专项规划6

# 玉溪市“十四五”文化和旅游人文交流专项规划

# （2021-2025年）

玉溪市文化和旅游局

2021．10

为认真贯彻《玉溪市“十四五”文化和旅游发展规划》，主动融入和服务国家“一带一路”建设，加快玉溪人文交流高质量发展，为文化和旅游发展提供强大助力，编制本规划。

一、发展基础

**（一）主要成绩**

“十三五”期间，玉溪市打造了玉溪音乐艺术品牌，编排众多精品剧目并进行展演，参与了全国性的表演大赛和文艺活动。

**1．交流展演成果丰硕**

“十三五”期间，玉溪市多项文艺精品多次参加国际、国内文化交流演出活动，在各地引起强烈反响，评价较高，给观众留下深刻印象，国内外各大媒体纷纷报道、影响面较广。滇剧《选才记》、滇剧《水莽草》、跨界融合音乐作品《秘境云南》赴全国20多个城市巡演50余场；花灯剧《山茶花红》赴全省多个地州巡演20余场；“魅力彩云南”少数民族精品歌舞晚会出访非洲吉布提和纳米比亚两国执行文旅部“欢乐春节”文化交流活动；聂耳文化演艺有限公司出访老挝、泰国两国，参加“相约彩云南 走进老挝 走进泰国”文化交流演出。

**2．演出交流不断增加**

“十三五”期间，玉溪聂耳竹乐团受邀参加“2017年全国两会”少数民族代表、委员茶话会文艺晚会演出，滇剧表演名家冯咏梅2018年受邀参加由中宣部、文化部联合主办的“2018年新年戏曲晚会”和央视CCTV戏曲频道主办的“2018年中秋晚会”表演，2018年玉溪聂耳竹乐团受邀参加由国家民族事务委员会主办，中央民族歌舞团承办的“中华民族一家亲系列文化活动”——“新年音乐晚会”演出。同时与中国音协、中国合唱协会、上海音乐学院、中国戏曲表演学会、云南省音协、云南广播电视台等共同主办全国性、全省性音乐赛事活动。

**3．友好城市不断缔结**

“十三五”期间，与7个国际城市，2个国内市区缔结了友好关系。积极推进对外开放，除传统友好城市西班牙圣塞巴斯蒂安市、泰国清莱等，玉溪与东南亚国家地区越南安沛省、柬埔寨奥多棉吉省、老挝占巴塞省达成了友好合作意向；同时玉溪市注重与欧洲、美洲发达城市的联系，先后与韩国巨济市、美国罗斯密市、法国奥威尔德市缔结友好城市关系，与瑞典布莱金厄省青少年科技中心结为友好对子。国内方面，玉溪市与广东佛山市、北京顺义区缔结友好市区关系。

**（二）存在问题**

**1．人文交流统筹整合不足**

各项活动多为各文化单位自行组织或受上级单位邀请赴约，缺乏统一的规划和布局，使得各项人文活动交流目的不清晰，不统一，没有规范的机制和标准化的质量要求，同时各项人文交流活动相互之间没有联动，没有形成全局性的文化旅游形象输出；另外，缺乏统筹安排的情况下，可能会造成交流效果不佳、交流项目重复等资源浪费的情况。

**2．人文品牌整体推广不足**

玉溪市人文品牌整体推广不足的问题主要表现在推广力度不足以及推广形象不明两个方面。对外各项文化交流活动仅举办中国聂耳音乐（合唱）周、建设“聂耳音乐之都”文化品牌活动，且处于初步的阶段，可辐射的人文活动有限，市场引领能力弱，影响力也比较有限，对各项人文活动的集约化程度较低，对相关文化资源的整合力度小，缺乏整体竞争力，难以在各地文化品牌中脱颖而出；同时，三湖区域的古遗址文化、田园城市休闲特色等特色文化均无人文品牌加以整合涵盖，相关人文交流活动各自为战，难以极具影响力的人文交流大项目，对外文化交流形象不清晰，难以形成旅游推力等问题。

**3．人文交流活动成果流失**

人文交流活动的目的在于输出玉溪文化形象，吸收先进文化成果，并通过玉溪文化魅力的传播对潜在旅游市场进行发展助推，吸引更多旅游者来玉溪进行旅游消费。除少量活动成效明显，建立外部长期交流合作计划，大部分成果是否得到转化还值得进一步落实，各项人文交流活动的质量和效果缺乏统一的评估，无法进行人文活动的优胜劣汰，也难以对各类别人文活动对旅游业发展的助推效果进行评估，从而无法甄选最优活动进行重点打造。

**（三）机遇挑战**

“十四五”期间，玉溪市将进入新发展阶段，在“一带一路”、滇中城市群发展背景之下，人文交流发展面临新的机遇和挑战。

**1．辐射起点逐步形成**

玉溪是滇中城市经济圈的重要组成部分，经济社会发展程度较高，资源富集，生态良好，既有共享省会城市商务行政、科教文化、人才技术、交通信息等资源的便捷，又具有上承省会中心城市、下连滇南、辐射南亚东南亚的集散功能；既是发达地区产业转移的理想终端，又是国内向南亚东南亚拓展市场的理想起点，具有深化国际国内合作、聚集生产要素、吸引各方投资和带动区域发展的良好区位条件。良好的区位条件扩大了玉溪市人文活动开展的辐射范围，但同时也使玉溪市面临着省会城市昆明所带来的屏蔽压力。

**2．文旅融合加快发展**

以旅游为平台，促进文化开放和跨文化交流成为文旅融合的重要发展思路，国际出入境旅游、文化旅游交流年、主题旅游年等，已经成为我国对外文化开放和跨文化交流的重要方式，而且级别越来越高、规模越来越大、次数越来越频繁。文旅融合的发展态势为玉溪市人文交流活动的发展提升提供了机遇，同时也对交流活动质量、交流活动的渠道拓宽提出了更高的要求。

**3．基础条件不断完善**

玉溪地域的复杂性及民族的多样性，奠定了玉溪地域文化的丰富性，包括花灯剧、关索戏、滇剧、民间文学艺术和三湖区域古文化遗址等文化资源为玉溪市人文交流活动的开展提供了载体；玉溪市整体发展状况良好，交通、网络、接待设施等公共服务体系较为完善，客观上保证了人文交流活动的实施基础。

二、总体要求

**（一）指导思想**

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定文化自信，坚持以人民为中心，以文旅融合为主线，传承丝路精神，促进文明互鉴，实现亲诚惠容、民心相通，推动中华文化“走出去”，扩大中华文化的国际影响力。借势国家战略的实施，以主动的姿态服务和融入国家发展战略中，以文化强市为目标，扩大玉溪市本土文化的影响力，以文旅融合的思维拓宽交流渠道，服务国家“一带一路”文化发展行动，拓展玉溪整体发展空间，进入更多国际市场，获得更多关注和发展契机，以高起点、高标准、高效率扎实推进玉溪市的人文交流，为文旅融合发展做出积极贡献。

**（二）基本原则**

**——坚持“共建”与“共享”相结合。**充分发挥玉溪本土文化的优势，完善与南亚东南亚及国内其他地区的人文交流合作机制，搭建互利共赢平台。发扬党的群众文艺工作的优良传统，充分尊重人民群众主体地位和首创精神，以基层群众为服务对象和表现主体，完善人文交流活动的扶持机制，鼓励社会参与，吸引社会力量参与群众文艺创作和群众文艺交流活动，鼓励和支持公民、法人和社会组织通过资助项目、赞助活动、提供设施、捐赠产品等方式参与人文交流工作。

**——坚持“走出去”与“请进来”相结合。**既要面向南亚东南亚和全国大力建设玉溪文化品牌，又要善于吸收借鉴外来优秀文化，相互促进，相得益彰。充分利用人文交流活动开放沟通的特点，丰富人文交流的内涵，优化人文交流的布局，推进文化旅游产业的国际化。按照区域联合、资源整合、优势互补、互利共赢的原则，强化省内合作和省际合作，联合开发人文交流项目、开展推广传播。

**——坚持文化交流成果与产业发展相结合。**推进与其他地区在各领域的文化交流与合作，积极开展文化产品跨境电子商务，并以此带动科技、产业等方面的文化交流，以文化交流带动旅游合作与发展。

**（三）发展目标**

“十四五”期间，玉溪市的人文交流发展应提高发展定位，争做云南滇中城市群辐射南亚东南亚门户以及“一带一路”的文化前沿阵地，将玉溪打造成为辐射南亚东南亚人文交流的重要环节，实现文旅融合的路径探索。

具体目标如下：

**——人文交流合作范围更加广泛。**基本实现在“一带一路”沿线国家和地区设立文化交流平台，与老挝、泰国等国家达成更多的人文交流合作渠道，基本形成布局合理、功能完备的全球化人文交流体系。

**——人文交流渠道方式更加完善。**充分发挥文旅融合发展优势，创新交流方式，拓宽交流渠道，形成国际、国内、省内的层级人文交流渠道网络。

**——人文交流品牌效应充分显现。**拥有玉溪市本土文化交流合作知名品牌，并使品牌在文化旅游产业中拥有一定影响力和特色吸引力，在人文活动中树立较强的玉溪文化印象。

**——交流成果助推旅游更加有效。**打造完成人文交流信息系统，完善文旅融合服务网络，建设交流成果跟踪转化流程，使交流成果有效转化为旅游经济效益。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 玉溪市“十四五”文化旅游人文交流专项规划主要指标 | | | | |
| 类别 | 项目 | 单位 | “十三五” | “十四五” |
| 人文交流合作渠道 | 建立国际交流渠道 | 条 | \ | 10 |
| 建立国内交流渠道 | 条 | \ | 15 |
| 通过政府渠道达成交流意向次数 | 次 | \ | 20 |
| 通过非政府渠道达成交流意向次数 | 次 | \ | 10 |
| 人文交流合作内容 | 国际文艺巡演次数 | 次 | 9 | 15 |
| 国内文艺巡演次数 | 次 | 69 | 80 |
| 国际性会展节庆数量 | 次 | \ | 10 |
| 区域性会展节庆数量 | 次 | \ | 30 |
| 人文交流成果转化 | 人文交流信息系统利用率 | % | \ | 90% |
| 玉溪文旅类公众号新增关注人数/某次活动参与人数 | % | \ | 60% |

三、主要任务

**（一）拓宽人文交流合作渠道**

完善国际交流渠道、优化国内合作渠道、规范社会参与渠道、搭建群众文艺渠道，全面拓宽人文交流合作渠道。

**1．融入“一带一路”**

作为云南滇中城市群中的重要一环，应利用地理区位优势，率先向“一带一路”沿线、南亚东南亚的国家及城市提出交流与合作意向，探索与“一带一路”沿线国家和地区开展同源共享的文化艺术资源的联合保护、研究、人员培训、项目交流和联合申报等活动，主动参与国家领头建设的各项文化交流活动，积极将“一带一路”沿线国家的人文交流融入到玉溪人文活动的发展思路当中，加强与“一带一路”沿线国家和地区的文明互鉴与民心互通，切实推动国际文化交流、文化传播和文旅产业的创意发展。使玉溪市的人文交流实现内外联通、全局互动，获得更多的活力和动力，以推进人文交流活动的数量与质量向前跃进。

**2．完善文旅交流渠道**

积极与“一带一路”沿线国家和地区签署政府间文件，为“一带一路”文化发展提供有效保障。与沿线国家和地区建立文化交流等方面的长效合作机制，支持艺术机构与沿线国家和地区的同类机构建立合作机制。发挥海外侨胞以及港澳台地区的独特优势，积极联系玉溪市祖籍的华侨，并通过华侨关系搭建港澳台与“一带一路”沿线国家和地区文化交流渠道。在现有国内文化交流长效机制中，选择交流质量较高的活动进行重点打造，形成示范案例，并借鉴到其他各个方面的交流活动中，在数量和质量两个方面对国内文化交流合作平台进行优化。建立明确的平台合作计划推进博览会、论坛、文化周、文化节等交流项目，逐步建立起项目、资金、人员等全方位、深层次的交流合作。

**3．规范社会参与渠道**

加强对业务主管的文化类行业协会、基金会、民办非企业单位等社会组织的引导、扶持和管理，促进规范有序发展。积极发挥行业组织在行业自律、行业管理、行业交流等方面的重要作用。加大政府向文化类社会组织购买服务力度，将适合由社会组织提供的公共文化服务事项交由社会组织承担。

**4．搭建群众文艺交流渠道**

坚持群众主体，组织开展群星奖获奖作品及优秀作品全国巡演，鼓励各县（市、区）开展各地巡演和省际交流巡演。开展区域性群众文艺交流展示活动，组织各级各类文艺汇演和城乡群众文化活动。推动群众文艺作品供需对接，实现优秀群众文艺作品有效传播。依托对外文化交流项目和海外中国文化中心，推动优秀群众文艺作品“走出去”，向更多的群众讲好玉溪故事。

**（二）丰富人文交流内容体系**

**1．树立人文交流品牌**

深挖特色文化资源，整合打造人文交流品牌。针对人文交流活动，以“聂耳音乐之都”为基础，充分挖掘本土文化艺术价值、提炼文化主题，融入精品花灯、滇剧元素，挖掘三湖区域的古文化资源，根据最优势的文化特色形成人文交流品牌形象，并围绕这一品牌形象设计一系列的文化活动，开展国际文化交流活动、构建文化交流联盟，开展经常性群众文化活动，培育参与度高、影响面广、深受群众喜爱的品牌活动。注重国内品牌形象与国外品牌形象侧重的不同，提出不同的品牌建设思路和形象推广计划，以提高人文交流的品牌效应。

**2．丰富交流形式主题**

根据文旅融合的发展思路，打造更多形式的人文交流活动，并根据文化资源特色形成不同的主题内容，如环湖运动主题、高山摄影主题、古遗址保护主题等。不断创新和丰富人文平台的内容形式，深入推进与不同国家、不同地区、不同文明之间的交流互鉴。

**（三）推进人文交流成果转化**

**1．建立人文交流信息系统**

建立一个完备的数据信息库记录全市各级人文交流活动的基本信息、参与人数、后续追踪信息等，通过数据记录，对各级交流活动的影响力、活动质量等进行科学的评估，并对文化交流中要借鉴的先进文化经验进行统一记录，并适度开放交流成果查询，使人文交流成果达到共建共享，实现交流活动的统筹安排。

**2．加强交流成果转化利用**

利用数据信息库促进成果转化、应用方面的功能。通过数据库建设、后续旅游营销投放、文旅企业的市场介入等实现旅游市场的扩大，通过行业合作项目的落地扩大玉溪市文化魅力和影响力，缩短人文交流成果转化周期。

**（四）加强人文交流共享**

按照相互支撑的思路，加强资源共用，推动品牌共建，推进成果共享，促进文旅“走出去”。

**1．加强资源共用**

提升对外文旅交流层级，拓展文旅交流内容。建立明确的文化、旅游机构互动方式，落实合作计划推进博览会、论坛、文化周、文化节等交流项目，逐步建立起项目、资金、人员等全方位、深层次的交流合作。在国际交流发展方面，支持玉溪本土文化艺术机构与沿线国家和地区的同类机构建立合作计划。在国内交流发展方面，鼓励各县（市、区）的交流机构在文化交流、遗产保护、文艺创作、文化旅游等领域开展区域性合作。

**2．推动品牌共建**

以“聂耳音乐之都”为基础，充分挖掘本土文化艺术价值、提炼文化主题，整合精品滇剧、花灯地方戏曲等艺术形式，创新花灯表现形式，增强花灯艺术魅力和吸引力，挖掘三湖区域的古文化资源，根据最优势的文化特色形成人文交流品牌形象。在品牌建立的过程中，注重国内品牌形象与国外品牌形象侧重的不同，提出不同的品牌建设思路和形象推广计划，利用三湖区域的古生物遗址的资源价值和地方民族艺术的资源价值，对国外区域打造“一带一路文艺先锋”的人文交流品牌形象，以提高人文交流在市场的品牌效应。

**3．推进成果共享**

在各项交流活动中，选取重点活动打造，注入新的活动创意，借助线上传媒手段，扩大交流活动影响力，争取为文旅交流活动带来更多流量，形成玉溪市文旅交流活动中的流量高地；在交流活动开展时积极投入后续营销、沉浸式体验等市场手段，争取将交流活动中的客流、商流、物流进行有效转化，把交流活动中参与者的目光从活动本身吸引到玉溪，以创新思维、深挖交流活动背后的内涵，发掘旅游经济价值，打造有时代感的旅游吸引物，使人文交流活动中的流量经济成为城市发展的新动能。

四、重点工程

**（一）聂耳音乐文化推广工程**

在原有“聂耳音乐之都”的品牌基础上，整合玉溪市精品滇剧、花灯地方戏等艺术形式，并创新花灯艺术表现形式，增强花灯艺术魅力和吸引力，并引导群众广场文艺活动体现在玉溪市的大街小巷。

|  |
| --- |
| 聂耳音乐文化推广工程 |
| **1．聂耳音乐“进校园”。**聂耳音乐教育进校园，让每个学生都会唱至少一首聂耳创作歌曲。  **2．聂耳音乐曲目演艺。**在现有“周周有演出”的基础上，做到“唱红歌”，并且每季度至少举行1次红色歌曲演唱活动。  **3．聂耳音乐剧目创作。**在重要历史事件纪念时间创作红色主题滇剧、花灯剧等，每年不少于5个并进行展演，并争取国家艺术基金的支持。  **4．聂耳音乐主题晚会。**创作编排大型红色主题文艺晚会，每年不少于2次，并进行展演。  **5．聂耳音乐艺术氛围。**引导群众文艺娱乐活动，并注重广场、剧场等场所的景观设计，加入中国结、红旗等红色元素。 |

**（二）“一带一路”文旅交流工程**

积极贯彻落实我国与“一带一路”沿线国家和地区签订的文化合作（含文化遗产保护）协定、年度执行计划、备忘录等政府间文件，充分利用本土艺术资源优势，探索与“一带一路”沿线国家和地区文化机构在戏剧、音乐、舞蹈、美术等领域的联合创作，争取国家艺术基金对“一带一路”主题艺术创作优秀项目的支持；利用三湖区域的考古价值，与“一带一路”沿线国家和地区共同实施考古合作、文物科技保护与修复、人员培训等项目，实施文物保护援助工程。通过上述方面的探索与努力，将玉溪市“一带一路文化使者”的人文交流品牌形象推出至南亚东南亚各国，甚至更广泛的区域范围。

|  |
| --- |
| 人文品牌形象国际推广工程 |
| **1．文艺巡演活动。**组织文艺单位安排精品剧目巡演，在“一带一路”沿线国家的巡演活动。  **2．玉溪文化周/月/年活动。**在“一带一路”沿线国家和地区举办玉溪文化周、文化月或文化年活动。  **3．艺术合作先行者。**与“一带一路”沿线国家和地区在戏剧、音乐、舞蹈、美术等方面寻求交流与合作机会，创作文艺作品每年不少于3个。  **4．古文化遗址交流。**与“一带一路”沿线国家和地区在古文化遗址方面进行保护、开发、文物修复、等方面的交流，推动三湖区域古文化魅力“走出去”。 |

**（三）友好城市文旅交流工程**

对外争取与第一批“一带一路”沿线设立了中国文化中心的城市缔结友好城市关系，并与全球其他城市达成友好城市意向；对内则争取与东部、中部等较发达城市缔结友好城市关系；深化文艺创作、精品展演、节庆会展、文化旅游、公共文化服务体系建设、人才引进培养等方面的跨区域交流合作，建立长效合作机制，推进文化遗产保护开发、生态文明建设、文化艺术展示等方面的务实合作。

|  |
| --- |
| 友好城市文旅交流工程 |
| **1．文化合作计划。**积极开展文化艺术、文博、非遗等各个领域的交流合作，制定交流日程计划，并推进友好合作计划的执行。  **2．旅游合作计划。**积极与友好城市开展旅游年等活动，加强与国外城市的旅游发展沟通，学习经验，提升自身发展。 |

**（四）人文交流文旅融合工程**

按照相互支撑的思路，加强资源共用，推动品牌共建，推进成果共享，促进文旅“走出去”。

|  |
| --- |
| 人文交流文旅融合工程 |
| **1．加强资源共用。**积极与上级单位对接，提升对外文旅交流层级，拓展文旅交流内容。建立明确的文化、旅游机构互动方式，落实合作计划推进博览会、论坛、文化周、文化节等交流项目，逐步建立起项目、资金、人员等全方位、深层次的交流合作。在国际交流发展方面，支持玉溪本土文化艺术机构与沿线国家和地区的同类机构建立合作计划。在国内交流发展方面，鼓励各县（市、区）的交流机构在文化交流、遗产保护、文艺创作、文化旅游等领域开展区域性合作。  **2．推动品牌共建。**以“聂耳音乐之都”为基础，充分挖掘本土文化艺术价值、提炼文化主题，整合精品滇剧、花灯地方戏等艺术形式，创新花灯表现形式，增强花灯艺术魅力和吸引力，挖掘三湖区域的古文化资源，根据最优势的文化特色形成人文交流品牌形象。在品牌建立的过程中，注重国内品牌形象与国外品牌形象侧重的不同，提出不同的品牌建设思路和形象推广计划，利用三湖区域的古生物遗址的资源价值和地方民族艺术的资源价值，对国外区域打造“一带一路文艺先锋”的人文交流品牌形象，以提高人文交流在市场的品牌效应。  **3．推进成果共享。**在各项交流活动中，选取重点活动打造，注入新的活动创意，借助线上传媒手段，扩大交流活动影响力，争取为文旅交流活动带来更多流量，形成玉溪市文旅交流活动中的流量高地；在交流活动开展时积极投入后续营销、沉浸式体验等市场手段，争取将交流活动中的客流、商流、物流进行有效转化，把交流活动中参与者的目光从活动本身吸引到玉溪，以创新思维、深挖交流活动背后的内涵，发掘旅游经济价值，打造有时代感的旅游吸引物，使人文交流活动中的流量经济成为城市发展的新动能。 |

五、保障措施

**（一）强化组织领导**

按照“多规合一”的要求，充分考虑引领作用，强化专项规划的实用性，增强旅游与人文活动的协调发展。构建多位一体、多级联动工作机制，整合文化资源，形成多部门一体化，统筹推进人文交流活动。构建市级统筹、县（市、区）级主推、乡镇落实、村社参与的四级联动机制，形成人文活动发展纵向合力。推动市、县（市、区）工作逐项对接、各县（市、区）之间紧密合作、各部门之间密切协作，形成层层分工、层层推进，实现人文交流活动发展的横向合力。

**（二）加大资金投入**

争取国家财政资金，充分利用各种配套优惠政策和各种资金渠道，整合各方面政策资金。设立市、县两级人文交流活动发展专项资金，对人文交流重点品牌、人文交流高品质活动等给予资金支持。加大招商引资力度，通过网站、推介会和其他信息发布，开展文旅招商活动，引进一批创新交流活动。逐步构建多元的投融资机制，促进相关要素和产业之间集聚融合，合理利用基金、金融机构以及社会资本的各种投融资模式和国家、省旅游引导资金，通过贷款贴息、以奖代补等形式，加大对新活动的培育。

**（三）保护文化安全**

在人文交流活动中，注重对地方特色文化的保护，对外来文化的扬弃借鉴，在国际交流中注重国家文化安全的维护。建立健全地方知识产权保护机制，提升文化领域知识产权运用效益，发挥知识产权对文化创新发展的驱动作用，强化文化领域知识产权意识，营造良好发展环境，激发文化创造活力。支持文化企业开展涉外知识产权维权工作；在对外交流中建立健全文化安全工作机制，建立健全文化安全监测预警和危机处置机制，提升危机应对能力，研究制定危机应对预案和程序，加快处置、有效化解危害文化安全的重大或突发事件。