

宣传信息专报

第 14 期

中共青岛市委宣传部

2023 年 12 月 29 日

〔经验交流〕

青岛市“三个聚焦” 焕发百年胶济铁路文化体验线新活力
李沧区深入推进文化“两创” 打响“山东手造·李沧有礼”

品牌

城阳区流亭街道：打造文体服务新亮点 聚情聚力聚温度

平度市聚力打造“二十四节气”城市超级 IP 助力中华优秀传统文化传承创新

〔简 讯〕

2023 年青州市“冬季黄河大集”暨莱西山会启动

〔经验交流〕

青岛市“三个聚焦” 焕发百年胶济铁路文化体验线新活力

作为胶济铁路的起点城市，青岛市认真贯彻省委、省政府工作部署，聚焦胶济铁路沿线区域文化旅游建设，深挖文化内涵，丰富旅游体验，使百年胶济线焕发文化新活力。

聚焦重点项目建设，着力塑造文化廊道品质内涵。强化标杆项目建设。以胶济铁路青岛站周边老城区提升打造为重点，坚持5A级旅游景区标准，实施老城区保护更新工程，完成保护修缮老建筑35万平方米，整治道路46条，引入249家重点业态，全方位提升人气热度，大鲍岛文化旅游休闲街区获评国家级旅游休闲街区。加快沿线重点文旅项目建设。位于红岛站附近的“青岛明月·山海间”不夜城投入运营，开街四个月客流量达数百万。青岛伊甸园、艾山星光博物馆、少海风景区数字化建设等项目加快推进，实现胶济铁路沿线串珠成线、步步是景。推进沿线重点村建设。项目开工率实现100%，完成资金投入1.9亿元，精选打造四条乡村旅游主题线路，胶州市洋河镇凤凰村获评全国乡村治理示范村。

聚焦特色文化发掘，着力丰富文化廊道全新业态。打造研学旅游基地。在中车四方智汇港陈列展出胶济铁路发展相关老物件、书刊 300 余件，开设“弘扬高铁精神”“穿越百年机车之旅”“国内第一台蒸汽机车‘八一号’”等系列研学课程，叫响“中国机车的摇篮”研学品牌。丰富研学旅游体验。利用胶济铁路青岛博物馆、青岛站站史馆等特色资源，开设社区研学课，组织“藏品里的胶济铁路史”“胶济百年 红色力量”等研学活动，接待研学团体近 40 批次、800 余人次。融入手造业元素。沿胶济铁路线周边推出 4 条主题手造非遗研学线路，成功举办 2023 青岛第二届手造节暨胶东五市手造交流展示活动，600 余名手造匠人和技艺大师参加现场展示，充分展现胶东地区手造产业发展成果。

聚焦全面宣传推介，着力提升文化廊道品牌形象。多形式宣传扩大传播。充分利用抖音、快手等短视频平台，组织“我把红色青岛讲给你听”网络情景传播活动，讲述胶济铁路在发展中壮大的艰辛历程，浏览量超 100 万人次。多角度展示文化内涵。开展“丈量青岛一走近老建筑”“丈量青岛一走近小鱼山历史文化街区”系列直播活动，展现青岛作为胶济铁路起点城市丰富的旅游资源空间布局。多形式活动丰富体验。组织中车四方高速磁浮列车模型参展“好客山东 好品山东”北京推介会，青岛元素的中国高铁智能科创产品闪耀京城；参加全省沿胶济铁路文化体验线暨“行走百年胶济、高铁环游齐鲁”宣传推介活动，精心布置

山东文旅精品展体验列车“青岛”城市主题车厢，引入国铁国潮文创产品，全面展示文旅融合高质量发展成果，为胶济铁路文化传播赋能。

李沧区深入推进文化“两创” 打响“山东手造·李沧有礼”品牌

李沧区以打造“山东手造·李沧有礼”品牌为引领，深入挖掘辖区资源禀赋、文脉根源、历史遗迹、特色文化，策划举办“中国（青岛）梅花节”等文化惠民活动 200 余场次，打造鸟虫篆、扎染、熏画等手造特色产品 80 余件，在 CCTV 财经频道推出 30 分钟专题节目，在传承与发展中推动新时代文化繁荣。

下好“一盘棋”，健全宣思文一体联动机制。加强工作统筹。发挥区委宣传部牵头抓总作用，以区委深改委文化体制改革专项小组为抓手，建立与文联、文旅、教体、商务等部门的议事协调、协同联动机制，研究制定《区委深改委文化体制改革专项小组工作要点》《李沧区“山东手造”推进工程实施方案》《李沧区扶持手造产业发展若干政策》，提升工作协同性、实效性。深化资源挖掘。全面摸清本地手造人才、企业和项目底数，建立涵盖 26 家企业的区手造企业名录，常态化联系 26 位手造匠人，将 17 个项目纳入区手造项目库。对入库企业和项目的负责人，通过定期

走访、电话调研、征求意见等形式，建立常态联系、动态管理。强化阵地建设。揭牌运营“山东手造”展示体验中心、产业孵化基地、青少年实践基地，年均开展技艺传承展示、群众体验活动等 1000 余场次，线上线下累计参与群众超过 100 万人次。活跃市场主体。以食品上市企业“青食股份”为引领带动，推动传统手造技艺创造性转化、创新性发展，培育年销售额 100 万以上的手造企业 8 家，其中年销售额 300 万以上的 6 家，“青食股份”年产值 4.7 亿元。

注重“品牌化”，打造富有李沧特色的品牌活动。打造“山东手造，李沧有礼”品牌形象。邀请青岛书法名家创作“李沧有礼”书法作品，依此设计品牌 LOGO，广泛运用在李沧本土特色手造产品外观，统一标识，提升辨识度。制作主题宣传片 2 部，系列融媒产品 200 余个，打造了一批阅读量 10 万+的网络爆款宣传产品，《在李村大集，见证脂渣的“诞生”》全网阅读量超过 520 万。打响“中国（青岛）梅花节”品牌。依托十梅庵梅园，策划举办第二十三届中国（青岛）梅花节，首次在市级新闻发布平台自主策划举办新闻发布会。打造梅花宴、梅花酒、“梅花三弄”手造特色产品，在梅园、商圈、漫悦里等地联动举行市集、展会、美食大赛等手造展示体验活动，用“一枝梅”拉动全域文旅消费。策划“来李沧·品茶香”茶文化节。深挖“茶”商业资源和人文价值，围绕“品茶”“斗茶”“礼茶”三个核心板块，策

划丰富多彩的手造展示体验活动，参展商户 100 余家，接待游客 1 万余人，累计成交额 500 余万元，中国农业银行李沧支行现场签约茶商 e 贷 41.7 万元。首创以街道、商会为主体自主举办新闻发布会先例，发布会新闻累计浏览量超 30 万人次。

厚植“乡土情”，在暖人心、聚民心、提信心上持续发力。

传承商贸文化，依托百年李村大集打响“黄河大集”文化惠民品牌。以百年李村大集为引领，每季度常态化举办“黄河大集”特色民俗展示体验活动，抓住农历春节、元宵节、端午节、中秋节等节庆策划精品活动，累计举办系列活动 300 场次。按照“线上+线下”相结合、“文化+旅游+好物+传播”相融合的工作思路，累计吸引到李沧赶集、购物人数 700 余万人次。传承非遗文化，依托“我们的舞台”丰富手造非遗技艺展示体验。策划举办“我们的舞台——2023 李沧全民文化艺术节”，邀请手造匠人、非遗技艺传承人、文艺爱好者走上舞台，展示风采，累计开展活动 700 余场次，涌现出以李沧特色文化、民间手造技艺为蓝本，群众自编、自导、自演的精彩原创节目 140 余件，推动中华优秀传统文化在演绎中传承、在观赏中传播。

城阳区流亭街道：打造文体服务新亮点 聚情聚力聚温度

城阳区流亭街道以提高群众文体生活满意度为宗旨，持续加大文体建设投入力度，打造融特色化文艺赛事、群众性体育活动、常态化志愿服务等于一体的文体盛宴。通过做强硬件、做精内容、做活形式，逐步建立覆盖街道全域的公共文体服务网络和宣传网络，群众获得感、幸福感不断提升。

文化“两创”赋能发展。大力推进非遗保护传承工作，利用“一山一水一先贤”优秀传统文化资源和24项非遗项目，积极探索将中华优秀传统文化融入乡村振兴；举办2023年青岛市首届非遗文化节暨城阳区流亭胡峰阳文化节，吸引近12万游客现场参与；在“非遗在社区”全国工作经验交流活动中，城阳区流亭街道作为青岛市唯一代表作典型发言。持续推进文化“两创”，广泛开展“一堂课、一段操、一餐饭”等活动，以西后楼、红埠、东蓝家庄、仙家寨等十余个社区为样板社区，充分整合辖区资源，赋能社区基层善治新律动。特色文旅活动赋能区域发展，举办“艾可什”机场音乐节、大蘑菇音乐节、岛屿青音乐节等；举办为期18天的2023“月圆白沙河”多媒体光影艺术季暨“艺术北岸”发布活动，吸引市民游客60万人次，带动周边餐饮住宿业增收，取得良好的经济和社会效益。

文体活动亮点纷呈。策划喜闻乐见的文化活动。举办“书香流亭”读书分享会、第十二届广场舞大赛、欢乐大舞台、“我们的节日”等系列主题活动180余场，社区居民积极参与；开展“戏

曲进乡村”“精准文化惠民演出”“街头艺术进社区”等演出配送 80 余场，受益群众达 20000 余人次。创作唱响主旋律的文化作品。加强与社区艺术团体合作，参与“我们的舞台——秋晚春晚直通车”等各类文艺赛事，开展“文化进万家”活动 80 余场，“黄河大集”四季活动 10 余场。全民健身赛事贯穿全年。建有各级运动公园、健身广场 100 余处，举办乒乓球、羽毛球、村 BA 篮球联赛、趣味运动会等群众性体育活动 200 余场次。积极开展校园足球建设，改善学校、幼儿园足球运动场地、更新体育设施、引入专职教练等，校园足球普及率达到 100%。

文明实践服务群众。围绕“五为”志愿服务，积极开展各类文明实践主题活动，鼓励居民主动参与优秀传统文化传承发展的相关活动，如文明家庭专题宣讲、传统文化专场演出、敬老助老公益活动、传统文化大讲堂、非遗进社区、邻居节等。今年以来，组织开展各类文明实践主题活动 800 余场次，各类志愿服务活动 1000 次以上。通过提升基层实践站的服务水平，紧盯群众需求，聚焦精准精细的志愿服务项目，打造“聚爱流亭”志愿服务品牌，不断增强群众获得感归属感。

平度市聚力打造“二十四节气”城市超级 IP 助力中华优秀传统文化传承创新

平度市扛牢优秀传统文化“两创”使命担当，科学把握“两个结合”，深挖“二十四节气”历史文化资源，制作《节气小精灵》城市 IP 动画，搭建“线上+线下”、“国内+海外”、“新媒体+传统媒体”等全方位城市营销推广矩阵，打造城市超级 IP，带动文创产业发展，提高平度城市吸引力。

深挖“二十四节气”内涵，打造文化品牌。以挖掘提炼优秀传统文化为核心，充分体现城市 IP 厚度。成立“二十四节气”城市超级 IP 工作专班，整合平度 13 个单位、12 位专家、17 个镇（街道），建立起“二十四节气”城市超级 IP 工作顶格推进的组织架构。围绕“二十四节气”开展相关研究，相继出版《徐万且与“二十四节气”考略》《食在平度》等系列书籍，举办中国二十四节气研究中心（平度研究基地）品牌定位与发展规划学术研讨会，国内民俗文化、气象、农业、考古、饮食等多领域学者专家交流研讨，为平度打造“二十四节气”城市 IP 奠定基础。

制作《节气小精灵》动漫，助推文旅融合。引进功夫动漫股份有限公司，制作 52 集“二十四节气”城市超级 IP《节气小精灵》动漫，融入山东、青岛、平度等地的地标、文化、特色等元素，设计 24 个节气小精灵形象及“鲁伯伯”“齐妈妈”“青仔”“火牛”等主要角色，展现山东黄河文化特色和优质文旅资源，丰富“好客山东”品牌内涵。“节气小精灵”IP 荣获第六届玉猴奖“年度十大最具商业价值文旅吉祥物”大奖，动画片入选优秀

国产电视动画片及山东省优秀广播电视动画片名单，成功入选首届全球数字贸易博览会、第三届中国国际文博会等国内重要展会，亮相法国戛纳秋季电视节。相关创新做法在人民日报、光明日报等 50 余家媒体予以报道，点击量达 300 多万次。

推动“城市超级 IP”广泛应用，促进文化创新。通过推动“二十四节气”城市超级 IP 在城市美陈、产品包装、玩具开发等领域广泛应用，平度市将优秀文化传播到更广泛的受众中，切实增强传统优秀文化的认同感和影响力，建立良好的城市形象和口碑，同时增加 IP 产业的附加值，吸引更多的消费者购买 IP 的产品和服务。结合文化、科普教育，创新打造“二十四节气”城市超级 IP 展馆，吸引万余人次青少年参观学习。围绕文化创新，聚焦 IP 文创产品研发，会同功夫动漫股份有限公司立足《节气小精灵》动画，深入挖掘其时代价值。从 IP 项目打造初期制定自有 IP 文创商品开发方案，结合不同商品特性，将“二十四节气”设计元素融入合适的商品载体，通过文创产品，传播传统文化及背后蕴藏的文化故事。截至目前，已开发以“二十四节气”为主题的保温杯、行李箱、书包、无线充电器等文创产品 30 余种；推出春夏秋冬节气小精灵系列数字藏品 24 款 2.88 万份；发布“二十四节气”节气小精灵新年红包封面 1800 个、节气主题

海报 93 张，设计立春、立夏等主要节气精灵形象表情包 48 个，使用量累计达 50 万人次。

〔简 讯〕

2023 年青岛市“冬季黄河大集”暨莱西山会启动。日前，2023 年青岛市“冬季黄河大集”与拥有 400 年历史的莱西山会在莱西市同时启动。启动仪式上，举行了市级非遗工坊授牌仪式，各区市发布了“冬季黄河大集”重点特色活动。现场设置了手造非遗、服装箱包、特色农产品、海尔智慧家电等展销区，聚集了富有地方特色的多种产品。今年以来，我市不断创新活动形式、丰富活动载体，进一步提振消费、惠民增收，弘扬黄河文化、澎湃乡村振兴动力，更好满足群众的美好生活需求，把“黄河大集”真正办成“富民”“惠民”“便民”的大集。截至目前，已举办各类大集活动近万场次。

报：省委宣传部，市委常委，市人大常委会党组书记，市政协党组书记。

送：市直宣传文化系统各单位主要负责人，各区(市)党委书记、宣传部长，市委宣传部分局级以上领导。

发：市直宣传文化系统各单位，市委市直机关工委、市委教育工委、市政府国资委宣传部，各区(市)党委宣传部，市委宣传部分机关各处室，市委讲师团。

联系人：耿海英，电话：85911016。