

广东省文化厅厅长解读《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》

发挥广东示范引领作用 分类指导公共文化建设

譚志红 刁定宏

近日,《中共广东省委办公厅、广东省人民政府办公厅《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》》(以下简称《实施意见》)正式印发,这标志着广东省以构建现代公共文化服务体系为目标,以推动公共文化服务均等化、标准化、社会化、数字化为主要内容的重大惠民工程正式起航。就《实施意见》的出台、内容、落实等问题,广东省文化厅党组书记、厅长方健宏做出如下解答。

问:《实施意见》是在怎样的背景下出台的?它对广东省的文化建设有什么重要意义?

答:广东省实施建设文化强省战略以来,公共文化服务体系建设取得了重大进展,用于文化建设方面的投入不断增加,一批重大文化惠民工程相继实施,五级公共文化设施基本实现全覆盖,公共文化服务供给能力明显提升。但是,广东省公共文化服务依然存在总量偏少、质量偏低、区域发展不平衡等问题,人民群众的基本文化权益有待进一步得到保障。所以,加快构建以均等化、标准化、社会化、数字化为主要特征的现代公共文化服务体系,推动广东省公共文化服务在总量、质量和成效的提升,是新的历史发展阶段的必然要求,《实施意见》可谓应运而生。

目前,广东省正处于全面深化改革和经济社会加快发展的关键时期,文化事业发展的反哺作用及人民群众急剧增长的文化需求愈发凸显。《实施意见》的制定实施,将有利于解决公共文化建设不均衡、产品供需不对等问题,改善城乡群众的文化民生,保障人民群众基本文化权益;有利于充分发挥文化传递信念、滋养民心、弘扬美德的功能和作用,增强社会凝聚力,培育和践行社会主义核心价值观;有利于深入推进文化改革发

展,促进文化事业和文化产业“两轮齐驱”,为加快实现“两个率先、三个定位”战略发展目标,率先全面建成小康社会提供重要支撑。

问:《实施意见》有哪些主要内容?其目标任务是什么?

答:《实施意见》共分6部分22项,并将《广东省基本公共文化服务实施标准(2015—2020年)》作为附件随文印发实施。

《实施意见》提出的目标任务是:到2020年,基本建立与广东省经济社会发展水平、人口状况、人民群众需求相匹配的现代公共文化服务体系,主要指标居全国前列。

问:作为今后一段时期内广东省现代公共文化服务体系建设的重要遵循和纲领性文件,《实施意见》有何特点?

答:广东省在制定《实施意见》的过程中,坚持“遵循两办意见、立足广东实际、结合强省纲要、兼顾不同地区、目标适度领先”的原则,突出广东特色。

从总体上看,一是示范引领。充分体现广东作为全国改革开放先行地、排头兵地位,在创新文化管理运行机制上有所突破,力争在全国构建现代公共文化服务体系上发挥示范引领作用。二是注重衔接。与《广东建设文化强省规划纲要》等既定政策文件相衔接,做到公共文化事业发展的持续、平稳、有效。三是问题导向。通过明确主要抓手和重点任务,以科学、具体、易行的措施和办法,重点解决主要矛盾和瓶颈问题。四是实事求是。针对广东省区域、城乡、人群之间公共文化服务的差异,分类指导各地域、各人群现代公共文化服务体系建设。

从具体内容上看:在设施建设方面,突出网格化布局,着眼设施提档增效,加强文体广场建设管理,深入

推进基层文化场馆的城乡联动、部门联动和区域联动。在服务覆盖方面,在夯实阵地服务的同时,大力发展流动图书馆、流动博物馆、流动演出服务网等流动服务,并向经济欠发达地区、革命老区、民族地区等特定区域,向老年人、未成年人、残疾人、异地务工人员、农村留守妇女儿童、低收入人群等特殊群体重点倾斜,给予保障。在内容供给方面,强调公益惠民、突出岭南特色,充分利用广东省现有工作基础和历史文化资源,打造文化亮点。在创新发展方面,重点打造“广东公共文化云”,推广公共文化数字文化一站式服务;建设广东省文化志愿者队伍,广泛开展面向基层的文化志愿服务;吸引并引导社会力量参与公共文化服务体系建设,促进公共文化社会化发展;加强公共文化服务供需对接,开展群众点单式服务等。

问:《实施意见》在标准化建设方面有何举措?

答:《实施意见》围绕看电视、听广播、读书看报、参加公共文化活动等群众基本文化权益,提出了《广东省基本公共文化服务实施标准(2015—2020年)》(以下简称《实施标准》),明确了基本公共文化服务的内容、种类、数量和水平,以及应具备的公共文化服务基本条件和各级政府的保障责任。

《实施标准》具有以下几个特点:一是高于国家标准。《实施标准》以中办、国办《指导标准》为基础,只做加法,确定了总数为32条的公共文化服务实施标准。与国家《指导标准》22条相比,广东省增加了10条,主要体现在人均公共文化设施的数量、公共文化服务的半径、公共文化自助设施设备等方面。二是明确量化服务指标。《实施标准》规定的服务项目与内

容指标尽量具体量化,用数据和标准规范进行阐述,便于指导基层、明确任务。部分项目采用人均指标,力求合理科学。三是形成动态指标体系。《实施标准》以县为基本单位推进落实,要求各地制定地方实施标准,有条件的地区还要在底线标准基础上适当提高,形成上下衔接、符合群众实际需求的标准指标体系。同时,形成动态调整机制,根据标准实施具体效果和经济社会的发展变化,适时调整完善。

问:接下来,如何把《实施意见》落到实处?

答:一是加大政府财政投入,鼓励社会力量积极参与,建立健全公共文化服务体系建设多元投入机制。加大政府性基金与一般公共预算的统筹力度,进一步落实好中央和省级财政通过转移支付对老少边穷地区基本公共文化服务的资金保障和对社会组织、机构和个人捐赠公益性文化事业单位所得税扣除政策等。

二是建立健全动态监测机制和绩效考评机制,加强督促检查;积极引入社会第三方评估机构,强化对地方公共文化建设综合性考评,推动地方各级政府制定配套政策,明确实施步骤和具体措施,抓紧落实、力求成效。

三是加快公共文化立法进程,修订完善《广东省公共文化服务促进条例》,加快推进公共图书馆条例、版权保护条例等法规制定,加大文化执法力度,强化公共文化法治建设,依法依规推进现代公共文化服务体系建设。

四是创新公共文化管理体制和运行机制。转变政府职能,进一步简政放权,减少和下放行政审批事项,加强事中事后监管;推进地方建立公共文化服务协调机制;深化文化事业单位改革,落实单位法人自主权;鼓励社会力量参与公共文化设施的运营与管理。



第二届华强北商圈文体艺术节开幕,活动精彩纷呈。(华强北街道群众文化学会供图)

文化风起华强北

——深圳现代文化建设系列报道之三

唐艳琴

在文化大发展大繁荣的时代大潮中,“中国电子第一街”——深圳华强北适时调整发展方略,将“文化”作为第三次转型升级的切入点,全面提升商圈的品质和内涵,努力将华强北商圈建设成为最具特色的“商业繁荣地、旅游目的地、文化展示地和创新发源地”,不断满足居民群众日益增长的物质文化和精神文化需求,不断增强辖区商家对华强北的认同感、归属感,不断促进商圈文化朝着深层次、多元化方向发展。如今,华强北商圈经济繁荣与特色文化相映生辉,为推动街区文化建设提供了强大动力和广阔空间。

“繁荣节庆营商活动,打造文体活动品牌,推出精品文艺作品,是建设商圈文化的核心内容。站在新的历史起点上,华强北街道以时尚文化和群众文化相结合、商圈文化和社区文化相结合、社会文化和企业文化相结合,大力实施价值引领、文化惠商、精品创作和人文环境提升等建设,深化‘商圈特色文化’的丰富性、连续性和影响力,着力打造全国独具都市文化特色的街区。”华强北街道党工委书记、办事处主任蔡转弯介绍说。

“繁荣节庆营商活动,打造文体活动品牌,推出精品文艺作品,是建设商圈文化的核心内容。站在新的历史起点上,华强北街道以时尚文化和群众文化相结合、商圈文化和社区文化相结合、社会文化和企业文化相结合,大力实施价值引领、文化惠商、精品创作和人文环境提升等建设,深化‘商圈特色文化’的丰富性、连续性和影响力,着力打造全国独具都市文化特色的街区。”华强北街道党工委书记、办事处主任蔡转弯介绍说。

“政企民”合心 商圈文化活动精彩纷呈

近年来,华强北街道充分发挥区域文化资源优势,与中国联通、腾讯等企业紧密结合、加强联动、优势互补,以“华强北商圈文化节”为载体和纽带,开展独具特色的商圈文化活动和社区公共文化服务,手机游戏街头争霸赛、公益电影进社区、“你选书,我送书”上街服务读者及各类文体培训班等文化惠民、惠商活动相继举行,让辖区市民就近方便地享受公共文化成果。

华强北的商圈文化建设,正逐渐形成“政府主导,社会参与,全民共享”的新模式。“华强影像空间”作为华强集团旗下华强电子世界打造的最新、最大型服务平台,通过加强卖场、经销商、消费者之间的互动,最大限度地利用实体卖场的场地资源,让消费者享受线上购物不能比拟的超值消费体验,也使摄影爱好者拥有了高素质交流平台、商家拥有了高质量活动空间。

“利用这个平台,我们会不定期组织开展摄影活动、摄影交流会,为广大摄影爱好者提供更好的学习交流环境。”作为在华强影像空间为摄影爱好者提供免费课程的商家之一,“深鸿摄影俱乐部”负责人袁多树介绍,如今在华强影像空间,商家和摄影爱好者可以实现摄影技术学习培训、拍摄交流、活动展示,以及器材的体验及采购、产品展示、新品推介等。

开展商圈文化活动,华强北街道努力做到“问政于民”“问需于民”“问计于民”,不定期组织商圈企业代表、群众召开沟通交流会,以“倾听民意、激发民智、凝聚民心”的方式,让与会人员提出前瞻性、可操作性建议,多举措、多角度推动商圈特色文化建设。

立体化参与 多元文化融合创新发展

6月27日,第二届华强北商圈文化艺术节系列活动暨周末广场音乐荟月决赛举行,现场的歌声如当日的骄阳般热情;在“2015华强

北好声音”舞台,从工厂跑来直接登台表演的外来务工者、下雨天拎着湿鞋子激情演唱的音乐发烧友,他们不分男女、不分年龄、不分草根专业、不分国界,尽情展示。

华强北好声音暨周末广场音乐荟是福田区惠民微实事项目之一,2014年被评为“福田区优秀社会服务项目”“福田区十大最受欢迎文化品牌”。“活动的开展为商家群众搭建起展现自我的舞台,挖掘出一批有才能、有潜质的音乐种子,实现了政府、企业与个人三方共赢。”中航国际企业文化部大型文化活动编导、华强北街道群众文化学会艺术总监兼华强北好声音编导、评委李丽颖对此深有感触。

音乐元素的融入,为华强北的商圈文化注入了一股新鲜血液,“文化名人”效益凸显。首届华强北好声音的冠军袁金福是非科班出身的草根歌手,他今年6月中旬参加了在海南举办的第四届“大海歌曲”电视大奖赛,取得了前20强的好成绩。“从‘华强北好声音’走出来的歌手实力不容小觑,期望这个品牌能一直做下去,并且越做越好。”袁金福说。

据介绍,华强北街道将继续以文化站为平台,不断深化和延伸“华强北商圈文化节”品牌内涵,以社区为舞台、多样化群众文化活动为载体、丰富辖区群众文化需求为目标,充分发挥和谐文化影响人、培育人、塑造人的引领功能,开展华强北好声音、华强北手机游戏街头争霸赛等一系列商家点赞、群众欢迎、社会关注的品牌活动。

转型升级 商业兴旺与文化繁荣相得益彰

7月7日,华强茂业百货正式变身“华强茂业天地”,跳出传统意义百货商场的经营模式,集购物、体验、生活、娱乐为一体,成为具有时尚潮流和艺术、品位的空间。

华强茂业天地店长助理陈小英表示,昔日的华强北以电子产品取胜,如今“华强北商圈特色文化建设”概念的提出及实践表明,商圈文化与群众文化融合发展,对打造多元文化街区、聚集商圈人气、推动华强北持续繁荣起到了积极的作用。

为了改变商圈基础文化设施建设的薄弱局面,华强北街道文化站设置了图书馆、多功能厅、书画社、排练演出厅、体质测试点、音乐培训室、非物质文化遗产工作室、陈列展览室等,这些设施如同一座座知识的宝库、文化的灯塔,改变和提升了辖区企业、商家、群众的文化素质。

“有些商家认为,商业与文化的直接关系不大,其实,企业不仅要实现经济利益,还兼具社会责任。要以增强诚信经营意识为重点,推进和谐商圈文化建设,推进各类惠民惠商的文化活动,培育街区文明社会的新风尚。”华强北街道群众文化学会会长吴赛锋说。

随着深圳地铁、路网建设等一系列公用配套设施工程的建设及完善,城乡居民的生活品质将大大提高。从长远看,随着华强北立体街道的建成、城市更新改造和转型升级,华强北将实现“国际商业名街”的全新跨越,文化建设的作用在其中显得越发重要。

五个小故事,诠释东莞漫博会

潘新潮

中国国际影视动漫版权保护和贸易博览会(简称“漫博会”),由国家新闻出版广电总局(国家版权局)、广东省政府主办,东莞市政府、广东省文化厅、广东省新闻出版广电局(版权局)、广东广播电视台承办。自2009年开始,已在东莞成功举办6届,形成集版权保护与贸易、产业对接和行业交流于一体的商贸平台、文化平台,在国内形成了“北杭州、南东莞”的行业展会格局。

东莞漫博会究竟有何特殊的吸引力?透过以下几个小故事,可以找到答案。

第一,大浪淘沙的故事。据统计,2013年全国各地与动漫有关的节展多达65个。去年8月,全国清理和规范庆典研讨会论坛活动工作领导小组发布,经专家组评审、领导小组审议,并报请国务院批准,同意保留下来并继续由国家新闻出版广电总局作为联合主办方的国家级动漫展会,全国只有两个。一是在杭州举办的中国国际动漫节,二是在东莞举办的中国国际漫博会。东莞漫博会在国内60多个同行展会的激烈竞争中脱颖而出,成为行业内最有价值、最受认可的展会之一。

第二,天成动漫的故事。天成动漫是2008年创办的东莞本土原创动漫企业,开发了“东莞四眼”“卡乐拉拉”等动漫形象。该公司注重版权保护,在过去的3届漫博会上,充分利用“一站式”版权服务,免费登记版权128件,既节省了版权登记费用,又有效保护了作品版权。

版权保护和交易是动漫产业赖以生存和发展的生命线,而东莞漫博会正是以动漫版权保护和贸易为核心内容的国家级展会。每届漫博会,主办方都会不吝投入,组织近50人的专业团队,在主会场设立动漫作品版权服务区,在分会场加强版权管理,向参展商提供免费、优质的一站式版权服务。据统计,前6届展会共免费完成1007项著作权登记。同时开设漫博会官网版权交易服务专区,协助企业和个人获取参展企业版权信息,促进版权交流合作。

第三,拽猫的故事。拽猫是东莞

几个二十来岁的年轻人于2008年创造的一个动漫品牌,至今它既没有自己的动画影视,也没有自己的漫画图书,甚至没有自己的完整故事,有的仅是一只拽猫的漫画形象。该品牌通过连续参加6届东莞漫博会,不断宣传推广自己的动漫形象,现已达成10项品牌授权,合作开发生产了5大系列动漫形象衍生产品,发展了300多家线下合作商店,加上淘宝商城销售,每年销售额过千万元,2013年入选“国家动漫品牌建设和保护计划”。“拽猫”如今已经成为深受年轻人喜爱的潮流品牌。

像拽猫这样创立动漫形象然后直接进入衍生品设计生产环节的企业,在东莞还有贝妮兔等。他们的共同之处在于,虽然投放于前期形象设计和宣传的资金并不多,但从衍生品生产销售回收的资金多而快,因而更容易存活成长。

东莞漫博会依托东莞动漫衍生品制造优势,能够极大地促进动漫企业的成长壮大。东莞作为享誉全球的国际制造业名城,拥有强大、优质、快捷、小批量的动漫衍生品制造能力,全市仅玩具、服装、食品、家具、礼品饰品五大行业的动漫衍生品制造企业就超过5000家。在当前转型升级的大背景下,这些企业对原创动漫企业的品牌授权等环节,有十分旺盛的需求。动漫企业在东莞可以通过漫博会找到合适的衍生品加工制造企业合作,这正是国内外众多原创动漫企业愿意参展东莞漫博会的重要原因。

第四,葫芦堡的故事。葫芦堡是东莞的一家民营家具生产企业,2008年受金融危机影响,亏损严重,但自从将动漫文化融入家具制作之后,业务逐步好转。2011年参展第三届漫博会,通过展示儿童艺术环保家具,订单大幅增长;在第四届漫博会上,签下中东地区1.3亿元的出口订单,生产销售“蜘蛛侠”授权家具,同时还取得了“大嘴猴”的形象授权;在第六届漫博会上,不但有多系列动漫形象家具亮相,其参股组建的动漫原创企业形象也得以展示。公司营业收入从2012年的2000万元增



原创企业代表走进衍生品企业进行考察交流对接

加到2014年的1.3亿元,增长了5倍多,净利润也增长了10多倍;2015年6月,葫芦堡以文化科技公司身份成功登陆新三板。通过4届东莞漫博会的培育,葫芦堡公司实现跳跃式发展,转型升级为东莞首家上市文化企业。

东莞漫博会具有显著的产业对接服务优势,能为不同的参展企业提供精准实效的产业对接服务:原创动漫企业能够找到大量的衍生品制造、投融资、播放渠道等合作商;衍生品制造企业也能轻松找到品牌授权、产品设计和销售渠道等合作商;动漫游戏企业能找到包括平台商和代理商在内的相关合作伙伴;衍生品制造和销售企业则能面向众多的消费者直接开展批发和零售。

第五,龙昌玩具的故事。龙昌公司1964年成立于香港,1980年进入东莞,多年来一直以代工生产玩具、出口海外为主业,20世纪90年代开始研发生产销售自主品牌的智能、教育玩具。目前,共申请专利365件,申请商标注册56件。从2009年开始,参加了5届漫博会,获得迪士尼公司“汽车总动员”“小熊维尼”等多项形象授权,实现强强联合,有效扩大了玩具品牌的知名度和销售业绩,现已发展成为年销售超4亿元的玩

具生产企业。

企业参展东莞漫博会,可以获得与国内外行业巨头面对面交流、点对点合作的良好机会。凭借位于改革开放前沿的地理人文优势,东莞漫博会搭建起国际化交流平台,每年吸引10多个国家和地区超过60家海外企业参展,这些企业包括迪士尼、漫威、华纳、英国BBC、曼迪等国际著名品牌商及代理商,他们为漫博会带来了新经验、新技术、新产品、新商机。参展企业有机会与国内外行业巨头亲密接触,分享成功的奥秘,签下合作的协议。比如东莞冠霆玩具公司去年就与迪士尼签订超过1000万元的玩具模型授权协议。

第七届漫博会将于今年8月20日至24日在东莞的广东现代国际展览中心3号馆举办,主会场面积近4万平方米,将举办影视动漫版权交易会(专业展)和动漫游戏嘉年华(大众展)两大展览。另外设立7个分会场,各会场错位设计,相互联动,营造全城动漫氛围。本届漫博会将举办2015中国动漫作品“金羊奖”评优、2015中国动画电影高峰论坛、版权的价值挖掘与商业转化峰会、品牌授权对接会、动漫衍生品发布会等10多项专业活动。

(本文作者系中共东莞市委常委、宣传部部长)