
上海文化改革发展的探索与实践

胡劲军¹

(上海市发展改革研究院 200032)

【摘要】：以社会主义核心价值观为主线，以文化民生为取向，开展公共文化、文化产业、文化市场三个体系中重大战略问题、全局问题的新探索与新实践。以文化立魂为引擎，在推动核心价值构建中着力；以文化需求为导向，在加强文化民生建设中给力；以城市形象为坐标，在营造城市文化氛围中发力；以增强软实力为目标，在发展主导文化产业中用力；以扩大开放为手段，在推动文化跨界融合中聚力。

【关键词】：上海 文化 探索 实践

近两年来，市文广局按照中央和上海市委、市政府、市委宣传部对文化的新部署新要求，以习近平总书记的系列讲话精神为指导，以社会主义核心价值观为主线，以文化民生为取向，积极开展与上海国际文化大都市目标相适应的公共文化、文化产业、文化市场三个体系中一系列重大战略问题、全局问题的新探索与新实践，取得了显著成效。

一、以文化立魂为引擎，在推动核心价值构建中着力

核心价值观是城市的灵魂，核心价值观同样也是文化的灵魂。将核心价值观构建作为文化发展的第一要务，探索和运用七种文化方式推动核心价值观构建，力求内化于心、外化于行、固化为制、转化为力。

1、舆论先导。

一是推动主流媒体发挥传播社会主流价值的主渠道作用。引导全市广播、电视及新媒体把社会主义核心价值观贯穿到日常形势宣传、成就宣传、主题宣传、典型宣传、热点引导和舆论监督中。推动市级电台、电视台及新媒体拿出重要时段、开辟专栏专题，运用新闻报道、言论评论、访谈节目、专题节目等形式，广泛传播核心价值观。

二是推动区县、行业类媒体发挥自身优势，联系群众身边事例，运用大众化语言，在生动活泼的报道中引导人们培育和践行核心价值观。推动全市网络媒体把核心价值观体现到网络宣传、网络文化、网络服务中。

三是推动形成有利于核心价值观传播的社会舆论环境，做好重大文化信息网上发布，回应市民文化关切，主动有效进行舆论引导。推动中华优秀传统文化和当代文化精品网络化传播，创作适宜新兴媒体传播、格调健康的网络文化作品。

四是依法加强网络社会管理，加强对网络新技术新应用的管理，规范网上信息传播秩序。加强社会思潮动态分析和文化引领，强化文化热点难点问题的正面引导，在尊重差异中扩大社会认同，在包容多样中形成思想共识。

2、艺术熏陶。

作者简介：胡劲军，上海市文化广播影视管理局局长。

一是从艺术的思维出发整合全市创作力量，推动创作一批弘扬核心价值观为主题的思想性艺术性观赏性相统一的文艺作品，用优秀作品弘扬真善美，贬斥假、恶、丑。

二是加强对新型艺术业态、艺术样式的创意引导，着力培育一批弘扬和传播核心价值观的新型艺术品种、艺术项目和艺术园区，让不同类型的文化艺术和艺术形式成为弘扬核心价值的生动载体。

三是加大对优秀文化艺术产品的推广力度，向社会、市民和世界推广一批具有核心价值元素的高雅艺术精品、通俗艺术名品和民生文化艺术优品。持续开展优秀文化艺术产品展演展映展播活动、经典艺术作品阅读品鉴活动。

四是加强文化艺术载体建设，拓展载体功能，推动在东方明珠电视塔、虹口足球场等户外大屏中加强对核心价值观内容的滚动播出与宣传，形成持续视觉艺术效应。

五是在电影院线系统、农村电影放映、城市户外公共放映点、微电影、微视频中，推荐放映一批彰显核心价值观题材的优秀影视艺术作品。

六是以核心价值观构建为出发点和落脚点，进一步完善文化艺术评价体系，严格遵循核心价值观价值取向标准，对全市文艺作品开展评论、评奖。

3、服务引领。

一是以核心价值观构建为取向，加速建设上海现代公共文化服务体系，确立现代公共文化服务的上海标准和规范，按照中央提出的当好排头兵和先行者的要求，继续推进上海现代公共文化服务体系建设走在全国前列。

二是立足于公共文化服务的均衡性和便捷性，围绕核心价值观构建，进一步加强城市15分钟公共文化圈打造，提升服务圈品质，完善服务圈格局，让人民群众共享文化发展成果。

三是在全新的内容供给格局中，坚持以市民的核心价值观需求为导向，丰富供给内涵，创新供给方式，提高供给效能，形成具有核心价值观核心效应的上海供给品牌。

四是在全市公共图书馆、文化馆、美术馆、博物馆、纪念馆、社区文化活动中心等公共文化载体嵌入核心价值观表达要素，丰富视觉感知，设置互动平台，使市民在参与服务中自觉接受核心价值观的引导。

五是在公共文化万人培训计划中，增加核心价值观培训内容，加强核心价值观培训课程设置，以核心价值观的秉持为目标，开展对培训结果的考核。

六是在公共文化云建设中，将核心价值观的关键指标与数字文化的数据指标有机结合，推动数字文化与核心价值观构建的内在统一、互动融合。

七是在社会文化主体丰富中，坚持以核心价值观为引擎，催生一批自觉参与核心价值观构建的社会文化主体。以职能转变为核心，以有利核心价值观构建为标尺，处理好政府、社会和企业的关系。在核心价值观建设中，凡可依靠社会做的，政府不主导；凡属企业的微观活动，政府不干预；凡市场可决定的，政府不插手。

4、传统灌输。

一是以核心价值观为主旨，不断丰富城市文化积淀，延续城市文脉，加大文物保护和非物质文化遗产保护力度，加强新出台的《上海市文物保护条例》宣传执行，推动非遗立法。

二是推动建设上海优秀传统文化传承体系，对传承什么、怎样传承开展调研，研究建立传承目录和传承资源库。加强对体现核心价值观优秀传统文化思想内涵与价值的挖掘，梳理和萃取中华文化中的思想精华，让优秀传统文化在新的时代条件下发扬光大。

三是在为市民提供的全市文化导览中，充实和融入核心价值观内容，继续在全市文化窗口为市民免费发放文化导览图谱。

四是重视民族传统节日的核心价值观熏陶和潜移默化的文化教育功能，丰富民族传统节日的核心价值观内涵，开展体现核心价值观优秀传统文化教育普及活动，使传统文化节日成为传播核心价值观的有效载体。

五是发挥博物馆教育功能，深入挖掘和充分阐释文物资源的历史、文化价值，推动形成系列反映民族历史、展现民族精神的优秀展览，形成系列宣传爱国主义、彰显时代精神的精品力作。重点在文博资料包、文博进课堂、乡土教育、爱国主义教育基地中增加核心价值观内容，分阶段有序推进学校优秀传统文化教育。

六是以传统文化为核心内容，适应各类人群核心价值观构建需求，创新建立《市民文化读本》，并通过多种形式，向市民推荐阅读，在阅读中净化灵魂、美化心灵、陶冶情操。

5、活动感染。

一是继续依托举手机制、发英雄帖机制、发动社会主体参与机制，在成功举办首届市民文化节的基础上，更加富有创意、创造、创新的举办好第二届市民文化节，建立“1+17”联动网络，丰富以核心价值观为核心的办节内涵，完善用核心价值观构建检验节日效果机制，使市民文化节真正成为拥有核心价值观禀赋的市民文化节日。

二是推动挖掘全市各种重要节庆日、纪念日蕴藏的核心价值观教育资源，利用五四、七一、八一、十一等政治性节日，三八、五一、六一等国际性节日，党史国史上重大事件、重要人物纪念日等，举办庄严庄重、内涵丰富的群众性庆祝和纪念活动。

三是利用党和国家成功举办重要会议等大事、妥善应对难事时机，因势利导地开展各类核心价值观教育活动，在活动中凝聚人心、促进和谐。

四是利用中国上海国际艺术节、上海国际电影节、上海电视节、全国优秀儿童剧展演等节庆时机，运用各种文化平台、文化路径、文化手段，推动核心价值观的正效应释放。在各类重大文化节庆中，注重体现核心价值观内涵的规划设计，注重有利弘扬核心价值观的节目选择导向，注重以面向各类人群尤其是青少年核心价值观涵养的实践引领，注重提升以核心价值观为主导品质的节庆品牌。

五是进一步加强对全市各类文化活动的管理。文化活动不仅有质的标准，也有量的总控。对文化内涵缺失、文化品位不高，不符合核心价值观导向要求的活动严格控制，建立活动正面清单，实行目标管理。

6、市场渗透。

一是继续加强文化市场政策法规建设，在文化市场政策法规建设中，加强对有利传播和弘扬核心价值观的刚性表达，为核心价值观的培育和养成提供法律支持，对不符合核心价值观构建要求的过时的法规立、改、废。

二是在自贸区和全市文化准入和审批中，重点加强对核心价值观导向的考量，坚持依法审批，加强流程再造，规范审批行为，坚决抵制有违核心价值观的精神文化产品。

三是在影视、电影、演艺、动漫等八大文化产品的生产中，重点扶持和推动对体现核心价值观内容产品的生产与政策扶持。

四是在迪士尼、梦工厂、佳士得等国际知名品牌建设中，推动娱乐业产品推介与核心价值体系观构建的有机统海文化改革发展的探索与实践一。

五是在环人民广场剧场群等全市剧场、各类动漫、游戏游艺、网吧、文化娱乐场所，加强体现核心价值观剧目、动漫和游戏游艺产品、网络和文化娱乐内涵及功能、文化环境布置和创意。

六是注重发挥各类文化发展基金、专项经费在核心价值观构建中的牵引和保障作用，重点加强对主动承担核心价值观引领各类市场主体的资金支持，加强对支持重点民营企业履行核心价值观构建责任国内外资本的撬动和吸引。

七是围绕核心价值观构建，引导和推动做大做强上海文化消费市场，促进上海文化消费市场不仅有活力，更有核心价值观内涵。

八是加强对城市街头艺术的管理，开展街头艺人立法调研，对有违核心价值观的街头艺术行为，及时加强疏导乃至取缔。

7、机制撬动。

一是建立广播影视等媒体加强核心价值观舆论宣传引领的督促检查机制，不断增强媒体在核心价值观构建中的社会责任。

二是建立图书馆、文化馆、美术馆、博物馆、社区文化活动中心等核心价值观引领的跟踪检查机制，增强各类文化场馆在构建核心价值观中的自觉性。

三是建立全市重点领域、重点区域、重点文化载体开展核心价值观引领的督促检查机制，更好地激发社会主体参与核心价值观构建的内在动力。

四是建立文化点、文化带、文化线、文化圈、文化长廊、文化街区核心价值观引导综合检查与评估机制，推动形成全市核心价值观构建合力效应。

五是建立核心价值观进园区、居住小区、学校、医院、旅游景点、各类企事业单位的统筹督促检查机制，将检查结果纳入先进文化区县、文明单位、创先争优先进单位评选指标范围。

六是将核心价值观构建列入全社会、全行业、全系统重点工作一体推动机制，开展顶层设计，结合制订新一轮文化发展规划，研究制定上海核心价值观构建近期、中期、长期规划和三年行动计划。

七是创新核心价值观建设考核与文化工作考核同步计划、统筹安排、整体推进机制，确保核心价值观构建落到实处。

八是建立全市文化条线核心价值观构建中先进典型的发现、培养、表彰、激励机制，在全社会形成崇尚真善美、抵制假恶丑的环境氛围。

九是以建设学习型大国为目标，建立以核心价值观为主题的经常性队伍学习、教育、培训机制，不断提升文化队伍的主导、引领、推动核心价值观构建能力。

十是建立各级主要领导对构建核心价值观亲自抓、负总责机制，将核心价值观构建列入各级领导和机关责任目标考核内容，形成层层负责、各负其责、各司其职、齐抓共管的工作格局。

同时制定了把核心价值观日常化、具体化、形象化、生活化的落细落小落实的举措：

1、在落细上，坚持细处着眼，润物无声。发动机关和基层，梳理并形成核心价值观落细要目，将核心价值观的抽象概念、丰富内涵具象化，融入公共文化服务的细节里，体现在公民日常文化行为中，让人们在文化生活中感知它、领悟它。坚持从细节入手，细化目标、细致态度、细密措施、润物无声。

将目标大而化小、小而化实，分解成具体可操作的任务、项目。根据不同群体的特点分类指导，在文化引导、舆论宣传、艺术熏陶、实践养成、制度保障中因情因人而异，在现实针对性上做足功夫。将核心价值观构建的总目标细化，细分项目、精细规划、注重细节、把握细微，让核心价值观在文化牵引下进设施场馆、进内容生产、进文化活动、进艺术空间、进学生课堂、进消费市场、进社区家庭、进人文窗口。

创新六个一套，即一套体现核心价值观的公共文化服务方式、一套拥有核心价值观追求的创作品牌、一套具有核心价值观元素的融合发展体系、一套助推自觉践行核心价值观市场主体做大做强的扶持机制、一套面向各类人群的核心价值观传播和引导网络、一套拥有核心价值观内涵的社会文化成果评估标准。

2、在落小上，注重小处着手，以小见大。突出把“小”的文章做足做好，找准价值观建设的着力点。坚持小中见大的方法论，通过小故事、小节目、小活动、小演出等，引导市民注重日常养成，从点滴做起、从身边做起、从自己做起，将核心价值观融化于社会生活深处，落脚在市民的一言一行中。

从具体文化行为入手，在媒体宣传中教化、在优质服务中强化、在艺术熏陶中感化、在日常生活中固化、在文化民生中同化。创新在场、在地、在线、在屏文化方式，丰富艺术空间载体，优化各类文化活动资源，在潜移默化中传扬崇德向善的感人事迹。让人们真切体悟到真善美就在身边，逐步涵养传递爱与善的自觉。

加强落小思路和方式创新，坚持在舆论引导中用立身做人的小道理诠释核心价值观的大道理，在公共文化中用体现核心价值观的小窗口凸显亲民便民的大服务，在氛围营造中用拥有核心价值观内涵的小活动彰显文化发展的大形象，在跨界发展中用富有核心价值观禀赋的小项目促进文化与相关领域的大融合，在人才培养中用核心价值观养成的小点滴推动构建文化人才的大舞台。

3、在落实上，实处着力，知行合一。于实处用力，从知行合一上下功夫，将核心价值观才能内化为追求，外化为行动。以落实为导向，建立和完善支撑核心价值观的制度体系，形成弘扬核心价值观的法律支持、政策保证和机制保障，用刚性制度树立道德天平、引导价值判断、规范行为取舍。

强化各级领导在核心价值观构建中的责任，坚持将核心价值观构建列入文化工作重要议事日程，做到思想上求实、工作上扎实、作风上严实、措施上务实。用人们喜闻乐见的文化方式，把核心价值观贯穿于文化发展的各个环节中，真正让人们入眼、入耳、入脑、入心。探索一套与文化特点相适应的落细落小落实方式，发育一套数字化检验评估标准。

将核心价值观构建作为文化发展的出发点和落脚点，检验设施作用发挥，不仅看是否免费开放，而且看开放项目中是否具

有核心价值观内涵，检验文化产业发展成效，不仅看具体指标，而且看产品中有无体现核心价值观追求，检验文化市场管理，不仅看市场繁荣程度，而且看在市场中有无凸显核心价值观元素，检验文化活动绩效，不仅看活动规模、质量，而且看活动本身核心价值观含量，检验传统文化，不仅看传统文化的资源积累，而且看传统文化在促进核心价值观构建中有无得到弘扬，检验文化融合发展，不仅看融合形式，而且看融合是否有利于核心价值观构建。

二、以文化需求为导向，在加强文化民生建设中给力

文化民生是文化改革发展中人民最关心、最直接、最现实的利益问题。文化大发展大繁荣，最根本的是保障和改善文化民生。随着百姓精神文化需求的日益增长，文化民生比过去任何时候都更为重要。近年来，以保障和改善文化民生为目标，按照公益性、基本性、均等性、便利性的原则，大力推进以覆盖城乡的公共文化服务体系建设为重点的文化民生建设，取得了新的成效。

（一）设施建设能级显著提升

进一步加强了以社区和农村为重点的基层公共文化设施建设。目前，上海共有公共图书馆 238 个（其中，郊区图书馆 123 个），市区级文化馆（群艺馆）26 个（其中郊区文化馆 12 个），博物馆 114 个（其中郊区博物馆 31 个），美术馆 32 个（其中郊区美术馆 6 个），社区文化活动中心 203 个（其中郊区文化中心 111 个），东方社区信息苑 379 个（其中郊区信息苑 110 个），居（村）委综合文化活动室 5245 个（其中村委综合文化活动室 1646 个），可容纳 200 至 1500 人的文体广场数百个，完成有线电视“村村通”和有线电视“户户通”，农村有线电视入户率达到 80%，9 个郊区（县）基本实现农村数字电影放映点全覆盖。

城乡一体、纵横贯通、资源共享的市、区（县）、街（镇）、居（村）四级公共文化设施网络基本建成，15 分钟公共文化服务圈日臻完善。全市标志性文化艺术场馆中华艺术宫自 2012 年开馆试运行以来，共接待观众 450 万人次，日均接待量超 6800 人次；展厅增至 35 个，展示面积扩大到近 7 万平米，举办各类展览 74 个，展出作品逾 15000 件，新收藏作品 644 件，组织开展学术活动 70 场；公共教育区域达 2 万平米，举办各类艺术教育活动 327 场，放映艺术电影 1275 场，举办“中华艺术宫之约”专场音乐会 22 场，累计参与人次逾 10 万。

（二）内容供给网络广泛覆盖

面向城乡的公共文化资源供给体系基本形成。实施广播电视村村通、文化信息资源共享、乡镇综合文化站、农村公益电影放映和农家书屋等国家重大文化惠民工程，推进公共图书馆、文化馆、博物馆、美术馆、社区文化活动中心等公共文化设施免费开放。

在全国率先建立了市群艺馆牵头，由东方宣教中心、东方讲坛、东方社区学校服务指导中心、东方社区信息苑、东方社区文艺指导中心、东方永乐数字电影以及社会力量等共同参与的市、区（县）、街（镇）三级联动的“东方系列”文化资源配送系统，为基层、社区、农村提供节目、讲座、教育培训、数字电影、文艺指导等服务，年受益近 6000 万人次。

不断创新政府社会联动、事业企业并举、国企民营参与的文化内容供给平台，推动建成公共电子阅览室 305 家，实现了对所有街道、乡镇的全覆盖，服务人次超过 1400 万。各区（县）因地制宜形成各具特色的资源供给模式，如嘉定区“百姓系列”，徐汇区“社会力量参与”等。全市公共文化设施每年服务公众 9000 多万人次，有效满足广大人民群众看电视、听广播、读书看报、进行公共文化鉴赏、参与公共文化活动等基本文化需求。

（三）群文创作活力不断激发

积极引导与扶持群众文化创作，丰富群文创作核心价值内涵，构建全市群文创作网络，建立群文创作机制，坚持以文化人，以文育人，引导人们修身立德，向上向善。依托文化部群星奖评选、“上海之春”新人新作展演、上海市民文化节等平台，广泛发动和聚集全市创作骨干力量，打造出一批具有全国影响的精品力作。

2013年，全市群文创作作品1千多个，其中反映农村生活的约占30%。在第十届中国艺术节“群星奖”评选中，上海共有16个作品获“群星奖”，6个作品获“优秀演出奖”，获奖数创历届之最，在全国名列前茅。2013年，共举办了各类文化活动4.9万余项（其中郊区文化活动近2万项），总计2900万群众受益，全市203个社区文化活动中心首次实现满载运行。

几年来，先后有10个区被命名为全国文化先进区，17个街镇被命名为全国先进社区，12个地区被命名为“中国民间文化艺术之乡”，群众文化共获国家级奖近800项。开展涉及音乐、舞蹈、美术、戏曲、戏剧等艺术门类的“中国梦”主题创作，开展2014年上海市新剧目评选展演。

（四）人才队伍建设不断加强

将文化人才队伍建设放在公共文化工作的突出位置，坚持常议常抓，开展政策设计，营造良好环境，明确规定社区公共文化设施工作人员的编制数额、编制性质、岗位资格、教育培训、职称评聘等要求。

加强人才培训力度，启动了上海市公共文化万人三年培训计划，与上海视觉艺术学院共同设计培训课程，已培训公共文化领域从业人员3000名，满意率达97.6%。培育群众文化业余团队，由“东方社区文艺指导中心”负责文艺指导员配送、辅导基层文艺团队开展活动，全市现共有群众文化团队3万多支。

与此同时，建立了与市文明办对接工作机制，首批十一家单位已经获得上海文化志愿者服务基地称号，长年提供文化志愿者岗位，成为市民参与文化志愿服务的重要阵地和示范点。此外，还加强同上海市级院团合作，聘请热心公益事业、德艺双馨的文化艺术工作者作为文化志愿服务宣传大使；加强与民营机构的合作，储备建立各基地急需的文化志愿者专业人才库。

（五）财政保障力度不断加大

建立市级财政转移支付机制，全市社区文化活动中心的硬件建设，市级财政平均每个补贴250万元，对远郊区县的社区文化活动中心建设另增补贴250万元。建立市级文化发展专项资金，每年投入5500万元，用于全市文化资源配送，并向金山、崇明、奉贤等远郊和已建成入住的大居重点倾斜。

在各类专项资金投入方面，中央、市级各类专项资金共投入6000余万元，其中，用于农村文化建设专项资金1200万元，免费开放资金3000万元，国家公共文化服务体系示范区（项目）创建的配套资金1500万元，促进了文化资源城乡间的合理配置。

此外，还加大向社会力量购买服务力度，出台了《上海市文化广播影视管理局向社会力量购买服务管理办法》，规范购买服务的标准、流程及评估机制。2014年，首次向社会发布购买目录75项。

（六）公共文化管理体制机制逐步健全

在全国率先成立了由市委宣传部部长为组长，市文广影视局局长等为副组长，市委宣传部、市文广影视局、市新闻出版局等15个委办局为成员单位的上海市公共文化服务工作协调小组，统筹协调全市公共文化服务体系建设。

率先出台国内第一部聚焦社区公共文化服务的立法——《上海市社区公共文化服务规定》。出台了《关于加强社区文化活动中心建设与管理的指导意见》，建立了公共文化设施登记、绩效评估、市民暗访、信息监管的多维监管体系。

委托上海市民巡访团对 28 个市区级公共图书馆和 166 个社区文化活动中心的环境设施、服务规范、免费开放、活动开展、公众满意度等五个方面 17 项内容进行巡访测评。

试点推进社区文化中心的社會化、专业化管理运行机制，委托华爱社区服务管理中心对打浦桥等社区文化中心进行专业化管理，激活基层公共文化服务机构活力。推动中华艺术宫、上海当代艺术博物馆、中国上海国际艺术节中心、上海交响乐团建立理事会制度，进一步完善法人治理结构。

三、以城市形象为坐标，在营造城市文化氛围中发力

文化氛围是上海建设全球城市的必然选择，是城市转型发展的内在动力，是城市形象提升的内在要求。政府管文化，不仅要出规划、思路、政策，更要重视文化氛围的营造。

2013 年以来，就全球视角下上海文化氛围营造开展了探索，全市上下积极呼应，市政府列入重点工作推进，制定了《关于上海营造城市文化氛围三年行动计划》及 10 个分计划，联手区县、动员社会、依靠群众，分 10 类、100 余个项目在全市同步实施剧场、影院、影像、广场、地铁、商圈、集市、街头、机场、市民文化十进工程，让文化穿越于城市乡村、空中地下、大街小巷、社会家庭，与市民近距离接触。在营造氛围中，重点推动了以下实事工程建设：

（一）文化进地铁工程

契合上海建设国际文化大都市的新目标和百姓文化的新需求，自 2013 年元旦首届地铁公共文化宣传周启动以来，推动城市地铁部门利用 330 个车站 400 余列列车的城市公共交通空间，持续实施以建筑艺术、公共文化为核心内容的文化进地铁工程，让地铁更加艺术化、人文化，提高地铁公共文化能见度。

2014 年，进一步推进地铁公共文化建设的內容方式创新、功能服务创新，更加注重顶层规划设计，更加注重丰富参与主体，以一系列标志性文化项目为载体，为地铁公共文化建設提供丰富的內容支持，不断拓展地铁公共文化的內涵和外延。

具体举措包括：丰富以社会主义核心价值观为主题的地铁文化内涵、建设地铁枢纽文化核心圈、设置地铁文化长廊、精心打造“地铁音乐角”、开展大师作品进地铁活动、开辟地铁移动“文化列车”、构建上海地铁公共文化服务平台等。

（二）文化进小陆家嘴工程

小陆家嘴金融核心区在浦东、上海、乃至全国有着十分重要的地位，云集着十万金融白领人才。营造好小陆家嘴地区的文化氛围，有利于提升该地区的文化形象和市民生活品质。为此，市文广局和浦东新区区委、区政府以及区委宣传部联手，积极行动，共同推进小陆家嘴地区的文化氛围营造工作。

作为上海市民文化节的一个特色版块，重点针对金融白领、针对新上海人的青年群体及各类人群，秉承“三动”理念，即：“政府推动、多元所有制企业行动、各类群体互动”；强调“三个并举”，即：经典性和流行性并举、欣赏性和参与性并举、公益性和市场性并举，积极打造符合小陆家嘴各类人群文化需求、具有海内外影响力的特色艺术品种和文化品牌活动，以“品质化、国际化、高端化、常态化”为方向，进一步增强小陆家嘴金融城的吸引力、凝聚力和创造力，全力助推浦东新区的“再一次腾飞”。

制定了“深入广场、绿地、滨江、楼宇等公共空间，将多种艺术形式引入小陆家嘴区域，积极服务十万‘白领’等人群，打造文化新地标和新品牌”的时间表与线路图。

从2014年下半年开始进行试点，取得经验，2015年全面铺开，三年初见成效，形成规模，使之成为上海又一个充满特色的文化地标，为高度城市化区域、高度知识型人群集聚区域的文化导入、文化创新发展和文化市场的拓展探索出一条新路。

（三）文化进广场绿地工程

此项工程旨在借助开放空间打造公共艺术，将文化理念、内涵等元素融入城市广阔空间。以文化亲民、文化惠民、文化乐民为宗旨，利用城市主要广场、绿地等人群集聚区域，举办春之声、夏之魅、秋之恋、冬之韵四季主题音乐会，让广大爱好音乐的普通市民免费欣赏高雅艺术。

2012年，先后3次举办上海城市广场音乐会，组织国内一流乐团表演，探索出了一条舞台高雅艺术移入户外广场绿地演出的路子，上海市领导专门批示给予充分肯定。

同时，将演出场地从上海中心城区标志性户外景观广场、绿地逐渐向周边区县延伸，采取统筹规划、市区联动方式，在全市范围打造形成一批固定的以森林公园、草坪绿地为平台的高雅音乐户外演出场所，在上海城市不断形成浓厚的户外景观交响音乐会氛围。

2013年4月12日，首届上海市民文化节——2013“春之声”上海城市景观交响音乐会在杨浦区创智天地下沉式广场成功举办。这场音乐会是首届市民文化节的重要项目，也是继2012年成功打造的品牌项目“城市景观系列音乐会”的延续。

该系列音乐会充分体现了公益性、优质性和时代性，为推动文化艺术走近市民、融入市民生活搭建了平台。根据韩正书记的指示要求，继2012年上海城市景观系列音乐会成功举办后，2013年的首场演出在春天来临之际继续上演，盛况空前，城市地域标志浓郁、专业艺术团队和广大市民参与踊跃。

4月29日，首届上海市民文化节——上海·奉贤海湾森林公园湖畔音乐会在上海海湾国家森林公园百鸟湖畔的音乐广场成功举办。这场音乐会是继“上海城市景观系列音乐会”后，首次在森林公园举行湖畔音乐会，也是推动文绿交融、打造上海城市生态文化的重要举措。

作为首届市民文化节的重要活动，音乐会在“五一”假期中吸引广大市民走进这座“城市绿肺”，亲近自然、融入音乐。本次音乐会在坚持公益性、优质性和时代性的同时，为营造上海城市文化氛围，打造上海城市空间的绿色文化生态，构建温馨的人文环境和多元的生活方式进行了有益的尝试。

（四）文化进商圈工程

通过建立与上海大商业模式相协调的文化氛围营造格局，加强文化元素对商业领域、商业行业、商业营销平台的植入，增强城市商业空间的文味、文气。重点开展了7大商圈的文化融入，选择南京路、淮海路、徐家汇、虹桥开发区、大宁绿地、五角场、陆家嘴商业集聚区，依托各种商业活动及载体，融入美术展览、演艺、非遗展示、群文活动等文化品种及内涵。

创新“商业+艺术”模式，通过文商合作，在环球港、梅龙镇广场、恒隆广场、港汇广场、来福士广场等大型销品茂，举办经典与大众艺术作品展。推动有关部门，加强文化类广告、图片、宣传画、文化导览图、创意设计对全市重点区域、路段，包括大商场、大超市、大橱窗、金融网点、东方书报亭、公共座椅、公交站点等平台的推介。

利用华联、八佰伴等一些品牌商业、金融、旅游网点的商庆、店庆、招商引资等活动，开展文化的推广与参与，增强商业、金融、旅游类活动的文化品味。上海商业航母环球港将 1 万平方米空间用于非遗等公共文化项目展示、展销、展演，日均吸纳观众 5 万人次，大大提升了商圈的文化品质。

（五）文化进机场工程

利用机场独特的人文功能与环境，着力加强机场文化建设，将上海浦东、虹桥机场打造成国际一流的拥有人文内涵与氛围的对外窗口。充分挖掘、整合与利用现有的全市博物馆资源，在更大范围拓展面向各类人群的博物馆典藏资源展示空间。

开展与上海两大国际机场的对接，精心谋划制定博物馆展品进入机场可行性方案，精心挑选适合机场需要的展览项目，精心创设博物馆藏品与机场布局相宜的布展环境，逐一细化陈列方案。

建立由市文广局与机场方面统筹协调、互通信息、合力推进平台，统筹安排文化与机场融合发展资金支持，为博物馆典藏资源落地机场提供经费保障。契合浦东机场每年 4000 万、虹桥机场每年 3000 万的大旅客量及人员高度流动的特点，有针对性地组织全市各类博物馆的相关资源，重点安排体现上海城市历史文化、上海海派文化艺术、中国传统文化艺术的系列藏品，在机场适宜空间加以定期、集中陈列展示。

2014 年 6 月 4 日，国内首家机场博物馆在上海浦东国际机场 T2 国际出发候机厅正式开馆。作为浦东机场博物馆的首个展览，《东风西渐——上海市历史博物馆馆藏欧洲瓷器展》同时拉开帷幕。

此次展览由上海市文广局和上海国际机场股份有限公司共同主办、上海市历史博物馆承办、上海文物商店协办，以几百年前中国和欧洲的瓷器贸易史为背景，精选了上海市历史博物馆馆藏的 53 件瓷器展品，从“创新和发展”以及“传播和融合”这两个方面，向观众讲述那段中西瓷艺会通的历史佳话。

该展览为国内外旅客提供了了解瓷器艺术和瓷器历史的平台，丰富了群众的文化艺术体验。为配合该展览的主题，现场还开设了软陶制作互动体验活动，受到旅客的欢迎。同时，将全市重要文化动态信息在每日 600 余架次进沪航班上播报。

（六）文化进街头集市工程

在上海中心城区推动建成一批具有亲民特色、创意特质、文化气息的城市艺术集市，让更多市民购买到优质低价的原创艺术品，为更多青年艺术人才提供与市场、消费者零距离的展示交易平台，让艺术更加生活化，让生活更加艺术化。

推出中福古玩城、闵行九星艺术品交易市场等 1 至 2 个重点收藏艺术集市，组织入驻商户在古玩城内开设双休日专场，为收藏爱好者提供相对低价的文物艺术品。在继续推动完善乐活上海、嘉善路创意集市的同时，重点推动发育新虹桥绿地、红坊创意园等 2 至 3 个平民艺术集市。

利用同济大学、东华大学、上大美院等高等院校周边地区，重点培育 3 至 4 个面向学生群体的艺术集市，鼓励和支持在校大学生艺术创作与实践。建立与市市容绿化、工商、教育、文化执法等部门的沟通协调机制，项目开发市场化运作机制，品牌推广机制，确保艺术集市的规范有序发展。

其中，大型公益性艺术文化项目——虹桥艺术集市 2013 年 3 月开市至今，共举办了 37 场，参与的艺术机构达 100 余家，前来参观的市民约 15 万人次，取得了良好的社会效益。

虹桥艺术集市作为市民文化节众多活动的重要组成部分，本着“惠民、便民、亲民”的宗旨搭建起一个创意作品交流的平台，在集市独有的自由氛围中，各类稀奇古怪的有趣想法转化为创意实践，诸如艺术原创、生活艺术创意、创意杂志、音乐、行为艺术、服饰文化、生活艺术摆设、

创意园艺、手工艺品等等，几乎所有潮流的玩意儿都被囊括于集市之中。创意集市文化已初步在园区中生根开花，让更多的上海市民融入到城市公共空间的艺术集市中，让更多的普通百姓和艺术家直接见面“握手”成交，这种热爱生活和艺术的习惯和高雅的精神追求，勾勒出一道亮丽的城市文化风景线。

虹桥艺术集市在服务市民同时，也高度重视为青年艺术人才提供平台，上海大学、复旦视觉艺术学院等专业艺术院校组织学生携作品前来参加，包括绘画、雕塑、陶瓷、玻璃艺术等多个门类，数量占参展艺术品总数的 50%。

（七）创新举办市民文化节

2013 年，创新举手等机制举办了首届上海市市民文化节，市民自编、自导、自唱、自演，自主参与，自得其乐。首届市民文化节开幕活动及 10 项赛事均放在社区举行，吸引了市民参与，整个活动场次达 4.9 万场，参与人次超过 2900 万，催生了百支优秀市民舞蹈团、百名市民小画家、百个优秀市民音乐家庭等“10 个 100”的市民文化成果，全市 203 个社区文化活动中心首次实现满载运行，并全部延长开放至 21:30。同时还推出了千门市民艺术教育课件，举办了百强巡展巡演。

市民文化节的举办极大地烘托了上海城市文化氛围，开拓了市民文化活动的样式，在上海市民文化发展史上创写了崭新的篇章，分别被评为 2013 年上海十大新闻和全国十大文化新闻。2014 年举办了第二届，办节目标是“百强成果展示，服务资源配送，艺术教育普及，阅读氛围营造”。

以全市 203 个社区文化活动中心为主要活动场地，举办百强成果巡展巡演，推出千场社区艺术教育课，围绕“听、说、读、写”举办市民演奏、市民演说、市民阅读、市民写作四项全市性赛事，并将评选出百支优秀市民乐队、百名优秀市民演说家、百个优秀市民阅读家庭等一批成果，推出社区电影节、世界名校大联欢、陆家嘴白领金融文化节等一批新项目。

虽然 2014 年的主题与 2013 年有所不同，但市民参与热情依然高涨。此外，立足于世界城市视角，推动实施上海城市文化内涵拓展、品质提升、功能完善、样式创新、消费发达、成果普惠六大市民文化发展战略，上海作为全国一流、亚洲知名、国际影响的世界城市市民文化资源更为集约、内涵更为丰富、样式更为多元、体验更为人文。

从市民文化节的举办和市民文化发展的实践中体会到，没有市民参与的文化，不能说是真正意义上的市民文化。对于各类文化活动，不仅要让市民在参与中尽情享受，同时还要让市民在享受中涵养内心，成为有文化的市民。

四、以扩大开放为手段，在推动文化跨界融合中聚力

全球高新技术的突飞猛进迅速改变着文化思维方式和方式，在这一背景下，文化跨界融合发展日趋成为世界潮流。在世界文化发展总格局中地位不断提升、影响日益扩大的上海，紧随世界文化融合发展步伐，在中央已有的文化与政治、经济、社会等五位一体总布局下，以前所未有的创新举措，在全国率先探索实施文化与相关领域融合发展战略，在公共文化服务、文化产业发展和文化市场管理等领域，取得了令人瞩目的融合发展成果。这其中，推动了 10 方面融合，重点有：

（一）文化与科技融合

秉承文化引领科技创新和科技兴文、强文、助文宗旨，完成《上海市数字化公共文化服务研究报告》，形成上海文化与科技

融合发展调研成果，提出了文化与科技融合发展目标与阶段任务，推动重点打造“一朵云和四个下一代”及数字博物馆群建设、东方配送系统建设、基于数字媒体与舞台装备技术研究与示范应用、三维全息音响（3D 音响）、自贸区国际高科技文化装备产业集聚区、数字媒体与舞台艺术融合项目、国家文化科技重点实验室、文物复制 3D 技术研发和应用、超高清电视关键技术研发及应用示范、数字音频广播（CDR）试验等重点项目。

“一朵云”即公共文化云，在嘉定、闸北区开展了云服务试点，在全市公共文化领域推动打造数字化公共服务、数字化民生工程、数字化设施系统、数字化内容供给、数字化舞台艺术、数字化群文品牌、数字化统筹平台 7 个数字化系列，在全市 90 家公共文化场所实现无线网覆盖。

“四个下一代”即下一代大型 5D 剧场、下一代舞台、下一代半导体彩色激光源、下一代广播电视网，成立专门工作领导小组，加强与市经信委、市科委对接，合力推进“四个下一代”规划实施和重大项目落户上海。

围绕上海文化产业规模化、集约化、专业化发展科技取向，开展倾听企业活动，实施科技带动战略，推动培育一批骨干型、外向型、主导型的文化科技企业，一批新技术、新模式、新业态文化科技企业。至 2015 年，力争打造文化科技龙头企业 20 家、骨干企业 100 家、上市企业 5-7 家、年产值 10 亿元企业 5 家。

适应上海文化市场开放度高、体量大、市场需求旺盛等特点，从演艺市场、娱乐市场、动漫市场、网吧市场、艺术品市场、文物市场 6 个方面着手，以文化市场主体培育和文化市场环境创设为主抓，促进文化市场与科技有机融合，运用科技手段加强文化市场监管，构建长三角文化市场互联、互通共享信息网络，创新上海文化市场“十大”长效机制，全市文化市场产值首破 400 亿元。

借助科技理念、科技思维，推动公共文化服务协调平台、文化产业发展平台、重大文化设施建设平台、重大文化活动管理平台、文化调研平台建设，推动形成了文化科技创新成果不断涌现的局面，有 15 项文化创新调研被文化部列为重点项目。

（二）文化与教育融合

2013 年，与市教委共同制定出台了《上海市文教结合工作三年行动计划（2013-2015 年）》，确定了文教融合项目 29 项。

支持上海高校加强与国外知名文化影视教育机构开展不同层次的中外合作办学，积极探索融产学研于一体的中外合作影视人才培养新模式，培养高水平、国际化的文化影视专业人才。探索和完善艺术院校与文化产业部门联合办学的模式和机制，在创建上音-大剧院艺术中心实践基地、上海戏剧学院青年京昆剧团、麒派艺术研习班、上海电影青年计划的基础上，推动和支持上海音乐学院青年歌剧团、上海舞蹈学院青年舞蹈团等发展，重点培养艺术领域顶尖后备人才。

联手上海视觉艺术学院等开展公共文化从业人员三年（2013 年至 2015 年）万人（次）培训计划；在推动公共美术教育方面，与市教委共同研发、编写适合不同年龄学生的文化资料包，用于两馆现场美术教学；支持全市博物馆利用藏品资源，面向中小学生开展陈列展览、互动体验、手工制作、现场教学等实践活动，鼓励上海重点博物馆针对学校教学需求和学生身心特点开展持续服务依托教育资源开展文物保护，促进文明和文化遗产的传承创新。

在文保方面，与上海交通大学、同济大学等多家高校协作提升文物保护水平；与上海大学签署《战略合作框架协议》，确定双方在文博事业的学科建设、人才培养、实践基地等 30 个项目上开展合作；推动“乡土文化进校园”，促进各类文博场馆、革命遗址和名人故居等公共场馆资源与学校教育的有机衔接；组织上海博物馆、上海市历史博物馆等，配合市教委编写教材、课件，设立相对固定的“文博课时”。

组织开展了青少年暑期考古夏令营活动，先后有数千名中小学生在暑期走进广富林、志丹苑元代水闸和崔泽遗址等地，探寻申城古迹遗踪。在非遗保护传承方面，与市教委持续推出“上海学子非遗展馆行”活动。

该活动向小观众发放观展“地图”和“护照”，引导参观上海 15 座非物质文化遗产主题展馆，吸引数十万青少年走进非遗展馆。加大与高等院校的合作力度，扎实开展多层次培训，包括：举办非遗项目大师研修班，开展“非遗进高校课堂”活动，开设硕士研究生课程进修班等等。还结合“文化遗产日”等节点，与大中小学合作策划了海派旗袍、古琴艺术、连环画等非遗项目的校园推广活动。

携手市教委深入开展面向大中中小学生的艺术普及教育。举办“高雅艺术进校园”专场演出超过 350 场，覆盖各年龄段学生 30 万人次。上海京剧院、上海昆剧团在“政府扶持京昆公益演出专项资金”支持下，组织艺术名家携精品力作进校园演出百余场。依托上海市演出行业协会成功举办第九届上海优秀儿童剧展演，15 台各省市专业儿童剧团的精彩剧目巡演 700 多场，中小学生观众达到 50 万人次。

上海大剧院、东方艺术中心、文化广场、逸夫舞台、上海话剧艺术中心等剧场推出了学生优惠票，让在校学生可以 50 元以下低价票进剧场观看高质量营业性演出。在第十四届中国上海国际艺术节期间，以“艺术教育”为核心举办了系列校园活动，向 5 个大学城区、20 多所高校送出演出 20 多场，3 万余师生现场观看了演出。

与市教委合作在上海 14 家主要剧场开展“走近经典——在校大学生进剧场”项目，让每一位在校大学生在沪求学四年间至少进剧场观看一次高质量演出。还推动利用全市 172 个展馆开展青年独立影像放映活动，依托“虹桥艺术集市”等新兴市场交易平台为大专院校艺术与设计专业的学生提供展示艺术创意平台和市场实践机会。

(三)文化与金融融合

在国家现有政策框架下，从上海文化与金融融合发展资源集聚、政策开放、人才密集等实际出发，开展了上海文化与金融融合发展顶层设计，提出了政府推动、市场撬动、社会驱动的思路，明确了文化与金融融合发展的目标、任务和项目，为上海文化与金融更快更好地融合发展奠定了良好基础。

2013 年 4 月，推动上海银行成立文化特色支行，负责对接上海文化发展基金会相关业务，目前，获批项目包括上海时空之旅文化发展有限公司和上海文化广场等六个单位的 8 个文艺创作项目，授信金额 9130 万元，累计发放贷款 12030 万元，目前贷款余额为 1820 万元。

积极与金融机构开展战略合作，经过充分磋商，与中国工商银行、中国建设银行、中国银行、上海银行等八大银行签订了百亿授信，确定在五年内八大银行为上海影视企业发展提供 130 亿元的意向性授信额度，为上海文化产业的发展提供了融资支持。推动上海银行与上海文化发展基金会签署合作协议，从 2011 年起三年提供 10 亿元授信额度支持上海影视优秀剧目创作，并将续约期延至 2015 年底。

积极对接企业和金融机构，为文化企业融资搭建政策支持平台，推动上海东方惠金融资担保公司与上海东方惠金文化产业创新投资有限公司联动，创新开发了软性反担保条件为主的文普惠八类担保产品组合，为中小微文化创意企业提供增信支持，截至 2013 年末，上海东方惠金融资担保有限公司累计为 156 家文化企业提供 7.11 亿元的担保，2013 年内为 51 家文化企业提供 2.35 亿元担保支持。

推动上海文化产权交易所为各类文化产权交易搭建专业化市场平台，为文化产业创设投融资新渠道和产业资本退出通道。不断创新文化与金融融合发展模式。在间接融资方面，推动金融机构将文化产业贷款重点投向影视制作、演艺娱乐、数字动漫

制作、文化会展、广告等领域，2013 年年末上海市文化、娱乐业等贷款余额 154.59 亿元，比年初新增 16.44 亿元，同比增幅 11.9%，截至 2013 年底，工行上海分行为 40 家文化企业提供贷款 45 亿元，北京银行上海分行累计审批通过文化企业授信 16.24 亿元，放款 70 多笔，上海银行为 127 家文化企业提供贷款 32.4 亿元，建行上海分行为文化企业提供信贷支持 5.49 亿元。

上海地区各银行陆续推出面向文化中小企业的金融产品，如浦发银行为中小文化企业和科技型中小企业提供的投贷宝、上海银行为小巨人企业提供的创智贷、北京银行上海分行和中国银行上海分行分别为中小微企业推出的创意贷、微贷通等。在直接融资方面，积极推动文化企业通过上市以及股权投资基金入股等方式进行直接融资，目前，在沪文化企业已有 17 家上市，在上市文化企业中占比 22%，重点上市文化企业包括东方明珠、百事通和新文化等。待上市文化公司 22 家，其中上海电影、上海晨光和龙韵传播为上海本地文化企业。

上海文化产业投资基金 5 家，即上海文化产业创投基金、盛大文化产业投资成长型基金、弘毅影视创投基金、赛领新文化股权创投基金及华人文化产业股权创投基金（上海）中心。同时，推动人保财险上海分公司为上海汽车博物馆的四辆古董车签下首单艺术品综合保险，为上海博物馆、上海中国航海博物馆、中国丝绸博物馆、上海世博会博物馆等机构提供相关保险。

（四）文化与贸易融合

2013 年 9 月 29 日，上海自贸区成立，与此同时，发布了 2013 年版总体方案，其中与文化有关的分别归属在商贸和文化服务领域，主要涉及游戏（艺）机销售及服务，演出经纪及娱乐场所三方面开放措施。与之配套的，是自贸区同时发布的《中国（上海）自由贸易区外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2013 年）》。

作为对上海自贸区文化服务扩大开放的支持，文化部也同日颁发了《文化部关于实施中国（上海）自由贸易试验区文化市场管理政策的通知》，明确了文化管理部门针对自贸区文化服务方面的政策调整与配套。自贸区的建立，为上海文化提供了更为广阔的空间和更加开放的平台。在自贸区政策吸引下，国内外各文化企业、政府部门和项目运营机构纷纷前来咨询考察，目前入驻的各类文化企业已累计超过 150 家，仅近期就新增 20 多家。

其中如佳士得拍卖、华谊兄弟、中国图书进出口公司、东方明珠、百视通、盛大网络等一批国内外行业龙头企业先后入驻，自贸区新增注册资金总额超过 120 多亿元。新华传媒、中国影视交易平台、东方网等一批文化领军企业和项目也在积极推进入驻。

为揽得先机，不少文化企业先以最快速度将其子公司迁入区内，再以增资方式做大资本投入，将文化与投资、金融等产业结合、升级、业态扩张的重心转移至区内。另外一些骨干文化企业也在有计划地将其国际运营或营销中心建到区内。预计未来增资的总量还将大规模增长，据初步统计，一些公司未来的增资规模将超过 20 亿元。9 月 26 日入驻的国际著名拍卖行佳士得，以 1.53 亿元人民币的总成交实现了在中国内地的第一拍。

拍卖业内的其他国际知名公司如苏富比、邦瀚斯等也在接洽入驻或合作。围绕自贸区内新兴建设的上海国际艺术品交易中心，一条有利于扩大国际国内艺术品交易、展示、服务及投资的完整艺术品贸易链正在加快形成。可以预见，在未来的自贸区，随着特殊文化政策的落地，文化产业的外向拓展、能级提升和规模发展将成为一股重要的新兴发展力量，关键在于执行好国家层面 6 个部委现有的 9 个支持自贸区建设的文件和上海市政府的一部规章 5 个文件等相关精神。

结合政府管理手段、文化服务水平、文化科技创新等多重因素考量，研究制定自贸区文化开放路线图。明确文化开放“底线”，探索用“内容底线”原则替代“生产环节”原则，用文化的负面清单替代现在的负面文化服务行业、生产经营环节清单。利用现有保税区及自贸区未来在行政审批、金融服务、财税支持等方面的政策优势，制定适合文化企业的税收优惠政策，落实和实施文化产品和服务出口退免税政策及建立适应文化企业的外汇政策等。

创新文化开放新形式，开辟文化产品仓储、文化设备租赁、文化产品展示、文化服务外包、文化中介机构、文化衍生和文化会展等文化贸易服务新领域。尽管目前自贸区负面清单中，文化领域开放程度还相当有限，但在文化贸易相关领域还是有着非常大的空间，比如利用自贸区保税仓储物流、离岸保税功能，为境外文化产品提供仓储服务；利用自贸区保税租赁优势，为高端文化设备进口提供租赁服务。

利用上海国际艺术节、上海国际电影节、上海之春国际音乐节、中国国际动漫游戏博览会、中国国际数码互动娱乐产品及技术应用展览会、上海艺术博览会等上海知名节庆会展，在自贸区拓展国际文化产品展示交流服务；利用自贸区保税、免税优势，吸引国际影视动漫游戏制作企业和设备供应商在自贸区集聚，并以此加快文化科技的国际产业转移。还可利用自贸区，进行文化政策突破，有限试点，如允许港澳台以非境外投资者在自贸区设立独资影视技术公司，开展影视后期技术制作、休闲娱乐内容影视制作、非时政新闻制作与出版等业务。尤为重要的是创新文化开放管理体系，不断改进和创新自贸区文化发展管理方式，优化行政管理流程，整合文化服务审批事项，简化办事程序，推进一站式审批、查验，提高文化审批、通关便利化程度。严格加强事中、事后监管，建立与自贸区要求相适应的现代化文化监管体系。