

青简 05 号

# 宣传信息专报

第 12 期

中共青岛市委宣传部

2024 年 4 月 11 日

〔经验交流〕

我市突出“四个创新”着力推动手造产业高质量发展  
市文化和旅游局扎实做好新时代文化遗产保护传承工作  
即墨区“三个强化”推动“文化进万家”活动走深走实  
胶州市用好“红色家底”推动基层思政工作提质增效

〔经验交流〕

## 我市突出“四个创新”着力推动手造产业高质量发展

近年来，我市以落实“山东手造”工程为抓手，不断强化路径创新，在挖掘产品资源、培育特色产业、搭建交流平台、开展宣传推介等方面全方位发力，倾力打造“山东手造 青岛有礼”文化品牌，推动手造产业规模化、品牌化，实现文化“两创”新发展。目前，全市共有14家手造企业入选“山东手造·优选100”名录及提名单位，年销售额超过100万的手造企业120余家，刺绣、草编、贝雕等手造重点产业产值超过200亿元，手造产业发展居全省前列。

**一、突出机制创新，统筹手造融入大局一体谋划。**秉持“统筹推进、整体落实”理念，将手造工程纳入艺术城市建设、宣传文化攻坚行动、文化旅游高质量发展大盘一体谋划、一并落实。制定出台手造工程实施方案，部署开展八个方面重点工作任务，建立清单化台账，构建上下联动、部门协同的工作推进机制，形成“主音调引领、多音部联动”工作格局。在胶州路108号新建市级手造展示体验中心，推动手造产业发展融入城市更新和城市建设，通过手造业态创新、手造成果展示等方式，赋能历史城区更新提升。

**二、突出品牌创新，开辟手造产业发展特色化赛道。**一是实

施手造文化品牌化发展。坚持“摸清资源底数、突出产业方向、创建文化名品”的基本思路，深入挖掘手造的经济、社会、文化价值，让手造更好赋能发展。提炼文化品牌，将“山东手造 青岛有礼”作为全市推动手造工作的鲜明标识，在全社会征集标识和宣传口号，开展一系列征集遴选、创意设计活动。打造品牌矩阵，建立麦草画等市级以上非遗名录207个、即墨花边等老字号企业名录22个，评选胶州黑陶等青岛名品录10个、西海岸新区泊里镇张家庄村等手造乡土名村20个。二是推动手造宣传互动式发展。在抓好手造产业发展的同时，加强宣传推广，让手造成为入脑入心“文化符号”。在“学习强国”平台刊发专栏报道200余篇，在主流媒体策划推出“手造大咖说”等专访70余期、相关话题2万余条。积极向主流媒体推荐宣传，“山东宣传”公众号刊发《木偶之乡如何突围》，“青岛宣传”公众号刊发《“指尖上的烟火气”，如何抵达人心》《工业时代为啥还要“手造”》《青岛木偶欧洲“奇遇记”》等文章，实现手造工作与主题宣传相互赋能。三是引导手造品牌走出去发展。充分借助外事活动加强手造推广，习近平总书记会见刚果金总统时，城阳面塑作为中国特色文化作品进行展示。山东在欧洲开展“孔子家乡好客山东”文旅推广活动时，我市手造品牌产品元开制香、万里江绿茶被重点推荐，莱西木偶作为非遗项目参展表演。将手造品牌宣传纳入城市对外宣传整体计划，国家级外宣主流媒体《中国日报》推特账号刊发的相关稿件阅读量过万。

**三、突出产业创新，构建手造发展平台支撑。**一是筑牢手造产业发展“政策支撑”。统筹宣传、文旅、商业等各方面政策资源，印发《青岛市扶持手造产业发展若干措施（试行）》，围绕打造优势产业、加大资金扶持力度、建设手造展示平台、强化手造产业基础支撑等方面，出台15条含金量足、针对性强的政策措施，每年安排专项扶持资金不少于100万元，夯实手造产业发展政策基础。二是强化手造产业“数字赋能”。全面梳理手造资源，设计推出全市手造产业地图，服务手造企业176家。创新打造手造产业数字化融媒体服务平台，打通手造产业上中下游全链条资源，线上服务手造企业145个，上线手造产品1400余件，年度最大订单金额超过100万，获评国家新闻出版署媒体融合创新案例奖。三是实施“手造+”平台战略。加强手造企业与窗口单位联动，深入开展手造“五进”活动，推动手造企业与景区、商超、酒店、高速服务区、文化产业园区等精准对接，助力企业在多个平台展示展销，2023年全市新建标准化展销专区31个。推动手造展示体验，建立全省第一家高校手造展示馆——青岛和合手造馆。搭建手造与商业融合发展平台，在全省率先制定实施手造特色街区建设标准，打造即墨古城、鲁邦国际风情街2条手造特色街区，助力手造发展与商业特色街区建设有机结合。推动手造与旅游融合发展，推出4条非遗旅游主题线路、6条手造主题研学线路，促成手工艺协会与6家A级景区签订合作协议。

**四、突出活动创新，集聚手造发展多元动能。**一是让手造“融”

起来。在全省首次策划举办以手造为主题的大型节会“青岛手造节”，全方位展示我市手造特色，推动手造传承与创新有机融合。2023年第二届手造节举办范围扩大至胶东五市，现场设置胶东特色手造艺术展区，110个手造展位、600余名手造匠人和技艺大师现场展示手造技艺。配套举办胶东经济圈创艺大赛、大展等20余项活动，引领加强了胶东五市手造产业互动交流。二是让手造“专”起来。举办“文化和自然遗产日”主题活动，推动8项非遗项目传承人与高校签订产学研合作协议，促进手造产品开发和成果转化。举办首期手造行业首席质量官、首席品牌官任职培训活动，组织全市80余名手造艺人、手造企业管理者参训，提升从业者质量意识、品牌意识，打牢手造发展人才基础，这项工作为全省首创。举办全国首届编织艺术展，吸引500多名编织艺人参展，彰显了我市手造编织的行业引领力。三是让手造“热”起来。集中策划组织大型手造活动百余场，手造关注度持续上升。先后举办两届手造创艺大赛，1000多名手造艺人参与，收集手造作品4000余件，有力激发了手造艺人创作、设计、推广手造的热情。发挥基层主动性，在各类购物节、文化节等节会现场和商超、景区、步行街等广泛举办手造市集，方便市民游客购买手造产品。推动手造活动进社区，今年以来，举办“非遗在社区”活动100余场，让更多群众在家门口就可以了解手造、体验手造。

## 市文化和旅游局扎实做好新时代文化遗产保护传承工作

近年来，市文化和旅游局坚持“保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来”的新时代文物工作方针，深化文物保护利用改革，积极探索文化遗产保护传承新路径，着力提升全市文化遗产保护传承工作水平。

**一、完善顶层设计，文化遗产保护利用改革扎实推进。**先后以市委市政府名义出台《关于加强文物保护利用改革的工作方案》《关于推进国有建设用地考古调查勘探发掘工作前置的实施意见》等政策文件，开展《青岛市市级及以上文物保护单位保护利用规划》编制工作，不断夯实文物保护利用基础。成立市文化遗产保护管理委员会、青岛老城申报世界文化遗产工作指挥部，充分发挥职能作用，统筹推进文化遗产保护传承各项工作。

**二、实施“探源青岛”工程，加强考古成果转化利用。**落实“先考古、后出让”制度，加快配合基本建设工程的考古工作，琅琊台遗址、三埠李家遗址考古发掘项目先后获评“山东省考古五大新发现”。积极推进考古遗址公园建设，建成开放齐长城徐山文化公园，持续加强文物本体保护监控，琅琊台考古遗址公园、三里河考古遗址公园入选省级考古遗址公园创建名单。开展“公众考古”活动，进一步提高社会公众对文化遗产保护的参与度和关注度，让社会公众更好走近文化遗产，感知文化遗产的魅力和价值。

**三、挖掘文化遗产资源优势，创新活化利用方式。**以历史城区保护更新为契机，延续城市历史文脉，全力推进历史城区申报世界文化遗产工作，编制申报文本和遗产地保护规划，深入挖掘历史文化资源，深化遗产价值研究，积极争取历史城区列入新一批中国世界文化遗产预备名录。开展八大关近现代文物建筑预防性保护国家试点，万字会旧址活化利用项目、青岛山炮台遗址活化利用项目分别入选首批山东省文物建筑活化利用十佳案例、优秀案例。举办“丈量青岛——走近老建筑”“跟着名人游青岛”等主题活动，加快推进名人故居开放利用，打造集展览、互动和休闲业态于一体的综合性公共文化空间，创新激活文化遗产资源，做到传承弘扬优秀传统文化与时代发展、现代文明相适应。

**四、擦亮“博物馆之城”品牌，推动博物馆建设高质量发展。**出台《关于推进“博物馆之城”建设的工作方案》，深挖城市文化资源辟建博物馆，目前全市博物馆共计143家，位居全省首位、全国同类城市前列。全国唯一、全省首家“国字号”水下考古博物馆——国家海洋考古博物馆落户青岛。积极推进市博物馆新馆、西海岸新区博物馆新馆展陈布置工作，持续优化博物馆集群布局，推动实现多业态发展。鼓励社会力量开办博物馆，推动全市博物馆在数量上实现新增长、质量上实现新升级。把握好传统文化的突出特征，盘活博物馆馆藏资源，创办精品展览，中国人民解放军海军博物馆“向海图强——人民海军历史基本陈列展”获评全国博物馆十大陈列展览精品奖，青岛电影博物馆、青岛啤酒博物

馆、妙府老酒博物馆等项目入选“全国文化遗产百强旅游案例”。借助“云游青岛”智慧文旅平台，在实现博物馆信息“云共享”的同时，将馆藏文物价值和传统文化内涵通过多样化形式更好地展示传播出来。

**五、加强革命文物保护，红色资源保护利用持续深化。**立足本土红色文化，加强革命文物内涵价值的挖掘和研究，编制《青岛市革命文物保护利用规划》，公布《青岛市第一批不可移动革命文物名录》。用活现有红色文化与革命文物资源，创新展示与传播方式，组织开展典型创建工作，充分发挥红色资源教育作用，开发“大思政”课；盘活潜在可塑红色资源，开展“我把红色青岛讲给你听”“红色革命场所护照打卡”等丰富多彩的红色主题活动，2022、2023年连续两年被省文化和旅游厅评为“红色文化主题月”活动先进单位。从红色资源的挖掘、保护和利用全链条发力，赓续红色文脉，营造浓厚红色文化氛围。

**六、加大非物质文化遗产保护力度，着力打造非遗文化品牌。**挖掘非物质文化遗产多重价值，着力打造“非遗在社区”全国试点项目，我市3个“非遗在社区”试点社区的经验成果列入全国“非遗在社区”典型案例。落实“山东手造”工程，推出了一批重点手造企业和“山东手造”领军品牌。加强非物质文化遗产的活态传承，打造非遗特色市集、非遗特色旅游线路，举办首届市非遗文化节、首届“非遗在景区”等重大活动，实现非遗与市场、旅游的有机融合，加快非遗产业化步伐，助力乡村振兴发展。组织各

级非遗项目和传承人广泛参与传习实践活动，不断提高非遗的社会影响力和吸引力。

## **即墨区“三个强化”推动“文化进万家”活动走深走实**

即墨区用好“我们的中国梦”——文化进万家这一活动载体，通过完善顶层设计，强化区域协同，建立平台联动，将“文化进万家”拓展为文化惠民载体全年开展，成为深受群众欢迎的文化供给和服务品牌。

**一、强化立体化设计，确保工作有章法。**加强顶层设计，统筹全区资源形成工作合力，确保活动主题鲜明、组织有序。建立网络调度平台，组建起由各镇街、区文旅局、区文联等部门单位组成的专项工作协调群，及时发布工作要求、提醒事项等内容，确保层级间信息顺畅、部门间横向联动。文化活动实行扁平化调度，推行月初策划、月中随查、月末总结工作机制，打破信息指令中梗阻。提高活动落地率，根据月初策划的活动计划，每月月末逐一梳理汇总活动开展和宣推情况，进一步压实工作责任，形成工作合力。

**二、强化多层次融合，实现全域皆繁荣。**构建起区、镇街、村居三级联动机制，村居文化活动强调活动多样性和群众参与广泛性，镇街活动突出活动主题性和节日性，做好跨村庄的调演展示，区级着重打造文化精品，实现全面引领。一是突出群众主体。

以“群众演、群众看、群众乐”为主线，为群众搭建起展示才华的平台，鼓励引导群众自编、自导、自演，社区群众上台变演员，台下当观众，实现了“把舞台留给群众、把话筒递给群众、把镜头对准群众”。二是与各项文化惠民活动相结合。以文化进万家活动为统领，深度融合“我们的舞台”——秋晚春晚直通车、“即墨古城周周有戏”、广场舞大赛、“唱响即墨”综艺演出、“送戏进万家”等群众性文化活动，引领各镇街、村庄在完成“规定动作”的基础上，增加彰显本土特色的“自选动作”，让群众文化获得感幸福感成色更足。每年组织基层演出队伍，以“政府补贴+志愿服务”的形式，组成“草根演出团”，结合全区送戏下乡等活动，开展活动500余场(次)。环秀街道坚持需求导向和实践导向相结合，按照不同社区的居民构成，有针对性地开展文化活动，如针对学龄儿童较多的墨香郡、佳源都市等社区，重点开展亲子、未成年教育等活动；针对老年人较多的景岱社区，重点开展阅读、书法、插花等活动，从不同层面满足群众文化需求。截至目前，已培育出“最美陆港蓝村人”“幸福古卫·活力鳌山”等多个群众文化品牌，形成了一镇一品牌，一村一特色的生动局面。三是融合重点节庆活动。将传统节日内涵融入文化进万家活动，每年端午期间，都会推出柳腔线上展演、书画展、儿童剧展播、民谣弹唱、沉浸式情景剧等50多项活动，活动呈现出场次多、民俗特色鲜明和群众参与性强的特点，其中，即墨古城投壶比赛、非遗柳腔等民俗文化活动登上央视《新闻联播》，2023

央视跨年晚会用 100 秒的时间展示了即墨古城的传统舞狮。整合音乐文化资源，打造“时尚青岛 乐动即墨”文化名片，策划推出网上音乐节、古城民谣季、LPA 独立音乐庆典、即墨春节联合晚会以及原创文化节目展演和原创音乐大赛等系列活动，引领全区文化活动开展，满足人们高品位的艺术消费需求。

**三、强化多平台联动，推动活动精品化。**抓好文化宣传活动，积极构筑以“学习强国”平台为主、其他媒体为辅的多平台联动推广机制，着力提高视频作品在重要媒体的发稿率。其中，情景歌舞《渔歌欢唱》、单鞭鼓舞《非遗鞭鼓》等 4 个节目在学习强国文化进万家（全国平台）播出。同时，发挥各级各类媒体特别是新媒体的传播优势，构建起文化进万家活动宣传声势，专门开设“即墨风华”微信公众号，策划“文化进万家”栏目，定期推出活动预告、活动掠影等内容，推动文化活动出新出彩。

## **胶州市用好“红色家底”推动基层思政工作提质增效**

胶州市聚焦基层思想政治工作，深挖红色资源、丰富红色内涵、激活红色引擎，不断推动基层思政工作提质增效。

**一、深挖红色资源，打造教育基地。**全面梳理辖区内红色资源，打造红色教育基地，用好用活红色资源。一是打造“胶高魂”红色教育基地。在玉皇庙战役旧址建立“胶高魂”红色教育基地，全景展示胶州市在抗日战争时期和解放战争时期的光辉历史和

本地革命先烈的英雄事迹，累计接待超过 12 万名党员。二是打造后寨村红色教育基地。深度挖掘胶州市胶北街道后寨村党史故事，建立胶州市首家村史馆，基地目前已累计接待 2000 余人次参观学习。三是打造思政实践教育基地。将人文景观和自然景观相结合，在胶北街道建设 20 公里“红色+绿色”旅游长廊，辐射 30 多处景观节点。依托北京大学等高校资源优势，建设思想政治实践课教育基地；聚焦“特色农产品展销”“乡村振兴”等重点工作，与北京大学外国语学院密切交流合作，定期开展推介活动展示胶州市产业优势、特色品牌。

**二、丰富红色内涵，搭建服务平台。**坚持解决思想问题与解决实际问题相结合，搭建乡村夜校、调解中心、特色农家乐三大平台，切实解决群众实际问题。一是探索“红色教育+技能培训”，搭建乡村夜校平台。依托后寨村红色教育基地打造胶州首所乡村夜校，创新“先培训、再拿证、后补费”补贴政策，实现企业务工人员培训全覆盖。将获得职业技能证书的村民作为初始师资力量，按照村民务工需求编制培训“菜单”，开办“烹饪培训班”

“电焊培训班”等 8 个专题业务培训班，做到“干什么、学什么，缺什么、补什么”，累计培训鉴定 231 名中级技能人才。二是探索“红色教育+便民服务”，搭建调解中心平台。坚持“一站式、集成式、在线式、融合式”相统一，利用后寨村红色教育基地的场地，指导成立“劳动人事争议联动调解工作站”，线上通过远程视频会议等形式，第一时间化解重大疑难纠纷案件，线下聘请

市劳动人事争议仲裁员、工会工作者、专职律师等专业人员，联合村内老党员等“乡贤”成立调解小组，推动劳动争议调解服务下沉至村民身边，已累计调解本村劳动纠纷 50 余次，直接挽回经济损失 40 万元。三是探索“红色教育+乡村旅游”，搭建特色农家乐平台。依托“胶高魂”红色教育基地，立足地域特色和产业基础，积极探索以乡村旅游带动产业发展的路径模式，精心打造剪纸艺社、陶瓷艺社等一批具有浓郁地方风味的民俗展馆，大力发展采摘产业，每年吸引游客 10 余万人次，直接带动就业 500 余人，极大促进村庄及周边地区经济发展。

**三、激活红色引擎，成立文化公司。**将思想政治工作有机融入红色文化旅游，成立红色文化旅游开发有限公司，推出精品旅游线路，在带动村民增收致富的同时，也实现了对游客的思想政治教育。一是加强市场运作。联合胶州温馨巴士公司，开设集党史教育、观光娱乐、手工制作于一体的红色教育研学线路，目前已累计接待全市青少年群体 5000 余人次。二是促进产业发展。公司开发“鲁家寨”小米谷物素面、“鲁家寨”花饽饽等本土特色农产品品牌，促进村民增收 100 余万元、集体增收 50 余万元。三是坚持反哺惠民。公司全部盈利用于救危扶困、村民福利、村庄建设等方面，先后为困难老党员、退役军人等发放帮扶救助资金近 10 万元，捐资扩建修缮村史馆，建成“后寨村居家养老服务驿站”，走出了一条“资源—开发—盈利—反哺”的红色文化产业良性循环发展之路。

---

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：傅瑞霖，电话：85911016。