2	0.7	各设区市
	14	游客满意度(分)	83.3	87	均超过85
高					
效		4、工士如转一七亚人如转业			
能	15	纳入江苏智慧文旅平台智慧监	17	50	超过 1000
治		管的重点文旅场所(个)			
理					

第三章 建设世界自然遗产可持续旅游发 展体系

以申遗成功为新起点,探索世界自然遗产可持续旅游发展新路径,秉持"精准保护、精准开发、精准利用"围绕黄(渤)海湿地成为"共建共享、永续利用"的和谐遗产地,构建山水林田湖草生命共同体,大力推进世遗交流管理机制建设、世遗文旅活力提升、世遗品牌立体宣传,打造"美丽中国"和生态文明建设"盐城典范",为全球人口稠密、经济发达地区自然遗产文旅可持续开发提供"中国经验"。

第一节 世遗融入管理机制建设工程

系统研究部署"后申遗时代"的世界自然遗产交流与管理机制建设工作,主动与黄(渤)海湿地研究院合作,协同建设开放合作的世遗国际交流与文旅发展平台,创新运用数字化手段推动世遗旅游的可持续发展,切实提高游客的游览体验与社会公众的情感认同。

(一)建设世遗协同管理交流机制

主动融入"政产学研"自然遗产守护体系。积极对接盐城市遗产保护管理委员会、盐城市湿地和世界自然遗产保护管理中心等主管单位,与黄(渤)海湿地研究院展开合作,定期开展关于世遗可持续旅游发展的可行性研究与学术交流,彰显守护自然遗产的文旅担当。开展全球生态文明理念对话交流。在黄(渤)海湿地国际会议中主动发声,与黄(渤)

海湿地研究院联合推动建立全球生态文明理念对话平台,邀请世界知名自然遗产地旅游管理机构、世界自然保护联盟、国际文旅机构专家学者等围绕自然遗产跨区域协同管理、滨海湿地旅游开发等问题展开交流,提高盐城市在全球生态治理与生态旅游发展中的参与度和影响力。探索自然遗产部门协作发展新模式。推进黄(渤)海湿地保护地管理与发展体制机制改革创新,探索"世界自然遗产+自然保护区+自然公园"协同管理模式下的文旅发展路径,与盐城湿地珍禽国家级自然保护区、东台条子泥湿地保护小区、东台市高泥淤泥质海滩湿地保护小区等保护区展开合作,积极推动世遗国家公园建设。

(二)创新世遗旅游可持续发展

编制世界自然遗产可持续旅游发展规划。遵循 UNESCO (联合国教科文组织)制定的"世界遗产和可持续旅游计划",主动对接盐城市黄(渤)海湿地保护规划、遗产地生态旅游重要节点策划,组织编制世界自然遗产可持续旅游发展规划,鼓励社会群体参与遗产旅游发展规划管理,寻求遗产地生态环境与旅游开发相协调,推动世遗旅游资源的精准开发与精准利用,从顶层设计解决世遗旅游中的"旅长游缺"问题。加强世遗数字化开发应用。运用三维实景建模、虚拟现实、全息投影等数字科技手段,拓展自然遗产的展示与阐释方式,实现"数字赋能·创忆遗产",打造世界自然遗产的数字化沉浸式互动游览体验。通过"5G+VR(虚拟现实)"实现遗产地虚拟全景体验、游客在展馆中足不出户即可借助 VR 眼镜沉

浸式感受无人机拍摄下的遗产地自然生态;通过"5G+AR(增 强现实)"提升遗产地互动游览体验,游客在遗产地使用手机 扫描特定物体(如麋鹿、丹顶鹤、勺嘴鹬等珍稀物种或其他 动植物、著名景点建筑、博物馆藏品等)即可看见与之相关 的虚拟形象、语音介绍、视频短片等相关文化;通过"5G+MR (混合现实)"实现遗产地实景增强互动,将虚拟的三维角色、 三维动画、虚拟场景、活态事件等数字文化内容叠加显示在 现实遗产地环境中, 使游客能在遗产地现场环境中体验到世 遗背后的自然变迁与历史情境:探索"5G+V2X(车用无线通 信技术)"与世遗旅游相结合,实现遗产地内旅游车辆的无人 驾驶,并提供智能语音导游、遗址地导览、餐饮住宿预订等 服务,提升游客游览体验。推动遗产地内城市绿化与涉旅化 改造相结合。结合盐城市森林城市建设工作,在沿海防护林、 河道景观林、交通沿线生态林等城市生态景观林建设过程中, 坚持生态绿化与景观美化相结合, 积极推进硬件设施与人文 风貌的涉旅化改造,建设一批生态旅游步道、滨海景观廊道 与世遗主题旅游大道,打造黄海之滨的"最美千里海疆"。

(三)提高世遗生态旅游管理水平

以智慧化管理提升游客游览自然遗产的情感体验。强调 "以人为本"和可持续旅游发展,处理好游客、原住民、管 理者三者之间的关系,引导游客根据当地居民及专家的建议 享受遗产地特有的文化魅力。以发展智慧旅游作为提高游客 满意度的重要手段,借助网络实名预约、景点实时监控系统、 大数据监测等技术手段,实现遗产地游客流量的数据采集、

-23 -

提前预测、智能引导等,提升世遗文化旅游发展的数字化和 智能化服务管理水平,平衡游客遗产旅游体验需求和遗产地 保护之间的冲突,有效管理重大节点的旅游活动规模,形成 以利用促保护、以保护促利用的良性循环旅游发展态势。普 及世遗旅游"最佳环保操作"。以讲解员解说宣传、出台环境 管理费、征集环保志愿者等手段,在遗产地内向游客广泛宣 传自然遗产的生态安全重要性及其突出普遍价值,并告知旅 游活动时的"最佳环保操作",如观鸟时的行动速度、噪声水 平、进入时间等,提高旅游者的环境保护意识,减少人类活 动对自然遗产的影响。培养一批优秀世遗讲解员队伍。重视 讲解员队伍培养,加大讲解员培养力度,实行讲解员等级评 定、年度轮岗交流,切实提升讲解员队伍整体水平。实施薪 火传承计划, 计划3到5年内培养储备外语金牌讲解员、中 文金牌讲解员等队伍。对游客细分市场、差异定位, 并利用 移动互联网采集的大数据和其他技术手段进行精准传播和 推广遗产知识, 要结合受众的文化教育水平和消费习惯等, 针对不同游客细分市场,配备相应的解说产品和服务,动态 地调整更新遗产解说的主题、内容。鼓励社会公众参与世遗 **可持续旅游发展。**充分动员社会力量,鼓励公众、媒体、社 会组织参与遗产地的可持续旅游发展建言献策, 鼓励共青团、 妇联、学联等社会团队及大中小学生、NGO 组织相关人士参 与遗产地旅游管理、迁徙候鸟旅游讲解等工作。建立生态文 旅志愿者制度,实行服务时长积分制管理,通过对优秀志愿 者颁发证书等形式,提升生态文旅志愿服务的社会影响力和

志愿者的荣誉感。

第二节 世遗文旅开发活力提升工程

挖掘世界自然遗产背后的文化内涵与文旅价值,讲好东方湿地、鹤鹿故乡的世遗故事,瞄准新一代年轻消费受众,以主题化 IP 开发引领世遗文创经济与文旅产业发展,提升自然遗产的文旅开发活力,发展小众游、探秘游等特色游览体验,探索生态承载力提升与经济高质量发展协同并进的盐城路径。

(二)延伸世遗 IP 文旅价值链条

建立"一张网"解说系统。增强和维护黄造湿地自然遗产的突出普遍价值,建立市区、自然遗产地与其他各旅游目的地相互补充、相互支持的"一张网"解说系统,重点包括相关博物馆、文化展览馆解说工程、遗产地景区解说工程等,着重提升现有博物馆解说内容与互动体验。多维度延伸世界自然遗产文旅价值链条。以世界自然遗产为纽带,结合沿线自然乡村、文旅项目、文化公园建设,打造一批世遗美丽乡村、世遗文化公园、世遗核心景区,把世遗文化、世遗符号、世遗故事融入旅游要素体系建设过程中,结合盐城旅游公路1号线打造世遗主题底宿,结合沿海渔港渔业捕捞推出世遗生态餐饮,依托遗产地内核心文旅景区开发世遗主题演艺项目,依靠各文旅项目载体与遗产地的自然共生关系,形成主题各异、特色鲜明的新时代世遗主题文旅消费聚落,打造"一线

多点、一干多支"的开放型世遗生态文旅目的地。打造世界 自然遗产主题 IP 文创经济。梳理世遗文化背景、挖掘世遗文 化故事, 提炼开发世遗主题 IP, 以 IP 讲好人与自然和谐共 生的世遗故事, 串联遗产地各文旅景区产业链, 积极开发文 创经济,打造形成世遗文旅文创生态产业圈。延伸世遗文创 经济消费链条,开发兼具功能性、体验性、实用性的文创产 品序列,从手办玩偶、生活家居、创意配饰等传统文创产品, 到当地土特产、定制礼盒、主题盲盒等升级文创产品, 充分 挖掘世遗IP的创意形态与市场消费潜力。拓展文创经济消费 空间,在遗产地内各景点的服务中心、展览场馆、交通集散 点设立该景区专属文创纪念品商店、主题咖啡馆、Cosplay(角 色扮演)体验馆,有效提升世遗 IP 的文旅市场舆论热度与消 费认同。推出世界自然遗产系列主题游线。遗产地内现有旅 游资源点散、面广、线长,缺乏便捷的交通互联及必要的"吃、 住、行、游、购、娱、商、养、学、闲、情、会"旅游要素 配套。提炼世遗文化精髓,注重历史氛围和游览体验设计, 结合海堤公路、乡村公路及旅游公路建设,推出世遗文化、 海洋文化、生态文化等不同主题的旅游线路,在城市机场、 高铁等交通枢纽加大宣传投放和旅游引导,提升遗产地内文 旅项目的全域联动与协同发展。构建世遗高效旅游专线网络。 抓住后疫情时代旅游市场复苏的关键时段, 以市区黄海湿地 博物馆作为旅游集散中心,联系两个保护区(丹顶鹤、糜鹿)、 条子泥景区龙头精品项目,近两年率先开通近郊丹顶鹤生态 旅游区的旅游巴士专线,十四五期末,实现各景区与市区集

散中心(黄海湿地博物馆)之间通达高效的旅游专线网络。(二)开发年轻态世遗文旅产品

推进"世遗数字供养人"计划。结合世遗的数字化保护 开发工作,积极寻求与腾讯、阿里巴巴等互联网巨头企业战 略合作,推出"世遗数字供养人"计划,在年轻消费群体活 跃的微信朋友圈、微博等平台以创意广告的形式发出倡议, 号召大众积极开发世遗主题小游戏、自然主题轻音乐、珍稀 物种动漫形象、"世遗+非遗"主题文创等多维度数字创意产 品,参与世遗文化的公众传承与文旅文创开发。开展"云游 世遗"系列旅游活动。遵循遗产地生态环境要求,以"空间 适当、时间适时、人群适量"为核心原则,定期开放国际候 鸟迁徙观测、濒危物种野外保育、暗夜星空观测等世遗保护 现场,运用 5G、全息摄影、4K/8K 超高清直播、VR(虚拟 现实)等新技术、新媒体、新交互手段,让广大网友远程参 与"云观鸟"、"云保育"、"云观星"等世遗主题活动,为感 兴趣的年轻群体提供与专业保护人员对话交流的机会。摄制 "解码世遗"系列真人秀节目。围绕世遗生态修复、濒危物 种保护、申遗过程等内容,通过"文化+揭秘+互动+纪实"的 手法,打造世界自然遗产揭秘互动纪实节目,邀请行业专家、 人文学者、明星大 V、普通民众等担任"世遗解码人",以户 外真人秀的形式亲身探索遗产地,在"相遇、同行、对谈、 轻旅行"的过程中从不同角度讲述世遗文化的丰富内涵,提 高年轻群体对世遗的文化魅力与现实意义的价值认同。

(三)构建世界级文旅品牌体系

打响世界生态文旅目的地品牌。结合盐城市国际湿地城 市建设,创新发展"遗产+"、"生态+"、"文化+"、"旅游+"、 "体育+"、"康养+"等生态文旅经济,积极探索生态资源价 值的可持续开发与管理机制。整合自然保护区、沿海林场、 滩涂湿地等优质生态资源, 加快建设丹顶鹤湿地生态旅游区、 中华麋鹿园、野鹿荡"暗夜星空保护地"等沿海湿地特色经 济功能区。打造国际滨海湿地文旅品牌。以湿地观鸟作为核 心突破口,推动建立东亚—澳大利西亚迁飞路线城市联盟, 推动沿线城市湿地旅游和候鸟观测工作,每年举办盐城国际 观鸟节和观鸟装备展,打造成为国际上"爱鸟、观鸟、护鸟" 的组织与人士交流、分享的国际性生态文旅节庆。**建设泛黄** 海地区旅游联盟,打响海洋旅游品牌。站在长三角一体化发 展高度,依托国家海洋经济发展示范区,加强与泛黄海地区 交流,积极发展海洋新能源工业旅游、海洋渔业旅游、滩涂 农业旅游、沿海渔港旅游等产业,加快推进新洋港老街、黄 沙港海港特色小镇改造等旅游载体建设、打造泛黄海区域绿 色文旅产业生态圈。建立统一管理、授权使用的世界遗产生 **态旅游品牌体系。**加强对现状旅游资源、旅游市场的调研与 梳理,针对遗产地生态旅游重要节点进行策划,对不同遗产 地定位和形象官传口号进行完善。远期结合市区蓝、绿道等 绿色基础设施建设,实现遗产价值由滨连向内陆的渗透。

第三节 世遗品牌推广立体营销工程

突出盐城黄(渤)海候鸟栖息地申遗首创城市和引领城市地位,聚焦国际交流、文艺创作、文创开发、赛事会展、大众科普等重点领域,加强与主流媒体战略合作,建立面向市外、省外、国外的宽领域、多层次、大纵深的品牌传播体系,打响"黄(渤)海湿地"世遗金字招牌。

(一)打通多元品牌传播渠道

建设主流官媒世遗传播渠道。与新华社、人民日报、中央电视台、江苏广电总台等主流官媒建立全媒体合作关系,对世遗题材建立系统策划与常态化宣传机制。同时与新华社、人民日报海外版、中国国际电视台等媒体开展外宣合作,沟通对接世界遗产中心亚太部门,充分利用国际传播资源渠道,争取更广泛的国际支持,拓宽国际朋友圈,推介宣传媒体世遗传播渠道。利用"我的盐城 APP"、盐城世遗公众号开展自然遗产专题宣传,链接盐城世遗官网和世界遗产官网,发挥便捷传播优势,提高世遗品牌传播覆盖率。创新第三方传播渠道。定期邀请网红大 V、关键意见领袖(KOL)来盐城参与活动宣传与品牌推广,打造品牌推广网红朋友圈,积极为自然遗产地发声。加强与《中国国家地理》等业内知名主流杂志合作、定期推出盐城黄(渤)海湿地专栏内容。

(二)创作丰富世遗文化内涵

拍摄世遗主题影视作品。摄制展现候鸟迁徙、湿地景观, 反映申遗历程、"后申遗时代"、世遗未来发展等相关内容的 专题纪录片。摄制《江苏文化名片——盐城黄(渤)海湿地》 短视频、微电影、创作湿地题材电影作品、将黄(渤)海湿 地打造成华东湿地生态"最美取景地"。邀请知名音乐人创作 讲述湿地旅游、人与自然和谐共生的音乐短片。开发世遗主 题文学作品。成立世遗文学研究会,组织知名作家及文学爱 好者走进黄海湿地,创作纪实报告文学、乡土故事、小说诗 歌及儿童文学作品,打造全景式图文并茂的世遗系列从书。 在地方文学作品、文化科普读物、中小学校教材、旅游指南 中体现盐城自然遗产内容,进一步提升盐城世界自然遗产的 品牌美誉度与社会认知度。创作书画摄影艺术作品。建立盐 城市黄(渤)海湿地创作采风基地,举办以湿地生态为主题 的创作写生及培训活动、打响湿地画派品牌。与中国书法家 协会、中国美术家协会合作,举办湿地画派作品全国巡展。 与中国摄影家协会合作,组织世遗生态摄影大赛,展现镜头 下的世遗之美,打造国际鸟类摄影的第一圣地。

(三)举办系列品牌传播活动

开展自然与文化对话活动。联合省内大运河、苏州园林等世界文化遗产,共同打造"江苏世遗品牌",开展宣传推介活动。与故宫博物院合作,开展"自然与文化对话"活动,举办"故宫博物院馆藏工笔花鸟画盐城展"、"盐城世遗走进紫禁城"等双向展览,向公众全面系统展示五千年文明古国

文化、自然遗产的独特魅力,营造全社会关心遗产和了解遗产的良好氛围。组织世遗进高校活动。组织"彰显世遗魅力,汇聚青春力量"世遗进高校活动,通过遗产专家进校园、遗产地图片巡回展、专题报告交流会、遗产地社会实践等形式,形成摄影、打卡留言、调研文章等系列宣传成果,全面展示高校师生眼中的"盐城世遗"。建立互动交流机制,鼓励高校师生参与黄(渤)海湿地研究院年度研究课题申报,开展创新型应用性研究,把更多研究成果留在遗产地。举办重要节日活动。作为黄海申遗首创城市,精心组织"全国文化和自然遗产日"、"7月5号申遗纪念日",紧扣与湿地遗产相关的国内外节日,组织世界湿地日、世界野生动植物日、国际爱鸟日、世界地球日、全球生物多样性日、世界海洋日、世界环境日等宣传活动,不断提升世界自然遗产热度,推动世遗文旅经济蓬勃发展。

专栏 2: "十四五"期间世界自然遗产可持续旅游重点建设项目

丹顶鹤风情小镇:规划建设以丹顶鹤为主题的"三园一市一仙境",即丹顶鹤湿地生态园、亲子体验园、牡丹文化园、文创集市和中央地标塔。

黄海湿地公园:规划建设自然学堂片区、川东文化街片区、沧海桑田片区和"与星辉映"、"与鹿共舞"、"与鸟相伴"、"与鱼同游"、"与海同歌"、"与草同居"共"三区六景",具体包括提升野鹿荡景区、改造川东闸小街、建设中国科学院长三角国家授时中心馆、古长江古黄河入海口地质科普馆、野草种子基因库等。

麋鹿小镇:占地 5470 亩,建筑面积 25.5 万平方米,依托麋鹿、森林、湿地等资源,建设集生态旅游、健康养生、休闲度假、体育竞技、文化传承、动物研究和科普教育为一体的森林、湿地特色生态小镇。

黄海森林公园旅游度假区:加快森林小镇、巴斗村、八里村、森林民宿、精品度假酒店等项目建设,打造华东地区集旅游风情、康养、林木为一体的综合性森林小镇。

条子泥景区:以"世遗"为主题,打造入口综合服务区、湿地文化科普区、艺术创意休闲区和湿地体验区四大功能区,建设游客中心、生态停车场、商业服务区、摄影主题酒店、科普馆、摄影长廊、观鸟屋、滩涂驿站等。

黄海湿地风光展示带:打造袁家尖度假区(项目招商中)、丹顶鹤风情小镇、野生动物园(项目招商中)、新洋港特色渔港,形成世遗核心板块高质量旅游产业组团。

长三角(东台)康养基地:规划建设华东疗养院,占地面积 300 亩,建筑面积 13万平方米;自然博物馆占地面积 50亩,建筑面积 3万平方米;会展中心占地面积 100 亩,建筑面积 10万平方米。

琼港镇渔人码头: 打造 15000 平方渔业仓库,配套集娱乐休闲为一体的渔人码头。

世遗主题剧目新创与提升:与中央芭蕾舞团联合打磨提升芭蕾舞剧《鹤魂》, 讲好盐城故事,展示盐城世界自然遗产地魅力。

第四章 建设文化遗产保护传承利用体系

坚持发掘好、保护好、研究好、利用文化遗产,在保护 传承基础上创新开发利用手段,让文化遗产真正"活"起来, 走进百姓家庭、融入现代生活,普及文化遗产教育,坚定城 市文化自信,传承和弘扬盐城优秀传统文化。

第一节 物质文化遗产保护利用工程

加强物质文化遗产保护工作,积极开展资源普查、鉴定评估、数字化建设与申报创建,创新物质文化遗产文旅市场化开发手段,推动文物活化出圈、科技赋能与历史空间再生产,深化物质文化遗产管理,共建文博专家库,搭建科技创新平台。

(一)加强物质文化遗产保护

资源普查建库与鉴定评估。结合全国文物普查成果,定期开展盐城市物质文化遗产资源点普查,建立盐城物质文化遗产数据库。对遗产资源点设立分类分级保护机制,进行文化价值鉴定与文旅开发潜力评估,为盐城市物质文化遗产的更新和活化利用打好基础。遗产资源库数字化建设。应用数字影像、3D建模、AR、VR、多媒体等数字手段,做好文物、遗址、古建筑、纪念馆及馆藏文物的线上数据库建设工作。持续开展创建申报工作。梯度化选取价值重大、保存良好、研究成果显著的物质遗产进行申报,积极推动开庄、云梯关遗址进入省级大遗址保护名录,力争到2025年,全市文物保

护单位达到国家级 4 处、省级 23 处、市级 75 处,全国历史文化名镇 3 座。

(二)创新物质文化遗产开发

文物活化与交流出圈。高水平策划文物专题展览、文物 巡展、特别展览,积极与周边省市博物馆开展精品展陈换展 送站,拓展精品展陈交易渠道,最大程度利用好、发挥好文 物价值。对接市场,探索文物授权机制,与专业 IP、文创设计企业合作,开发系列文创产品,举办盐城市文创设计大赛,将文物活化推向民众。科技赋能遗址再现沉浸式场景。利用 场景再现等方式推动省级考古遗址公园规划建设,植入考古观察、学术交流、亲子研学、交互体验等功能,在遗址展示中利用 VR、全息投影等方式再现西汉武帝时期君王、将相、百姓的衣食住行、生活场景,数字化赋能考古遗址公园,提高游客愉快感、体验感、获得感。历史建筑空间再生产。引导伍佑镇、富安镇、安丰镇编制历史文化名镇名村的文旅开发策划规划,在历史建筑修旧如旧的基础上,立足地方文化,借鉴时尚艺术手法,植入新型文旅项目与消费业态,盘活存量空间,实现历史建筑空间再生产。

(三)深化物质文化遗产管理

共建共享文博专家库。与江苏省内其他文博单位合作组建文博专家库,联合开展文博领军人物和专业技术人才培养,常态化开展业务交流学习,增强盐城特色历史文化向外传播的回音。构建"线上+线下"安全监管体系。推进省级文物安

— 34 —

全综合管理实验区创建工作,建设安全监管视频系统,搭建实时监测平台,实现数字化管理全覆盖。依法划定文物保护单位的保护范围和建设控制地带,制定分级保护管理办法,建立健全文物安全风险评估和动态保护管理制度。启动市级文化遗产保护科技创新平台建设。整合文化遗产保护修缮专业技术和人才力量,与市内外高校、科研单位合作发展,开展相关课题研究、科研技术推广、学术交流等工作。

第二节 非物质文化遗产传承开发工程

推动非物质文化遗产的挖掘建库工作,建设非遗传承保护基地,创新开发高度对接市场的非遗产品与消费业态,探索非遗产业化道路,建设非遗小镇(园区),推动非遗青少年教育普及,完善交流合作与金融服务平台机制。

(一)加强非遗挖掘保护工作

非遗资源建库和申报。建立非遗资源发现、收录、申报 长效工作机制,组建专门工作小组,加大非遗知识普及力度, 持续挖掘盐城历史文化、农耕文化和民间优秀文化资源,扩 大盐城非遗基数,丰富"国家—省—市—县"四级非遗代表 性项目名录。组织好一批盐城市代表性项目参与省级、国家 级非遗申报工作,高质量推动非物质文化遗产传承复兴。开 展非遗数字化运用。建立传统工艺重点振兴项目数字名录, 推进国、省、市级项目传承人数字记录工作。开展民间传说、 传统戏剧、工艺美术、传统工艺、传统手工技艺等国家级、 省级、市级非遗项目进行动态、立体、高清晰的记录工作, 为非遗资源的盘活利用创造条件。**搭建非遗传承人培养平台**。 完善非遗传承人保护制度和保护机制,建设非遗传承保护基 地,搭建非遗传承人培养平台,建立一批非遗传承人工作室 和传习所,开展非遗传承人群研修培训计划,实现非遗传承 人培训制度化、常规化,保障非遗传承有序、保护有力。

(二)创新非遗开发利用渠道

非遗+技艺,推动非遗创意产品开发。举办盐城非遗创艺 设计大赛,利用老虎鞋、东台发绣、大丰麦秆剪贴、大丰瓷 刻、射阳农民等非遗技艺创新设计符合当代审美与实用价值 的文创产品与旅游商品,让民众共享文化遗产美学价值。非 遗+曲艺,打造无限定空间非遗展演。推动淮剧、杂技、小戏 等非遗曲艺类项目进景区、进社区、进园区、进商业街区, 创新传统曲艺表演形式,与折子戏、情景剧、音乐剧等现代 表演形式相结合,创造更多年轻人喜闻乐见的演艺精品。非 遗+美食,非遗美食联名探店行动。运用市场化手段推广运营 美食类非遗,与盐城老字号、老铺子合作,创新非遗美食品 种、口味、制作方法,将美食享受与非遗文化展示相结合, 讲述美食背后的文化故事。与知名餐饮品牌合作建设联名店, 借力品牌餐饮的影响力与创造力, 赋予非遗美食更多的年轻 感、时尚感。非遗+载体、探索建设非遗小镇(园区)。整合 盐城零散非溃工作室,建立非溃小镇或非溃创艺园区,集聚 一批非遗大师工作室、创意设计团队、工艺美术企业、工艺 品制造企业等,创新打造非遗下午茶、非遗餐厅、非遗民宿 等场景式消费空间, 融入文化演艺、商业休闲、婚庆摄影等

业态,建设非遗文化产业创意小镇(文化产业示范园区)。非遗+购物,文化市集助力非遗传播。通过文化市集形式引入非遗文化亮相,利用年轻人易于接受、乐于参与的快闪、古镇老街摊档、街头艺人表演、非遗传承人演示等方式开展非遗传播,让非遗成为活在当下、活在人们生上活里的有生命物品。

(三)强化非遗机制体制保障

搭建非遗资源综合平台。为非遗民间组织、非遗传承人、非遗爱好者和政府企事业单位搭建线上线下一体式的资源整合需求对接平台,促进非遗人才、信息充分流动。完善非遗金融保障机制。鼓励政府部门与金融机构共同建设盐城市非物质文化遗产专项基金,发挥资金引导作用,引导社会力量共同参与盐城非遗的活化开发,保障非遗传承项目有效传承和创新发扬。建立非遗培养教育体系。与教育部门展开合作,将非遗纳入教育教学体系,推动非遗传习项目进校园、乡土非遗教材编写、非遗传承保护研究、非遗保护传承优秀实践案例征集等工作。

第三节 红色文化遗产继承弘扬工程

通过搭数字平台、建立红色人物文化名册和开发红色丛 书及影视作品等方式立体化构建红色文化遗产资源库,推动 红色文化场馆数字化展示、红色文化遗址场景化再现、红色 文化艺术化表达,活态展示盐城红色文化,并结合举办特色 文化活动、整合旅游路线、提高服务质量、加大媒体宣传等

-37 -

方式进一步扩大"铁军之城"影响力和知名度。

(一)红色文化遗产立体建库

"一张图"管理红色文化遗产。搭建红色文化遗产数字平台,整合红色遗址、纪念馆、文化村等资源信息,实现"一张图"管理红色文化遗产。面向社会广泛征集红色文物,进行三维扫描、数字摄影、三维建模等,建立数字模型,为信息共享、修复和开发利用等提供数字化原始素材。建立红色人物文化名册。寻找新四军老兵及其后代整理红色故事,建立人物名册,采用口述历史、实景照片、影音制品等形式抢救性保存一批红色文化故事,兼顾革命故事和生活故事、关注历史与现代的联系。系统开发红色丛书及影视作品。以纪实文学形式真实记录新四军军部重建、八路军新四军白驹狮子口会师、单家港、陈家港战斗等历史事件,出版系列红色丛书。以纪录片、真实改编影视剧目等方式讲述鲁艺华中分院、湖海文艺社、《盐阜大众报》的发展历程,丰富红色文化资源保存形式。

(二)红色文化遗产弘扬开发

推动红色文化场馆实现数字化展示。践行"红色经典、现代表述"理念,运用全息投影、VR、AR、数字沙盘、裸眼 3D 等现代科技手段,实现全景式、立体式文物展陈,提高红色文化场馆的交互性和参与性。探索红色文化遗址场景化展示。针对红色文化遗址,创新性利用科技手段复原革命事件、再现人物生活场景,打造一批经典"红色江苏铁军印记"盐

— 38 **—**

城红色地标;构建虚拟场景,加入游戏式虚拟现实展示,打造多维度、动态式交互场景探索红色旅游新模式。创新红色文化艺术化表达。加强红色文化故事艺术化表达,以淮剧、杂技剧、小戏、音乐剧、等地方特色艺术形式演绎经典红色文化故事,结合文化惠民定期开展红色文化剧目演出,深入开展红色文化艺术熏陶。

(三)红色文化城市氛围营造

举办特色红色文化活动。积极发挥盐城在"江苏省新四军纪念场馆联盟"中的核心作用,组织省内 28 家新四军纪念馆联合开展百件重要文物巡展、百场战役专题讲座、百位老兵口述历史、百件红色文创征集等活动。结合重大时间节点,如新四军重建军部 85 周年、建党 100 周年等举办红色征文、红色文物和史料征集等特色鲜明的红色文化活动。推出红色主题旅游线路。结合红色文化场馆、红色乡村、红色街区等载体建设,打造"重走会师路"、"重回泰山庙"、"悦达盐城·红色之旅"等特色旅游线路。提升红色文化服务品质。培养一批优秀的红色文化场馆讲解员队伍,针对不同受众编制不一世优秀的红色文化场馆讲解员队伍,针对不同受众编制不同讲解稿、制定不同参观路线,做到因人施讲、因材施教。扩大红色文化志愿队队伍,健全志愿者管理制度,定期开展讲解培训,通过自主自愿和统筹安排方式,让乡村民众成为"乡村红色文化讲解志愿者",为游客提供友好、亲切、专业的讲解服务。

专栏 3: "十四五"期间文化遗产保护开发重点项目

新四军文化林:位于开发区沿通榆河东侧,在"一片林"建设中融入"铁军精神"元素,通过人物雕塑、场景浮雕、文字墙、实景模拟等,分"对党忠诚、一心为民、英勇善战、文化建设、廉政建设、经济建设、团结统战、旌旗猎猎"八大板块,展示新四军铁一般的战斗风采和精神面貌,成为对广大市民、青少年进行革命传统教育的重要阵地。

羊寨桃花源新四军红色文化教育研学基地:占地 130 亩,充分利用华中局这一红色资源,引入党建文化,建设有铁军展示区、后勤保障区、生态休闲区、教育研学区、室外拓展区和康养保健区等片区,打造新四军红色文化基地。

革命遗址提升改造: 推进顾正红故居、新四军八路军白驹狮子口会师旧址等 革命遗址提升工作。

"东进之路"红色游主题活动:联合长三角旅游推广联盟策划组织"东进之路"大型红色旅游活动,包含启动仪式、万众党课暨新四军文化林揭幕仪式、"铁军传奇"长三角青少年短视频大赛、红色旅游-旌旗100万汇盐城等活动。

党风廉政建设:举办廉政专题书画展,创排小品《情理之间》、淮剧《巍巍宋公堤》等一批廉政文艺作品,打造 1-2 条廉政教育专线,扎实推进廉政文化建设。

党史教育:举办庆祝建党 100 周年系列活动,举办"百场微党课",创塑文化党建品牌,开展党史学习教育,举办革命历史文物展、书画展、专场文艺晚会等。 开展"我为群众办实事"实践活动,实施一批重点项目。

泰东河大遗址公园:依托泰东河,整合沿线开庄遗址、青蒲遗址、五星遗址以及港西遗址等资源,规划建设大遗址公园。

非遗一条街建设:在市区建设非遗一条街,开展非遗产品集中展示、展销,提升非遗影响力。

遗址保护申报:推动开庄、云梯关遗址进入省级大遗址保护名录,力争到 2025年,全市文物保护单位达到国家级 4 处、省级 23 处、市级 75 处,全国历史文化 名镇 3 座。

第五章 建设新时代艺术创作体系

深化文艺院团改革创新,坚持以演出为中心环节,积极提升文艺院团活力,健全艺术创作生产机制,放大文艺院团创演品牌效应,增强文化自信,营造"城市即舞台,全城皆有戏"文艺氛围,建成文化生态良好、文化创新示范、文化英才荟萃、文化交流活跃、文化生活丰富的现代文化名城。

第一节 文艺院团活力提振工程

深入贯彻落实国家、省关于深化国有文艺院团改革的文件精神,强化文艺院团宣传思想战线主阵地作用,着力完善院团管理体制和生产经营机制,激发文艺院团生机活力,助推盐城文艺事业高质量发展。

(一)深化文艺院团布阵进阶

加强转企院团活力。建立现代企业制度,完善法人治理结构,鼓励转企院团通过股权投资、资源互补等形式,组建股份制演出公司;支持中小转企院团走专、精、特发展道路,尽快形成一批特色演艺企业;打造一批具有较强竞争力的骨干演艺企业,推动符合条件的演艺企业上市融资。扶持民营文艺院团发展。鼓励社会化办团和多种形式发展,扶持各类人才和民间艺人自筹资金组建民营文艺表演团体,建议各地演出行业协会建立民营院团工作委员会,建立民营院团公共信息服务平台,实现信息共享,资源优化配置,支持淮剧、杂技等特色民营院团产业化发展。

(二)推动文艺院团创新发展

以演出为中心环节,提升院团创演能力。实施优秀剧本储备计划,打造版本丰富的剧(书)目体系,组织文艺院团开展主题创作,鼓励文艺院团加强原创和现实题材创作。推动淮剧、杂技、小戏进酒店、景区、特色街区。推进院团艺、技衔制改革。建立新型职务序列,实行一年一聘,形成职务能上能下的竞争局面。建立与职务序列相匹配的薪酬体系、职务序列相挂钩的"艺衔""技衔"津贴,形成收入能多能少的良好格局。以薪酬分配激励提升演职人员工作效能。探索事业性质院团演出首日用于分配的方法,合理设置薪酬分配等级和档次,实行末位待岗制,提高转企院团市场竞争力。完善资金保障制度。将相关经费纳入财政预算予以保障,创新财政资金投入方式,设立专项资金,改进、完善创作扶持和演出激励办法、剧本孵化等工程项目。

(三)提振文艺院团综合效能

提升文艺院团公益服务和社会效应。积极推动持续推进 "高雅艺术进校园、进基层、进乡镇"活动。办好各类代表 性文艺活动,持续举办重大文化展览展示活动,包括持续主 办市政府文艺奖、盐城市文华奖评比等多项活动,举办省级 和全市性重大艺术展演活动、全市新创舞台剧目调演等活动, 持续承办省淮剧艺术展览月活动。释放文艺院团市场开拓效 应。地方院团发挥自身人才优势、文化资源优势,持续深化 演艺与旅游、科技等行业融合发展,院团深入荷兰花海、自 然遗产等品牌景区驻场演出。放大文艺院团创演品牌效应。 持续开展盐城作者"剧本输送"工作,加强戏剧创作区域间合作,做大做强"盐城现象"。各院团推出优秀剧目演出的经典版、驻场版、巡演版,促进剧目创作演出畅销,打造具有高质量、高水平的文艺院团和"盐城青年演员"品牌。

第二节 "盐城有戏"文艺繁荣工程

坚持"量转质""小转精""散转聚"总体思路,推动盐城市文艺精品创作演出攀高峰、惠民生。聚焦盐城在地文化元素,推动优秀戏剧创作,输出大剧小戏全年不断的"欢剧盐城"城市形象,营造"城市即舞台,全城皆有戏"的城市文化氛围,在服务全国文化发展格局中争做示范。

(一)创作文化艺术精品序列

聚焦重大主题创作文艺精品。围绕庆祝建党 100 周年、新中国成立 75 周年、改革开放 45 周年、新四军重建军部 80 周年等重大时间节点与全面建成小康社会、抗击疫情等重大主题,重点投入、重点打造一批具有标志意义和广泛影响的文艺精品。"十四五"期间,创作大小戏剧本 150 部以上。借力国际戏剧节、上海国际艺术节演出交易会、上海国际艺术节、省紫金文化艺术节、淮剧艺术展演月等重大节庆活动,推动《小镇》、《小城》、《首乌花开》、《马家荡里唱大戏》、《华中鲁艺记》等特色剧目海内外输送。以精神文明建设"五个一工程"奖、中国文化艺术政府奖(文华奖)、中国戏剧奖(含梅花表演奖、曹禺剧本奖)、全国小戏小品大赛一等奖、紫金文化艺术节优秀剧目奖为目标,推出 2-3 部在全国或全省有

重大影响的精品力作。推动文艺表现形态跨界融合。探索文艺跨界融合,地方曲艺与潮流演艺碰撞,融入舞台剧、音乐剧、话剧、亲子剧、现代舞、沉浸式戏剧等年轻时尚的演艺形态,创新戏剧表现形式;探索在新载体、新技术上的突破,引入"动漫"、"古风"、"国潮"等元素,引发一波"盐戏国潮"爆款营销,打造曲艺国潮创新标杆示范城市。剧本交易平台搭建,释放"剧本经济"价值。发挥盐城在文艺剧本创作领域的突出优势,搭建集全国剧本展示交易、编剧培养、项目合作、IP 授权、文化金融投资等于一体的剧本交易平台,建立全国艺术创作剧本库,与各地曲艺院团、戏剧学院、大剧院建立合作,更好地扶持精品剧本创作。

(二)拓展特色文艺剧场空间

优化全市演艺空间布局。加快各类剧场剧院建设,选取特色街区、名人故居、文化产业园区、品牌景区,打造一批小型剧场、livehouse、沉浸式演艺空间、艺廊等演艺新载体,引入外部优质资源,促进演艺、经纪、策划、营销等业务形成良性循环。实施城市角落文艺更新。利用博物馆、展览馆、剧院、书店、非遗传习所等城市角落空间,植入淮剧脸谱、杂技道具等文化艺术元素,运用 AR、VR 等新技术手段,打造独树一帜的艺术"打卡地"与"文艺微空间"。推进创新表演试点建设。探索城市、艺术与人三者交互的可能性,在商圈、广场、公园举行趣味"快闪"、沉浸式演出、网红直播等活动,打造全国淮剧创新表演"试点样板",实现城市即舞台、全城皆有"戏"。

(三)梯度建设文艺人才队伍

加强院团队伍建设、创新用人机制。完善文艺院团自身 管理制度,全面加强编剧、作曲、导演、演员、灯光、舞美、 剧务等人才队伍建设,在绩效目标责任书中明确各院团国家 二级以上演员人员比例目标,推动院团大力引进培养高水平 文艺人才, 引进国内外优秀创编人才担任驻团编导。各文艺 院团创新用人机制,通过项目制、签约艺术家等方式引进一 批优秀文艺人才, 引进、培养一批文化经营管理人才。加强 本地专业人才培养。支持鼓励将戏曲专业人才培养纳入有关 人才计划和培养工程,加大人才培养资金扶持力度。组织参 加全国、全省文艺院团长培训班、演艺经营管理人才高级培 训班、舞蹈编导人才培训班等各类培训班, 做深做实文教结 合工作, 重视本土专业教育力量, 打造整齐有力的艺术人才 矩阵。充分利用国家艺术基金人才、"名家传戏"、戏曲名家 收徒传艺工程,建设形成"名师带徒"、"传帮带"机制,完 善艺术传承与人才梯队建设。深入推进"青年文艺家培养计 划",制定"一人一策"个性化培养方案,搭建学习观摩、大 戏挑梁、推荐参赛等各类平台,以戏育人、以戏推人。开展 区域合作培养模式。加强与高等院校、职业院校等的深度合 作, 引进上海等地优质教育资源, 面向艺术专业人才提供学 识提升和"订单式培养", 鼓励通过"高研班"等形式提升从 艺人员继续教育水平,实行艺术综合就业和培训计划。积极 探索与国内外艺术院校、兄弟省市文艺院团合作建立培训基 地和实习基地、建立"双向交流"机制、与上海开展淮剧校

团合作、校企合作,创建合作联盟、创建青年人才库,定期开展"扶青计划"、"青年文艺家培养计划"等人才集训活动。启动杂技人才培训校区建设,加强与省内外艺术院校对接,与山东、河北开展杂技院团合作,形成苏北杂技培训品牌基地。

第三节 社会艺术氛围营造工程

加强美术、音乐、影视、诗歌书画等群文活动的普及与宣传,将艺术教育积极渗透至盐城市国民教育体系,提升社会业余艺术修养,开启全民文艺胎教普及,让全民都能享受文艺的魅力,传承盐城特色城市文化。

(一)丰富时代文艺作品类型

提升美术、音乐等短板门类建设。持续组织全市学术性 美术作品展览、与兄弟省市的美术交流展、优秀画家个人专 展等活动,开展国画、油画、水彩画、版画、农民画等各类 美术作品研讨、写生、创作集训等常态化活动。组织参与国 家级、省级、市级展览和赛事活动,不断丰富音乐创作、表 演、评论、艺术考级等各方面的音乐活动。持续推动诗歌书 法艺术发展。举办各类诗歌书法艺术活动,包括"大美湿 地·水韵盐城"、"走进新沿海"等高水平展览活动,全国荷 花诗会、书画艺术节、文化艺术周、四市五县文化联谊、"颂 祖国·爱家乡"诗词楹联大赛等文艺活动,推动优秀作品惠 及基层群众。推进网络文艺创作生产。将网络文艺纳入全市 文艺创作生产和引导管理范畴,引导网络文艺讲好百姓身边 日常故事,推动形成"写人民、人民写、人民参与、人民共享"的网络文艺新常态。建立优秀网络文艺作品扶持机制,加大对原创优秀网络文艺作品的扶持和推介力度,运用微博、微信、移动客户端等新媒体平台,促进优秀作品多渠道传输、多平台展示、多终端推送。

(二)推动社会艺术教育普及

推动优秀文化艺术教育普及。将中小学校作为传承优秀传统文化的重要载体和主要阵地,推出一批弘扬优秀传统文化的教育普及读物,开设准剧班,编印准剧课本、欣赏学习改编准剧歌曲、开展亲子戏剧课,丰富传统文化内涵和形式。发挥好盐城"淮剧之乡"、"杂技之乡"在地方戏剧的传承创新、传播推广、惠民服务等功能作用,整合周边旅游、教育等资源,增设培训、展示等场地和设施,开展多方面、多层次的展演、培训、推广等活动。构建文化艺术优质创作环境。修改完善《盐城市淮剧保护条例(草案)》,加快地方戏曲保护立法工作。推动院团、协会与创作采风基地形成共建机制,定期组织基地体验生活、进行艺术创作和举办公益演出,培养基层文化活动骨干和带头人,力争形成具有"团站挂钩"示范作用和"一镇一品"艺术特色的盐城市艺术创作基地服务体系

(三)推动文化艺术交流输出

举办艺术理论学术活动。持续开展淮剧艺术研究、学术 交流、社团联谊等活动,积极承办开展现代淮剧的现场观摩 和学术研讨活动,参与上海戏剧学院等院团举办的学术研讨会,积极承办中国戏曲现代戏研究会年会,探索盐城在芭蕾舞、交响乐、歌剧等国际化艺术样式发展方面的新路。**推动城市文艺生活对外交流**。主动将优秀戏曲剧目"引进来",适时举办各类艺术节,以艺术节为平台,举办惠民演出、剧本交易、剧目研讨等多项活动。支持戏曲院团"走出去",鼓励戏曲专业院团参加各省、市各类戏曲展演活动,加强与各地戏曲院团之间的文化交流,积极参与国外文艺庆祝演出及文化交流活动,持续放大剧本输出的"盐城现象",提高淮剧、杂技与地方文化艺术的国际知名度。

专栏 4: "十四五"期间艺术创作重点项目

打磨提升一批剧目:淮剧《小镇》做好文旅部"百年百部"传统精品复排工作,并组织市内外巡演;淮剧《小城》冲刺文华奖,淮剧《谷家大事》、杂技报告剧《芦苇青青菜花黄》参加 2021 紫金文化艺术节作品评选并力争获奖,淮剧《首乌花开》参加省庆祝建党百年舞台精品工程巡演;打磨提升杂技剧《丝路之旅·沙秀》,推介演出。

新创公演一批剧目:以礼赞伟大的中国共产党走过 100 年辉煌历程为主题,创作一台专场文艺演出,在庆祝建党 100 周年时公演;新创并公演淮剧《范公堤》、《巍巍宋公堤》、《为你绽放》、《雪枫卖马》、曲艺剧《盐阜往事》、锡剧《离歌》。

第六章 建设现代公共文化服务体系

"十四五"期间,适应新发展阶段人民生活品质化多样化需求,以群众需求为导向,品质提升为引领,建设完善"覆盖城乡、可持续发展、全民共享"的公共文化服务体系,打造市场广泛认可,在全国有影响力的公共文化服务品牌,推动公共文化服务高质量发展,创造人民群众期盼的高品质文化生活。

第一节 公共文化服务网络建设工程

聚焦当前公共文化服务城乡发展不平衡的主要矛盾,进一步优化城乡公共文化资源配置,推动城乡公共文化服务体系一体化建设,实现全域均等化布局、产品特色化供给、效能精准化管理,由基础覆盖向高效能发展转变。

(一) 深化文化载体全域布局

提升各级公共文化设施载体利用效能。持续深化公共文化设施标准化、均等化、普惠化建设,加大对城镇化过程中新出现的居民聚集区、农民新村的公共文化设施配套建设力度,真正建成全域覆盖、全效利用、全面服务的"市—县—镇(街道)—村(社区)"四级公共文化设施网络体系。推进县级文图两馆的总分馆制建设,在镇街分馆全覆盖的基础上主动向社区延伸发展,形成"区县总馆+镇街分馆+村社书屋"的三级模式。提升区域重点文化场馆设施水平。深入推进市博物馆、滨海县文化艺术中心、射阳县博物馆等区域重点项目

建设,提升市文化艺术中心、市美术馆等现有场馆服务水平,增进区县级图书馆、文化馆、博物馆等服务功能。提升公共文化设施载体服务能级,支持中国海盐博物馆创建国家一级博物馆。推动基层文化站点功能复合化建设。深入贯彻省"十百千"工程要求,加大镇街、村社等基层公共文化服务站点的建设和升级改造力度,把公共文化建设融入基层治理体系。建设集党政教育、科普宣教、文化服务、艺术熏陶、体育健身等于一体的功能复合型基层文化服务中心,实现全域城乡公共文化资源的进一步科学配置优化。

(二) 打造"嵌入式"文化服务

探索"嵌入式"公共文化空间建设模式。放大盐城"书香城市建设先进市"示范效应,在都市商圈、文化园区、商办楼宇等现代消费集聚区域,嵌入式建设一批开放性、艺术性、现代性的小型公共文化空间,打造融合阅读、艺术展览、文化沙龙、轻食餐饮等服务的"城市书房""文化驿站"等新型文化业态。积极探索"展馆+"发展模式,推动民间博物馆、艺术馆免费对外开放,对场馆进行创意性、艺术化改造,加大数字艺术、沉浸式体验等新技术的应用,打造一批"博物馆+"、"美术馆+"、"文化馆+"的复合型公共文化场馆和"最美公共文化空间"。推动"嵌入式"社区公共文化服务发展。将文化创意融入社区生活场景,针对不同社区群众的文化需求,采取个性化、主题化服务策略,建设准剧文化社区、红色文化社区、非遗传承社区、诗歌文学社区、书画美术社区等公共文化服务标杆社区,提升社区公共文化空间的融合性、功能性与审

(三)推动文化服务上云赋能

整合建设文化大数据服务平台。全面统筹各级资源,梳理文化资源数据,利用 5G、人工智能、云计算、物联网、大数据等先进技术手段,建立标准化、跨领域、多维度共融共通的文化大数据平台,提供智能识物、个性化推荐、个人助理等特色文化服务,逐步实现"一部手机看盐城"的文化上云服务目标,为全面实现"数字盐城"提供内容保障与服务支撑。完善公共文化数字平台矩阵。推动公共文化服务设施数字化建设,持续推进智慧图书馆、智慧文化馆、智慧档案馆、智

-51

慧博物馆等数字文化平台矩阵建设。推进盐城市公共文化云平台建设,对接江苏省公共文化云,将公共文化服务逐步全面纳入省公共文化云,实现资源整合共享、公共文化服务精准推送和文化服务效能实时分析。探索线上公共文化服务场景。以互联网赋能公共文化服务,在教育、旅游、商务、社会治理等领域积极探索线上公共文化服务应用场景,实现文化产品精准推送、多领域覆盖。鼓励景区、展览馆、文博场馆等发展线上服务,提供"云演出"、"云展览"、"云培训"、"云详座"等服务形式,丰富沉浸式、虚拟展厅、高清直播等体验形式,加强微视频和艺术慕课等数字教育资源建设,为群众提供优质云端文化服务。

第二节 公共文化服务惠民典范工程

以提供更高水平公共文化服务为目标,创新管理方式, 扩大社会参与,推动融合发展,实现公共文化供需精准对接、 服务便捷高效,建成开放多元、充满活力的公共文化服务供 给体系,努力开拓大众参与、全民共享的高水平公共文化服 务新局面。

(一)提升公共文化服务效能

完善公共文化服务绩效评估体制。从场馆设施、建设形式、资金投入、服务质量、流程规范、监督评价体系等多方面考量,明确公共文化设施的目标与责任。从公共文化投入、设施、服务、队伍和效果五大角度出发,完善公共文化服务评价指标体系。深入落实城乡一体的公共文化服务标准规范

— 52 —

建设要求,探索基层公共文化服务效能考评标准,开展基层 公共文化阵地服务效能测评,推动基层综合文化中心提升服 务效能。创新公共文化服务购买配送运行机制。加大政府市 场化购买公共文化服务力度,规范引导优秀社会力量参与文 化共建与运营管理,促进公共文化服务市场供给多元化健康 发展, 使公共文化服务走向"低投入、高产出、可持续"的自 我发展良性循环发展。大力推广"文化预约"工程、根据市民 推荐进行公共文化产品线上采购,完善公共文化产品的精准 配送,打造公共文化"超市式"供给、"菜单化"服务模式。建 立健全公共文化服务参与考核机制。通过服务对象、媒体和 第三方评估机构建立群众评价和反馈机制,采用问卷调查、 深度访谈等研究方法, 定期进行全市公共文化资源普查和公 众评价与需求测评,提高公共文化服务供给与群众需求之间 的匹配度。对各级公共文化服务机构进行暗访检查, 出具调 查报告、开展整改培训,不断优化提升盐城市公共文化管理 和服务水平。

(二)打造文化服务品牌序列

持续推进盐城特色文化惠民工程。整合优质资源,深入 开展群众文化活动,进一步健全文艺团体参与文化下乡的管理与验收机制,提升文化惠民工程产品质量,扩大"南苏北盐" 群文现象的社会影响力。根据江苏省"文化进万家"活动总要求,扩大实施送书、送戏、送展览等活动,深入开展高雅艺术"四进"工程、"十馆联动下基层巡演"、"万场文化活动进农村"、"戏剧进校园"、"群文进社区"等城乡流动文化服务,全

— 53 —

市公共文博场馆开展"特色开放日"活动。加强公共文化服务品牌序列建设。深入实施艺术精品工程,继续擦亮"天天悦读 1+X"全民阅读服务项目、"书香城市建设先进市"等品牌。根植盐城特色文化底蕴,按照"一馆一品"、"一镇一特"的思路,打造一批戏曲杂技、文学美术、非遗传承、革命文化等类型的文化精品,彰显红色铁军、白色海盐、蓝色海洋和绿色生态等盐城特色,提升"海盐文化节"、"盐渎文化艺术展演月"、"盐渎大舞台"、"郁金香"文化月、"百合花"文化月等特色文化服务品牌影响力。加大公共文化产品向老年群体覆盖。适应老龄化社会发展趋势,满足老年群体多样化的精神文化需求,结合基层文化站、乡村文化中心建立老儿园、老年大学,针对老年人文化需求组织电影播放、文艺演出、书法绘画、电子产品科普、传统节日活动等特色流动文化服务。加强面向残障人群的文化服务,举办"书香有爱•阅读无碍"、"文化进残疾人家庭"等文化活动。

(三)推动乡村公共文化普及

开展"艺术乡村"文化建设活动。依托"中国杂技之乡"、"中国淮剧之乡"、"中国曲艺之乡"、"中国诗歌之乡"、"中国 楹联之乡",建立艺术家、设计师、策展人、媒体从业者等专业人士与民间文化艺术之乡的对接机制,以进驻乡村、联名开发等形式介入乡村原有的传统文化项目,为传统文化资源注入时代性的创意活力,以"艺术乡村"建设推动乡村建设品质提升与传统文化传承创新。开展乡镇文化服务中心文旅融合试点建设。围绕乡村振兴战略,将乡村文化建设融入城乡

经济社会发展全局,有序推进基层综合性文化服务中心文化和旅游功能融合试点建设工作,探索乡村基层综合性文化服务中心建设融合旅游、电商、就业辅导等复合型功能,为本地群众提供公共文化服务,为外来游客提供包括景点咨询、土特产销售、导游讲解、食宿咨询等文旅服务。打造"3+1+3"乡村公共文化品牌。鼓励有条件的乡村深度整合公共文化资源,以乡村常见的"自然生态、历史人文、非物质文化遗产"三类资源为基础,衍生开发"原生态生活、老习俗节庆、老手艺传承"3类文化场景,提炼开发1个新文化IP,发展"稻田生活美学艺术节"、"市井老街创意市集"、"自然湖荡阅读季"等3类特色乡村文旅节庆,打造节庆新民俗,形成具有区域影响力的乡村文化名片。

第三节 公共广电体系建设工程

把新发展理念贯穿到广电体系发展全过程,高度重视技术的关键支撑作用,坚持创造性转化、创新性发展,以智慧广电战略为引擎,推动广播电视和网络视听宣传质量、内容质量、产品质量、服务质量、管理质量走在全省前列,传递 盐城声音。

(一)推进智慧广电系统建设

加快建设广电新基建。推进有线电视网络和 5G 一体化发展,布局"广电+5G"等新型数字化基础设施建设,鼓励播出机构、传输机构积极引入和运用 5G 技术。加快光纤宽带网络优化升级,城镇家庭实现千兆宽带接入能力,提高农村地

— 55 **—**

区宽带用户接入速率和普及水平。统筹推进 IPv6 改造,支持 IPv6 安全技术研发、应用和融合创新。深入实施智慧广电发展战略。加快新一代信息技术在视听节目制作播出和传输覆盖中的部署和应用,构建"内容生产、节目制播、传输覆盖、安全监管、科技创新"智慧广电五大体系,提高精准生产、精准传播、精准服务能力,实现内容与技术的有机融合。探索"智慧广电+"综合服务模式。推动广电网络与文化、科技融合,重点打造"手机+电视+宽带+内容+体验"智能传播服务和产品。拓展"广电+政用、民用、商用"运营服务形态,满足用户对于跨屏、跨域、跨网、跨终端的收视和信息需求。

(二)建设全媒体传播体系

完善新型主流媒体平台建设。继续推进盐城广播电视全媒体指挥中心建设,加快资源整合和相互融通,推进县级融媒体中心建设,探索县级融媒体中心与全媒体指挥中心协同发展机制。推动建设"智慧媒体+智慧政务"双服务平台,建成主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。推进广播电视网络深度融合。以全媒体思维优化组织架构和运行机制,强化本地台网融合发展,在数据共享、互动视频、内容建设等方面开展深度合作,加快打造技术先进、特色突出、用户众多、自主可控的新型传播平台,不断提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。拓展全媒体传播服务渠道。以互联网端和移动端渠道为主,推进广电播出机构同新兴媒体、传输网络深度融合,拓展全媒体投融资渠道,推进传统媒体和新兴媒体"双头部"平台品牌化和规模化运营,打造集约高

效的内容生产体系和传播链条。

(三)完善现代广电产业生态

加快广电产业深度融合。围绕智慧广电、媒体融合、5G 广播、智慧市政、智慧社区、在线教育、数字乡村等新兴方 向和家庭、政务、民生场景,加强与战略性新兴产业的深度 融合,大力发展高清电视、超高清电视和 5G 高清视频,构 建新时代大视听全产业链市场发展新格局。完善内容生产产 业链条。强化内容与技术、市场的深度融合,以内容建设为 根本,做强做优创作主体,增强精品内容持续供给能力。拓 展沉浸式视频、虚拟视频、短视频、电商直播、竖屏节目、 短动节目等视听新业态,全面提升各类视听节目的规模和能 级。加强"盐城声音"向外输出。大力扶持广播电视和网络视 听内容、平台、技术"走出去",依托中日韩自贸区的国际化 开放平台,放大世遗效应,做强视听节目国际宣介平台和节 目交易平台,讲述好盐城故事、中国故事对外的表达和输出, 增强盐城文化传播国际影响力。

专栏 5: "十四五"期间公共文化服务重点项目

盐城市博物馆:在先锋岛区域建设市综合性博物馆,建筑面积 29648 平方米,展厅面积约 1.2 万平方米,设基本陈列厅、红色文化展厅、胡公石书法艺术展厅、赵太来文物展厅等九个展厅。

东台市美术馆:在市区选址建设具备展陈、收藏、交流、服务等功能的市美术馆,面积1.2万平方米以上,争取2024年前正式对外开放。

盐城市古黄河博物馆:新建一座 10000 m² 的博物馆,规划用地面积 29.5 亩,并具有标识感的文化博览建筑,使其成为盐城市滨海港工业园区文化展示形象的地标。

滨海博物馆:建筑面积 3146 平米,按照县级博物馆标准进行建设。

滨海文化艺术中心:项目为三层公共建筑,原设计方案包括文化馆、未成年 人成长指导中心和妇女儿童活动中心(A区)、大剧院(B区)、淮剧团与美术馆新 馆(C区)三个区域。

射阳杂技艺术中心:项目分教学演练区、生活后勤区连个功能片区,设室外演出广场。

周巍峙王昆纪念馆:在市文化艺术中心二区建设布展,2022年对外开放。

城乡公共文化设施:推动建设15个文化小广场和小剧场。

文化惠民活动:每年完成送戏、送演出 3000 场次以上, 开展艺术普及活动 500 场次以上、文艺人才培训 80 场次以上。

法治文化宣传工作:将法治宣传与地方文化、景区景观自然融合,寓教于乐,创建一批景区法治文化示范点,择优打造 4 条法治宣传教育精品线路。

第七章 建设现代文化产业体系

科学构建"4+3+3"现代文化产业发展体系,搭建文化服务创新平台,培育文化产业发展主体,积极发展对外文化贸易,扩大优质文化产品供给,塑造盐城文化产业核心竞争力。持续深化文化产业体制机制改革,优化营商环境,实现盐城文化产业高质量发展。

第一节 文化产业发展格局重塑工程

科学构建 4 大产业体系,大力发展 3 大新经济业态,重点建设 3 类产业载体,形成"4+3+3"现代文化产业发展新格局,推动文化与制造业、服务业、旅游业深度融合,以数字经济赋能文化发展,推进文化产业数字化、复合化、网链化高质量发展。

(一)构建四大文化产业体系

依托现有产业基础优势,衔接未来行业发展趋势,构建十四五期间盐城数字文化产业、创意设计产业、工艺美术产业和文化旅游业组成的四大文化产业体系,推动文化产业从"盐城制造"转向"盐城智造"。数字文化产业聚焦软件开发、数字出版、动漫游戏、影视制作等关键环节,重点关注汽车教学软件开发、互联网信息服务平台开发、数字出版软件开发、数字作品制作集成、动画设计制作、影视后期制作、影视IP 授权等领域,打造数字文化产业示范基地。创意设计产业以工业设计为主导,大力发展建筑设计、广告平面、文创

开发、专业设计等行业,依托盐城国家级、省级工业设计中心、文化产业示范园区等载体,将创意设计产业打造成盐城文化产业的重要支撑。工艺美术产业以文化与制造业融合为核心,重点发展非遗工艺品、玻璃工艺品、户外运动用品、金属工艺品、玩具等设计制造,深入挖掘盐城雕刻、刺绣、美术、书法等文化艺术资源,推出市场化、年轻化、品质化的工艺美术产品,实现文化美学增值和品牌塑造。文化旅游产业聚焦文旅消费产业链条延伸,围绕门票经济、演艺经济、游船经济、文博经济、商业消费等经济形态,鼓励文旅商圈、博物馆综合体、跨界书店、特色民宿等新消费业态的引进培育,积极推动国家级、省级夜间文旅消费集聚区创建,争创文化和旅游消费试点城市,激发文化旅游市场消费活力。

(二)聚焦三大文化经济业态

放大主题价值,发展世遗经济。发挥盐城世界自然遗产的资源价值,以世界遗产保护性开发带动世遗旅游、商务会奖、体育休闲、康养度假、节庆赛事、IP 开发、科普研学等产业发展,推动生态资源向产业经济转变,打响以世界自然遗产为主题的文化经济品牌。积极培植一批遗产地标志性文旅产品,深化开展生态旅游、观鸟摄影、科学研究、公众教育等活动,完善遗产地周边基础设施与商业消费配套供给,加快构建便捷高效的世遗资源点间交通网络,联动渔港旅游,丰富世界自然遗产的产业经济链条。优化空间价值,发展都市水岸经济。发挥盐城"百河之城"水资源优势,以串场河水岸功能利用为主导,在生态景观基础上营造积极场所,开

拓与周边协调互动的滨水开放空间,鼓励有序打造沿岸商业空间、游船经济、文博场馆、演艺品牌,培植主题市集、沉浸式小剧场、艺术河岸等消费场景,推动形成"水岸+"文化、旅游、创意、消费的产业生态链,优化提升水岸空间经济价值,打造时尚休闲都市水岸的标杆。转化时代价值,发展潮流经济。紧跟时代趋势,把握Z世代的消费特征,探索发展年轻人喜爱的潮流经济,实现价值倍增。瞄准探索潮品经济(潮品交易、球鞋文化、街头文化、潮流买手)、剧本经济(艺术类剧本、网络文学、游戏剧本)、盲盒经济、萌宠经济等产业蓝海和未来突破点,布局以"盐之有物"为代表的经济服务平台与产业示范基地,启动意见领袖收编和项目合作机制,引导潮流经济的健康发展。

(三)建设三大产业发展载体

打造一批文化产业集聚区。以现有文化产业集聚空间为基础,建设一批主导产业突出、科技优势明显、规模效应递增的文化产业集聚区。联动盐城大数据产业园、盐城西伏河数字智能创新社区,打造以软件开发、动漫游戏、数字出版、影视制作为主导的数字文化产业集聚带,形成文化和科技融合的示范标杆;以东方1号创意产业园为主导,引导8家省级工业设计中心联合打造创意设计产业集聚区;以盐工盐艺为品牌,汇集一批工艺美术企业、大师工作室、IP创意工作室、音乐创作空间,带动文创会展、演艺音乐、商业娱乐等企业集聚,打造非遗工美产业集聚区;聚焦文旅新消费,以聚龙湖商圈、荷兰花海、东台西溪、建军路商圈、串场河沿

-61 -

岸为重点,打造一批都市文旅消费集聚区与夜间文旅消费集 聚区。创成一批文化产业示范园区(基地)。现有文化产业园 区提质增效, 优化产业结构结构, 清退低效僵尸企业, 加强 优质企业资源集聚与创意孵化,推动盐城大数据产业园、东 方1号创意产业园、东台西溪文化产业园争创国家级文化产 业示范园区, 盐城市文化科技产业园、盐城聚龙湖文化科技 产业园争创省级重点文化产业示范园区:扶持优秀文化科技 企业,推动江苏东方创意文化产业有限公司、江苏世纪龙科 技有限公司、江苏华恒兄弟动漫制作有限公司等重点企业创 成省级文化产业示范基地。盘活一批城市存量空间。结合城 市更新, 盘活老肉联厂、老化纤厂等存量空间, 植入建筑设 计、广告平面、文创开发、专业设计等创意设计产业,打造 文化创意基地和工业旅游示范点。以"盐城旧事"为核心, 以毓龙路、建军路为代表,通过涉旅化改造一批老菜场、老 码头、老盐场、老站台、老铺子、老市集, 营造具有盐城文 化感与年代感的生活文化街区。

第二节 文化产业发展主体培育工程

建立健全文化产业创新平台,激发各类市场主体创新活力,引进培育一批产业头部、区域总部、地方领军企业,推动文化企业数字化转型与数字文化产品供给,搭建文化创新服务平台,积极探索对外文化贸易,推动盐城文化产业走向国际。

(一)培育文化市场重点主体

招引一批产业头部、区域总部企业。围绕主导产业、坚 持扶优扶强扶大,招引一批国内外知名文化头部企业,争取 文化企业区域总部落户盐城,支持头部企业和总部企业增资 扩产, 吸引产业链上下游配套企业入驻, 带动一批具有成长 性、示范性、标志性的优秀新兴文化企业发展壮大,引领打 造稳固产业生态,构建具有盐城文化特点和核心竞争力的现 代文化产业体系。培育一批地方文化领军企业。建立盐城市 文化领军企业种子库, 甄选具有潜力的文化企业, 提升企业 产业链带动能力、研发创新能力、市场主导能力,培育一批 具有规模效应、高端产业价值和市场竞争力的地方领军企业, 重点支持江苏华恒兄弟动漫制作有限公司、盐城市虹之谷文 化发展有限公司、江苏世纪龙科技有限公司、盐城卡洛泽科 技有限公司、盐阜大众报报业集团、盐艺海盐文创有限公司 等企业发展。加快文化企业数字化转型升级。创新数字化产 品供给,以盐阜大众报报业集团全媒体化为先导,加快新闻 出版业数字化转型升级步伐,培育更多新型新闻出版品牌, 推进建成覆盖广泛、传输便捷、互联互通的现代媒体传播体 系。创新数字化技术应用,鼓励文化企业运用 5G、VR/AR、 人工智能、多媒体等数字技术改革管理机制、开发数字产品、 拓展线上业务,发展线上交易、艺术普及、交互体验等数字 化服务,打造一批数字示范项目。促进文化科技融合发展。 建立健全以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的文化 科技创新体系,加强文化产业领域重大科技创新,着力推进

新一代信息技术在文化产业领域的集成与应用。落实国家、 省关于促进文化和科技深度融合的指导意见和实施意见,大 力扶持文化科技类企业。加大对文化和科技融合创新重大共 性关键技术和产品研发的扶持力度,加大对文化和科技融合 成果转化的支持力度,培育一批独角兽和瞪羚企业。

(二) 搭建文化服务创新平台

建立产学研合作网络。依托盐城高校资源,推进文化产业示范园区(基地)、文化科技产业园与高等院校、科研院所广泛开展产学研合作,积极推动建设以骨干文化企业牵头、高校院所及上下游企业共同参与的文化类产业技术创新战略联盟,构建开放高效的创新网络。激发企业主体创新活力。深入实施"企业研发机构高质量提升计划",鼓励和推动有条件的技术创新型文化科技企业建设国家级、省级重点实验室,工程中心、企业技术中心等高层次创新平台,积极承担或参与国家、地方的重大文化科技项目,促进各类创新资源向企业集聚,激发企业创新活力。打造民本经济众创平台。促进以多渠道灵活就业创业为远景的民本经济发展壮大,支持小微企业和个体经营者线上创业就业,鼓励特色小店、独立设计师、家庭手工业等业态发展,号召活化运用盐城优秀历史文化、特色自然遗产。

(三)推动文化产业对外贸易

积极培养国家、省级文化出口重点企业和重点项目,支持盐城文化走出去。借力区域性文化贸易平台提高知名度。

以国家和省重大外交、外事活动为平台,依托区域性、国际性商务会展,举办文化贸易配套活动,组织筹备市内文企业参加长三角国际文化产业博览会等国际会展,持续举办文的产业局区。推建国际文化贸易平台。建立国际信息。推建国际文化贸易平台。建立国际信息。在企业是国际文化贸易平台。建立国际信息产业交易信息产业发展,建立国际企业,是其一个企业,是是一个企业,是一个

第三节 文化市场配套服务保障工程

深化文化体制机制改革,健全政策、资金、人才等方面 支持体系,保障现代文化产业体系顺利构建,优化文化市场 营商环境,促进盐城文化市场转型升级,保障文化产业市场 有序运行。

(一)优化文化市场体制机制

完善市场协调机制。建立联席会议工作机制,协调解决 文化产业发展重大问题,成立文化投资管理运营市场化机构,

-65-

形成政府引导扶持、企业市场运作、社会积极参与的机制,制定科学规范的考评、管理、奖惩制度。优化提升文化市场执法。提高文化市场执法人员专业化水平,建设数字化管理平台,有效提升跨部门跨领域综合执法成效。加强文化市场产品价格监管,健全"红黑榜"制度,完善消费投诉受理机制,强化文化市场消费权益保护。

(二)健全文化产业支持体系

完善产业发展扶持政策。出台加快文化产业高质量发展 的政策意见、激励措施、行动计划等文件, 健全国有文化资 产管理、财税优惠、金融支持等领域政策, 鼓励重点主导文 化产业发展,对重点文化产业项目、文化企业、文化产业园 区以及获奖文化产品制定针对性奖励政策,促进文化产业高 质量发展。发挥产业资金引导作用。加大对具有良社会效益 和经济效益的文化产业企业、重大项目的贷款贴息扶持力度, 强化资金使用绩效管理; 鼓励社会资本创设文化产业投资基 金,对市内重点文化领域、发展潜力巨大的文化企业进行天 使轮股权投资, 吸引社会资本共同参与优质文化企业扶持。 建立人才培养长效机制。探索通过签约、项目合作、知识产 权入股等方式,引进紧缺高端领军人才;强化市"515"等人 才政策落实力度, 吸引培育一批具有国际视野的文化领军人 才: 鼓励本地高校开设文化产业类专业, 外聘企业资深专业 人才授课,着力培养一批懂文化、懂科技、能实战的复合型 人才:实施"紫金文化人才培养工程",加大对盐城紫金文化 英才、文化优青的培养选拔力度。

(三)优化文化市场营商环境

创新金融服务手段。对接省市文化产业引导基金,发挥 有效投资关键性作用,核心项目、重点项目考虑以投代招, 引导优势企业入驻。加强开展政府和社会资本合作, 搭建市 场化金融平台,引进一批投资规模大、产业层次高、创新能 力强、带动潜力足的文化旗舰型、地标型项目, 加大对文化 头部企业、龙头企业和文化企业总部的招引力度。**提升优化** 政务服务。围绕文化企业落户全过程、全链条丰富政策供给, 精简审批环节和事项,全力推进"互联网+政务服务"深化, 打造便捷高效的政务服务环境。对文化产业载体周边基础设 施和生活配套薄弱环节重点支持、加大投入,保障对高层次 文化人才创新创业的政策兑现。拓展招商引资渠道。持续举 办"深耕长三角·逐梦新盐城"投资环境说明会,采用"主 会场+分会场+视频连线+云签约+全球直播"等创新形式;鼓 励采用校友招商形式,引导校友创业创新创富,与盐城结成 奋斗共同体,同频共振;围绕文化产业上下游进行产业链招 商,研究和分析产业发展和转移规律,构筑产业良性发展的 创新土壤。

专栏 6: "十四五"期间文化产业重点建设项目

长三角(创意)产业园:打造苏北首家国家级广告产业园,集孵化、培训、推广、展示、交流五大功能于一体,园区重点发展广告策划、创意设计、媒体推广、互联网营销、广告制作、信息服务、产业培训等十大广告创意产业门类。

东方1号创意产业园:以文化创意、工业设计、智能开发、艺术培训为主导的"吃、住、行、游、购、娱"一体的文化旅游综合体,打造"宜业宜居、宜学宜游"的青年快乐创业、快乐休闲、流连忘返的网红打卡地。

串场河文化产业集聚区(马庄地块文商旅综合体): 占地 224 亩, 重点建设文化创意街区、商业综合体、星级酒店, 在串场河上新建景观廊桥, 推动文化集聚区与欧风花街联动运作, 打造新的文化产业集聚区和网红打卡点。

工业遗址文化创意园: 老化纤厂厂区拟改造厂区建筑面积约 25000 平方米,新建商业建筑约 23000 平方米,拟打造成文化影视休闲消费集聚区。

肉联厂文体产商综合体: 占地面积 37566 平米,由城投集团代建中心负责, 打造集智能化体育运动区、智慧性科技办公、商业娱乐潮玩区、文化创意展览区、 城市生态花园区于一体的文体产商综合体。

建军路文商旅商圈:打造文商旅一体化的商业街,满足消费者吃住游购娱的 多元化综合性场所,集服务、审美、文化于一体的综合体验场景。

毓龙路特色文化街区:建立健全监测体系,创建国家级监测平台;加强管理能力建设,建立大数据管理平台,实施网格化动态管理;建设黄(渤)海湿地研究院;打造生态修复示范点;推出遗产高端精品"小众游"。

阜宁凤凰文化广场:着力打造成为集图书、音像、数码产品、电教产品、文化体育用品、高档礼品、艺术收藏品、健身广场、商业以及青少年活动中心等多元文化教育产业于一身的多功能、一站式文化消费综合体。

何垛河创意文化带:新增建筑 12 万平方米,建设色织二厂工坊特色街区、商业休闲街区、邻里中心、商业酒店、游戏园等,配套周边建筑风貌改造提升,展示东台文化特色重塑与城市建设新颜。

建河村玻璃工艺一条街:带动全村 63 家玻璃工艺品加工点,完善村 1500 平方米电商服务中心,推动 26 户玻璃工艺品电商,全力打造建河村玻璃工艺一条街,线上线下共同运行,力争年产值 1.5 个亿。

第八章 建设现代旅游业体系

军固树立以人民为中心的发展思想,坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游深度融合,推动传统业态转型升级与提质增效,从供需两端入手,培育新业态、新产品、新模式,刺激国内国际旅游市场需求,打造便捷高效的旅游公共服务体系,争取创成国家全域旅游示范市,不断增强人民的获得感、归属感与幸福感。

第一节 全域旅游供给体系工程

实施全域旅游发展战略,优化城乡旅游布局,构建盐城市"一心一极四带多节点"全域空间布局,从点状式开发到组团化运营,创新旅游产品业态,发挥高能级、高品质、强引力的重量级龙头项目的辐射带动作用,实现资源、资金、品牌价值的最大化实现。

(一)全域文旅空间布局

构建"一心一极一底色,两横两纵多节点"。"一心"即在市区布局文化遗产展示、文旅集散、城市休憩等功能核心区。"一极"即以世界眼光谋划沿海旅游业发展,依托生态黄金海岸线(条子泥、麋鹿、丹顶鹤、黄海森林)等滨海风貌,放大世遗效应,加快打造人海和谐共生的世遗旅游经济增长极。"一底色"即盐城红色文化底色,加强新四军红色文化挖掘,以新四军纪念馆为龙头,联动旧城改造,加快红色街区打造。发挥省新四军纪念场馆盟主作用,联合茅山、黄花塘、

沙家浜和黄桥等场馆, 办好"东进之路"大型红色文化旅游 活动,讲好现代传承故事。"两横"是北线黄河故道、南线是 **乡村旅游。**北线挖掘北线黄河故道、万鸟天堂生态资源,策 应乡村振兴、旅游扶贫、淮河生态经济带建设等战略开发, 推动云梯关第一海关、梨花语、黄河故道博物馆以及黄河故 道景观带等项目建设。南线依托现代农业产业基础,坚持"生 态立镇、产业强镇、农旅活镇"发展路径,整合南部三仓、 临塔、巴斗等乡村旅游资源,推动巴斗村、三官村、贺东村 申报全国乡村旅游重点村,提升乡村颜值,塑造"可盐可甜" 的农旅融合发展升级标本。"两纵"是中线串场河人文底蕴带、 西线里下河湖荡水乡带。加强中线串场河人文底蕴挖掘,纳 入大运河文化带传承体系, 统筹串场河景观带、水街、新弄 里等标志性节点,聚焦文化保护,梳理遗存遗迹,向水而行 联动沟墩、伍佑、西溪、安丰等古镇,发展水岸经济。发挥 西线内湖水乡自然人文优势,整合大纵湖、九龙口、马家荡 等湖荡资源, 打响里下河地区湖荡集结地品牌。多节点即全 市重点旅游项目。

统筹全域旅游示范区创建,以目标为导向制定创建计划, 倒排创建任务。到 2025年,盐城市争取成功创建国家全域旅游示范市,推进东台市争创国家级全域旅游示范区,盐都区、 亭湖区、射阳县、建湖县等以创建省级全域旅游示范区为近期目标、国家级为五年目标,引导各地全域氛围营造。接轨 上海,占位国际,以世界自然遗产和沿海保护开发为核心, 以绿色转型跨越为目标,创新输出盐城全域旅游模式。

专栏 7: "十四五"期间旅游重点建设项目

伍佑珠溪老镇: 加快珠溪古镇开发、中华海棠园南海天地等项目建设, 打造城市休闲娱乐、旅游度假区。

大洋湾景区: 依托大洋湾优美的自然环境,融合地方传统文化,打造集城市观光、休闲度假、游乐观赏、健康养生为一体的文化旅游休闲集聚区。

西溪旅游度假区:以提升董永七仙女文化园、西溪古城、海春塔苑、犁木街、 西溪植物园等景点为目标,加快天仙缘小镇等项目建设。

斗龙港旅游度假区: 加快荷兰花海欧洲风情小镇、梅花湾景区、新丰镇老街改造等项目建设,打造休闲、度假、购物、旅游等于一体的综合旅游度假区。

大纵湖旅游假区: 加快国际钓鱼运动竞赛中心、十里湖塘花海景区等项目建设,打造以湖荡湿地为特色的旅游度假区。

草房子乐园修学旅游度假区:加快草房子乐园、三胡故里等项目建设,打造 承载文化艺术交流、传播、研究及儿童文学互动的旅游度假区。

九龙口旅游度假区:加快荡东民宿、淮剧小镇、温泉度假文旅综合体等项目建设,打造以"渔乡""野奢"为特色苏北水乡旅游度假区。

日月岛康养旅游度假区: 加快温泉度假酒店、四季水游乐、滨水购物街等项目建设,打造集生态康养、休闲娱乐、游览购物为特色的旅游度假区。

黄沙港旅游度假区:以"黄沙港,把大海讲给你听"为主题,加快渔港风情广场、渔港贸易中心等项目建设,打造渔港深度体验为特色的旅游度假区。

金沙湖旅游度假区: 加快金沙湖景区、湖滨酒店、宁心园生态旅游景区等项目建设,打造以生态涵养、温泉养生、健身娱乐为特色的旅游度假区。

马家荡旅游度假区: 加快核心景区、旅游驿站、智慧景区等项目建设, 依托湖荡湿地特色资源, 打造以苏北水乡为特色的旅游度假区。

梨花语: 加快梨花坞市集、烟墅梨花村、萌宠乐园、梨养心苑、自然研学营地等项目建设, 打造以梨产业链、梨文化体验、梨文化交流为特色的旅游度假区。

月亮湾旅游度假区:加快渔港码头、抹香鲸海洋馆、冰雪世界、漂浮海滨浴场等项目建设,打造集娱乐休闲、文化体验为特色的旅游度假区。

九丰农博园景区:围绕种子种苗培育、新品种试验、农耕文化、互联网蔬菜等现代农业元素,打造以农业体验为特色的旅游景区。

八卦滩景区: 加快海盐谷综合配套服务区、海盐文化演艺区、盐疗休闲度假区、海盐主题文化游乐区、海盐文化互动体验区等项目建设, 打造以海盐主题为特色的旅游度假区。

郁金香康养基地: 新丰镇老街改造,植入休闲、度假业态;"月下爱河"旅游综合体,集观光、休闲、演艺、体验、娱乐于一体的综合性沉浸式演艺项目,打造以爱情为核心内核的主题 IP; 围绕现代化微度假旅游产品,建设温泉、休闲等项

目,打造综合性健康文化养生中心。

百禾文旅小镇:设置智慧树儿童文创体验区、童梦园儿童演艺中心,打造亲子游乐区,引入蚂蚁王国、汤姆熊等游乐项目;主题美食街区、亲子度假民宿等。

(二) 文化品牌体系构建

深耕生态文化,放大世遗效应,打响"世遗旅居"国际品牌。以生态休闲、健康运动、旅居度假为理念,将自然生态、世遗湿地转化为高粘滞性文旅产品,以世遗文化赋能产业升级,叫响湿地生灵麋鹿、丹顶鹤、勺嘴鹬"吉祥三宝"的品牌。推动东台条子泥 4A 景区、黄海森林公园 5A 级景区创建工作,加快条子泥世遗小镇、丹顶鹤生态旅游度假区、长三角(东台)康养基地、中华麋鹿园等世遗品牌支撑的关键项目建设,打造世遗生态康养度假的深度体验游。

发扬红色文化,传承铁军精神,开启"东进序曲"新篇章。秉持"把红色资源利用好,把红色传统发扬好,把红色 基因传承好"理念,加强新四军红色文化挖掘,以新四军纪念馆为龙头,联动旧城改造,加快红色街区、红色里巷、红色场馆、红色渔港、红色乡村、红色文创的开发打造,发挥省新四军纪念场馆盟主作用,联合茅山、黄花塘、沙家浜和黄桥等场馆,办好"东进之路"大型红色文化旅游活动,讲好现代传承故事,点亮盐城红色文化版图。

开拓海洋文化,助推沿海开放,体验"海洋旅游"独特风情。以"绿色转型,向海而生"为理念,聚焦沿海渔港开发,打造沿海渔港旅游带,推动渔港差异化定位与主题化打造,加快黄沙港国际渔港、弶港红色渔港、斗龙盐系网红渔

港、翻身河活力渔港、陈家港风情渔港、新洋港生态渔港的设计开发;创新海洋文旅深度体验,策划举办沿海城市文化旅游节,联动上海、南通、连云港等沿海城市,设计海盐晒制、赶海踏海、海洋观光、渔趣民俗、渔家美食等深度体验活动。

厚植盐淮文化、复兴千年串场,实现区域文化占位。聚焦盐城地方文化,从海盐文化、地方戏曲、城河水岸三个维度入手,打响盐淮地域文化的城市品牌。深入挖掘海盐文化,应用先进技术手段创新盐展陈方式,加快八卦滩景区、三大盐场、海盐博物馆的联动打造,创新将"盐"与日常生活相结合,让盐文化不仅停留在艰苦奋斗精神宣传上,更融入每一个现代家庭日常生活中。发挥地方戏曲与艺术价值,创新淮剧、杂技、郑板桥、马良等文化元素艺术性表达,推动九龙口淮剧小镇、马家荡马良古城、大纵湖东晋水城等项目建设。放大城河水岸效应,举办世界城河论坛,以串场河为核心,联动法国塞纳河、英国泰晤士河、德国莱茵河、韩国清溪川等城市重要河流,围绕城河对于城市意义、文脉传承、水岸景观、文旅开发、品牌节庆、商业消费等内容交流探讨,共筑世界城河保护开发机制。

文化品牌体系方案二:构建世遗文化、红色文化、海盐文化三大文化品牌体系。

(三)红色文旅创新开发

建设红色电影基地。将《东进序曲》拍摄地打造成红色电影基地,重现电影拍摄场景桥段,广泛开展影视拍摄、红

色团建、青少年研学、百部红色电影放映、红色演艺、革命 生活体验等活动,建立红色学校开展红色教育,打造综合性 爱国主义教育基地。红色文化街区嵌入式打造。联动新四军 纪念馆周边街区, 引文化入街区, 以景观嵌精神, 将新四军 重建历史、重要事件、突出人物以地绘景观中轴、景观座椅、 雕塑小品、城市家具、公交站台主题化设计等方式进行生动 具象的展示,打造3条红色文化示范街区,让红色文化走出 场馆、将盐阜红色基因嵌入到城市环境营造中。红色乡村特 色化打造。选取以东平村、陈集乡卖饭曹村、雪泉村为代表 的红色文化底蕴深厚、红色故事丰富、红色人物鲜活的乡村, 打造一批红色文化示范乡村。以红色基因激活乡村振兴的各 类资源要素,创新红色遗迹展陈方式,以艺术手法、新媒体 方式加工传播红色人物事件,导入与铁军精神相契合的文旅 项目与商业业态,拓展红色+民俗、+生态、+农业、+美丽乡 村等模式, 因地制官打造特色各具的红色示范乡村。红色文 博经济引领式创新。以红色文创与消费场景营造为抓手,举 办盐城红色文创大赛,激发市场化团队的创造力与设计感, 以盐城 248 处革命旧址、博物馆、纪念馆为重要载体与依托, 深度挖掘盐城红色文化中鲜活的人物、事件、文艺创作等标 志性符号元素,采用复古国潮的风格,创意设计盐城红色地 图拼图、盐城红色文化插页绘本、红色口罩、红色T恤、红 色遗址冰箱贴等文创产品,在红色场馆内设计革命场景复原 与消费空间融合的沉浸式体验空间, 焕发红色文博场馆的全 新活力。红色大戏梯度化开发。将盐城红色文化资源与淮剧、 小戏等地方曲艺形式结合起来,创新引用沉浸式戏剧、音乐剧、芭蕾舞、快闪等新型表演形式,排演一部以新四军重建军部为内容的红色大戏,推出一系列以红色人物和故事为内容的革命小戏,开发一批创新演艺形式的红色折子戏、红色芭蕾、红色音乐剧、红色儿童剧等,将红色文艺精品引入景区、商圈、大剧院、小剧场、文化站、产业园区、学校园等,将红色大戏打造成"盐城有戏"的重要支撑。

第二节 文旅产业消费升级工程

立足以国内大循环为主体、国内国际双循环的新发展格局,推进供给侧结构性改革,从文旅优质供给与文旅消费激励两端入手,推动"旅游+"和"+旅游"融合发展,促进产业和消费"双升级",从夜间经济到假日经济到全时经济,引进培育新型消费业态与消费热点,争创国家文化和旅游消费试点城市,点亮盐城夜经济版图,打响"夜魔方,悦盐城"品牌。

(一)以"旅游+""+旅游"推动产业提质扩容

以"旅游+""+旅游"为原则,宜融则融,能融尽融,推动深度跨界融合与旅游融合业态多元化发展,创新旅游产品新增量。旅游+城建,在重要地标建筑、商业街区、商务办公区、基础设施建设中融入盐城地域文化元素与旅游服务功能,让城市可聆听、可阅读,打造建筑会说话的特色城市识别系统。"旅游+农业",培育休闲农业、田园综合体等农旅融合创新标杆,盘活农村居民住宅、闲置用地、现有建筑等存量资

源,利用科技智慧等新型技术手段与现代经营模式推动农旅 融合发展,引导渔乐大世界、九丰农博园、五星田园综合体、 朗坤农科园创建国家级、省级休闲农业示范点。"旅游+体育", 依托盐龙体育园及湿地森林海洋等资源,打造国家体育产业 示范基地,举办承办国际性体育赛事,引进演唱会、音乐会、 戏剧节等娱乐文艺性产业,将盐龙体育园打造成复合型多功 能体娱综合体,创新开发"向海骑行寨""湿地马拉松""瑜 伽森呼吸"等主题特色的精品体育旅游线路。旅游+渔港,推 动渔港差异化定位与主题化打造,加快黄沙港国际渔港、弶 港红色渔港、斗龙盐系网红渔港、翻身河活力渔港、陈家港 风情渔港、新洋港生态渔港的设计开发。旅游+研学,联动草 房子乐园、三胡故里、陆秀夫故居、海盐博物馆、不锈钢产 业园、三仓现代农业产业园等人文、生态、产业类成熟载体, 发展亲子研学、红色研学、湿地研学、农旅研学、商旅研学 等多元研学业态,将研学升级为"盐学"品牌,推动草房子、 安徒生童话园创建 4A 级景区。"旅游+交通", 依托盐城市旅 游公路及驿站体系建设,大力发展自驾游、周末游、亲子家 庭游,打造"探秘自然遗产,解码古老串场,戏水湖荡湿地, 寻踪黄河故道,传承红色基因"5条旅游精品线路;借力影 视综艺节目取景拍摄,共同开发专题旅游线路,利用"粉丝 经济"、媒体效应,快速提升优质文旅项目知名度和美誉度。 "旅游+工业",依托盐产业基础,完善旅游设施基础与服务 配套,推进不锈钢产业园、老肉联厂、老化纤厂、江苏蕴之 宝食品科有限公司、惠能高通等创建国家级、省级工业旅游

示范区,延展商务旅游、工业遗址旅游、亲子研学旅游等新 型旅游形态。

(二)积极推动国家文旅消费试点城市建设

争创国家文化和旅游消费试点城市。抓住行业复苏政策 窗口期,发挥世界自然遗产品牌价值,以建设国际消费中心 城市为远景,以盐城创建国家级文化和旅游消费试点城市、 盐南高新区与亭湖区创建省级文旅消费试点城市为目标,实 现文旅消费有力助推区域经济的正增长与内循环的强扩容。 培育文博经济,塑造文旅融合标杆。聚焦文博场馆,以市场 化运营方式介入文博场馆的开发,鼓励博物馆文创产品开发、 博物馆 IP 授权、博物馆场景化消费空间塑造(博物馆餐厅、 博物馆酒店、博物馆健身房)、博物馆联名产品开发、数字流 动性展览、喜马拉雅博物馆科普频道、非遗创艺园区打造等, 探索文化活化、文物活化的市场化路径,将文化传播与人民 喜闻乐见的消费产品相结合,让"文化出圈""博物出圈"。 创新消费业态,培育文化消费新热点。引进品牌书店、潮牌 概念店、设计师买手店、复合生活美学馆、文创商店、密室 逃脱、艺术画廊、电竞潮玩、影院剧场等体验性项目与业态, 吸引 95、00 后的新生代旅游主力军,为盐城旅游未来 5-10 年积蓄年轻消费群体。

(三)纵深培育国家级夜间文旅消费集聚区

促进夜间消费从饮食娱乐向综合性消费转变,构建盐城 夜食、夜游、夜购、夜娱、夜宿、夜 show 的夜经济体系,打 响"夜魔方,悦盐城"品牌。推出一批夜间消费集聚区,创新夜间文旅产品。东台西溪、荷兰花海争创国家级夜间文旅消费集聚区,以欧风花街、新弄里、盐渎水街、建军路商圈、聚龙湖商圈、万达商圈等为核心,以各县(市)特色街区为节点,建设一批特色高品质夜间消费街区。鼓励景区景点、文博场馆延长开放时间,创新推出夜间特展、沉浸式演艺、串场夜游、光影集市等深度体验项目,应用全息投影、AR/VR等新科技手段营造夜游新场景。做优夜间服务保障。设立"夜间区长"和"夜生活首席执行官",统筹夜间经济管理;通过租金减免、税收优惠等措施直接减少商家的运营成本,利用新媒体平台进行整合营销推介,优化夜间营商环境;延长公共交通运行时间,制定《盐城夜经济管理条例》,减少扰民行为的发生、营造良好的夜间消费氛围。

第三节 旅游服务配套提质工程

全方位优化升级盐城市文旅基础设施,构建"快旅慢游"的旅游集散驿站服务体系与绿色交通出行示范,完善"吃住行游购娱"全要素布局优化,推进旅游服务智慧化、国际化、个性化、便捷化,实现旅游服务配套的全面提质,在全省范围内打造绿色旅游服务示范。

(一)旅游交通集散体系示范

建设二级集散三级驿站示范体系。完善以盐城市机场、高铁站、汽车站等交通枢纽为一级集散、以景区景点为二级集散的集散体系建设。依托盐城市政公路与乡村旅游公路,

在重点通景公路上布局集住宿餐饮、交通接驳、休憩咨询、观光购物、停车充电、应急救援、自行车/电动车租赁维修、医务救助等功能互补的三级驿站体系,解决盐城景区景点分散、服务配套不完善的痛点问题。一级驿站集上述所有功能于一体,一级驿站以车行 1.5-2.0 小时距离设点,驿站本身就是旅游景点,建筑设计兼具艺术性,融入盐城本地文化符号;二级驿站无餐饮住宿功能、观光购物功能,重点提供短途交通接驳服务,提供个共享汽车、观光巴士、观光电动车、停车充电等出行服务,面向散客与自驾游客群;三级驿站以骑行驿站为主,提供应急救援、骑行服务、电动车租赁、休憩饮水等服务,主要面向自驾游及骑行客群。

构建三网融合的绿色公共交通体系。结合盐城市轨道交通 SRT,推进城市观光型旅游公共交通建设,构建"轨道+公交+慢行"三网融合的绿色公共交通体系,开启"崇尚自然、绿色集约"的盐城文旅新风尚。构建个性化短途接驳,创新组合"轨道交通+共享汽车"、"轨道交通+公交"、"公交+电动车/单车"公共出行方式,完善智慧共享租车系统。引领新能源绿色出行新风尚,超前在文旅商街区、重点景区、服务驿站、自驾游基地等布局新能源汽车快充充电桩,引导游客清洁出行。

旅游公路建设与交通站点主题化改造。持续推进盐城市 旅游公路示范建设,以旅游公路为抓手推进美丽乡村建设、 提升农村生活环境品质,加快蟒蛇河风光带旅游公路、盐兴 线旅游公路等规划建设,充分发挥旅游公路"串珠成链"、构 建高品质生态廊道的作用,实现"城景通,景景通"。城市公共交通站点标准化主题化改造。完善旅游交通标识设置,将海盐、红色、湿地、淮剧杂技等文化元素融入轨道交通站点、公交站点、交通工具的艺术化设计中,营造公共交通空间网红打卡点。

(二)旅游要素布局优化提质

完善重点区域旅游配套布局。完善生态观光型景区的餐 饮、住宿、购物、娱乐等旅游配套需求, 尤其是遗产地内丹 顶鹤生态旅游度假区、中华麋鹿园、条子泥是未来游客重点 旅游区域,整合遗产地周边村庄建设用地,结合景区特色, 开发集餐饮、住宿、购物、娱乐、度假等于一体的面向全龄 段的综合性配套产品。延续创新"盐之有"品牌行动,推出 "盐之有"系列旅游配套品牌。"盐之有味"饕餮美食行动, 制作发布"盐城美食特产地图"与个性化美食攻略,推出一 批差异化特色美食街区或集聚区,包括以盐城八大碗为代表 的本地美食、以日韩为代表的异域美食、以东台海鲜为代表 的渔家风味、以网红国潮为特色的各地小吃等,开发盐城各 类美食伴手礼,让游客食遍盐城风味。"盐之有宿"度假旅居 行动,构建中高端品牌酒店、精品酒店、连锁酒店、特色民 宿、非标住宿等梯度化住宿产品体系,满足不同游客的住宿 需求。积极引进五星级酒店及品牌酒店入驻, 鼓励引导城市 民宿、乡村民宿蓬勃发展,引进露营度假酒店、公寓书店、 跨界酒店、胶囊酒店等新型旅游住宿产品, 完善面向亲子家 庭的有温度住宿服务,让新潮多元的住宿成为盐城旅游又一

强吸引力。"盐之有购"时尚消费行动,深入推进文化消费与时尚消费、体验消费、定制消费相融合,在重点文商旅街区及商圈引进高端零售店、品牌首店、旗舰店、跨界联名店、特色小店、潮流买手店等新型时尚潮流购物业态,挖掘在地居民与游客双重购买潜力,提升商业消费吸引力与粘滞力。

(三)旅游服务三化提档升级

智慧文旅建设持续性深化。旅游景区智慧化建设,4A级 及以上景区实现智能导览、电子票务系统、智慧交通引导、 营销平台全覆盖,升级"我的盐城"APP全域整合能力与数 字服务水平,提高景区游客服务与运营管理的效率,营造便 捷高效的数字智慧文旅新体验。旅游国际化服务水平全方位 提升。按照国际标准升级旅游设施,完善旅游特色街区、重 要旅游景区、购物商场、交通要道的标识标牌、导览指示、 电子讲解多语化建设,设立国际游客咨询服务点:建立国际 化从业人员与志愿者队伍,扩大景区导游双语、多语的覆盖 面: 推出面向国际游客的个性化旅游攻略与优质餐饮、住宿、 购物产品供应商目录; 优化入境旅游政策, 提高签证便利化 水平,扩大离境退税范围,改善境外游客的移动支付环境。 旅游设施涉旅化改造。推动旅游设施与空间的改造, 遵循与 周边环境及景区整体设计相协调的原则,将鹤鹿、牡丹、淮 剧、红色、水韵等地域特色元素融入到停车场、旅游厕所、 城市广场、体育场、街角公园、城市家具等空间中设计中, 营造城市文化氛围。持续推进厕所革命,实现 4A 级及以上 景区景点 A 级厕所全覆盖, 在世遗区域利用集装箱、木屋、

装配式厕所等手段规避用地限制,创新服务方式。

第九章 建设现代文旅市场体系

推动新型文旅业态发展,鼓励理念融合、产业融合、市场融合、交流融合、服务融合、职能融合,加强精准化监管与现代化治理手段,完善政策、资金、人才方面落实力度,实现文化和旅游真融合、深融合。

第一节 文旅行业管理服务深化工程

深化"放管服"改革,加强行业管理和服务,大力实施 简政放权,提升政务服务效率,推进政府职能转变,营造优 质营商环境,不断激发市场主体活力,促进区域协作与市场 一体化建设,推动文化和旅游业高质量发展。

(一)提高行政审批服务水平

全面推进"证照分离"改革。推进"证照分离"改革试点全覆盖,对省明确的有关涉企经营许可事项按照直接取消审批、审批改为备案、实行告知承诺、优化审批服务四种方式分类实施改革,着力解决"办证难"、"准入不准营"问题,协同推行"宽进严管"、"靶向追踪"等事中事后协同监管机制,强化部门审批和监管信息共享。深入实施"一件事"改革。对涉及多部门、多层级、多环节办理的政务服务事项,分事项明确牵头部门,编制标准化流程、办事指南,实行"一号申请、一套材料、一窗受理、同步办理、多证联发"审批方式,集中设立"一件事"办理窗口,实现"一趟不用跑"和"最多跑一趟"。持续推进一网通办。发展"互联网+政务服

务",依托江苏政务服务网盐城旗舰店和"我的盐城"移动端 政务服务平台,全面接入盐城文旅行政服务事项办理,推进 办事全流程闭环,实时对接、实时共享事项办理全过程信息。

(二)激发文旅市场运行活力

进一步放宽市场准入。扎实推进"全国一张清单"管理 模式,清理设置的各种形式不合理限制和隐性壁垒,市场主 体依法平等进入。提升市场准入负面清单信息公开力度,建 立统一的清单代码体系,做好与审批制度的衔接匹配。丰富 市场产品供给。大力实施"文化+"、"旅游+", 引导文化旅游 业跨界融合,融入科技研发、内容创新高端环节,赋能相关 产业实现存量产能优化,助推盐城文旅企业转型升级。推进 文旅产业专项招商。把项目建设作为引领文旅产业发展的龙 头和抓手,编制文旅项目投资指南,推出文旅产业专项招商 引资活动,搭建盐城招商云平台,持续放大"世界自然遗产"、 "黄渤海湿地国际会议"举办地等国际身份识别对高端项目 的吸附功能。提升市场开放合作水平。完善外资准入后国民 待遇制度体系和保障措施, 健全有利于合作共赢并同国际贸 易投资规则相适应的体制机制,营造所有市场主体平等享受 产业发展扶持政策、参与政府项目招投标、公共服务供应、 政府性科技项目及标准化工作等公平竞争环境。

(三)建设文旅综合统计制度

完善文旅数据的采集整理。拓宽文旅数据采集渠道,统 筹协调相关部门提供文旅相关统计数据,按照"行业填报、抽 样调查、部门交换、局部购买"的多元化采集方式,规范统计工作职责和流程,将手工作坊、家庭作坊等民本经济主体纳入统计范畴,对统计范围涉及的行业做好全面仔细的登记、核实、检查工作,有效扩大数据来源,提升数据质量,填补文旅统计短板。建立与国家、省有关考核体系相衔接的统计监测体系。强化对文化旅游产业企业与相关部门运行情况的统计监测与分析,实施产业数据季报、半年报等线上填报机制,保证产业数据及时上报、动态更新,加强统计监测与分析工作,定期发布地区文旅产业发展报告,深化项目跟踪推进、督促检查、滚动管理以及绩效分析相关工作。

第二节 文旅市场监管机制建设工程

加大文化和旅游市场监管力度,严厉打击违法违规经营 行为,加强对文化和旅游市场的安全管理,强化对文化娱乐 和旅游设施的质量安全监管,进一步规范文化和旅游市场秩 序,提高产品和服务质量,更好保护消费者权益。

(一)加强文旅市场监管效能

加强多部门联合执法。建立健全与公安、消防、市场监管、环保等部门工作会商、联合检验、业务协同和信息互通的衔接机制,定期开展专项整治联合行动,对文化市场安全生产进行监管和风险预警,对旅游经营主体进行合规性检查和景区监管,做到"一次检查、全身体检"。推进文旅市场"互联网+监管"体制机制建设。采用移动执法、电子案卷等手段将日常巡查、暗访抽查和专项整治有机结合,对接纳未成年

人进入互联网营业场所、文化市场经营场所安全隐患、文化产品含有禁止内容等重点问题加大监管力度。加强旅游平台经济监管,根治欺客宰客、零负团费,遏制虚假宣传、大数据杀熟、旅游者信息安全、不合理低价游、旅游者点评权等现象,保障信息对称和透明,实现交易可追溯、可追责,体现用户评价等,保障旅游者合法权益。推动统一联动监管服务平台建设。深入推进市"互联网+监管"系统与市县公共信用信息系统、市县政务服务平台深度融合,数据统一归集,业务有效协同,构建监管"一张网"。

(二)建设市场信用体系机制

加快构建信用体系建设。完善市场主体和从业人员信用 记录体系建设,接入全国信用信息共享平台和国家企业信用 信息公示系统,强化信用约束,落实文化市场红黑榜制度。 规范信用体系管理工作流程。依法依规开展黑名单生成、移 出等工作,黑名单生成要切实履行列入告知、听取当事人陈 述申辩等程序,黑名单移出要切实履行信用修复、复核、确 认等程序,保障当事人合法权益,防范法律风险。构建失信 联合惩戒机制。加快构建跨地区、跨行业、跨领域的失信联 合惩戒机制,依法依规建立联合惩戒措施清单,动态更新并 向社会公开,加大对严重违法失信主体监管和惩戒力度,重 点实施行政性惩戒措施、市场性惩戒措施、行业性惩戒措施。

(三)深化市场综合执法改革

科学设置综合执法机构。整合市、区两级文旅市场执法

队伍,统一各级文旅市场执法机构名称、性质,完善内设机构技术监管与服务指挥、网络文化执法等职能配置。加强综合执法队伍建设。制定执法规范,明确文化市场综合行政执法岗位职责、事项清单、执法流程、行为规范,使用统一规范的机构名称和执法标识、证件、文书。健全执法绩效考评制度。健全文化市场综合执法绩效考评制度,制定文化市场综合执法工作考核评价指标,建立第三方评价机制和群众评议反馈机制,制定公众满意度指标,增强综合执法工作评价的客观性和科学性。

第三节 文旅市场综合保障深化工程

以文旅融合的发展理念作为指导,坚持以民为本、为民服务的工作,提升公共服务的保障力、服务载体的吸引力、 先进典型的引领力、政务服务的亲和力,完善共建共赢管理 模式,引导形成全社会共建共管的合力。

(一)持续强化多维政策扶持

夯实文旅产业扶持政策。组织文旅产业项目申报国家级、省级各类专项资金,重点扶持文化产业园区、重大文旅项目建设。针对符合盐城市经济和产业扶持政策条件的文化和旅游企业,完善资源整合、技术创新、品牌输出、跨界经营、兼并重组等方面的配套政策,支持有特色、前景好的文旅企业做大做强。**健全文旅用地保障政策**。将重点文旅项目纳入国土空间规划,完善文旅用地分类管理,采用弹性出让、分期供地、点状供地、连片整治修复、公益用地划拨、存量用

地盘活等方式灵活保障文旅用地。鼓励盘活利用空闲农房、宅基地、农村集体土地,灵活联动农村全域土地综合整治工程,支持休闲农业和乡村旅游项目落地。研究出台文旅品牌开发政策。制定盐城文旅品牌开发专项政策,并配套制定可行性高的文旅市场开发奖励办法和文旅品牌扶持细则,打响"世遗"招牌,讲好盐城故事,推动盐城文旅产业品牌化、优质化、创新化发展。

(二)建立健全资金保障机制

统筹文化旅游相关领域、行业资金投入,创新资金投入 方式,放大政府财政资金引导作用,鼓励、引导社会资本广 泛投资,按照资金分级管理、分级负责原则,统筹落实重点 领域、重点项目的资金投入和管理。统筹专项资金科学配置。 统筹文化人才培育引进、公共文化服务补贴、非物质文化遗 产保护、文物保护等专项资金进行科学配置,聚焦重点项目 与重要节点,提高文化事业发展专项资金效能。鼓励将优质 演出产品和服务供给项目纳入政府资金扶持范围, 通过政府 购买服务、发放文旅消费券等方式加大扶持力度。创新金融 服务政策与方式。制定文旅企业金融服务专项政策,建立文 旅无形资产质押担保制度,鼓励金融机构创新开发"创意贷" "商标贷"等金融产品与服务;设立市级文旅产业发展专项 资金,采取政府购买服务、贷款贴息、以奖代补、项目补贴 等方式,支持特色鲜明、具有示范性、引领性的文旅融合项 目发展壮大。加大涉旅化改造资金投入。统筹多方资金对融 合效益好、带动能力强、品牌效应佳的涉旅化设施项目加大

投入,推动集散功能点向综合旅游集散中心、通景公路向旅游公路、闲置空间向网红节点、普通工具向特色交通等的改造建设,营造文化旅游氛围。

(三)培育储备文旅专业人才

建立高端专家智库。成立盐城市文旅融合发展专家咨询委员会或顾问组,与国内外文旅专业高层次人才合作,组建专家智库,为盐城市文旅融合发展规划编制、决策咨询、政策制定、人才培养等提供咨询和业务指导。引育行业领军人才。制定住房补贴、配偶就业、子女入学、职称认定、税收减免等方面优惠政策,着力引进行业领军人才;鼓励企业以技术入股、股票期权、现金分红等方式,聘请高层次文旅方为合伙人;实施文化旅游人才"双带动"工程,以项目建设运营带动人才聚集。培养本土优秀人才。与省内外高等院校、研究机构、培训基地探索建立"订单式"人才培养合作机制,个性化培养盐城文旅产业发展所需的复合型优秀人才。持续推行、改进和完善旅游行业资格认证制度,把旅游从业人员资格认证和准入制度与行业管理、达标升级紧密联合,推动文旅产业全方位发展。

第十章 建设国际文旅交流推广体系

融入长三角,对接上海,开放沿海,聚焦日韩,以世界自然遗产、城市文旅 IP 形象为切入口,依托区域性、世界级旅游推广及协作平台,深化合作交流机制,塑造盐城国际身份识别,在国际舞台讲述"盐城故事"。

第一节 品牌推广,旅游目的地整合营销

以品牌营销 IP 创造建构旅游景区快速联想的空间,围绕重点文旅项目、旅游要素体系、城市文旅 IP 形象系统打造系列的品牌体系,输出"盐城,一个让人打开心扉的地方"城市形象,塑造具有国际影响力的城市文旅目的地形象,构建覆盖传统媒体与新媒体的整合立体营销体系。

(一)构建重点文旅品牌序列

城市旅游口号提炼。方案一提取生态绿色、健康长寿、世界湿地遗产、丹顶鹤、中华麋鹿等具有全国识别性与唯一性的文化符号,提出"鹤鹿故乡,世遗盐城"/"世界遗产,自然盐城"城市形象口号。方案二提取"盐"元素符号,提出"盐城,有味道"旅游口号。方案三聚焦盐城旅游体验感,提出"悦达盐城"旅游口号。构建梯度化文旅品牌体系。坚持"外树形象,内修品质",输出"欢剧盐城"文艺创作品牌、"世遗旅居"湿地旅游品牌、"夜魔方,悦盐城"夜间经济品牌、"盐学"研学商旅品牌、"夜魔方,悦盐城"夜间经济品牌、"盐学"研学商旅品牌、等,共同支撑城市品牌形象,丰富盐城文化旅游的内涵与外延。打造五场品牌剧目。以荷兰

花海《只有爱》为范本,推出以湿地吉祥三宝、条子泥核心景区、新四军、串场河为核心的旅游演艺剧目,采用沉浸式演出、实景演出、AR/VR 技术等手段,融合现代舞、芭蕾、舞台剧、音乐剧、曲艺、古典舞等艺术手段,将盐城最突出的文化特色与自然禀赋搬上舞台,让演艺精品成为盐城文化品牌和文旅产业的重要支撑。优化落实品牌培育管理机制。落实优化品牌培育、设计管理、资金扶持、评价考核、授权发布等品牌运行机制,建立盐城文旅品牌发布和运营中心,定期选择具有盐城特色的场域召开城市文旅品牌发布会,发挥品牌的示范带动作用。

(二)开发文旅化 IP 形象系统

开发盐城市文旅 IP 系统。提取具有国内唯一性的世界自然遗产文化符号,以湿地精灵"鹤鹿鹬"吉祥三宝为核心形象,开发一套全新的盐城市 IP 形象系统。抓取丹顶鹤高雅、麋鹿霸气、鹬神秘等形态性格元素,创意设计"鹤小姐""鹿先生""鹤专员"拟人形象,赋予其"盐城文旅首席推介官""健康旅游代言人""生态湿地保护专员"等虚拟职务,让他们成为盐城最独特、最贴切的形象代言人,召开"鹤鹿鹬"形象 IP 发布会。文旅 IP 创意跨界开发。将"鹤小姐""鹿先生""鹬专员"拟人形象应用到文旅营销发布的各个维度,引发表情包、四格漫画、微博拟人账号等在社交平台的传播热度。与盐城老字号、美食探店、特色住宿、旅游交通相结合,推出"鹤小姐的健康美食探店计划""鹿先生公交专列""鹬专员下榻推荐"等系列活动,打造湿地精灵主题公交站点、

奶茶店、地下通道等概念空间。将"鹤小姐""鹿先生""鹬专员"形象融入到湿地生物科普读本、世界遗产宣传片、儿童漫画、影视综艺拍摄、《鹤魂》文艺巡演等营销手段中,以他们的口吻和形象开启盐城推介,延伸线上线下 IP 应用场景。创意设计 IP 主题文创产品。与国内外有影响力的专业机构合作,兼具设计感与萌点,推出一年四季、森林湿地海洋不同场景轮换的"鹤鹿鹬"文创产品,引发文旅消费爆点。联动盐城景区景点及文投集团,整合非遗文化、海盐文化、红色文化等资源,与时尚品牌进行合作,推出涵盖潮流玩具、美妆产品、生活器皿、服饰配件、文具摆件、地方特产等多元文创产品,让游客在游览之余将盐城带回家。

(三)创新整合立体营销体系

紧跟时代变革,传统与新型媒体全覆盖。整合电视、广播、户外广告、报刊杂志等传统媒体与微信微博、抖音快手、bilibili、小红书、马蜂窝等新型媒体传播渠道,与马蜂窝旅游达人、微博大 V、抖音知名旅行博主合作,持续在短视频平台发布原创有记忆点、有卖点的盐城旅游视频,推出盐城深度游精品路线定制,举办"云游盐城"直播活动。创意事件营销。以"鹤小姐艺术舞会"开启《鹤魂》、《只有爱》等盐城演出季,以"鹿先生究竟像什么"开展青少年湿地科普研学游,以"鹬专员神秘失踪事件"引发游客观鸟热潮等。立足长三角,拓展国内国外旅游市场。以上海、南京、杭州为重点长三角城市和以北京、山东、河南为重点的华中华北城市为一级核心市场,鼓励发展高铁游、自驾游,抢占周末假

-93 -

日、夜间市场;以长沙、武汉及珠三角、港澳台等城市为二级重要市场,拓展小长假、暑期、寒假市场,主要依托高铁、飞机与市内公共交通、汽车租赁接驳;以日韩、澳大利亚为重点的其他国外城市是三级机会市场,加强与一带一路沿线国家的文化旅游交往交流,针对度假游和深度游客群,拓展欧洲市场。

第二节 接轨上海,融入长三角一体化

盐城与上海地缘相近,经济相融,人文相亲。坚持将融入长三角,对接上海作为提升城市文旅能级,实现文旅高质量发展的重要战略选择。从战略合作、客源互送、产品供给、品牌共建等维度拓展盐沪深层次多方位合作,创新上海市场营销体系,深化长三角区域协作与交流,将盐城打造成长三角重要文旅目的地。

(一)推动盐沪全面深化合作

深化盐沪合作,建立上海盐城文旅融合研究院。组织成立盐沪文旅融合研究院智库,聘请盐沪两地文旅专家担任智库成员,定期就盐沪文旅开发、重要文旅合作项目献言献策;以上海市场为核心,定期发布上海市场旅游报告,为盐沪旅游深度合作提供科学支撑;开展盐沪文化基因解码工程,挖掘盐城与上海的文化渊源,形成盐沪文化共生系列丛书;推动签订盐沪文旅发展战略合作框架协议,内容涵盖市区两级博物馆联动合作、群众文化品牌共建、区域旅游品牌共建、重大文旅项目投资、文化旅游人才联合培养等,更好地发挥

— 94 **—**

上海优质资源与广阔市场优势。持续推进面向上海职工与市民康养度假合作。放大盐城黄海湿地、森林生态、湖荡水乡等生态价值,推动旅游与健康运动、休闲度假、康体养生的业态融合,积极推进大纵湖上海职工疗休养基地、长三角(东台)康养基地、首乌国际康养小镇、九龙口旅游度假区等重大项目建设,形成以中医养生、湿地疗养、健康体检、体重大项目建设,形成以中医养生、湿地疗养、健康体检、体重、动为特色的健康文旅产业链,打造长三角健康旅游立非遗市。加强文艺非遗市场化运营合作。推动盐沪合作建立工业遗产。加强文艺非遗市场化运营合作。推动盐沪合作建立工业遗产。加强文艺非遗市场化运营合作。推动盐沪合作建立区域合作及引力,让沉睡的非遗文化重新焕发生机。推动盐城文化局、文艺精品进入上海群众公共文化服务供给中,与上海书法、美术协会、上海淮剧团等组织建立区域合作关系,合作开发更多年轻化、时尚化、活力化的市场化文化精品项目,扩大盐城地域文化影响。

(二)建立上海专项营销体系

常态化开展盐沪旅游推介营销活动。定期前往上海开展盐城旅游推介会,向上海市民发放定制优惠年卡,持续开展"苏心游,最盐城"、"乘着高铁游盐城"等活动,强化盐城是上海市民触手可及的天然大氧吧、休闲后花园,是上海市重要的"米袋子""菜篮子""肉盘子"等印象,让"常来常往、常来常想"成为上海市民对盐城旅游的新标识新印象。创新营销手段争取年轻旅游消费群体。创新在上海核心地标商圈和商业综合体开展互动式营销推介、通过舞台情景剧、

美食摊位、非遗手作、演艺表演、快闪舞蹈等方式,将盐城美食、路线、产品"面对面,点对点"地推荐给上海年轻群体。举办双城营销活动,挖掘盐城与上海在文化、名人、艺术等维度的共同点或传承故事,以此为线索定制双城旅游路线,进一步加强对盐城旅游的认同感与亲近感。在上海核心商圈、地标精准投放盐城旅游宣传片,围绕盐城文旅 IP 形象,策划一系列趣味旅游事件营销,引发年轻人对于盐城旅游的兴趣。

(三)深化区域文旅联动合作

文化演艺精品交流互送。与南京、苏州、杭州等城市建立长期合作协议,发挥盐城剧本创作、文艺精品涌现的优势,与各大城市文化演艺场馆合作,开展文艺剧本输出、文化演艺合作创作、杂技经典剧目互送、重点剧目联合营销,利用专项资金进行惠民票价补贴,让盐城优秀的文艺剧目、演艺作品走进更多城市剧院中。开展长三角重点城市文旅推介会。在南京、苏州、杭州、温州等重点城市开展旅游推介会,涵盖项目建设投资、运营管理、旅游市场开发等各个方面,与旅行商、媒体、线上OTA平台达成客源输送、团体年卡、复游优惠等良好合作,向广大文体旅行业企业家、城市市民、游联盟成员责任。积极参加文旅部在境内外举办的各种旅游推广活动,联合开发旅游精品线路;借助文旅部驻外机构,共同邀请境外旅行商和媒体到长三角进行考察踩线;与长三角重点城市签订互为旅游客源地和目的地协议,相互支持开

展城市级区域性旅游宣传推广活动,共同营造区域旅游市场大循环格局。

第三节 对接日韩,介入国际文旅市场

以日韩为重点国际市场,常态化展开城市级别交流对话与文旅推介,发挥世界级组织协会价值与作用,全面参与国际平台的旅游推广、协作交流与联合营销等,铺开国外重点城市线上线下营销全平台,打入国际文化旅游市场,让世界看到盐城。

(一)聚焦日韩市场垂直营销

开展城市级别交流活动。从文化交流、旅游开发、文旅融合、非遗交流、城市推介等维度开展盐城与日韩常态化交流活动,签订客源互送、联合营销、城市推介等旅游协议,建立城市级官方交流机制。开通日韩至盐城的世遗主题航班。将湿地风光、海盐、鹤鹿鹬形象、郁金香等文化旅游元素应用到飞机机身喷涂、靠背枕巾、餐盒杯具、定制文创行李牌、定制机票贴纸、空乘服装丝巾、文创伴手礼等载体中,让日韩游客体验一次极具盐城人文特色的空中之旅。盐城旅游友好大使推广行动。授予致力于推广中日韩友好交流的旅游博主达人以"盐城旅游友好大使"身份,面向日韩年轻群体,开展盐城旅游短视频发布、旅游大事件发起、盐城旅游盲盒定制(盲盒内定制不同旅游路线,并在住宿餐饮环节设置贴心优惠券)、世遗脑洞旅行等创意营销方式,吸引日韩游客畅游盐城。

(二)放大世遗平台市场价值

承办中国世界遗产旅游推广联盟大会。借助"中国世界 遗产旅游推广联盟"平台,联动会员城市开展跨区域、跨境 协作营销,联合举办旅游推介会、研究论坛、品牌节庆、旅 游招商会等,争取承办下一届中国世界遗产旅游推广联盟大 会。参与申请加入"世界遗产城市联盟",成为世界遗产城市 联盟的会员城市或观察员城市,积极参与"世界遗产城市组 织亚太区大会",在国际舞台上推介盐城。协同举办世界级会 议赛事谋求国际站位。参与邀请国际湿地公约组织、世界自 然保护联盟等国际性组织开展对话交流, 介入全球遗产旅游 价值链。以"鹤鹿鹬"形象 IP 系统为切入点,参与举办 CIMC 国际吉祥物大会,以此为契机打造盐城的超级 IP,通过 IP广 泛应用、融合与衍生,培育更多的新产品、新服务、新业态, 撬动产业的无限增值空间与城市文旅品牌的国际潜力。协同 参与联动国际组织开展特色旅游推介。会同联合国教科文组 织亚太世界遗产培训与研究中心,组织面向全球重要城市青 少年的世遗研学游、黄(渤)海湿地科普游。面向全球观鸟 爱好者,与候鸟迁徙沿途国家联合举办国际观鸟节。

(三)国际线上线下立体营销

国际自媒体平台柔性推广。面向全球游客,在Facebook、Twitter、Instagram、Youtube等国际社交平台开通"盐城文旅"账号,持续策划运营盐城旅游主题内容和特色活动,全力拓展盐城旅游品牌的国际知名度和全球影响力,吸引大量海外消费者的关注,将盐城打造为入境游客心中不可或缺的一站。

国际线上平台精准投放。借力海外线上旅游网站(例如 TripAdvisor),依托其覆盖全球多个国家的宣传、销售、点评、 建议等平台一体化特征,将盐城旅游资源向全球旅行者推广, 为其提供查询了解盐城提供便利的国际平台。聚焦欧洲著名 旅游资讯网站、电视平台、第三方 OTA 平台、地标场所投放 盐城旅游形象宣传片及产品攻略广告。国际营销推介活动重 点开展。借助盐城国际友好城市平台,在国外重点城市组织 开展形式多样的盐城推介会;拓展与旅行商合作,邀请国外 优质旅行商、媒体、航空公司代表来盐城进行踩线活动,安 排盐城深度体验游;以研学游为特色,面向国外知名学校开 展"世遗研学""湿地研学""红色研学"等专场推介,打造 国际青少年游学基地。

专栏 8: "十四五"期间国际文旅交流推广重点项目

动漫影视剧《范公堤》制作:以长篇网络历史小说《范公堤》为原型创作 26 集动画影视剧。把小说中的文学形象搬到海内外各大舞台,让历史文化融入现代生活,让盐城形象走出中国、走向世界。

《大话水浒》网剧拍摄:与中华水浒园、无锡春波文化传媒有限公司、白驹镇 施公故里及盐城本土相关景点合作拍摄,以水浒名著人物的后代日常生活为主线, 融入就业创业、工作社交、娱乐元素,形式以室内情景剧为主,混搭舞台音乐剧。

城市风貌与历史文化研究保护:加强串场河沿线的文化历史研究,完成《盐城一大运河文化视野下的名都》出版、发行。

文旅招商推广活动: 开展"水韵江苏·有你会更美"文旅消费推广季活动,发布推广季重点活动和高铁游定制产品;推出"十三侠客",以旅行者身份在13个设区市进行宣传推介;加大文旅产业招商力度,组织举办盐城文化旅游(上海)招商推介会。

重要节庆活动举办: 常态化举办荷兰花海郁金香文化月、百合花文化月、"花 开盐城"旅游季暨大洋湾国际樱花月,唱好"花开盐城、夏浴清凉、秋享百味、冬 泉养生"盐城四季歌。