



品牌赋能高质量发展 增强人民群众文化获得感

上海群众文化品牌成果丰硕

长三角文采会

上海市群众艺术馆

2017年,上海市群众艺术馆在全国首创“文采会”,2019年升级开创“长三角文采会”,为公共文化服务供给侧改革提供了上海智慧和上海样板。连续举办10届,累计展示各类产品近2.5万项,近1400万人次观展,意向总金额达10.7亿元,成为目前全国范围内设立最早、举办时间最长、参展主体最多,能真正实现“落地、采购、服务”的区域文采会。

上海徐家汇书院“丈量书院导览服务”

上海市徐汇区图书馆(土山湾博物馆)

徐家汇书院是徐汇区图书馆新馆,位于上海首个4A级开放型都市旅游景区徐家汇源的核心地段,是一座集文献阅读、展览讲座、艺术鉴赏、文创集市、旅游导览等服务为一体的全媒体时代复合型图书馆。“丈量书院”是徐家汇书院每天定时的品牌公益导览项目。导览员以“书院八景”为线索,通过对书院建筑、展陈、设计、服务等介绍,带领观众多元立体地感受徐家汇“贯通古今,融汇中外”的历史文脉,以及徐汇兼容并蓄、开放创新的海派文化基因。目前已有逾1.4万人次参与。

上海奉贤“贤美文化”艺术新空间

上海市奉贤区文化和旅游局

上海市奉贤区近年来以“贤美文化”为特色标识,积极践行人民城市重要理念,全方位深入发掘以“敬奉贤人,见贤思齐”为核心的“贤美文化”内涵。持续将“贤美文化”内涵植入城市建设中,依托区域内的自然禀赋,结合人文、自然景观元素,通过集聚资源,构建“九棵树”交融空间;优化供给,串联“上海之鱼”城市空间,深挖内涵,打造“贤美文化”实践空间等方式,不断丰富奉贤新城的文化新空间布局,进一步提升区域文化软实力。

上海浦东“望江驿”文化客厅

上海市浦东新区文化体育和旅游局

“望江驿”是位于黄浦江东岸滨江的一系列服务驿站。浦东新区文旅局依托2、3、4、5号特色驿站,打造“望江驿”文化客厅品牌,以线上线下相结合的方式,推出高品质电视专题节目、网络系列直播和丰富多彩的线下实践活动,为老百姓提供更加优质的文化服务。4个驿站日均接待量千余人次,已累计吸引全国各地游客及国外参访团等超过20万人次参观。未来将以浦东“15分钟公共文化圈”建设为抓手,持续擦亮“世界文化会客厅”名片。

上海虹口“和平书院”

上海市虹口区文化和旅游局

“和平书院”是虹口区委、区政府践行“人民城市”理念,推出的文化和绿化相融合、阅读和行走皆相宜、生态和生活均可享的公共文化空间,是上海首个24小时城市公园图书馆,也是上海首家以政府购买服务的方式委托社会力量进行日常管理运营的区级公共图书馆。自2024年4月23日开馆以来,已累计接待市民读者超130万人次,实现图书借还40万余册次;开展各类公益性公共文化服务100余场,参与读者超近4万人次。

龙狮共舞、滚灯跃动——上海国家级非遗项目“奉贤滚灯”与浦东非遗“三林舞龙”同台献艺,尽显活力……12月23日,以“品牌赋能群众文化高质量发展”为主题,2024群众文化品牌发展大会在上海市奉贤区举办。90个2024年中国群众文化品牌典型案例及其提名案例揭晓,上海群众文化品牌的丰硕成果备受瞩目,13个项目获殊荣。

虹口分中心虹口“国潮四季”非遗品牌活动

上海市虹口区文化馆、上海市非物质文化遗产保护中心

“国潮四季”是虹口区创新打造的非遗品牌活动,结合中秋、元宵等传统节日,在石库门、公园等生活场景,聚焦中医养生、元宵灯会、传统婚俗等主题,将传统文化和现代生活紧密连接,推动非遗与百姓生活场景相连接,现已开展夏季养生市集、“万安灯会进万安”元宵灯会、“冬日甜蜜”婚俗主题等5场系列活动,通过一系列活动的开展,让非遗更好地融入当代市民生活,展示非物质文化遗产“见人见物见生活”活态传承理念。

浦东文化团队12小时大直播

上海市浦东新区文化艺术指导中心

“大地繁花”是浦东新区从2016年开始创立的文化团队建设品牌,其中包括团队评选、交流展演、颁奖展演、云上跨年盛典、12小时直播展演以及配套的汇编书册、新媒体直播宣传等。特别是从2023年开始,通过每年一届的12小时大直播大展示,汇集2000多名演职人员,吸引近百万受众在网上观摩、打卡、评论、点赞,浦东文化团队的时代风采得到全方位的推广展示和传播,成为浦东市民践行习近平文化思想的成功案例,团队建设的影响力实现质的提升。

上海“市民艺术夜校”

上海市群众艺术馆

上海市民艺术夜校创始于2016年,由上海市群众艺术馆作为项目的主要策划执行单位,坚持以市民需求为导向,开拓进取、守正创新,以场所更多元、课程更丰富、师资更专业、管理更规范为特色,为市民打造家门口的文化好服务,以优质的延时服务,实现提升市民文化素养、以美育人的新目标。近年来,市民夜校共开设文化艺术普及课程2958门,设立400个教学点,线上线下受众约80万人次。50家省级以上媒体对该项目报道300余次,项目多次登上微博热搜榜首。2022年,市民夜校被列入上海市民办实事项目,2023年被列入上海市2023-2025民心工程,2024年被列入上海文化品牌大会最受市民欢迎案例20例。

嘉定“我嘉”公共文化服务品牌体系

上海市嘉定区文化和旅游局

“我嘉”系列品牌是嘉定区不断坚持人民城市建设理念,积极践行融合共享重要理念,立足“我嘉书房”模式,集群化打造由文化新空间、群众文艺团队、公共文化服务品牌构成的公共文化服务品牌新体系。其从单一的公共阅读服务示范品牌向主题化、集群化、品质化升级拓展,推进品牌共建、阵地共用、活动共享,实现了公共文化空间、团队、活动的深度融合和公共文化服务供给的优质均衡,增强了人民群众文化获得感,推动了基层公共文化服务转型升级。

长三角阿卡贝拉音乐大赛

上海市徐汇区文化和旅游局

长三角阿卡贝拉音乐大赛,源自上海市民阿卡贝拉音乐大赛,历经近十年的培育与深耕,现已成长为以“专业化的全民音乐大赛”为目标的音乐盛事。大赛致力于为阿卡贝拉音乐普及提供沃土,为阿卡贝拉团队培育提供支持,打造更具欣赏性、参与性、专业性、普及性于一体的高质量音乐赛事。与此同时,沪苏浙皖三省一市携手成立长三角阿卡贝拉联盟,创新文旅商跨界融合模式,推出“阿卡日”、美育行动等一系列推广普及活动,显著提升大赛的品牌影响力,激发文旅消费新活力,为长三角区域的文化交流与发展做出了重要贡献。

上海苏州河艺术品牌建设

上海市静安区文化和旅游局、上海市普陀区文化和旅游局

苏州河是上海的母亲河,苏州河畔的静安区、普陀区围绕艺术和文化打造苏州河群众文化品牌。静安区着力打造“艺术苏河”品牌,推动国内外艺术展览展示、文化生态元素在苏河水岸集聚,充分发挥文化艺术的纽带作用,增加公共文化配置,举办文化节展赛事,推进文旅商深度融合,打造苏河湾世界级滨水公共空间。普陀区深耕“半马苏河”品牌打造,着力丰富包含“艺起苏河show”和“艺起苏河美育课堂”在内的“艺起苏河”公共文化服务项目,提升文旅节展品质,相继建成多个重大文旅载体,推动资源直达基层,文化赋能美好生活,加快打造“半马苏河”文化秀带。

中国上海国际艺术节“艺术天空”

中国上海国际艺术节中心

作为中国上海国际艺术节重要板块之一的“艺术天空”系列演出,自2014年创办以来,坚持践行人民城市理念,聚焦人民美好生活需要,不断提升内容品质、创新演艺场景、优化服务体验,突显国际性、创新性、亲民性的品牌特色。为充分释放上海作为国际演艺码头的强大势能,持续放大中国上海国际艺术节的溢出效应,“艺术天空”始终致力于拆去剧院“围墙”,打通高雅艺术到城市生活的“最后一公里”,以经典、前沿、跨界和多元的国内外演艺资源,不断满足大众多样的精神文化需求与对美好生活的新期待。

豫园灯会海外展

上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司

“豫园新春民俗灯会”自1995年在豫园地区首次举办以来,已连续成功举办29届。每年吸引超400万国内外游客赏灯游览,体验非遗艺术,感受中国文化,成为春节期间公众在上海感受传统年味及东方美学的绝佳体验场域。2024年是中法两国建交60周年暨中法文化旅游年,为积极响应中法两国元首会晤达成的共识,豫园灯会首次走出国门、跨越山海。2023年12月15日至次年2月25日期间,第二十九届豫园灯会点亮法国巴黎与中国上海两座城市,共同喜迎2024年新春。60架大型灯组、2000余盏花灯、生肖龙和《山海经》中奇珍瑞兽、现代新媒体灯光技术、沉浸式演艺活动、原汁原味的“中国味道”,共同构成一个“中西融合、东情西韵”的如梦如幻之境,以花灯见证中法友谊。

