

创新丰富文化供给 持续提升服务效能

南通:打造现代公共文化服务“升级版”



海安:全民美育文化节亮点纷呈

为推进公共文化服务均等化标准，海安市举办了2023首届全民美育文化节，以“以文化浸润心灵，让艺术幸福人生”为主题，推出“少儿艺术节”“青年文化季”和“银潮嘉年华”三大项目，面向少年儿童、青年和老年群体开展艺术展览、名家讲堂、专场演出等。

如皋:持续擦亮“雉水之夜”群文品牌

近年来，如皋市持续坚持以人民为中心的工作导向，创新公共文化服务供给模式，丰富公共文化产品内容，以高标准、高水平的文化品牌活动，实现文化事业弯道超越。

如皋成功举办第十一届文化旅游节

如东:持续放大文化品牌引领效应

加强保障抓基础，持续升级服务体系。县文化馆、图书馆为国家一级馆，依托县博物馆建设南通海上丝绸之路博物馆，丁杰美术馆、康平艺术馆、国清寺遗址公园等相继建成开放，8家单位入选省级最美公共文化空间；镇村文化中心资金投入逐年加大，

70余项活动，用丰富多彩的文化活动，为不同年龄群体提供精神滋养和心灵寄托。

一是项目设置垂直细分。针对不同年龄群体开展艺术大师堂、国学夏令营、我们艺起来；青春艺世界、青春秀起来、青春面对面；花样联谊

会、醉美夕阳红、艺直在路上等活 动，垂直细分的项目设置，更能精 准满足各群体文化需求，增强群众 文化获得感。

二是融合传统与现代元素。致 力于将传统文化与现当代文化相结 合，推动传统文化的传承与发展， 让更多群众感受传统文化的魅力。 以创新的形式开展“越韵情缘”吴 俊霞越剧折子戏专场、“阅读青春”

将开展“音乐会”“木偶”“优秀团体展演”等专场活动，进一步放大品牌活动影响力，推动公共文化服务覆盖面更广更深。

以市级活动为引领，市镇村互联 互通，开展平园池村夏季“村晚”、镇村 “4·6”行动等品牌文化活动，引导群众 “登台唱戏”，使文化惠民的触角延伸 到最基层；持续推进供给侧结构性改

革，加大政府购买力度，提供“以需定供”的“菜单式”服务，不断提高“送戏下乡”质 量与场次。

以精品打造带动群文创作，如皋开展 原创优秀舞台文艺作品展演，已选出22件 思想性艺术性观赏性较强的作品参加终 评。充分发挥了“以赛代训”的激励作用， 对弘扬社会主义主旋律、乡风文明建设、创新宣 传政策理论等中心工作起到了积极作用。

物美育”等惠民品牌，呈现“天天有活 动、周周有演出、月月有主题、村村有 团队”的发展态势。

深耕品牌抓突破，持续提高服务品 质。蝉联五届“中国民间文化艺术之乡

(如东农民画)，构建县、镇、学校三级多

点画坊、画室、画班培训创作体系，百余幅画作参

加省级以上展览；县杂技团将文

艺创作与惠民演出深度融合，4个国际奖、11个国家级奖

和两部文化出口重点

启东:健全公共文化服务设施网络

健全公共文化服务保障体系。积 极打造城市“15分钟文化圈”、农村 “十里文化圈”，加快构筑公共文化阵地 网络。制定《关于加快推进现代公 共文化服务体系建设的实施意见》《市 文化产业发展引导基金使用管理办 法》等政策，全力支持基层文化设施建

设、文化产业发展和文艺创作。

完善公共文化阵地设施配套。5 个市级文化场馆全面启用，建成开放 5 个 24 小时城市书房。积极培育主 客共享的城市公共文化空间，获评全 国百佳公共文化空间 1 家，省最美公 共文化空间 4 家。全市区镇文化站、

311 个村社区文化服务中心实现全覆 盖，具备“7+5+N”公共文化服务功能， 并常态化免费开放。

不断丰富公共文化产品供给。每年 完成送戏、送展览、送培训 500 余场，已 实现启东全市社区、农村送戏全覆盖。 指导区镇（街道）、村（社区）一级组织开 展各类文艺活动 7000 余场。每年举办 越剧折子戏、蝶湖夏夜、乡村舞蹈秀等各 类主题活动，确保每月一场大型主题文

海门:打造高显示度文化品牌标识

海门文广旅局实施“季季有安排、 月月有主题、周周有活动”工程，全面 打造高显示度的文化活动品牌标识。一 是“江风海韵·精彩海门”文化活动品 牌；二是“张謇故里·诗画海门”文旅融 合城市品牌；三是“江海之门·魅力海门” 美术展览品牌。今年1至9月全区开展各 类文艺活动986场次。

公益活动精彩纷呈。第十五届“江海之春”文化惠民月系列活动。2023年新春系列文化活动，为百姓带来舞台艺术、书画展览、电影放映、全民阅读、文化下乡等线下65项、线上8项，共计73项精彩的春节系列活动，时间持续近两个月，向全区人民奉上年味满满的“文化大餐”。第十七届“海门之夏”暨第七届“江海大舞台”广场文艺展演。“海门之夏”广场文艺演出活动已成功走过了17年，活

动也从当初的“小剧场”发展到如今 的“大舞台”，规模不断提升，内容不 断丰富，形式不断创新，成为全国特 色文化广场活动品牌。今年在海门 法治文化广场和江海文化公园两个 场地呈现23场群众性文艺演出。参 演节目300多个，参演演员2000多 人，线下观众超15万人次。第三屆“点 亮海门之美”美文旅夜市引爆夏夜经 济。8月23日-27日，第三屆“点亮海门之美”在江海文化公园举办。此次 活动以“点亮海门，有你更美”为 主题，设置“海门好靓”等九大板块，

集文艺演出、人才夜市、青年交友联谊、 电商直播、美食市集、梦幻光影等系列活 动，为期五天的活动吸引游客观众突破5 万人次。

文化“四送”走基层蓬勃开展。

推进公共文化服务。下基层，全年完

成送书3万册、送戏300场、送展览

50场次、送培训2万人次以上的年度任 务。

基层文化活动阵地布局优化。今年 再新建30家以上。文化礼堂、百姓舞台， 至年底建成文化礼堂、百姓舞台180家左 右，“十四五”末实现全覆盖。

通州:文化服务与群众需求有效对接

服务品质不断提升。每年开 展“欢乐江海行”、“通州之夜”、“水街19点 乐享通州”、“古沙 墓华”、百场通剧巡演等文化品 牌活动300余场，文化惠民程度不 断深入。持续发挥“中国曲艺之 乡”品牌效应，组织“柳敬亭奖”文 学艺术创作大赛，加大文艺创作 专项资金扶持力度，创排大型传 统通剧《陈英卖水》，打造艺术精 品创作新高地。创新打造“互联 网+公共文化服务”新模式，建设 “通州文广旅视云平台”，把优 质的文化、文艺资源融入数字化 建设，实现文化服务与群众需求 有效对接。

基础设施不断完善。以“最 美公共文化空间”建设为抓手，积 极推进区镇村三级文化阵地提档

升级。镇（街道）、村（社区）综合 性文化服务中心实现全覆盖，成功打 造省级“最美公共文化空间”6个， 市级“最美公共文化空间”4个。创 新建设38个村“乡村文化礼堂”，特 色鲜明、制度完善。文化馆建有14 个分馆，36个文化服务点，10个传 统文化传承基地，实现了城乡文化 联动和共建共享。

保障体系不断健全。借助特殊 人才引进、聘任制竞聘、挂职锻炼、 委托管理、服务外包等形式，充实基 层文化人才队伍。2020年，从通州 歌舞团遴选6名同志充实到基层文 化岗位。2022年以来，区文广旅局 及所属歌舞团、文化馆等单位新进 专业人才13人。政府每年投入 300多万元的“送书、送戏、送电影” 等文化惠民专项经费。

崇川:创新推动文化活动品牌建设

崇川区深入实施文化惠民工 程，创新打造文化活动品牌，先 后举 办了一系列深受百姓欢迎的文 化活动，如“灵山秀水行·铁崇 一家亲”铁岭、崇川文艺走亲巡演活 动、“四季风采靓崇川”系列活动暨 南通市首届“崇川杯”舞蹈大 赛、“夏日惠玩·南通等你”2023 年南通夏季消费推广季等主题 活动；在原有“四季风采靓崇川”、“欢 乐五水汇”群文活动品牌的基 础上，打造了“灵山秀水·崇川文 韵”、崇川文艺走亲、崇川文旅生 活节等全新活动品牌，丰富广大 群众的精神文化生活。

团队建设实现标准化，评定 星级促提升。在全面调研的基础 上，该区出台了《崇川区群众文艺团 队星级评定办法》；根据文件要 求，经各街道申报，专家组评审， 最终评选出44家优秀星级群众文化 团队。在今年的“文化大串门”品 牌活动上，崇川区文旅局开拓新思 路，通过招标方式在7家江苏省优 秀群众文化团队培育对象中，选 择出前三名，作为此次活动的承 办单位。一方面，通过省级优秀群 众文化团队以老带新，以强带弱， 把全区的基层群众文艺团队盘活 起来；另一方面，通过“文化大串 门”暨优秀星级文化团队巡演进 基层，让团队“走出去”到兄弟街道 开展“串门”演出，实现了文化团队“零 距离”的共建交流。

开发区:文化惠民活动影响力提升

基础设施建设不断加快。南 通开发区以重点文化建设建 设和街道综合文化站达标提 升工程为抓手，新建整合图书馆、 文化馆、大剧院等公共文化设 施的区公共文化中心，28个社 区综合性文化中心按照“7+5+N” 功能标准全面建成，图书馆 被评为江苏省“最美公共文 化空间”，全区万人拥有公共文 化设施面积3784平方米。

文化惠民活动日益繁荣。落 实公共文化服务月、全民文 化节、我们的中国梦文化进 万家等系列主题活动部署与 要求，“家校联动，读书漂流”、 相约春天书画摄影展、遇见能 达等品牌活动影响力不断提 升，能达剧院全年文化活动近

百场，送戏下乡文化惠民演出 78 场，受益群众 110 余万人次。全 市阅读和书香开发区建设扎实推进， 图书馆“童阅荟”阅读推广品牌深 入人心。

文化创作活力逐步增强。出台 《南通开发区文艺精品创作扶持奖 励办法》，设立文艺精品创作题材 库，区财政每年安排不少于 300 万 元专项资金，引导和撬动社会力量 进入文艺创作领域，先后有 22 部 (个)作品入选题材库获得扶 持资金，有 60 余部(个)作品获 得成果奖励。2023年童声合唱《心 愿》获党旗颂南通市第五届江海 之声合唱艺术节童声组一等奖。受 邀参加“童声里的中国”海外推广交 流活动，中央电视台实时直播，观 看人数达 97 万。

