

盐政办发〔2021〕61号

**盐城市人民政府办公室
关于印发盐城市“十四五”文化旅游
发展规划的通知**

各县（市、区）人民政府，盐城经济技术开发区、盐南高新区管委会，市各有关委、办、局，市各有关直属单位：

《盐城市“十四五”文化旅游发展规划》已经市政府常务会议研究通过，现印发给你们，请认真贯彻落实。

盐城市人民政府办公室

2021年9月2日

（此件公开发布）

目 录

第一章 “十四五”发展基础

第一节 “十三五”文广旅建设成就回顾

第二节 “十三五”文广旅发展问题梳理

第三节 “十四五”文旅政策机遇研判

第二章 “十四五”总体目标与 2035 年远景目标

第一节 指导思想

第二节 基本原则

第三节 发展目标

第三章 建设世界自然遗产可持续旅游发展体系

第一节 世遗融入管理机制建设工程

第二节 世遗文旅开发活力提升工程

第三节 世遗品牌推广立体营销工程

第四章 建设文化遗产保护传承利用体系

第一节 物质文化遗产保护利用工程

第二节 非物质文化遗产传承开发工程

第三节 红色文化遗产继承弘扬工程

第五章 建设新时代艺术创作体系

第一节 “盐城有戏”文艺繁荣工程

第二节 文艺院团活力提振工程

第三节 社会艺术氛围营造工程

第六章 建设现代公共文化服务体系

第一节 公共文化服务网络建设工程

第二节 公共文化服务惠民典范工程

第三节 数字公共广电体系建设工程

第七章 建设现代文化产业体系

第一节 文化产业发展格局重塑工程

第二节 文化产业发展主体培育工程

第三节 文化市场配套服务保障工程

第八章 建设现代旅游业体系

第一节 大众旅游供给体系工程

第二节 文旅产业消费升级工程

第三节 旅游服务配套提质工程

第九章 建设国际文旅交流推广体系

第一节 品牌推广，旅游目的地整合营销

第二节 接轨上海，融入长三角一体化

第三节 对接日韩欧，介入国际文旅市场

第十章 建设现代文旅市场体系

第一节 文旅行业管理服务深化工程

第二节 文旅市场监管机制建设工程

第三节 文旅市场综合保障深化工程

第十一章 建设文旅规划实施保障体系

第一节 建立全市“1+N”文旅规划机制

第二节 建立高效文旅规划实施机制

第三节 建立规划社会监督评估机制

第一章 “十四五”发展基础

“十三五”期间，盐城市文广旅系统在市委、市政府的坚强领导下，积极应对新冠疫情与错综复杂国内外形势，认真践行“以文塑旅、以旅彰文”发展思路，统筹推进文化事业、文化产业和旅游业繁荣向好，为“十四五”时期文化和旅游的高质量发展打下了良好基础。

第一节 “十三五”文广旅建设成就回顾

“十三五”期间，盐城市持续推进文化旅游融合发展，文化艺术精品创作涌现，文化遗产保护成效显著，公共文化服务供给丰富，文化产业和旅游业健康发展，文旅市场治理体系完善，内外交流品牌影响扩大，“十三五”规划各项主要任务基本完成。

（一）文旅融合发展持续推进

部门改革统筹。整合市文化广电新闻出版局（市文物局）、市旅游局职责，组建盐城市文化广电和旅游局，统筹协调推进文旅部门机构改革。科学规划引领。接续出台《盐城市“十三五”文化发展规划》《盐城市“十三五”旅游发展规划》《盐城市旅游业促进条例》《关于加快全市旅游高质量发展的意见》等文件，突出规划引领、部署跨界融合。品牌项目打造。长三角（东台）

康养基地签约落地。荷兰花海《只有爱·戏剧幻城》项目成为长三角文旅融合标杆项目。东台天仙缘小镇、荷兰花海风情小镇列入省级夜间文旅消费集聚区建设单位。加快研学旅游、体育旅游、康养旅游等业态融合，打造欧风花街、新弄里街区等文旅融合示范街区与新四军廉政文化旅游、悦达工业旅游等特色线路。

（二）文化艺术精品创作涌现

完善机制，营造良好创作环境。加大艺术创作投入力度，完善激励机制和考核评价体系，开展市政府文艺奖、市文华奖评比及国有文艺院团社会效益评价考核，为艺术创作生产营造良好发展环境。加强戏剧创作规划指导，加大艺术人才培养力度，推动出精品、出人才、出效益。打造精品，持续放大“盐城现象”。淮剧《小镇》获第十五届国家文华大奖，入选文旅部“百年百部”传统精品复排计划，《送你过江》《小城》入选国家舞台艺术创作扶持工程，《送你过江》并获得中国戏剧奖·曹禺剧本奖。5部大戏入选江苏省舞台艺术精品创作扶持工程，3部剧目获省文华大奖，4部剧目获省精神文明建设“五个一工程奖”，4部剧目获紫金文化艺术节优秀剧目奖，获奖数量全省领先。全市创作大戏剧本130多部，其中获得省级以上奖项35部，对外输选到8个省、40多个剧院团、16个剧种。政府引导，社会化文艺创作发展卓有成效。出台全市繁荣发展文艺相关政策文件，设立扶持文化创作专项资金，定期举办小戏小品征文大赛、全市小戏小品调演、基层文艺新节目调演等创作评比活动，服务民间作家诗人组

建“里下河湿地写作联盟”，叫响“盐城滩涂”“自然文学”品牌，持续优化创作生态。创作推出电影、纪录片、动画片、音乐剧、美术、摄影、诗歌、散文、网络文学等多门类精品力作，并在省级以上赛事频频获奖。曲艺节目《爱我你就抱抱我》荣获第十八届“群星奖”，魔术《羽》获2018年第十届中国杂技金菊奖，杂技《扇舞丹青·头顶技巧》获第六届俄罗斯国际马戏偶像艺术节金奖，《麋鹿传奇》荣获第十一届中国摄影金像奖。盐城在省第十三届、十四届“五星工程奖”获奖数蝉联全省第二，“南苏北盐”群文现象日益显现。惠及民生，创树艺术活动品牌。创新举办江苏省淮剧艺术展演月、庆祝改革开放40周年盐城市优秀舞台剧（节）目展演、盐渎文化艺术展演月、盐城市新剧目调演、戏曲进校园、小戏小品展演等品牌文化活动，承办第四届江苏省文华奖评选暨文化惠民演出。

（三）文化遗产保护成效显著

基础建设推进有力。顺利完成新四军纪念馆、中国海盐博物馆等提升改造工程。新四军盐阜区抗日阵亡将士纪念塔入选全国重点文物保护单位，3处新四军旧址列入第八批省级文物保护单位。非遗保护全面升级。出台《市非遗保护项目和传承人管理办法》，新增108项市级以上非物质文化遗产，大丰瓷刻、东台发绣入选国家级非遗项目。现有县级以上非遗451项，其中国家级5项，省级29项。建湖县荣获“中国杂技之乡”、“中国淮剧之乡”称号，东台市入选全国第二批革命文物保护利用片区分县名

单。铁军精神创新弘扬。深入实施红色文化“六个一”工程，打造“红色文化村”以及红色文化特色街区，打造全国首家“铁军红色电台”，建成全国首个“新四军口述历史展厅”。《铁军忠魂—新四军历史陈列》入选国家文物局“弘扬优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”主题展览重点推介项目。新四军纪念馆获“全国文明单位”称号。

（四）公共文化服务供给丰富

完善公共文化载体建设，提高公共文化服务网络覆盖率。现有文化馆 10 个、群众艺术馆 1 个、图书馆 10 个、美术馆 4 个、博物馆（纪念馆）13 个。建成覆盖市—县—镇—村的四级公共文化服务网络体系，公共文化服务设施网络覆盖率达 100%。全市万人拥有公共文化设施面积 3750 平方米，位于全省前列。实施文化惠民工程，增强人民群众文化幸福感。持续举办省市级重大艺术展演活动，演出大型舞台剧目近百场，市大剧院引进精品剧目 300 多场。送戏下乡 1 万多场、戏曲进校园 500 多场，举办市级以上展览 100 多场。推进书香城市建设，促进全民阅读普及化。常态化举办“盐渎风”盐城市读书节等系列活动，“天天悦读 1+X”全民阅读服务项目创成国家级公共文化服务示范项目，盐城荣获省首批“书香城市建设先进市”、建湖获“书香城市建设示范县”。盐都区荣获“中国曲艺之乡”、响水县荣获“中国小戏之乡”。

（五）文化和旅游业健康发展

现代文化产业初具规模，载体建设形成示范。出台《关于推动全市文化建设迈上新台阶的意见》，编制实施《盐城市文化产业发展规划（2012—2020）》，文化及相关产业增加值从2016年的164.3亿元提高到2020年的244.7亿元，占GDP比重从3.59%提高到4.11%。依托盐城大数据产业园，发展数据科技、大数据文化创意、网络动漫制作等新兴业态，集聚各类文化企业300余家，建成聚龙湖文化科技产业园等3个省级文化科技产业园，世纪龙科技、虹之谷等9家省重点文化科技企业。建成国家级工业设计中心1家、江苏省工业设计中心8家。生态旅游业蓬勃发展，景区园区有序开发。盐城黄（渤）海候鸟栖息地2019年被列入《世界遗产名录》，成为全国第一处滨海湿地类型世界自然遗产、全球第二块潮间带湿地自然遗产。盐城成为中国世界遗产旅游推广联盟成员单位。出台旅游园区建设指导意见，整合提升19个市级旅游园区，全市新增国家4A级以上景区8家，拥有4A级以上景区18家，列全省第五；拥有省级旅游度假区6家，居苏北首位。中华麋鹿园创成苏北首家5A级景区，黄海森林公园创成国家级森林公园、国家森林康养基地，大纵湖、九龙口创成国家湿地公园，金沙湖成为江苏省首批生态样板河湖；大丰区创成国家全域旅游示范区，东台市创成省级全域旅游示范区；恒北村、甘港村、杨侍村入选全国乡村旅游重点村。

（六）内外交流品牌影响扩大

打造品牌活动。连续多年组织举办荷兰花海郁金香文化月、

盐渎文化艺术展演月、大洋湾樱花节、东台黄海森林音乐节、丹顶鹤国际湿地生态旅游节等品牌活动。先后获评“一带一路旅游文化名城”、“亚洲旅游业金旅奖·十佳绿色生态旅游目的地”、“国际知名旅游度假城市”等称号。加强区域合作。承办新时代江苏旅游发展论坛、省乡村旅游节、省淮剧艺术展演月等省内高层次活动。借势高铁开通，举办“乘着高铁游盐城”等区域市场推广活动。举办中国文旅创作与产业发展峰会、全国自驾车旅游发展峰会等全国行业交流活动。开展港澳台和国际交流。举办黄（渤）海湿地国际会议，推动成立全球滨海论坛，邀请国际组织和专家学者围绕湿地保护、利用与可持续发展等前沿热点开展学术交流。成功举办沿海湿地国际摄影精品展、沿海湿地国际公路自行车赛、国际马拉松等重大活动。淮剧《小镇》赴欧洲展演，建湖杂技亮相韩国蔚山，盐城艺术团先后赴苏丹、香港演出盐韵特色节目，杂技音舞诗《千里共婵娟》亮相美国芝加哥等城市，东台黄海森林微电影《水杉语》亮相戛纳国际电影节。

第二节 “十三五”文广旅发展问题梳理

“十三五”期间盐城市文广旅系统取得了长足发展，文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用充分发挥，旅游对于国民经济和社会发展的综合带动功能更加突显，文化和旅游发展为盐城市全面建成小康社会提供了强有力的支撑。与此同时

也要清楚地认识到，文化事业、文化产业和旅游业发展不平衡、不充分的矛盾还比较突出，文化和旅游产品的供给和需求不完全匹配，与高质量发展要求存在一定差距。

（一）文化事业服务效能有待提升

文化遗产保护传承与开发利用未系统筹划。物质性文化载体活化与利用程度较低，非遗文化市场化运作程度较低，缺乏梯度化、时尚化、年轻化开发，与旅游结合需要进一步加强。文化艺术作品的创作渴求与市场诉求未充分兼顾。盐城市淮剧、杂技底蕴深厚、精品迭出，而音乐舞蹈、书法美术精品力作不多，受众相对年轻态的话剧、交响乐等尤其缺乏。国有文艺院团和艺术人才培养仍具有提升空间，特而美、小而精、活而新的微型演艺空间有待建设。公共文化服务的产品供给与群体需求未有效匹配。基层公共文化服务设施载体利用率较低，文化产品目前以政府供给为主，群众“点菜”操作感不强，尚未形成按需供给、菜单式配送的公共文化产品供给结构。公共数字文化建设有待进一步加强，数字文化服务应用场景和传播渠道有待进一步拓宽，公共文化服务社会化发展有待进一步推进。

（二）文化产业结构布局有待优化

规模效应和集聚效应未同步彰显。盐城市文化产业总体规模较小，主导产业规模效应与行业影响力不明显，产业及企业集聚度不高，文化产业体系待完善。领军企业和新兴业态未有效引育。现有文化企业规模较小，头部企业、区域总部等行业领军企业尚

未出现，独角兽企业-瞪羚企业-蜂鸟企业的梯度队伍未见雏形，亟需招引培育。文化产业以传统文化制造、文化服务为主，以影视制作、影视 IP 授权、网红经济、文创经济、文旅消费等为代表的新型文化经济形态尚处在起步阶段，对政策、资金、人才扶持要求较高。上云用数赋智未提前布局。文化产业数字化和数字文化产业化均处于相对起步阶段，数字娱乐、网络视听、线上演播等新业态发育迟缓，个性化、定制化、品质化的数字文化产品供给不足。

（三）旅游产品供给有待创新

文旅资源向优质文旅产品转化率不高，核心旅游吸引物、重量级文旅产品有待新的增量。全市范围文旅产品以观光型旅游为主，对地方文化挖掘与应用程度较低，缺乏深层次文化体验与沉浸式场景塑造。旅游设施服务与人才国际化水平有待提高。导览导视、标识标牌、交通引导等设施多语标准建设不完备，行业一线工作人员国际化素养待提高，复合型人才缺口较大。城市文旅品牌塑造与营销有待加强。世界自然遗产优势未得到完全彰显，缺乏全方位、多媒体、立体化宣传打造，在资源共享、信息互通、品牌共建等方面仍有提升空间，国际化文化身份识别有待构建。

第三节 “十四五” 文旅政策机遇研判

“十四五” 时期是我国全面建成小康社会、开启全面建设社

会主义现代化国家新征程的第一个五年。盐城市应以世界性眼光高起点布局，紧跟国际形势，聚焦国家战略与社会主义现代化建设新要求，抓住文旅强根基、提质效的“十四五”关键阶段，将文化和旅游高质量发展与城市绿色转型相结合，将文化和旅游供给侧结构性改革与满足人民日益增长的美好生活需求相结合，开启文旅高质量发展“新征程”。

（一）谋求国际生态文明新占位

社会主义现代化建设与国内国际双循环目标任务，重塑文化旅游时代担当。当今世界正经历百年未有之大变局，我国发展仍然处于重要战略机遇期，必须统筹考量中华民族伟大复兴战略全局，在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中，盐城应将推动文旅高质量发展与深化供给侧结构性改革相结合，以丰沛的生态与人文资源为底色，创造先进的消费体验，释放人民追求高品质文旅与美好生活的消费潜力，建设成为长三角区域文旅消费中心，体现盐城文旅担当。

长三角一体化与淮河生态经济带利好叠加，迎来文旅高质量发展重大机遇。盐城作为长三角中心区城市和淮河生态经济带出海门户城市，已成为连接东北亚和长三角两个大市场的交汇点和重要枢纽，未来将在更深层次、更宽领域、更广范围上接轨大上海、深化盐日韩合作。盐城坚持开放沿海、接轨上海、绿色转型、绿色跨越的“两海两绿”发展路径，依托长三角最具规模的绿色产业、最富潜力的增长空间与唯一的世界自然遗产地，打造东北

亚经济圈和长三角一体化双向互动的样板，东部沿海发展质量高、活力强的蓝色经济增长极。

“强富美高”新江苏与“两海两绿”新路径，引领文旅转型升级模式创新。围绕习近平总书记提出的“在改革创新、推动高质量发展上争当表率，在服务全国构建新发展格局上争做示范，在率先实现社会主义现代化上走在前列”新要求，及省委书记娄勤俭提出的“面朝大海、向海发展、赋‘能’未来，成为绿色转型的典范”，盐城应在全省、全国绿色转型发展中守住生态颜值，全力以赴优生态，从“一时美”到“持久美”，从“一处美”到“处处美”，以创建国家生态文明建设示范市为标准，放大世界遗产效应，做足沿海生态人文文章，构建“生态+”文旅产业生态圈。

（二）引领文旅融合产业新升级

文旅深度融合，提出文化强市与旅游目的地建设新要求。根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，盐城市应持续推进文化事业、文化产业和旅游业的真融合、深融合、广融合，以国家文化产业和旅游产业融合发展示范区、国家全域旅游示范区、国家文化出口基地等国家级品牌创建为抓手，以生态建设创塑世界级品牌，打造国际一流的文旅目的地，塑造盐城的国际身份识别，讲好“盐城故事”。

文化旅游消费，探索供需两端转型升级新路径。文化旅游类聚集性消费是此次疫情冲击最为严重的领域，根据《国务院办公

厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》、《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》等相关政策文件，盐城市应从供需两端发力，探索激发文化和旅游消费潜力的长效机制，培育壮大文旅消费新业态、新模式，拓展国内外文旅消费市场，通过旅游供给多元化、沉浸体验场景化、文旅服务精准化等方式推动传统文旅发展转型升级。

数字科技赋能，催生文旅供给新形态与服务新标准。互联网时代，5G、人工智能、物联网、大数据等新技术的革新催生了文旅领域的新业态及衍生产业链条。根据《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等政策文件，盐城应以文化科技领域国家科技创新基地建设为载体，培育引领行业发展的领军企业，推进文化产业“上云用数赋智”，使文化和科技融合成为文化高质量发展的重要引擎；聚焦旅游景区、度假区智慧化建设，完善旅游信息基础设施，扩大优质数字产品供给，以文化创意和科技创新培育新业态，开启“数字盐城”文旅新征途。

（三）开辟区域竞争合作新赛道

疫情防控常态化与“云旅游”，赋能文旅创新发展。在新冠疫情的常态化防控工作下，鼓励发展线上文化和旅游体验项目，大力推动文化、旅游与数字创意融合发展，发展数字化景区、数字博物馆、虚拟剧场等产品和沉浸式体验型文旅消费，建立文化和旅游消费数据监测体系，提升文旅产业风险应对能力，实现文

化和旅游应急工作实效化、管理精细化、联动网络化、传播云端化，更加精准满足公众的文化与旅游需求。

长三角一体化与盐沪同城化，开辟区域竞合新格局。“十三五”期末，盐通高铁正式开通运营，根据《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，上海及华东区域将成为盐城最大的文旅机会市场，长三角区域文旅协同发展将进一步加深，在全省文旅竞合中如何放大自然遗产相较沿海竞品的价值优势，在区域竞争中高位谋划、优中做优、错位发力，是盐城能否成长为长三角北翼强劲文旅增长极的关键所在。

第二章 “十四五”总体目标与2035年远景目标

第一节 指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，深入学习习近平总书记关于文化和旅游工作的系列重要论述，坚持稳中求进工作总基调，统筹推进“五位一体”总体布局，协调推进“四个全面”战略布局，紧扣“强富美高”总目标，认真落实省委、省政府决策部署，在盐城市委、市政府坚强领导下，坚持“三市”战略，坚定“两海两绿”路径，推进“四新盐城”建设，以推动文化和旅游高质量发展为主题，以改革创新为根本动力，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，推进文化铸魂、实施文化赋能，推进旅游为民、实施旅游带动，推进文旅融合、实施创新发展，开创盐城市文化和旅游工作新局面，向着建设社会主义文化和旅游强市宏伟目标稳步前进。

第二节 基本原则

立足新发展阶段，贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，坚持正确方向、坚持以人为本、坚持创新驱动、坚持文旅融合、坚持绿色转型、坚持安全治理，加快培育文旅发展新动能、开拓产业升级新空间，以满足人民文化需求和增强人民精神力量为着力点，以深化供给侧结构性改革为主线，推动盐城市文化和旅游业高质量发展，不断提高文化和旅游对国民经济和社会发展的综合贡献水平，实现经济效益、社会效益、生态效益、文化效益相互促进、共同提升。

（一）始终坚持正确方向核心价值观

践行社会主义核心价值观，发扬社会主义核心价值观引领风尚和凝心聚力作用，持续开展中国梦宣传教育。以深化创新理论学习、壮大主流思想舆论、实施新时代公民道德建设、加强网络空间治理、推进全域文明创建、统筹实施新时代文明实践工作等为支撑，进一步凝聚盐城文化共识，塑造新时代盐城精神，不断推进盐城文化传承创新。

（二）坚定树立以人民为中心的思想

坚持人民主体地位，适应人民群众美好生活需要，始终做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，激发全体人民对文化旅游事业的积极性、主动性、创造性，提高人民群众

文化旅游参与度和满意度，增进人民群众的获得感、幸福感、安全感，促进社会公平、增进民生福祉，不断实现人民对美好生活的向往。

（三）贯彻落实创新驱动新发展理念

自觉把新发展理念作为指挥棒、红绿灯，把创新、协调、绿色、开放、共享作为一个体系整体推进，深化文旅事业、产业互通，以事业牢固产业根基、培植产业沃土，以产业带动事业活力、反哺事业能级，推动机制创新、模式创新、产业创新、业态创新、协同创新，充分释放文旅生产力，全面推进文化和旅游领域改革发展。

（四）深入推进文化与旅游融合发展

坚持“以文塑旅、以旅彰文”，不断完善文化和旅游融合发展的体制机制，推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上的融合发展，发挥文化和旅游的产业带动效应，积极推进文化和旅游与其他领域融合互促，“旅游+”“+旅游”取得显著成效，不断提高发展质量和综合效益。

（五）持续深化绿色转型与跨越发展

以绿色转型、绿色跨越为重要路径，坚持生态优先、绿色发展，推动产业生态化和生态产业化，加快生产方式绿色转型和生活方式绿色革命，努力做好申遗后半篇文章，放大黄海湿地世遗效应、创造新经济价值，面向国际舞台积极扩大开放、开展对外交流，不断提升盐城市在全球生态文明建设与治理过程中的参与

度和影响力。

（六）系统推进安全治理现代化改革

把市域治理体系和治理能力现代化作为重要保障，坚持问题导向、坚守政治安全和生产安全底线，持续深化“放管服”改革，实现精准调度、智慧管理、实时监测，强化防范重大风险隐患政策制定、新型文旅基础设施提前布局、文旅安全与现代化治理体系建立、弹性机制保障体系建构，以重点领域的治理效能提升带动系统完备的治理体系建设。

第三节 发展目标

坚持把“争当表率、争做示范、走在前列”作为“十四五”时期经济社会发展的总纲领、总命题、总要求，坚持扩大内需的战略基点，勇于创新、善于创新、主动创新，以二〇三五年远景目标为引领、铆定“十四五”时期两大目标、建设完善文化和旅游八大发展体系，以城乡共建、产品共创、市场共治、主客共享、品牌共赢为抓手，在文化和旅游发展上实现“先走一步、快走一步、领先一步、超前一步”的创新发展路径，探索一条具有盐城特色的文旅发展现代化之路。

（一）二〇三五年远景目标

积极落实党的十九大提出的分两步走全面建成社会主义现代化强国与十九届五中全会提出的建成社会主义文化强国的战

略安排，结合盐城市到二〇三五年基本实现社会主义现代化的远景目标，力争实现城市文旅竞争力与文旅高质量发展跻身全国先进行列，建设成为世界生态文旅目的地城市。黄（渤）海湿地世界自然遗产品牌价值充分彰显，“两海两绿”发展路径成效显著，率先在“两山”转化和生态治理新体系上走出盐城特色道路，形成“美丽中国”的盐城典范。文化和旅游发展体系建设完备，紧紧围绕“举绿色生态旗帜、聚人民群众合力、育文旅产业新人、兴盐城地方文化、展国际城市形象”的使命任务，努力创作优秀文化艺术精品、保护传承利用文化遗产、健全公共文化服务体系和文化产业体系、建设新时代文旅供给产品序列、完善现代化市场治理能力，“强富美高”新盐城建设取得重要成就，社会主义文化强市与旅游强市基本建成。

（二）“十四五”时期发展目标

落实二〇三五年远景目标的阶段性部署安排，“十四五”时期，盐城市文化和旅游发展的总体目标是：放大世遗效应，深耕生态文化、开拓海洋文化、助推沿海开放，厚植海盐文化、复兴千年串场，发扬红色文化、传承铁军精神，建设生态特色鲜明的国家级旅游休闲城市与长三角健康旅游示范城市。围绕四张文化名片，铆定十四五期间两大目标，着力建成新时代盐城市文旅发展八大体系，即世界自然遗产可持续旅游发展体系、文化遗产保护传承利用体系、新时代艺术创作体系、现代公共文化服务体系、现代文化产业体系、现代旅游业体系、国际文旅交流推广体系和

现代文旅市场体系。

(三) 文化和旅游发展具体指标

专栏 1 盐城市文化和旅游发展关键指标

指 标	规划目标	江苏省规划目标
1. 舞台艺术作品获省级以上奖项数量	位居全省前列	位居全国前列
2. 人均接受公共文化场馆服务次数	6 次左右	6 次左右
3. 新增省级非物质文化遗产代表性项目	3-4 个	40 个左右
4. 文旅产业累计投资额	超 970 亿元	超万亿元
5. 省级文化和旅游消费示范单位	建成 1-2 个	建成 10 个左右
6. 省级夜间文化和旅游消费集聚区	建成 3-5 个	建成 40 个左右
7. 省级及以上文化和旅游产业融合发展示范	建成 2-3 个	建成国家级 3 个以上
8. 省级及以上文化产业示范园区（基地）	建成 1-2 个	建成国家级 5 个左右
9. 旅游接待人次	年均增长 20 %	年均增长 18 %
10. 旅游业总收入	超 1000 亿元	超 17000 亿元
11. 人均外出旅游次数	7 次左右	6.5 次左右
12. 省级及以上全域旅游示范区	新增 3 个以上	新增 30 个左右
13. 国家 5A 级旅游景区	新增 1-2 个	
14. 国家 4A 级旅游景区	新增 6-8 个	新增 40 个左右
15. 省级及以上旅游度假区	新增 1-2 个	新增 8 个左右
16. 省级及以上乡村旅游重点村	新增 6-8 个	新增 60 个左右
17. 基层公共数字文化服务覆盖率	100%	100%
18. 智慧旅游景区、度假区	超过 10 个	超过 100 个
19. 纳入江苏智慧文旅平台监管的重点文旅场	超过 60 个	超过 1000 个
20. 设区市文化市场综合行政执法队伍规范化建设达标率	100%	100%
21. 游客满意度	超过 86 分	各设区市均超过 85

第三章 建设世界自然遗产可持续旅游发展体系

以申遗成功为新起点，探索世界自然遗产可持续旅游发展新路径，秉持“精准保护、精准开发、精准利用、精准治理”的原则，围绕将黄（渤）海湿地打造成为“共建共享、永续利用”的和谐遗产地，构建山水林田湖草生命共同体，大力推进世遗融入管理机制建设、世遗文旅开发活力提升、世遗品牌推广立体营销，打造“美丽中国”和生态文明建设“盐城典范”，为全球人口稠密、经济发达地区自然遗产文旅可持续开发提供“中国经验”。

第一节 世遗融入管理机制建设工程

系统研究部署“后申遗时代”的世界自然遗产交流与管理机制建设工作，主动与黄（渤）海湿地研究院合作，协同建设开放合作的世遗国际交流与文旅发展平台，创新运用数字化手段推动世遗旅游的可持续发展，切实提高游客的游览体验与社会公众的情感认同。

（一）建设世遗协同管理交流机制

主动融入“政产学研”自然遗产守护体系。积极对接盐城市遗产保护管理委员会、盐城市湿地和世界自然遗产保护管理中心等主管单位，与黄（渤）海湿地研究院展开合作，定期开展关于

世遗可持续旅游发展的可行性研究与学术交流，彰显守护自然遗产的文旅担当。开展全球生态文明理念对话交流。在黄（渤）海湿地国际会议中主动发声，与黄（渤）海湿地研究院联合推动建立全球生态文明理念对话平台，围绕自然遗产跨区域协同管理、滨海湿地旅游开发等问题充分研讨，提高盐城市在全球生态治理与生态旅游发展中的参与度和影响力。探索自然遗产部门协作发展新模式。推进黄（渤）海湿地保护地管理与发展体制机制改革创新，探索“世界自然遗产+自然保护区+自然公园”协同管理模式下的文旅发展路径，与盐城湿地珍禽国家级自然保护区、大丰麋鹿国家级自然保护区、东台条子泥湿地保护小区、东台市高泥淤质海滩湿地保护小区等展开合作，积极推动世遗国家公园建设。

（二）创新世遗旅游可持续化发展

编制世界自然遗产可持续旅游发展规划。遵循 UNESCO（联合国教科文组织）制定的“世界遗产和可持续旅游计划”，主动对接盐城市黄（渤）海湿地保护规划、遗产地生态旅游重要节点策划，组织编制世界自然遗产可持续旅游发展规划，探索遗产地生态环境与旅游开发相协调，推动世遗旅游资源的精准开发与精准利用，从顶层设计解决世遗旅游中的“旅长游缺”问题。加强世遗数字化开发应用。运用三维实景建模、虚拟现实、全息投影等数字科技手段，将虚拟的三维角色、三维动画、虚拟场景、活态事件等数字文化内容叠加显示在现实遗产地环境中，拓展自然

遗产的展示与阐释方式，实现“数字赋能·创忆遗产”，打造世界自然遗产的数字化沉浸式互动游览体验。通过“5G+VR（虚拟现实）”实现遗产地虚拟全景体验，“5G+AR（增强现实）”提升遗产地互动游览体验，“5G+MR（混合现实）”实现遗产地实景增强互动，以“5G+V2X（车用无线通信技术）”开展无人驾驶旅游接驳车辆的示范试点应用。推动遗产地内城市绿化与涉旅化改造相结合，在沿海防护林、河道景观林、交通沿线生态林等森林城市建设工作中，坚持生态绿化与景观美化并行，积极推进硬件设施与人文风貌的涉旅化改造，建设一批生态旅游步道、滨海景观廊道与世遗主题旅游大道，打造黄海之滨的“最美千里海疆”。

（三）提高世遗生态旅游管理水平

以智慧化管理提升游客游览自然遗产的情感体验。强调“以人为本”和可持续旅游发展，处理好游客、原住民、管理者三者之间的关系，引导游客根据当地居民及专家的建议享受遗产地特有的文化魅力。以发展智慧旅游作为提高游客满意度的重要手段，借助网络实名预约、景点实时监控系統、大数据监测等技术手段，实现遗产地游客流量的数据采集、提前预测、智能引导等，提升世遗文化旅游发展的数字化和智能化服务管理水平，平衡游客遗产旅游体验需求和遗产地保护之间的冲突，有效控制重大节点的旅游活动规模，形成以利用促保护、以保护促利用的良性循环旅游发展态势。普及世遗旅游“最佳环保操作”。以讲解员解

说宣传、出台环境管理费、征集环保志愿者等手段，在遗产地内向游客广泛宣传自然遗产的生态安全重要性及其突出普遍价值，并告知旅游活动时的“最佳环保操作”，如观鸟时的行动速度、噪声水平、进入时间等，提高旅游者的环境保护意识，减少人类活动对自然遗产的影响。培养一批优秀世遗讲解员队伍。加大讲解员培养力度，实行讲解员等级评定、年度轮岗交流，切实提升讲解员队伍整体水平。计划3到5年内培养储备外语金牌讲解员、中文金牌讲解员等队伍。对游客细分市场、差异定位，并利用移动互联网采集的大数据和其他技术手段进行精准传播和遗产知识普及，结合受众的文化教育水平和消费习惯，配备相应的解说产品和服务，动态调整更新遗产解说的主题、内容。鼓励社会公众参与世遗可持续旅游发展。充分动员社会力量，鼓励公众、媒体、社会组织为遗产地的可持续旅游发展建言献策，鼓励共青团、妇联、学联等社会团队及大中小学生、NGO（非政府组织）组织相关人士参与遗产地旅游管理、迁徙候鸟旅游讲解等工作。建立生态文旅志愿者制度，实行服务时长积分制管理，通过对优秀志愿者颁发证书等形式，提升生态文旅志愿服务的社会影响力和志愿者的荣誉感。

第二节 世遗文旅开发活力提升工程

挖掘世界自然遗产背后的文化内涵与文旅价值，讲好东方湿

地、鹤鹿故乡的世遗故事，瞄准新一代年轻消费受众，以主题化 IP 开发引领世遗文创经济与文旅产业发展，提升自然遗产的文旅开发活力，发展小众游、探秘游等特色游览体验，探索生态承载力提升与经济高质量发展协同并进的盐城路径。

（一）延伸世遗 IP 文旅价值链条

建立“一张网”解说系统。彰显黄（渤）海湿地自然遗产的突出普遍价值，建立市区、自然遗产地与其他旅游目的地相互补充、相互支持的“一张网”解说系统，重点包括相关博物馆、文化展览馆解说工程、遗产地景区解说工程等，着重提升现有博物馆解说内容与互动体验。多维度延伸世界自然遗产文旅价值链条。以世界自然遗产为纽带，结合沿线自然乡村、文化公园、文旅项目建设，打造一批世遗美丽乡村、世遗文化公园、世遗核心景区，把世遗文化、世遗符号、世遗故事融入旅游要素体系建设过程中，结合盐城旅游公路 1 号线打造世遗主题旅游驿站，结合遗产地沿线美丽乡村打造特色世遗主题民宿，结合沿海渔港渔业推出世遗生态餐饮，依托遗产地内核心文旅景区开发世遗主题演艺项目，依靠各文旅项目载体与遗产地的自然共生关系，形成主题各异、特色鲜明的新时代世遗主题文旅消费聚落，打造“一线多点、一千多支”的开放型世遗生态文旅目的地。打造世界自然遗产主题 IP 文创经济。梳理世遗文化背景、挖掘世遗文化故事，提炼开发世遗主题 IP，以 IP 讲好人与自然和谐共生的世遗故事，串联遗产地各文旅景区产业链，积极开发文创经济，打造形成世

遗文旅文创生态产业圈。延伸世遗文创经济消费链条，充分挖掘世遗 IP 的创意形态与市场消费潜力，开发兼具功能性、体验性、实用性的文创产品序列。拓展文创经济消费空间，在遗产地内各景点的服务中心、展览场馆、交通集散点设立该景区专属文创纪念品商店、主题咖啡馆、Cosplay（角色扮演）体验馆，有效提升世遗 IP 的文旅市场舆论热度与消费认同。推出世界自然遗产系列主题游线。提炼世遗文化精髓，注重历史氛围和游览体验设计，结合海堤公路、乡村公路及旅游公路建设，推出世遗文化、海洋文化、生态文化等不同主题的旅游线路，在城市机场、高铁等交通枢纽加大宣传投放和旅游引导，提升遗产地内文旅项目的全域联动与协同发展。构建世遗高效旅游专线网络。抓住后疫情时代旅游市场复苏的关键时段，以市区黄海湿地博物馆作为旅游集散中心，联系两个保护区（丹顶鹤、麋鹿）、条子泥景区龙头精品项目，率先开通丹顶鹤生态旅游区的旅游巴士专线，进而构建各景区与市区集散中心（黄海湿地博物馆）之间通达高效的旅游专线网络。

（二）开发年轻态世遗文旅产品

推进“世遗数字供养人”计划。结合世遗的数字化保护开发工作，积极寻求与腾讯、阿里巴巴等互联网巨头企业战略合作，推出“世遗数字供养人”计划，在年轻消费群体活跃的微信、微博等平台以创意广告的形式发出倡议，号召大众积极开发世遗主题小游戏、自然主题轻音乐、珍稀物种动漫形象、“世遗+非遗”

主题文创等多维度数字创意产品，参与世遗文化的公众传承与文旅文创开发。开展“云游世遗”系列旅游活动。遵循遗产地生态环境要求，以“空间适当、时间适时、人群适量”为核心原则，定期开放国际候鸟迁徙观测、濒危物种野外保育、暗夜星空观测等世遗保护现场，运用5G、全息摄影、4K/8K超高清直播等新技术、新媒体、新交互手段，让广大网友远程参与“云观鸟”、“云保育”、“云观星”等世遗主题活动，为感兴趣的年轻群体提供与专业保护人员对话交流的机会。摄制“解码世遗”系列真人秀节目。围绕世遗生态修复、濒危物种保护、申遗过程等内容，通过“文化+揭秘+互动+纪实”的手法，打造世界自然遗产揭秘互动纪实节目，邀请行业专家、人文学者、明星大V、普通民众等担任“世遗解码人”，以户外真人秀的形式亲身探索遗产地，在“相遇、同行、对谈、轻旅行”的过程中从不同角度讲述世遗文化的丰富内涵，提高年轻群体对世遗的文化魅力与现实意义的价值认同。

（三）构建世界级文旅品牌体系

打响世界生态文旅目的地品牌。结合盐城市国际湿地城市建设，创新发展“遗产+”、“生态+”、“文化+”、“旅游+”、“体育+”、“康养+”等生态文旅经济，积极探索生态资源价值的可持续开发与管理机制。整合自然保护区、沿海林场、滩涂湿地等优质生态资源，加快建设丹顶鹤湿地生态旅游区、中华麋鹿园、野鹿荡“暗夜星空保护地”等沿海湿地特色经济功能区。打造国际滨海

湿地文旅品牌。以湿地观鸟作为核心突破口，推动建立东亚—澳大利西亚迁飞路线城市联盟，推动沿线城市湿地旅游和候鸟观测工作，每年举办盐城国际观鸟节和观鸟装备展，打造成为“爱鸟、观鸟、护鸟”组织与人士交流、分享的国际性生态文旅节庆。建设泛黄海地区旅游联盟，打响海洋旅游品牌。立足长三角一体化发展高度，依托国家海洋经济发展示范区，加强与泛黄海地区交流，积极发展海洋新能源工业旅游、海洋渔业旅游、滩涂农业旅游、沿海渔港旅游等产业，加快推进新洋港老街、黄沙港特色渔港改造等旅游载体建设，打造泛黄海区域绿色文旅产业生态圈。建立统一管理、授权使用的世界遗产生态旅游品牌体系。加强对现状旅游资源、旅游市场的调研与梳理，针对遗产地生态旅游重要节点进行策划，对不同遗产地定位和形象宣传口号进行完善。远期结合市区蓝、绿道等绿色基础设施建设，实现遗产价值由滨海向内陆的渗透。

第三节 世遗品牌推广立体营销工程

突出盐城黄（渤）海候鸟栖息地申遗首创城市和引领城市地位，聚焦国际交流、文艺创作、文创开发、赛事会展、大众科普等重点领域，加强与主流媒体战略合作，建立面向市外、省外、海外的宽领域、多层次、大纵深的品牌传播体系，打响“黄（渤）海湿地”世遗金字招牌。

（一）打通多元品牌传播渠道

建设主流官媒世遗传播渠道。与新华社、人民日报、中央电视台、江苏广电总台等主流官媒建立全媒体合作关系，对世遗题材建立系统策划与常态化宣传机制。同时与新华社、人民日报海外版、中国国际电视台等媒体开展外宣合作，沟通对接世界遗产中心亚太部门，充分利用国际传播资源渠道，争取更广泛的国际支持，拓宽国际朋友圈，推介宣传黄海湿地文旅建设工作，提升自然遗产国际影响力。建设自媒体世遗传播渠道。利用“我的盐城”APP、盐城世遗公众号开展自然遗产专题宣传，链接盐城世遗官网和世界遗产官网，加强与微博、微信、抖音、B站等新媒体平台合作，充分发挥便捷传播优势，提高世遗品牌传播覆盖率。创新第三方传播渠道。定期邀请网红大V、关键意见领袖(KOL)来盐城参与活动宣传与品牌推广，打造品牌推广网红朋友圈，积极为自然遗产地发声。加强与《中国国家地理》等业内知名主流杂志合作，定期推出盐城黄（渤）海湿地专栏内容。

（二）创作丰富世遗文化内涵

拍摄世遗主题影视作品。摄制展现候鸟迁徙、湿地景观，反映申遗历程、“后申遗时代”、世遗未来发展等相关内容的专题纪录片。摄制盐城黄（渤）海湿地短视频、微电影，创作湿地题材电影作品，将黄（渤）海湿地打造成华东湿地生态“最美取景地”。邀请知名音乐人创作讲述湿地旅游、人与自然和谐共生的音乐短片。开发世遗主题文学作品。成立世遗文学研究会，组织知名作

家及文学爱好者走进黄海湿地，创作纪实报告文学、乡土故事、小说诗歌及儿童文学作品，打造全景式图文并茂的世遗系列丛书。在地方文学作品、文化科普读物、中小学校教材、旅游指南中体现盐城自然遗产内容，进一步提升盐城世界自然遗产的品牌美誉度与社会认知度。创作书画摄影艺术作品。建立盐城市黄（渤）海湿地创作采风基地，举办以湿地生态为主题的创作写生及培训活动，打响湿地画派品牌。与中国书法家协会、中国美术家协会合作，举办湿地画派作品全国巡展。与中国摄影家协会合作，组织世遗生态摄影大赛，展现镜头下的世遗之美，打造国际鸟类摄影的第一圣地。

（三）举办系列品牌传播活动

开展自然与文化对话活动。联合省内大运河、苏州园林等世界文化遗产，共同打造“江苏世遗品牌”，开展宣传推介活动。与故宫博物院合作，开展“自然与文化对话”活动，举办“故宫博物院馆藏工笔花鸟画盐城展”、“盐城世遗走进紫禁城”等双向展览，向公众全面系统展示五千年文明古国文化、自然遗产的独特魅力，营造全社会关心遗产和了解遗产的良好氛围。组织世遗进高校活动。组织“彰显世遗魅力，汇聚青春力量”世遗进高校活动，通过遗产专家进校园、世遗摄影巡回展、专题报告交流会、遗产地社会实践等形式，形成摄影、打卡留言、调研文章等系列宣传成果，全面展示高校师生眼中的“盐城世遗”。建立互动交流机制，鼓励高校师生参与黄（渤）海湿地研究院年度研究课题

申报，开展创新型应用性研究，把更多研究成果留在遗产地。举办重要节日活动。作为黄海申遗首创城市，大力倡导绿色出行和低碳生活理念，举办“黄（渤）海湿地公路自行车赛”、“盐城马拉松”等文旅体育赛事，不断提升世界自然遗产热度，推动世遗文旅经济蓬勃发展。

专栏 2：“十四五”期间世界自然遗产旅游重点建设项目

重点文旅 IP 载体：东台、大丰、亭湖分别围绕世界自然遗产地“吉祥三宝”勺嘴鹬、麋鹿、丹顶鹤，通过博物馆（主题馆）、主题酒店、主题街区（文旅小镇）、形象设计及文创产品等载体建设和文化演艺、旅游节庆品牌活动策划，打造三个特色鲜明的文化旅游 IP。

黄海森林公园旅游度假区：加快森林小镇、巴斗村、八里村、森林民宿、精品度假酒店等项目建设，打造华东地区集旅游风情、康养、林木为一体的综合性森林小镇。

条子泥景区：以“世遗”为主题，打造入口综合服务区、湿地文化科普区、艺术创意休闲区和湿地体验区四大功能区，建设游客中心、生态停车场、商业服务区、摄影主题酒店、科普馆、摄影长廊、观鸟屋、滩涂驿站等。

长三角（东台）康养基地：首期规划建设上海瑞金医院，占地面积 400 亩，建筑面积 35 万平方米；华东疗养院，占地面积 300 亩，建筑面积 13 万平方米；自然博物馆，占地面积 50 亩，建筑面积 3 万平方米；会展中心占地面积 100 亩，建筑面积 10 万平方米；启动区配套设施，框架范围 2 平方公里，建筑面积 120 万平方米，含康养社区、商业综合体、湖滨酒店、研发中心等。

麋鹿小镇：占地 5470 亩，建筑面积 25.5 万平方米，依托麋鹿、森林、湿地等资源，建设集生态旅游、健康养生、休闲度假、体育竞技、文化传承、动物研究和科普教育为一体的森林、湿地特色生态小镇。

黄海湿地风光展示带：打造袁家尖度假区、丹顶鹤风情小镇、新洋港特色渔港等，形成世遗核心板块高质量旅游产业组团。

丹顶鹤风情小镇：规划建设以丹顶鹤为主题的“三园一市一仙境”，即丹顶鹤湿地生态园、亲子体验园、牡丹文化园、文创集市和中央地标塔。

黄海湿地公园：规划建设自然学堂片区、川东文化街片区、沧海桑田片区和“与星辉映”、“与鹿共舞”、“与鸟相伴”、“与鱼同游”、“与海同歌”、“与草同居”共“三

区六景”，提升野鹿荡景区、改造川东闸小街、建设中国科学院长三角国家授时中心馆、古长江古黄河入海口地质科普馆、野草种子基因库等。

渔港旅游开发：加快“红色+康养”弼港、“美食+海产品交易”黄沙港、“世遗+渔港”新洋港等“特色渔港”打造，完善特色民宿、养生温泉、康养体验等功能配套，打造海鲜美食旅游目的地。

盐城市黄海湿地博物馆：以湿地为主题，将老火车站改造为盐城黄海湿地博物馆，与新建的湿地公园连成一体，打造盐城的“生态嘉年华、湿地会客厅”。

世遗主题剧目新创与提升：根据世遗主题创作一批艺术精品，讲好盐城故事，展示盐城世界自然遗产地魅力。

第四章 建设文化遗产保护传承利用体系

坚持发掘好、保护好、研究好、利用好文化遗产，在保护传承基础上创新开发利用手段，在保护中发展、在发展中保护，让文化遗产真正“活”起来，走进百姓家庭、融入现代生活，普及文化遗产教育，坚定城市文化自信，传承和弘扬盐城优秀传统文化。

第一节 物质文化遗产保护利用工程

加强物质文化遗产保护工作，积极开展资源普查、鉴定评估、数字化建设与申报创建，创新物质文化遗产文旅市场化开发手段，推动文物活化出圈、科技赋能与历史空间再生产，优化物质文化遗产管理，共建文博专家库，搭建科技创新平台。

（一）加强物质文化遗产保护

资源普查建库与鉴定评估。结合全国文物普查成果，定期开展盐城市物质文化遗产资源点普查，建立盐城物质文化遗产数据库。对遗产资源点设立分类分级保护机制，进行文化价值鉴定与文旅开发潜力评估，为盐城市物质文化遗产的更新和活化利用打好基础。遗产资源库数字化建设。应用数字影像、3D建模、AR（增强现实）、VR（虚拟现实）、多媒体等数字手段，做好文物、

遗址、古建筑、纪念馆及馆藏文物的线上数据库建设工作。持续开展创建申报工作。梯度化选取价值重大、保存良好、研究成果显著的物质遗产进行申报，积极推动开庄、云梯关遗址进入省级大遗址保护名录，力争到 2025 年，全市文物保护单位达到国家级 4 处、省级 23 处、市级 75 处，全国历史文化名镇 3 座。推进古籍数字化保护与整理出版。依托各级图书馆、博物馆，运用古籍缩微复制和数字出版等技术手段，积极开展文献古籍的保护修复和整理出版工作。

（二）创新物质文化遗产利用

文物活化与交流出圈。高水平策划文物专题展览、文物巡展、特别展览，积极与周边省市博物馆开展精品展陈换展送展，拓展精品展陈渠道，最大程度利用好、发挥好文物价值。对接市场，探索文物授权机制，开发系列文创产品，举办盐城市文创设计大赛，将文物活化推向民众。科技赋能遗址再现沉浸式场景。利用场景再现等方式推动遗址公园规划建设，植入考古观察、学术交流、亲子研学、交互体验等功能，提高游客体验感与获得感。历史建筑空间再生产。推动伍佑镇、富安镇、安丰镇编制历史文化名镇名村的文旅开发策划规划，在历史建筑修旧如旧的基础上，立足地方文化，借鉴时尚艺术手法，植入新型文旅项目与消费业态，盘活存量空间，实现历史建筑空间再生产。

（三）深化物质文化遗产管理

共建共享文博专家库。与江苏省内其他文博单位合作组建文

博专家库，联合开展文博领军人物和专业技术人才培养，常态化开展业务交流学习，增强盐城特色历史文化向外传播的回音。构建“线上+线下”安全监管体系。推进省级文物安全综合管理实验区创建工作，建设安全监管视频系统，搭建实时监测平台，实现数字化管理全覆盖。依法划定文物保护单位的保护范围和建设控制地带，制定分级保护管理办法，建立健全文物安全风险评估和动态保护管理制度。启动市级文化遗产保护科技创新平台建设。整合文化遗产保护修缮专业技术和人才力量，与市内外高校、科研单位合作发展，开展相关课题研究、科研技术推广、学术交流等工作。

第二节 非物质文化遗产传承开发工程

推动非物质文化遗产的挖掘建库工作，建设非遗传承保护基地，创新开发高度对接市场的非遗产品与消费业态，探索非遗产业化道路，建设非遗小镇（园区），推动非遗青少年教育普及，完善交流合作与金融服务平台机制。

（一）加强非遗挖掘保护工作

非遗资源建库和申报。建立非遗资源发现、收录、申报长效工作机制，夯实保护单位责任，加大非遗知识普及力度，持续挖掘盐城历史文化、农耕文化和民间优秀文化资源，扩大盐城非遗基数，丰富“国家—省—市—县”四级非遗代表性项目名录。组

织一批盐城市代表性项目参与省级、国家级非遗申报工作，鼓励支持代表性传承人和保护项目申报地理标志，高质量推动非物质文化遗产传承复兴。开展非遗数字化运用。建立传统工艺重点振兴项目数字名录，推进国、省、市级项目传承人数字记录工作。推动民间文学、传统戏剧、传统美术、传统技艺等非遗项目开展动态、立体、高清晰的记录工作，积极建设传统工艺工作站和国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地，为非遗资源的盘活利用创造条件。搭建非遗传承人培养平台。完善非遗传承人保护制度和保护机制，探索认定非遗代表性传承团体（群体），建设非遗传承保护基地，搭建非遗传承人培养平台，建立一批非遗传承人工作室和传习所，开展非遗传承人群研修培训计划，实现非遗传承人培训制度化、常规化，保障非遗传承有序、保护有力。

（二）创新非遗传承开发渠道

非遗+技艺，推动非遗创意产品开发。举办盐城非遗创意设计大赛，利用老虎鞋、东台发绣、大丰麦秆剪贴、大丰瓷刻、射阳农民等非遗技艺创新设计符合当代审美与实用价值的文创产品与旅游商品，让民众共享文化遗产美学价值。非遗+曲艺，打造无限定空间非遗展演。推动淮剧、杂技、小戏等非遗曲艺类项目进景区、进社区、进园区、进街区，创新传统曲艺表演形式，与折子戏、情景剧、音乐剧等现代表演形式相结合，创造更多年轻人喜闻乐见的演艺精品。非遗+美食，非遗美食联名探店行动。运用市场化手段推广运营美食类非遗，与盐城老字号、老铺子合

作，创新非遗美食品种、口味、制作方法，讲述美食背后的文化故事。与知名餐饮品牌合作建设联名店，借力品牌餐饮的影响力与创造力，赋予非遗美食更多年轻感与时尚感。非遗+载体，探索建设非遗特色村镇、街区、景区、园区。整合非遗大师工作室、创意设计团队、工艺美术企业、工艺品制造企业等，创新打造非遗下午茶、非遗餐厅、非遗民宿等场景式消费空间，融入文化演艺、商业休闲、婚庆摄影等业态，建设非遗文化特色村镇、非遗文化旅游消费示范街区、非遗文化景区、非遗文化产业示范园区。非遗+购物，文化市集助力非遗传播。以文化市集嫁接非遗元素和符号，利用年轻人易于接受、乐于参与的快闪、古镇老街摊档、街头艺人表演、非遗传承人演示等方式开展非遗传播，让非遗成为活在当下、渗透于生活的有生命物品。

（三）强化非遗机制体制保障

搭建非遗资源综合平台。为非遗民间组织、非遗传承人、非遗爱好者和政府企事业单位搭建线上线下一体式的资源整合需求对接平台，促进非遗人才、信息充分流动。完善非遗金融保障机制。设立盐城市非物质文化遗产专项基金，引导社会力量共同参与盐城非遗的活化开发，保障非遗项目有效传承和创新发扬。建立非遗培养教育体系。将非遗纳入地方教育教学体系，推动非遗传习项目进校园、乡土非遗教材编写、非遗传承保护研究、非遗保护传承优秀实践案例征集等工作。

第三节 红色文化遗产继承弘扬工程

立体化构建红色文化遗产资源库，推动红色文化场馆数字化展示、红色文化遗址场景化再现、红色文化艺术化表达，活态展示盐城红色文化，进一步扩大“铁军之城”影响力和知名度。

（一）红色文化遗产立体建库

“一张图”管理红色文化遗产。搭建红色文化遗产数字平台，整合红色遗址、纪念馆、文化村等资源信息，实现“一张图”管理红色文化遗产。面向社会广泛征集红色文物，进行三维扫描、数字摄影、三维建模等，建立数字模型，为信息共享、修复和开发利用等提供数字化原始素材。建立红色人物文化名册。寻找新四军老兵及其后代，整理红色故事，建立人物名册，采用口述历史、实景照片、影音制品等形式抢救性保存一批红色历史片段，兼顾革命故事和生活故事、关注历史与现代的联系。系统开发红色丛书及影视作品。以纪实文学形式真实记录新四军军部重建、八路军新四军白驹狮子口会师、单家港战斗、陈家港战斗等历史事件，出版系列红色丛书。以纪录片、影视剧目等方式讲述鲁艺华中分院、湖海文艺社、《盐阜大众报》的发展历程，丰富红色文化资源保存形式。

（二）红色文化遗产弘扬开发

完善革命文物划片保护机制。开展革命遗址集中连片保护利用工程，加强革命文物征集工作，推动文创产品开发利用。推动

红色文化场馆实现数字化展示。践行“红色经典、现代表述”理念，实现全景式、立体式文物展陈，提高红色文化场馆的交互性和参与性。探索红色文化遗址场景化展示。创新性利用科技手段复原革命事件、再现人物生活场景，打造一批经典“红色江苏铁军印记”盐城红色地标；构建虚拟场景，加入游戏式虚拟现实展示，打造多维度、动态式交互场景探索红色旅游新模式。创新红色文化艺术化表达。以淮剧、杂技剧、小戏、音乐剧等地方特色艺术形式演绎经典红色文化故事，结合文化惠民定期开展红色文化剧目演出，深入开展红色文化艺术熏陶。

（三）红色文化城市氛围营造

举办特色红色文化活动。积极发挥盐城在“江苏省新四军纪念馆联盟”中的核心作用，组织省内 28 家新四军纪念馆联合开展百件重要文物巡展、百场战役专题讲座、百位老兵口述历史、百件红色文创征集等活动。结合重大时间节点，如新四军重建军部 85 周年、建党 100 周年等举办红色征文、红色文物和史料征集等特色鲜明的红色文化活动。推出红色主题旅游线路。结合红色文化场馆、红色乡村、红色街区等载体建设，打造“重走会师路”、“重回泰山庙”、“悦达盐城·红色之旅”等特色旅游线路。提升红色文化服务品质。培养一批优秀的红色文化场馆讲解员队伍，针对不同受众编制不同讲解稿、制定不同参观路线，做到因人施讲、因材施教。扩大红色文化志愿者队伍，健全志愿者管理制度，定期开展讲解培训，通过自主自愿和统筹安排方式，让乡

村民众成为“乡村红色文化讲解志愿者”，为游客提供友好、亲切、专业的讲解服务。

专栏 3：“十四五”期间文化遗产保护开发重点项目

遗址保护及文化遗产项目申报：推动开庄、云梯关遗址进入省级大遗址保护名录，力争到 2025 年，全市文物保护单位达到国家级 4 处、省级 23 处、市级 75 处，全国历史文化名镇 3 座；全市非遗代表性项目达到国家级 7 项、省级 34 项、市级 200 项。

非遗旅游融合发展：大力开展“无限定空间非遗进景区”活动，即在景区内吃、住、行、游、购、娱各环节，植入形式多样的非遗展陈、展示、展演、体验活动，让游客在景区内全程感受、全程共享非遗活态魅力。

革命遗址提升改造：推进顾正红故居配套设施建设、新四军八路军白驹狮子口会师旧址等一批革命遗址提升工作。

历史文化研究保护：加强串场河沿线的文化历史及大运河盐文化研究，完成《盐城一大运河文化视野下的名都》出版、发行。

新四军文化林建设：在新都路南通榆河东侧“一片林”中建设融入“铁军精神”元素，通过人物雕塑、场景浮雕、文字墙、实景模拟等，分“对党忠诚、一心为民、英勇善战、文化建设、廉政建设、经济建设、团结统战、旗帜猎猎”八大板块，展示新四军铁一般的战斗风采和精神面貌，成为对广大市民、青少年进行革命传统教育的重要阵地。

铁军党史教育：举办庆祝建党 100 周年系列活动，举办“百场微党课”，创塑文化党建品牌，开展党史学习教育，举办革命历史文物展、书画展、专场文艺晚会等。开展“我为群众办实事”实践活动，实施一批重点项目。

“东进之路”红色游主题活动：联合长三角旅游推广联盟策划组织“东进之路”大型红色旅游系列活动，开展“铁军传奇”长三角青少年短视频大赛，组织万人党课暨新四军文化林体验、红色旅游-旗帜 100 万汇盐城等活动。

新四军红色文化教育基地建设：占地 130 亩，充分利用华中局这一红色资源，引入党建文化，建设铁军展示区、后勤保障区、生态休闲区、教育研学区、室外拓展区和康养保健区等片区，打造新四军红色文化教育基地。

第五章 建设新时代艺术创作体系

营造“城市即舞台，全城皆有戏”文艺氛围，深化文艺院团改革创新，以演出为中心环节，积极提升文艺院团活力，健全艺术创作生产机制，坚持思想精深、艺术精湛、制作精良相统一，放大文艺院团创演品牌效应，构建以文艺院团为主体，政府部门、产业园区、文艺协会、院校等广泛参与的社会化文艺精品创作生产格局，建成文化生态良好、文化创新示范、文化英才荟萃、文化交流活跃、文化生活丰富的现代文化名城。

第一节 “盐城有戏”文艺繁荣工程

坚持“量转质”“小转精”“散转聚”总体思路，推动地方文艺精品创作演出攀高峰、惠民生。聚焦盐城在地文化元素，推动优秀戏剧创作，输出大剧小戏全年不断的“欢剧盐城”城市形象。

（一）创作文化艺术精品序列

聚焦重大主题创作文艺精品。牢牢把握意识形态工作主导权主动权，把好文艺创作导向关。围绕庆祝建党100周年、新中国成立75周年、改革开放45周年、新四军重建军部80周年等重大时间节点与全面建成小康社会、抗击疫情等重大主题，重点投入、重点打造一批具有标志意义和广泛影响的文艺精品。“十四

五”期间，创作大小戏剧本 150 部以上。借力国际戏剧节、上海国际艺术节演出交易会、上海国际艺术节、省紫金文化艺术节、淮剧艺术展演月等重大节庆活动，推动淮剧《小镇》《小城》《送你过江》、杂技剧《芦苇青青菜花黄》《小桥·流水·人家》等特色剧目海内外输送。以精神文明建设“五个一工程”奖、中国文化艺术政府奖（文华奖）、中国戏剧奖（含梅花表演奖、曹禺剧本奖）、全国小戏小品大赛一等奖、省文华奖、省“五个一工程”奖、紫金文化艺术节优秀剧目奖为目标，推出 2-3 部在全国或全省有重大影响的精品力作。推动文艺表现形态跨界融合。探索文艺跨界融合，地方戏曲与潮流演艺碰撞，融入舞台剧、音乐剧、话剧、亲子剧、现代舞、沉浸式戏剧等年轻时尚的演艺形态，创新戏剧表现形式，探索在新载体、新技术上的突破，引入“动漫”、“古风”、“国潮”等元素，引发一波“盐戏国潮”爆款营销，打造戏曲国潮创新标杆。建立社会化文艺创作机制，搭建剧本交易平台，释放“剧本经济”价值。发挥盐城在文艺剧本创作领域的突出优势，建立社会化文艺精品创作的市场发展机制，搭建集全国剧本展示交易、编剧培养、项目合作、IP 授权、文化金融投资等于一体的剧本交易平台，建立全国艺术创作剧本库，与各地曲艺院团、戏剧学院、大剧院建立合作，更好地扶持精品剧本创作。

（二）拓展特色文艺剧场空间

优化全市演艺空间布局。加快各类剧场剧院建设，选取特色

街区、名人故居、文化产业园区、品牌景区，打造一批小型剧场、电台直播间、沉浸式演艺空间等演艺新载体，引入外部优质资源，促进演艺、经纪、策划、营销等业务形成良性循环。实施城市角落文艺更新。利用博物馆、展览馆、剧院、书店、非遗传习所等城市空间，植入淮剧脸谱、杂技道具等文化艺术元素，打造独树一帜的艺术“打卡地”与“文艺微空间”。推进创新表演试点建设。探索城市、艺术与人三者交互的可能性，在商圈、广场、公园举行趣味“快闪”、沉浸式演出、网红直播等活动，打造全国淮剧创新表演“试点样板”，实现城市即舞台、全城皆有“戏”。

（三）梯度建设文艺人才队伍

加强院团管理机制建设。完善文艺院团自身管理制度，全面加强编剧、作曲、导演、演员、灯光、舞美、剧务等人才队伍建设，推动院团大力引进培养高水平文艺人才，引进国内外优秀创编人才担任驻团编导。各文艺院团创新用人机制，通过项目制、签约艺术家等方式引进一批优秀文艺创作与经营管理人才。加强本地专业人才培养。支持鼓励将戏曲专业人才培养纳入有关人才计划和培养工程，加大人才培养资金扶持力度。组织参加全国、全省文艺院团长培训班、演艺经营管理人才高级培训班、舞蹈编导人才培训班等各类培训班，做深做实文教结合工作，重视本土专业教育力量，打造整齐有力的艺术人才矩阵。充分利用国家艺术基金人才、“名家传戏”、戏曲名家收徒传艺工程，建设形成“名师带徒”、“传帮带”机制，完善艺术传承与人才梯队建设。深入

推进“青年文艺家培养计划”，制定“一人一策”个性化培养方案，搭建学习观摩、大戏挑梁、推荐参赛等各类平台，以戏育人、以戏推人。开展区域合作培养模式。加强与高等院校、职业院校等的深度合作，引进上海等地优质教育资源，面向艺术专业人才提供学识提升和“订单式培养”，鼓励通过“高研班”等形式提升从艺人员继续教育水平，实行艺术综合就业和培训计划。积极探索与国内外艺术院校、兄弟省市文艺院团合作建立培训基地和实习基地。

第二节 文艺院团活力提振工程

深入贯彻落实国家、省关于深化国有文艺院团改革的文件精神，强化文艺院团宣传思想战线主阵地作用，着力完善院团管理体制和生产经营机制，激发文艺院团生机活力，助推盐城文艺事业高质量发展。

（一）深化文艺院团布阵进阶

深化国有文艺院团改革。紧紧围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，突出问题导向，坚持分类指导。以演出为中心环节，凝聚共识，激发国有文艺院团生机活力，创作生产思想精深、艺术精湛、制作精良的舞台艺术佳作，不断满足人民向往美好生活的精神文化需求。扶持民营文艺院团发展。加大政策支持力度，鼓励社会化办团和多种形式发展，推动民营文

艺表演团体规范发展、创新发展，支持民营文艺表演团体与旅行社、旅游景区深度合作。鼓励民营表演团体、民间艺人等从业人员申报职称，参加进修学习。支持淮剧、杂技等特色民营院团产业化发展。

（二）推动文艺院团创新发展

进一步完善社会化文艺精品创作生产管理机制，巩固文艺精品创作生产组织化优势，提高文艺精品创作社会化、市场化程度，更好发挥扶持奖励专项资金的激励引导作用。以演出为中心环节，提升院团创演能力。实施优秀剧本储备计划，打造版本丰富的剧（书）目体系，组织文艺院团开展主题创作，鼓励文艺院团加强原创和现实题材创作。推进院团艺、技衔制改革。建立新型职务序列，实行一年一聘，形成职务能上能下的竞争局面。建立与职务序列相匹配的薪酬体系、与职务序列相挂钩的“艺衔”“技衔”津贴体系，形成收入能多能少的良好格局。以薪酬分配激励提升演职人员工作效能。探索事业性质院团演出收入用于分配的方法，合理设置薪酬分配等级和档次，实行末位待岗制，提高转企院团市场竞争力。完善资金保障制度。将相关经费纳入财政预算予以保障，创新财政资金投入方式，设立专项资金，改进完善创作扶持和演出激励办法。

（三）提振文艺院团综合效能

提升文艺院团公益服务和社会效应。持续推进“高雅艺术进校园、进基层、进乡镇”活动，办好各类代表性文艺活动和市政

府文艺奖、市文华奖等重大奖项评比活动，积极举办省市级重大艺术展演、新创舞台剧目展演等活动，持续承办省淮剧艺术展览月活动。释放文艺院团市场开拓效应。地方院团发挥自身人才优势、文化资源优势，持续深化演艺与旅游、科技等行业融合发展，院团深入荷兰花海、自然遗产等品牌景区驻场演出。放大文艺院团创演品牌效应。持续开展盐城作者“剧本输送”工作，加强戏剧创作区域间合作，做大做强“盐城现象”。优化剧场供应机制，促进国有文艺院团与剧场深度合作，支持团场合作、以团带场或以场带团。各院团推出优秀剧目演出的经典版、驻场版、巡演版，促进剧目创作演出畅销，打造具有高质量、高水平的文艺院团和“盐城青年演员”品牌。

第三节 社会艺术氛围营造工程

广泛开展群众性文化活动，加强美术、音乐、影视、诗歌书画等群文活动的普及，将艺术教育纳入盐城市国民教育体系，提高人民群众的艺术修养和审美水平，传承盐城特色城市文化。

（一）丰富时代文艺作品类型

提升美术、音乐等短板门类建设。持续组织全市学术性美术作品展览、与兄弟省市的美术交流展、优秀画家个人专展等活动，开展国画、油画、版画、水彩画、壁画等各类美术作品研讨、写生、创作集训等常态化活动。组织参与国家级、省级、市级展览

和赛事活动，不断丰富音乐创作、表演、评论、艺术考级等各方面的音乐活动。持续推动诗歌书法艺术发展。举办各类诗歌书法艺术活动，包括“大美湿地·水韵盐城”、“走进新沿海”等高水平展览活动，全国荷花诗会、书画艺术节、文化艺术周、五市文化联谊、“颂祖国·爱家乡”诗词楹联大赛等文艺活动，推动优秀作品惠及基层群众。推进网络文艺创作生产。将网络文艺纳入全市文艺创作生产和引导管理范畴，引导网络文艺讲好百姓身边日常故事，推动形成“写人民、人民写、人民参与、人民共享”的网络文艺新常态。建立优秀网络文艺作品扶持机制，加大对原创优秀网络文艺作品的扶持和推介力度，运用微博、微信、移动客户端等新媒体平台，促进优秀作品多渠道传输、多平台展示、多终端推送。

（二）推动社会艺术教育普及

推动优秀文化艺术教育普及。将中小学校作为传承优秀传统文化的重要载体和主要阵地，推出一批弘扬优秀传统文化的教育普及读物，开设淮剧班，编印淮剧课本、欣赏学习改编淮剧歌曲、开展亲子戏剧课，丰富传统文化内涵和形式。发挥好盐城“淮剧之乡”、“杂技之乡”在地方戏剧的传承创新、传播推广、惠民服务等功能作用，整合周边旅游、教育等资源，增设培训、展示等场地和设施，开展多方面、多层次的展演、培训、推广等活动。营造文化艺术优质创作环境。加快地方戏曲保护立法工作，出台地方淮剧保护条例。推动院团、协会与创作采风基地形成共建机

制，定期组织基地体验生活、进行艺术创作和举办公益演出，培养基层文化活动骨干和带头人，力争形成具有“团站挂钩”示范作用和“一镇一品”艺术特色的盐城市艺术创作基地服务体系。

（三）推动文化艺术交流输出

举办艺术理论学术活动。持续开展淮剧艺术研究、学术交流、社团联谊等活动，积极开展现代淮剧的现场观摩和学术研讨活动，争取承办中国戏曲现代戏研究会年会，探索盐城国际化艺术样式发展方面的新路。推动城市文艺生活对外交流。主动将优秀戏曲剧目“引进来”，以艺术节为平台，举办惠民演出、剧本交易、剧目研讨等多项活动。支持戏曲院团“走出去”，鼓励戏曲专业院团参加各省、市各类戏曲展演活动，参与国外文艺庆祝演出及文化交流活动，持续放大剧本输出的“盐城现象”，提高淮剧、杂技与地方文化艺术的国际知名度。

专栏 4：“十四五”期间艺术创作重点项目

红色主题艺术创作：以百年党史中重大事件、杰出历史人物和优秀共产党员为题材，组织创作一批红色艺术精品，举办红色主题系列展演展览。推出音舞诗画主题晚会《永远跟党走》、杂技剧《芦苇青青菜花黄》、淮剧《雪枫卖马》、《为你绽放》、《巍巍宋公堤》、曲艺剧《盐阜往事》等。

舞台精品创作提升：实施舞台艺术精品工程，组织创作和打磨提升一批思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀艺术作品。开展市政府文艺奖评审，推动出精品出人才，提升奖项影响力和吸引力。新创历史题材淮剧《范公堤》，灵魂三部曲之三—淮剧《小区》；立足盐城地域元素和文化特色，创作一部反映盐城湿地世界自然遗产保护的音乐歌舞剧，打造盐城文旅高质量融合的生态文化名片。抓好剧本创作质量提升，每年新创大小戏剧本 20 部以上。

文艺精品倍增计划：积极推进“盐城出品”，在政策引导、财政扶持、宣传推介等方面支持鼓励社会各界开展各种类型的文艺精品创作、生产、传播。对获得

中宣部“五个一工程”奖等中央部委 23 个常设性文艺奖项、江苏省“五个一工程”奖的原创作品，给予配套奖励。对全市市场主体和个人为第一出品人的电影、电视剧、纪录片、动漫和舞台艺术作品及以本地素材创作的文学艺术精品等，根据实际取得的社会效益和经济效益，给予政策优先、资金奖励及补助。在全社会推动形成百花齐放、百家争鸣的文艺创作氛围，激活社会文艺创作力量。

淮剧杂技传承发展：统筹各地区淮剧杂技平衡发展，兼顾传统作品与新作品、大型作品与小型作品，实施淮剧杂技振兴和保护工程。加快推进淮剧立法保护，从体制机制、人才培养、设施建设、宣传普及、政策保障等方面加强淮剧保护传承工作。创建中国淮剧之乡，建设淮剧小镇，实施淮剧数字化保护工程。办好江苏省淮剧艺术展演月、盐城市新剧目调演等品牌活动。

美术书法活动品牌：整合美术书法资源，创作“世遗全景图”，举办全市优秀美术书法作品系列展览，为盐城美术书法作者提供集中展示平台。推出吕恩谊、陈其等盐城籍著名画家创作精品系列展。

文化艺术交流传播：发挥新媒体平台优势，开展分众化、精准化传播，面向省内外、国内外艺术院线和演艺机构推荐盐城原创优秀剧目，将更多盐城文化艺术精品推向全国，走向世界。

文化旅游融合发展：创作更多包含旅游元素的淮剧、杂技作品，拓展旅游演艺项目发展空间。推进舞台艺术、美术书法等文化产品和服务进景区，创新“一景一诗一书一画”等宣传方式，探索开发艺术研学旅游，推动经典舞台剧目转化为实体旅游产品。

艺术人才培养培训：培训与实践相结合，举办各类文艺人才培训班，培养选拔一批创作、表演、管理、评论等方面的优秀人才。发挥老艺术家传帮带的作用，加强青年文艺骨干培养培训和宣传展示。

第六章 建设现代公共文化服务体系

适应新发展阶段人民生活品质化多样化发展趋势，以群众需求为导向，品质提升为引领，建设完善“覆盖城乡、可持续发展、全民共享”的公共文化服务体系，打造市场广泛认可、在全国有影响力的公共文化服务品牌，推动公共文化服务高质量发展，创造人民群众期盼的高品质文化生活。

第一节 公共文化服务网络建设工程

进一步优化城乡公共文化资源配置，推动城乡公共文化服务体系一体化建设，实现全域均等化布局、产品特色化供给、效能精准化管理，由基础覆盖向高效能发展转变。

（一）深化文化载体全域布局

提升各级公共文化设施载体利用效能。持续深化公共文化设施标准化、均等化、普惠化建设，坚持补短板、强弱项，加大对城镇化过程中新出现的居民聚集区、农民新村的公共文化设施配套建设力度，真正建成全域覆盖、全效利用、全面服务的“市—县—镇（街道）—村（社区）”四级公共文化设施网络体系。推进县级文图两馆的总分馆制建设，在镇街分馆全覆盖的基础上主动向社区延伸发展，形成“区县总馆+镇街分馆+村社书屋”的三

级模式。提升区域重点文化场馆设施水平。深入推进市博物馆、滨海县文化艺术中心、射阳县博物馆等区域重点项目建设，提升市文化艺术中心、市美术馆等现有场馆服务水平，增强区县级图书馆、文化馆、博物馆等服务功能。提升公共文化设施载体服务能级，支持中国海盐博物馆创建国家一级博物馆。推动基层文化站点功能复合化建设。加大镇街、村社等基层公共文化服务站点的建设和升级改造力度，把公共文化建设和基层治理体系。建设集党政教育、科普宣教、文化服务、艺术熏陶、体育健身等于一体的功能复合型基层文化服务中心，实现全域城乡公共文化资源的进一步科学配置优化。

（二）打造“嵌入式”文化服务

探索“嵌入式”公共文化空间建设模式。放大盐城“书香城市建设先进市”示范效应，在都市商圈、文化园区、商办楼宇等现代消费集聚区域，嵌入式建设一批开放性、艺术性、现代性的小型公共文化空间，打造融合阅读、艺术展览、文化沙龙、轻食餐饮等服务的城市书房、文化驿站、文化广场等新型文化业态。积极探索“展馆+”发展模式，对场馆进行创意性、艺术化、涉旅化改造，加大数字艺术、沉浸式体验等新技术的应用，打造一批“博物馆+”、“美术馆+”、“文化馆+”的复合型公共文化场馆和“最美公共文化空间”。推动“嵌入式”社区公共文化服务发展。将文化创意融入社区生活场景，针对不同社区群众的文化需求，采取个性化、主题化服务策略，建设淮剧文化社区、红色文

化社区、非遗传承社区、诗歌文学社区、书画美术社区等公共文化服务标杆社区，提升社区公共文化空间的融合性、功能性与审美性，从服务群众的“最后一公里”向“最美一公里”转变。培育“嵌入式”基层公共文化服务人才队伍。为村、社区级基层文化站点配备专职分管文化的社区干部，积极挖掘民间文艺骨干，组建基层文化服务队伍。变“送文化”为“种文化”，围绕淮剧、杂技、小戏、阅读、舞蹈五个方面，不定期邀请专家进行业务指导及艺术培训，鼓励群众自发参与基层公共文化服务活动，坚持去室内化、去演员化、去专业化，切实推动群众实现从自娱自乐到能歌善舞的跨域转变。打造“嵌入式”国际友好公共文化服务社区。结合中韩盐城产业园开放优势，放大现有公共文化服务特色，成立境外人员文化服务中心，精准对接在地国际友人文化需求，在国际社区中嵌入式打造高标准、多维度的国际友人文化交流活动空间，建设集国际化居住、国际化商务、国际型服务、国际型文化于一体的国际友好公共文化服务社区，丰富国际友人公共文化服务生活，树立中外文化交流融合典范。

（三）推动文化服务上云赋能

整合建设文化大数据服务平台。全面统筹各级资源，梳理文化资源数据，建立标准化、跨领域、多维度共融共通的文化大数据平台，提供智能识物、个性化推荐、个人助理等特色文化服务，逐步实现“一部手机看盐城”的文化上云服务目标，为全面实现“数字盐城”提供内容保障与服务支撑。完善公共文化数字平台

矩阵。推动公共文化服务设施数字化建设，构建智慧图书馆、智慧文化馆、智慧档案馆、智慧博物馆等数字文化平台矩阵。推进盐城市公共文化云平台建设，对接江苏省公共文化云，将公共文化服务逐步全面纳入省公共文化云，实现资源整合共享、公共文化服务精准推送和文化服务效能实时分析。探索线上公共文化服务场景。以互联网赋能公共文化服务，在教育、旅游、商务、社会治理等领域积极探索线上公共文化服务应用场景，实现文化产品精准推送、多领域覆盖。鼓励景区、展览馆、文博场馆等发展线上服务，提供“云演出”、“云展览”、“云培训”、“云讲座”等服务形式，丰富沉浸式、虚拟展厅、高清直播等新兴体验形式，加强微视频和艺术慕课等数字教育资源建设，为群众提供优质云端文化服务。

第二节 公共文化服务惠民典范工程

以提供更高水平公共文化服务为目标，创新供给方式，扩大社会参与，推动融合发展，实现公共文化供需精准对接、服务便捷高效，建成开放多元、充满活力的公共文化服务供给体系，努力开拓大众参与、全民共享的高水平公共文化服务新局面。

（一）提升公共文化服务效能

完善公共文化服务绩效评估体制。从场馆设施、建设形式、资金投入、服务质量、流程规范、监督评价体系等多方面考量，

明确公共文化设施的目标与责任，完善公共文化服务评价指标体系。深入落实城乡一体的公共文化服务标准规范建设要求，开展基层公共文化阵地服务效能测评，推动基层综合文化中心提升服务效能。创新公共文化服务购买配送运行机制。加大政府市场化购买公共文化服务力度，规范引导优秀社会力量参与文化共建与运营管理，促进公共文化服务市场供给多元化健康发展，使公共文化服务实现“低投入、高产出、可持续”的自我良性循环发展。大力推广“文化预约”工程，根据市民推荐进行公共文化产品线上采购，完善公共文化产品的精准配送，打造公共文化“超市式”供给、“菜单化”服务模式。建立健全公共文化服务参与考核机制。通过服务对象、媒体和第三方评估机构建立群众评价和反馈机制，定期进行全市公共文化资源普查和公众评价与需求测评，提高公共文化服务供给与群众需求之间的匹配度。对各级公共文化服务机构进行暗访检查，出具调查报告、开展整改培训，不断优化提升盐城市公共文化管理和服务水平。

（二）打造文化服务品牌序列

持续推进盐城特色文化惠民工程。整合优质资源，深入开展群众文化活动，进一步健全文艺团体参与文化下乡管理与验收机制，提升文化惠民工程产品质量，扩大“南苏北盐”群文现象的社会影响力。根据江苏省“文化进万家”活动总要求，扩大实施送书、送戏、送展览等活动，深入开展高雅艺术“四进”工程、“十馆联动下基层巡演”、“万场文化活动进农村”、“戏剧进校

园”、“群文进社区”等城乡流动文化服务，全市公共文博场馆开展“特色开放日”活动。加强公共文化服务品牌序列建设。深入实施艺术精品工程，继续擦亮“天天悦读 1+X”全民阅读服务项目、“书香城市建设先进市”等品牌。根植盐城特色文化底蕴，按照“一馆一品”、“一镇一特”的思路，打造一批戏曲杂技、文学美术、非遗传承、革命文化等类型的文化精品，彰显红色铁军、白色海盐、蓝色海洋和绿色生态等盐城特色，提升“海盐文化节”、“盐读文化艺术展演月”、“盐读大舞台”、“丹顶鹤文化艺术节”、“郁金香”文化月、“百合花”文化月等特色文化服务品牌影响力。丰富面向老年群体的公共文化产品和服务。适应老龄化社会发展趋势，满足老年群体多样化的精神文化需求，结合基层文化站、乡村文化中心建立老儿园、老年大学，针对老年人文化需求组织电影播放、文艺演出、书法绘画、电子产品科普、传统节日活动等特色流动文化服务。各级公共文化阵地组织开展适合妇女儿童的文化活动。加强面向残障人群的文化服务，举办“书香有爱·阅读无碍”、“文化进残疾人家庭”等文化活动。

（三）推动乡村公共文化普及

开展“艺术乡村”文化建设活动。依托“中国杂技之乡”、“中国淮剧之乡”、“中国曲艺之乡”、“中国诗歌之乡”、“中国楹联之乡”，建立艺术家、设计师、策展人、媒体从业者等专业人士与民间文化艺术之乡的对接机制，以进驻乡村、联名开发等形式介入乡村原有的传统文化项目，为传统文化资源注入时代性的

创意活力，以“艺术乡村”建设推动乡村建设品质提升与传统文化传承创新。开展乡镇文化服务中心文旅融合试点建设。围绕乡村振兴战略，将乡村文化建设融入城乡经济社会发展全局，有序推进基层综合性文化服务中心旅游功能融合试点建设工作，探索乡村基层综合性文化服务中心建设融合旅游、电商、就业辅导等复合型功能，为本地群众提供公共文化服务，为外来游客提供包括景点咨询、土特产销售、导游讲解、食宿咨询等文旅服务。打造“3+1+3”乡村公共文化品牌。鼓励有条件的乡村深度整合公共文化资源，以乡村常见的“自然生态、历史人文、非物质文化遗产”三类资源为基础，衍生开发“原生态生活、老习俗节庆、老手艺传承”3类文化场景，提炼开发1个新文化IP，发展“稻田生活美学艺术节”、“市井老街创意市集”、“自然湖荡阅读季”等3类特色乡村文旅节庆，打造节庆新民俗，形成具有区域影响力的乡村文化名片。

专栏5：“十四五”期间公共文化服务重点项目

盐城市博物馆：在先锋岛区域建设市综合性博物馆，建筑面积29648平方米，展厅面积约1.3万平方米，设基本陈列厅、红色文化展厅、胡公石书法艺术展厅、赵泰来文物展厅等九个展厅。

盐城市文化馆、少儿图书馆提升改造：投资5700万元，将建筑面积10000平方米的原中级人民法院办公楼提升改造成市文化馆；投资4500万元，将建筑面积10000平方米的原市文化馆提升改造成市少儿图书馆。

古黄河博物馆：在月亮湾黄河故道淮河出海口规划建设一座反映黄河故道历史文化、具有标识感的博物馆，打造滨海港月亮湾旅游度假区文化形象地标。

江苏省里下河博物馆：总投资5亿元，在建湖县九龙口新建里下河博物馆（“水

韵江苏”示范区博物馆)。建筑面积 20000 平方米,新建 2 层的博物馆及附属工程等。

射阳杂技艺术中心:项目用地面积 21 亩,建筑面积 1.2 万平方米,分教学演练区、生活后勤区和室外演出广场,通过上人曲线屋面展示杂技精神和独特的地方文化。

滨海博物馆:建筑面积 3146 平米,按照县级博物馆标准进行建设。

滨海文化艺术中心:项目为三层公共建筑,原设计方案包括文化馆、未成年人成长指导中心和妇女儿童活动中心(A区)、大剧院(B区)、淮剧团与美术馆新馆(C区)三个区域。

城乡公共文化设施:推动建设 30 个以上文化小广场和小剧场,50 个以上阅读新空间。

文化惠民活动:每年完成送戏、送演出 3000 场次以上,开展艺术普及活动 500 场次以上、文艺人才培养 80 场次以上。

党风廉政文化建设:举办廉政专题书画展,创排一批廉政文艺作品,创建一批景区党史教育基地、廉政教育基地、打造 2-3 条党建、廉政教育专题专线,扎实推进廉政文化建设。

法治文化宣传:将法治宣传与地方文化、景区景观自然融合,寓教于乐,创建一批景区法治文化示范点,择优打造 4 条法治宣传教育精品线路。

第三节 数字公共广电体系建设工程

将新发展理念贯穿广电体系发展全过程,高度重视技术的关键支撑作用,坚持创造性转化、创新性发展,以智慧广电战略为引擎,推动广播电视和网络视听宣传质量、内容质量、产品质量、服务质量、管理质量走在全省前列,传递盐城声音。

(一) 推进智慧广电系统建设

加快建设广电新基建。推进有线电视网络和 5G 一体化发展,布局“广电+5G”等新型数字化基础设施建设,鼓励播出机构、

传输机构积极引入和运用 5G 技术。加快光纤宽带网络优化升级，城镇家庭实现千兆宽带接入能力，提高农村地区宽带用户接入速率和普及水平。统筹推进 IPv6 改造，支持 IPv6 安全技术研发、应用和融合创新。深入实施智慧广电发展战略。加快新一代信息技术在视听节目制作播出和传输覆盖中的部署应用，构建“内容生产、节目制播、传输覆盖、安全监管、科技创新”智慧广电五大体系，提高精准生产、精准传播、精准服务能力，实现内容与技术的有机融合。探索“智慧广电+”综合服务模式。推动广电网络与文化、科技融合，重点打造“手机+电视+宽带+内容+体验”智能传播服务和产品。拓展“广电+政用、民用、商用”运营服务形态，满足用户对于跨屏、跨域、跨网、跨终端的收视和信息需求。

（二）建设全媒体传播体系

完善新型主流媒体平台建设。继续推进盐城广播电视全媒体指挥中心建设，加快资源整合和相互融通，加强县级融媒体中心建设，探索县级融媒体中心与全媒体指挥中心协同发展机制。推动建设“智慧媒体+智慧政务”双服务平台，打造主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。推进广播电视网络深度融合。以全媒体思维优化组织架构和运行机制，强化本地台网融合发展，在数据共享、互动视频、内容建设等方面开展深度合作，加快打造技术先进、特色突出、用户众多、自主可控的新型传播平台，不断提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。拓展全媒

体传播服务渠道。以互联网端和移动端渠道为主，推动广电播出机构同新兴媒体、传输网络深度融合，拓展全媒体投融资渠道，推进传统媒体和新兴媒体“双头部”平台品牌化和规模化运营，打造集约高效的内容生产体系和传播链条。

（三）完善现代广电产业生态

加快广电产业深度融合。围绕智慧广电、媒体融合、5G 广播、智慧市政、智慧社区、在线教育、数字乡村等新兴方向和家庭、政务、民生场景，加强与战略性新兴产业的深度融合，大力发展高清电视、超高清电视和 5G 高清视频，构建新时代大视听全产业链市场发展新格局。完善内容生产产业链条。强化内容与技术、市场的深度融合，以内容建设为根本，做强做优创作主体，增强精品内容持续供给能力。拓展沉浸式视频、虚拟视频、短视频、电商直播、竖屏节目、互动节目等视听新业态，全面提升各类视听节目的规模和能级。加强“盐城声音”向外输出。大力扶持广播电视和网络视听内容、平台、技术“走出去”，依托中日韩自贸区的国际化开放平台，放大世遗效应，做强视听节目国际宣介平台和节目交易平台，讲述好盐城故事、中国故事，增强盐城文化传播国际影响力。

专栏 6：“十四五”期间社会文明程度提升工程重点项目

新时代公民道德建设：实施《盐城市文明行为促进条例》，推进社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德建设。开展“文明健康、有你有我”教育实践，发动群众广泛参与爱国卫生运动。大力选树宣传先进模范群体，每季度宣传发布“盐城好人”，评选表彰 60 名左右盐城市道德模范。健全志愿服务协调机制，推动各级志愿服务联合会实体化运作，命名 100 个左右志愿服务市级示范站点。

群众性精神文明创建：开展文明城市、文明村镇、文明单位、文明家庭、文明校园创建活动，力争市区创成首批全国文明典范城市，东台、阜宁、射阳、滨海创成第七届全国县级文明城市，建湖、响水入围全国文明城市县级提名城市。省级文明镇占比达 50%，市级和县级文明村占比分别达 50%、65% 以上。全国文明单位达到 30 个，县级以上文明单位创建覆盖率达 95% 以上，非公经济组织和社会组织在市级文明单位中的占比达 10%。镇级以上文明家庭占比达 35%。县级以上文明校园占比达到 60%。

未成年人思想道德建设：构建家庭、学校、政府、社会相统一的思想道德教育体系，建设文明礼仪教育实践示范基地，实施少儿文艺精品创作工程，加强未成年人心理健康教育体制机制、基础设施、管理队伍建设，建成劳动教育和社会实践高品质示范基地 10 个、精品课程 100 门，惠及中小学 1000 所。

第七章 建设现代文化产业体系

科学构建“4+3+3”现代文化产业发展格局，搭建文化服务创新平台，培育文化产业发展主体，加强文化创意产业园区建设，积极发展对外文化贸易，扩大优质文化产品供给，塑造盐城文化产业核心竞争力，实现盐城文化产业高质量发展。

第一节 文化产业发展格局重塑工程

科学构建4大产业体系，大力发展3大新经济业态，重点建设3类产业载体，形成“4+3+3”现代文化产业发展新格局，推动文化与制造业、服务业、旅游业深度融合，以数字经济赋能文化发展，推进文化产业数字化、复合化、网链化高质量发展。

（一）构建四大文化产业体系

依托现有产业基础优势，衔接未来行业发展趋势，构建数字文化产业、创意设计产业、工艺美术产业和文化旅游业四大文化产业体系，推动文化产业从“盐城制造”转向“盐城智造”。数字文化产业聚焦软件开发、数字出版、动漫游戏、影视制作等关键环节，重点关注汽车教学软件开发、互联网信息服务平台开发、数字出版软件开发、数字作品制作集成、动画设计制作、影视后期制作、影视IP授权等领域，打造数字文化产业示范基地。创

创意设计产业以工业设计为主导，大力发展建筑设计、广告平面、文创开发、专业设计等行业，依托盐城国家级、省级工业设计中心、文化创意产业园区等载体，将创意设计产业打造成盐城文化产业的重要支撑。工艺美术产业以文化与制造业融合为核心，重点发展非遗工艺品、玻璃工艺品、户外运动用品、金属工艺品、玩具等设计制造，深入挖掘盐城雕刻、刺绣、美术、书法等文化艺术资源，推出市场化、年轻化、品质化的工艺美术产品，实现文化美学增值和品牌塑造。文化旅游产业聚焦文旅消费产业链条延伸，围绕门票经济、演艺经济、游船经济、文博经济、商业消费等经济形态，引进培育文旅商圈、博物馆综合体、跨界书店、特色民宿等新消费业态，积极推动国家级、省级夜间文旅消费集聚区创建，争创文化和旅游消费试点城市，激发文化旅游市场消费活力。

（二）聚焦三大文化经济业态

放大主题价值，发展世遗经济。发挥盐城世界自然遗产的资源价值，以世界遗产保护性开发带动世遗旅游、商务会奖、体育休闲、康养度假、节庆赛事、IP 开发、科普研学等产业发展，推动生态资源向产业经济转变，打响以世界自然遗产为主题的文化经济品牌。积极培植一批遗产地标志性文旅产品，深化开展生态旅游、观鸟摄影、科学研究、公众教育等活动，完善遗产地周边基础设施与商业消费配套供给，加快构建便捷高效的世遗资源点间交通网络，联动渔港旅游，延长世界自然遗产的产业经济链

条。优化空间价值，发展都市水岸经济。发挥盐城“百河之城”水资源优势，以串场河水岸功能利用为主导，开拓与周边协调互动的滨水开放空间，有序打造沿岸商业空间、游船经济、文博场馆、演艺品牌、文化创意产业园，培植主题市集、沉浸式小剧场、艺术河岸、特色渔港等消费场景，推动形成“水岸+”文化、旅游、创意、消费的产业生态链，优化提升水岸空间经济价值，打造时尚休闲都市水岸的标杆。转化时代价值，发展潮流经济。紧跟时代趋势，把握Z世代（互联网世代，统指受到互联网、即时通讯、智能手机和平板电脑等科技产物影响很大的一代人）的消费特征，探索发展年轻人喜爱的潮流经济，实现价值倍增。瞄准潮品经济（潮品交易、球鞋文化、街头文化、潮流买手）、剧本经济（艺术类剧本、网络文学、游戏剧本）、盲盒经济、萌宠经济等产业蓝海和未来突破点，打造以“盐之有物”为代表的经济服务平台与产业示范基地，启动意见领袖收编和项目合作机制，引导潮流经济健康发展。

（三）建设三大产业发展载体

打造一批文化产业集聚区。以现有文化产业集聚空间为基础，建设一批主导产业突出、科技优势明显、规模效应递增的文化产业集聚区。联动盐城大数据产业园、盐城西伏河数字智能创新社区，打造以软件开发、动漫游戏、数字出版、影视制作为主导的数字文化产业集聚带，形成文化和科技融合的示范标杆；以盐工盐艺为品牌，汇集一批工艺美术企业、大师工作室、IP创

意工作室、音乐创作空间，带动文创会展、演艺音乐、商业娱乐等企业集聚，打造非遗工美产业集聚区；聚焦文旅新消费，以聚龙湖商圈、荷兰花海、东台西溪、建军路商圈、串场河沿岸为重点，打造一批都市文旅消费集聚区与夜间文旅消费集聚区。创成一批文化产业示范园区（基地）。推动现有文化产业园区提质增效，优化产业结构，加强文化创意产业园区建设，加快实现优质企业资源集聚与创意孵化。聚焦数字文化产业、广告设计、创意策划，加强数梦小镇、长三角（沿海）广告创意产业园、蛋壳数字百变创意空间等文化创意产业园区建设；支持盐城大数据产业园、东台西溪文化产业园争创国家级文化产业示范园区，盐城市文化科技产业园、盐城聚龙湖文化科技产业园争创省级重点文化产业示范园区；扶持优秀文化科技企业，推动江苏世纪龙科技有限公司、江苏华恒兄弟动漫制作有限公司等重点企业创成省级文化产业示范基地。盘活一批城市存量空间。结合城市更新，盘活老肉联厂、老化纤厂等存量空间，引入文体产商综合体、夜经济地标性网红打卡圣地、智慧科技综合文创产业园等新概念，植入建筑设计、广告平面、文创开发、专业设计、体育运动、商业潮玩等文化创意产业，打造一批特色彰显、产业兴盛的工业遗址型文化创意产业园区。以“盐城旧事”为核心，以毓龙路、建军路为代表，通过涉旅化改造一批老菜场、老码头、老盐场、老站台、老铺子、老市集，营造具有盐城文化感与年代感的生活文化街区。

第二节 文化产业发展主体培育工程

建立健全文化产业创新平台，激发各类市场主体创新活力，依托文化产业集聚区、文化产业示范园、文化创意产业园等载体，引进培育一批产业头部、区域总部、地方领军企业，推动文化企业数字化转型与数字文化产品供给，搭建文化创新服务平台，积极探索对外文化贸易，推动盐城文化产业走向国际。

（一）培育文化市场重点主体

招引一批产业头部、区域总部企业。围绕主导产业，坚持扶优扶强扶大，招引一批国内外知名文化头部企业，争取文化企业区域总部落户盐城，支持头部企业和总部企业增资扩产，吸引产业链上下游配套企业入驻，带动一批具有成长性、示范性、标志性的优秀新兴文化企业发展壮大，引领打造稳固产业生态，构建具有盐城文化特点和核心竞争力的现代文化产业体系。培育一批地方文化领军企业。建立盐城市文化领军企业种子库，甄选具有潜力的文化企业，提升企业产业链带动能力、研发创新能力、市场主导能力，培育一批具有规模效应、高端产业价值和市场竞争力的地方领军企业，重点支持江苏华恒兄弟动漫制作有限公司、盐城市虹之谷文化发展有限公司、江苏世纪龙科技有限公司、盐城卡洛泽科技有限公司、盐艺海盐文创有限公司等企业发展。创新数字化技术应用，推进“上云用数赋智”，加强创新链和产业链对接，鼓励文化企业运用数字技术改革管理机制、开发数字产

品、拓展线上业务，发展线上交易、艺术普及、交互体验等数字化服务，打造一批数字示范项目。促进文化科技融合发展。建立健全以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的文化科技创新体系，加强文化产业领域重大科技创新，着力推进新一代信息技术在文化产业领域的集成与应用。落实国家、省关于促进文化和科技深度融合的指导意见和实施意见，大力扶持文化科技类企业。加大对文化和科技融合创新重大共性关键技术和产品研发的扶持力度，加大对文化和科技融合成果转化的支持力度，培育一批独角兽和瞪羚企业。

（二）搭建文化贸易服务平台

建立产学研合作网络。依托盐城高校资源，推进文化产业示范园区（基地）、文化科技产业园与高等院校、科研院所广泛开展产学研合作，积极推动建设以骨干文化企业牵头、高校院所及上下游企业共同参与的文化类产业技术创新战略联盟，构建开放高效的创新网络。激发企业主体创新活力。深入实施“企业研发机构高质量提升计划”，鼓励支持有条件的技术创新型文化科技企业建设国家级、省级重点实验室，工程中心、企业技术中心等高层次创新平台，积极承担或参与国家、地方的重大文化科技项目，促进各类创新资源向企业集聚，激发企业创新活力。打造民本经济众创平台。促进以多渠道灵活就业创业为远景的民本经济发展壮大，支持小微企业和个体经营者线上创业就业，鼓励特色小店、独立设计师、家庭手工业等业态发展，号召活化运用盐城

优秀历史文化、特色自然遗产。借力区域性文化贸易平台提高知名度。以国家和省重大外交、外事活动为平台，依托区域性、国际性商务会展，举办文化贸易配套活动，组织市内文化企业参加长三角国际文化产业博览会等国际会展，持续举办中韩贸易投资博览会、中韩合作交流周等活动，提高盐城文化产业品牌知名度。搭建国际文化贸易平台。健全大数据采集系统，提供文化产业交易信息、结算、技术合同登记、展览展示等服务，实现国际文化产业贸易现代化、专业化、规范化。制定行业标准，为会员企业提供文化项目评估、业务咨询、产品和服务认证、知识产权保护等服务，帮助会员企业培育国际品牌。

（三）推动图文出版繁荣发展

聚焦重大主题开展精品出版工程。围绕中华人民共和国成立75周年等重大时间节点，建设优秀主题出版项目储备库，将原创优质内容与重大主题、盐城特色相结合，打造一批弘扬社会主义核心价值观、传承中华优秀传统文化、具有高显示度盐城标识的原创出版精品与特色出版品牌。加大图文出版创作政策扶持力度。设立盐城出版物出版、设计、印制、策划、传播等相关奖励，加大对精品图文出版市场主体的扶持力度，对优秀作品创作生产和宣传推介给予重点支持。搭建平台吸引优质图文出版资源落户。搭建盐城出版从业者平台，支持出版单位盐城分支机构、盐城本地出版工作室等出版机构建设作者资源库，着力打造名家工作室，带动更多优秀作者、高质量作品落户盐城。鼓励图文出版

行业创新业态融合发展。引导出版机构积极培育出版新业态，开发有声读物、网络出版物、多媒体印刷出版物等新兴数字出版产品，探索建立数字化环境下内容生产传播一体化机制，引培一批内容与技术深度融合的出版、印刷、发行骨干企业。加快文化媒体数字化转型升级。加快新闻出版业数字化转型升级步伐，支持盐城主要媒体提升内容生产、融合创新能力，规范引导民营网络媒体、自媒体发展，扶持一批走在全国全省前列的新型主流媒体，建成互联互通的现代全媒体传播体系。

第三节 文化市场配套服务保障工程

深化文化体制机制改革，健全政策、资金、人才等方面支持体系，保障现代文化产业体系顺利构建，优化文化市场营商环境，促进盐城文化市场转型升级，保障文化产业市场有序运行。

（一）优化文化市场体制机制

完善市场协调机制。建立联席会议工作机制，协调解决文化产业发展重大问题，成立文化投资管理运营市场化机构，形成政府引导扶持、企业市场运作、社会积极参与的机制，制定科学规范的考评、管理、奖惩制度。优化提升文化市场综合执法能力。提高文化市场执法人员专业化水平，建设数字化管理平台，有效提升跨部门跨领域综合执法成效。加强文化市场产品价格监管，健全“红黑榜”制度，完善消费投诉受理机制，强化文化市场消

费权益保护。

（二）健全文化产业支持体系

完善产业发展扶持政策。出台加快文化产业高质量发展的政策意见、激励措施、行动计划等文件，健全国有文化资产管理、财税优惠、金融支持等领域政策，鼓励重点主导文化产业发展，对重点文化产业项目、文化企业、文化产业园区以及获奖文化产品制定针对性奖励政策，促进文化产业高质量发展。发挥产业资金引导作用。加大对具有良好社会效益和经济效益的文化产业企业、重大项目的贷款贴息扶持力度，强化资金使用绩效管理；鼓励社会资本创设文化产业投资基金，对市内重点文化领域、发展潜力巨大的文化企业进行天使轮股权投资，吸引社会资本共同参与优质文化企业扶持。建立人才培养长效机制。探索通过签约、项目合作、知识产权入股等方式，引进领军人才；落实市“515”等人才政策，吸引培育一批具有国际视野的文化领军人才；鼓励本地高校开设文化产业类专业，外聘企业资深专业人才授课，着力培养一批懂文化、懂科技、能实战的复合型人才；实施“紫金文化人才培养工程”，加大对盐城紫金文化英才、文化优青的培养选拔力度。

（三）优化文化市场营商环境

创新金融服务手段。对接省市文化产业引导基金，发挥有效投资关键性作用，核心项目、重点项目考虑以投代招，引导优质企业入驻。加强政府和社会资本合作，搭建市场化金融平台，引

进一批投资规模大、产业层次高、创新能力强、带动潜力足的文化旗舰型、地标型项目，加大对文化头部企业、龙头企业和文化企业总部的招引力度。提升优化政务服务。围绕文化企业落户全过程、全链条丰富政策供给，精简审批环节和事项，全力推进“互联网+政务服务”，打造便捷高效的政务服务环境。重点完善文化产业载体周边基础设施和生活配套薄弱环节，保障对高层次文化人才创新创业的政策兑现。拓展招商引资渠道。持续举办“深耕长三角·逐梦新盐城”投资环境说明会，采用“主会场+分会场+视频连线+云签约+全球直播”等创新形式；鼓励采用校友招商形式，引导校友创业创新创富，与盐城结成奋斗共同体；围绕文化产业上下游进行产业链招商，研究分析产业发展和转移规律，厚植产业良性发展的创新土壤。

专栏 7：“十四五”期间文化产业重点建设项目

数梦小镇：依托中国电子集团资源优势，5年内新引进产业龙头项目100个，新增产业项目200个，带动盐南高新区数字经济产业规模达300亿。加快推进喜马拉雅等在线新经济项目在盐南落地进程，打造区域知名的在线新经济项目产业集聚区；以数字淮剧为突破打造国内戏曲数字化保护的标杆，加快数字文化品牌建设，打造省级数字文化产业集聚区。

长三角（沿海）广告创意产业园：打造苏北首家国家级广告产业园，集孵化、培训、推广、展示、交流五大功能于一体，园区重点发展广告策划、创意设计、媒体推广、互联网营销、广告制作、信息服务、产业培训等十大广告创意产业门类。

蛋壳数字百变创意空间：专注于数字文化创意传播暨高端商务展演百变创意空间，打造成亭湖区文创产品研发及展示大厅，推动数字文化传播内容、技术、模式业态和场景创新。

亭湖数字基地：利用上海离岸空间地区优势，引进开发新兴项目产业，大力

拓展数字文化创意、跨境电商服务、扶农产品营销课堂、大数据社会化征信、智能创意、影视动漫、VR 领域、智能制造领域、高新技术研发、各高校高新技术项目实验室等数字科技、智能设备、互联网+的数字产业链，建设“三位一体”高效服务平台。

串场河文化产业集聚区：占地 224 亩，重点建设文化创意街区、商业综合体、星级酒店，在串场河上新建景观廊桥，推动文化集聚区与欧风花街联动运作，打造新的文化产业集聚区和网红打卡点。

“夜画盐城”：以盐文化为主题，以串场河为纽带，以游船为载体，以两岸现有风光为基底，结合岸上复建的盐城八景，通过亮化光影交错穿越时空，感受盐城大运河盐文化的独特魅力。

动漫影视剧《范公堤》：以长篇网络历史小说《范公堤》为原型创作 26 集动画影视剧。把小说中的文学形象搬到海内外各大舞台，让历史文化融入现代生活，让盐城形象走出中国、走向世界。

工业遗址文化创意园：利用肉联厂旧址打造集智能化体育运动区、智慧性科技办公区、商业娱乐潮玩区、文化创意展览区、城市生态花园区于一体的文体产商综合体；利用东港码头旧址打造集游船码头、美食一条街、城市艺廊、星光广场、文化展览馆、沉浸式互动体验装置、社区运动、文创创客办公为一体的“文化展览+餐饮+演艺+康体”夜经济地标性网红打卡圣地；利用化纤厂旧址打造集 VR 主题科技体验展览馆、冰雪体育设备产业园、5G 科技产业园为一体的智慧科技综合性文化创意产业园区（中芬科创产业园）。

建军路文商旅商圈：结合老城改造、瓢城绿廊建设、古八景复建，提升建军路地下商业街、浣沧巷商业街，竹林商业城老盐城文化与餐饮休闲娱乐空间等，打造集吃住游购娱多元化综合性功能的文商旅商圈。

腾飞路民国风情街：建筑面积 6 万平方米，打造时尚、美食、剧场、书院、教育、设计等多样品牌民国风情街区。

红色文化街区：项目位于亭湖区建军路北文港路西，占地约 21 亩，结合老城人居环境整治，挖掘红色资源，讲好红色故事，打造具有政治功能、文化功能、教育功能、旅游功能的红色文化特色街区。

玻璃工艺文创平台：研发设计“四维空间—克莱因瓶”等系列产品，对接国内外各类推介会，打造全球交流、交易合作平台。

何垛河创意文化带：新增建筑 12 万平方米，建设色织二厂工坊特色街区、商业休闲街区、邻里中心、商业酒店、游戏园等，配套周边建筑风貌改造提升，展示东台文化特色重塑与城市建设新颜。

建河村玻璃工艺一条街：带动全村 63 家玻璃工艺品加工点，完善村 1500 平方米电商服务中心，培育 26 户玻璃工艺品电商，全力打造建河村玻璃工艺一条街，线上线下共同运行，力争年产值 1.5 个亿。

第八章 建设现代旅游业体系

牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持以文塑旅、以旅彰文，深入推进大众旅游、智慧旅游和“旅游+”“+旅游”，推动传统业态转型升级与提质增效，打造便捷高效的旅游公共服务体系，争取创成国家全域旅游示范市，不断增强人民的获得感、归属感与幸福感。

第一节 大众旅游供给体系工程

优化城乡旅游布局，构建盐城市“一心一极四带多节点”全域文旅空间布局，从点状式开发到组团化运营，创新旅游产品业态，发挥高能级、高品质、强引力的重量级龙头项目的辐射带动作用，推动实现资源、资金与品牌价值的利用最大化。

（一）全域文旅空间布局

构建“一心一极四带多节点”全域文旅空间布局。坚持全域旅游理念，加快形成以黄海滩涂、湖荡湿地、海盐文化、田园花海等为主题的全市生态旅游新格局，提升鹤舞鹿鸣的“东方湿地之都”城市旅游品牌形象。围绕“享受自然，感受文化”主题，形成“一心一极四带多节点”全域旅游、全景世遗的空间格局。

“一心”即在市区布局文化遗产展示、文旅集散、城市休憩等功

能核心区。“一极”即依托黄金海岸线等滨海风貌，打造人海和谐共生的世遗旅游经济增长极。“四带”即四条文旅经济带，加强串场河人文底蕴挖掘，联动沟墩、伍佑、白驹、草堰、西溪、安丰等古镇，向水而行发展水岸经济；整合大纵湖、九龙口、马家荡等湖荡资源，打响里下河地区湖荡集结地品牌；挖掘黄河故道、万鸟天堂生态资源，深入推进乡村振兴战略；加强新四军红色文化挖掘，建设红色街区，传承铁军精神。“多节点”即各县（市、区）利用资源特色，打造各自空间亮点。提升旅游产品品质。突出海滨、森林、花海、民俗等特色元素，开发探秘、摄影、体验、康养等高端游、小众游、深度游产品，联合打造一批精品旅游线路和文化特色鲜明的国家级旅游休闲街区。以全市 19 家旅游园区为抓手，开发“探秘自然遗产、解码古老串场、戏水湖荡湿地、寻踪黄河故道、传承红色基因”5 条主题线路，全力打造以世界自然遗产为核心的国际生态旅游目的地。聚焦旅游目的地建设，创新全域旅游协调发展机制，提升全域旅游示范区发展质量。支持东台、盐都等地争创国家级全域旅游示范区，支持荷兰花海、黄海森林公园争创国家 5A 级景区、大纵湖旅游度假区争创国家级旅游度假区。到 2025 年，力争全市旅游总收入破千亿元。

专栏 8：“十四五”期间 19 家旅游园区重点建设项目

串场河景区：加快串场河文化产业集聚区、“古八景”复建、“夜画盐城”等项目建设，打造城市新的文化产业集聚区和网红打卡点。

伍佑珠溪古镇：加快珠溪古镇开发、中华海棠园南海天地等项目建设，打造城市休闲娱乐、旅游度假区。

大洋湾景区：建设希尔顿逸林酒店、涵田温泉酒店、樱花主题酒店、新洋港北侧康养度假区等，依托大洋湾优美的自然环境，融合地方传统文化，打造集城市观光、休闲度假、游乐观赏、健康养生为一体的文化旅游休闲集聚区。

丹顶鹤旅游度假区：加快黄海湿地风光展示带、丹顶鹤风情小镇等项目建设，打造世遗核心板块高质量旅游产业组团。

黄海森林公园生态旅游度假区：加快森林小镇、八里村、世遗小镇特色街区等项目建设，打造华东地区集旅游风情、康养、林木为一体的综合性森林小镇。

西溪旅游度假区：以提升董永七仙女文化园、西溪古城、海春塔苑、犁木街、西溪植物园等景点为目标，加快天仙缘小镇等项目建设。

斗龙港旅游度假区：加快荷兰花海“月下爱河”旅游综合体、郁金香种球花卉产学研基地、郁金香健康养生文化中心、斗龙港水上游线、大龙岛（错觉驿站）综合开发、梅花湾景区、新丰镇老街改造等项目建设，打造休闲、度假、购物、旅游等于一体的综合旅游度假区。

麋鹿生态旅游度假区：加快黄海湿地公园、麋鹿小镇等项目建设，打造集生态旅游、健康养生、休闲度假、动物研究和科普教育为一体的森林、湿地特色生态旅游度假区。

大纵湖旅游度假区：加快国际钓鱼运动竞赛中心、十里湖塘花海景区等项目建设，打造以湖荡湿地为特色的旅游度假区。

草房子乐园修学旅游度假区：加快草房子乐园、三胡故里等项目建设，打造承载文化艺术交流、传播、研究及儿童文学互动的旅游度假区。

九龙口旅游度假区：加快荡东民宿、淮剧小镇、温泉度假文旅综合体等项目建设，打造以“渔乡”“野奢”为特色的苏北水乡旅游度假区。

日月岛康养旅游度假区：加快温泉度假酒店、四季水游乐、滨水购物街等项目建设，打造以生态康养、休闲娱乐、游览购物为特色的旅游度假区。

黄沙港旅游度假区：以“黄沙港，把大海讲给你听”为主题，加快渔港风情广场、渔港贸易中心等项目建设，打造以渔港深度体验为特色的旅游度假区。

金沙湖旅游度假区：加快金沙湖景区、湖滨酒店、宁心园生态旅游景区等项目建设，打造以生态涵养、温泉养生、健身娱乐为特色的旅游度假区。

马家荡旅游度假区：加快核心景区、旅游驿站、智慧景区等项目建设，依托

湖荡湿地特色资源，打造以苏北水乡为特色的旅游度假区。

梨花语景区：加快梨花坞市集、烟墅梨花村、萌宠乐园、梨养心苑、自然研学营地等项目建设，打造以梨产业链、梨文化体验、梨文化交流为特色的旅游度假区。

月亮湾旅游度假区：加快渔港码头、抹香鲸海洋馆、冰雪世界、漂浮海滨浴场等项目建设，打造集娱乐休闲、文化体验为特色的旅游度假区。

九丰农博园景区：围绕种子种苗培育、新品种试验、农耕文化、互联网蔬菜等现代农业元素，打造以农业体验为特色的旅游景区。

八卦滩景区：加快海盐谷综合配套服务区、海盐文化演艺区、盐疗休闲度假区、海盐主题文化游乐区、海盐文化互动体验区等项目建设，打造以海盐主题为特色的旅游度假区。

（二）文化品牌体系构建

深耕生态文化，放大世遗效应，打响“世遗旅居”国际品牌。以生态休闲、健康运动、旅居度假为理念，将自然生态、世遗湿地转化为强引力文旅产品，以世遗文化赋能产业升级，叫响湿地生灵麋鹿、丹顶鹤、勺嘴鹬“吉祥三宝”的品牌。推动东台条子泥4A景区等创建工作，加快条子泥世遗生态旅游项目、丹顶鹤生态旅游度假区、长三角（东台）康养基地、中华麋鹿园、日月岛康养旅游度假区、黄沙港旅游度假区等世遗品牌支撑的关键项目建设，打造世遗生态康养度假的深度体验游。开拓海洋文化，助推沿海开放，体验“海洋旅游”独特风情。以“绿色转型，向海而生”为理念，聚焦沿海渔港开发，打造沿海渔港旅游带，推动渔港差异化定位与主题化打造；创新海洋文旅深度体验，策划举办沿海城市文化旅游节，联动上海、南通、连云港等沿海城市，设计海盐晒制、赶海踏海、海洋观光、渔趣民俗、渔家美食等深

度体验活动。厚植海盐文化、复兴千年串场，实现区域文化占位。聚焦盐城地方文化，从海盐文化、地方戏曲、城河水岸三个维度入手，打造盐城城市文化品牌序列。深入挖掘海盐文化，应用先进技术手段创新盐展陈方式，加快八卦滩景区、三大盐场、海盐博物馆的联动打造，将“盐”与日常生活相结合，让盐文化不仅停留在艰苦奋斗精神宣传上，更融入每一个现代家庭日常生活中。发挥地方戏曲与艺术价值，创新淮剧、杂技、郑板桥、马良等文化元素艺术性表达，推动九龙口淮剧小镇、马家荡马良古城、大纵湖东晋水城等项目建设。放大城河水岸效应，举办世界城河论坛，以串场河为核心，联动法国塞纳河、英国泰晤士河、德国莱茵河、韩国清溪川等城市重要河流，围绕城河对于城市意义、文脉传承、水岸景观、文旅开发、品牌节庆、商业消费等内容交流探讨，共筑世界城河保护开发机制。发扬红色文化，传承铁军精神，开启“东进序曲”新篇章。秉持“把红色资源利用好，把红色传统发扬好，把红色基因传承好”理念，加强新四军红色文化挖掘，以新四军纪念馆为龙头，联动华中工委纪念馆等红色文化载体，加快红色街区、红色里巷、红色场馆、红色渔港、红色乡村、红色文创的开发打造，发挥省新四军纪念场馆盟主作用，联合茅山、黄花塘、沙家浜和黄桥等场馆，办好“东进之路”大型红色文化旅游活动，讲好现代传承故事，点亮盐城红色文化旅游版图。

（三）红色文旅创新开发

建设红色电影基地。将《东进序曲》拍摄地打造成红色电影基地，重现电影拍摄场景桥段，广泛开展影视拍摄、红色团建、青少年研学、红色演艺、革命生活体验等活动，打造综合性爱国主义教育基地。红色文化街区嵌入式打造。联动新四军纪念馆周边街区，引文化入街区，以景观扬精神，将新四军重建历史、重要事件、突出人物以地绘景观中轴、景观座椅、雕塑小品、公交站台主题化设计等方式进行生动具象的展示，打造3条红色文化示范街区，让红色文化走出场馆，将盐阜红色基因嵌入到城市环境营造中。红色乡村特色化打造。以红色基因激活乡村振兴的各类资源要素，创新红色遗迹展陈方式，以艺术手法、新媒体方式加工传播红色人物事件，导入与铁军精神相契合的文旅项目与商业业态，拓展“红色+民俗、+生态、+农业、+美丽乡村”等模式，依托东平村、雪泉村等红色文化底蕴深厚、红色故事丰富、红色人物鲜活的乡村，因地制宜打造一批各具特色的红色示范乡村。红色文博经济引领式创新。以红色文创与消费场景营造为抓手，举办盐城红色文创大赛，激发市场化团队的创造力与设计感。依托盐城248处革命旧址、博物馆、纪念馆等重要载体，创意设计盐城红色地图拼图、盐城红色文化插页绘本、红色口罩、红色遗址冰箱贴等文创产品，在红色场馆内设计革命场景复原与消费空间融合的沉浸式体验空间，焕发红色文博场馆全新活力。红色大戏梯度化开发。将盐城红色文化资源与淮剧、小戏等地方曲艺形式相结合，创新引用沉浸式戏剧、快闪等新型表演形式，排演

一部以新四军重建军部为内容的红色大戏，推出一系列以红色人物和故事为内容的革命小戏，开发一批创新演艺形式的红色折子戏、红色芭蕾、红色音乐剧、红色儿童剧等，将红色文艺精品引入景区商圈、剧院剧场、园区学校等，将红色大戏打造成“盐城有戏”的重要支撑。

（四）智慧旅游加快布局

推进智慧建设，深化“互联网+旅游”。紧抓“数字盐城”建设契机，加快推进智慧文旅平台建设，整合智慧旅游信息中心数据，为全域旅游管理、营销和服务提供数据支撑。支持各县（市、区）搭建全域大数据智慧旅游平台，基本实现“一部手机游盐城”，积极打造智慧文旅示范应用。重点加强市级旅游园区智慧建设，整合旅游园区内各网站、微信微博、视频监控等建设成果，加快构建覆盖全域、互联互通、便捷高效的智慧旅游体系。打造智慧产品，推动旅游消费提质升级。依托景区、博物馆等发展线上数字化体验产品，充分利用5G、AR（增强现实）/VR（虚拟现实）等数字技术让旅游资源“活起来”，创新旅游产品体系。推进线上线下融合发展，充分发挥线上交流互动、引客聚客、精准推送等优势，引导线上客户转化为线下消费，培育“网络体验+消费”发展新模式。顺应居民消费升级趋势，以消费者需求为导向，培育云旅游、云演艺、云直播、云展览等新业态，鼓励定制、体验、智能、互动等消费新模式发展，打造沉浸式旅游体验新场景，改善旅游消费体验，努力实现旅游消费更多样、更有活力。加强智

慧管理，推进景区“限量预约、错峰游览”常态化发展。加快完善景区基础设施，强化智慧景区管控平台建设，提高景区游客流量管理水平。全面推行景区分时段预约管理制度，建立健全旅游大数据共享互通机制，加快实现景区预约人数和实际入园人数与线上平台互通、信息共享，精准管控景区游客量。鼓励景区强化合作，加快开发夜间旅游、度假旅游等新型旅游产品，延长游客停留时间，满足游客错峰旅游新需求。提升智慧服务，推动智慧旅游公共服务模式创新。进一步完善旅游配套设施，加快推进道路交通、品牌酒店、民宿民居等设施智慧化建设，促进城市公共服务设施与旅游公共服务设施全面衔接。完善升级“我的盐城”APP智慧文旅板块，提升游客体验、智能导游等线上服务水平。加强智慧营销，坚持形象宣传与产品营销“双轮齐转”。围绕“城市即旅游”的消费者印象认知，打造立体化、全方位的文旅宣传体系，升华盐城旅游形象。加快建设网上旗舰店，积极开展与腾讯、携程、抖音等知名互联网企业合作，加快实现基于大数据的精准营销，构建便捷营销网络。巩固、深化“苏心游·最盐城”主题游等活动成果，政企联动突破长三角、华北、高铁枢纽站等重点客源市场，不断提升盐城旅游的知名度和影响力。到 2025 年，市级旅游园区和 5A、4A 级景区实现 5G 全覆盖，建成 10 个智慧旅游示范景区。

第二节 文旅产业消费升级工程

立足以国内大循环为主体、国内国际双循环的新发展格局，推进供给侧结构性改革，从文旅优质供给与文旅消费激励两端入手，促进产业和消费“双升级”，从夜间经济到假日经济到全时经济，引进培育新型消费业态与消费热点，争创国家文化和旅游消费试点城市，点亮盐城夜经济版图，打响“欧夜盐城”品牌。

（一）以“旅游+”“+旅游”推动产业提质扩容

以“旅游+”“+旅游”为原则，宜融则融，能融尽融，推动深度跨界融合与旅游融合业态多元化发展，创新旅游产品增量。

“旅游+城建”，在重要地标建筑、商业街区、商务办公区、基础设施建设中融入盐城地域文化元素与旅游服务功能，让城市可聆听、可阅读，打造建筑会说话的特色城市识别系统。“旅游+农业”，培育休闲农业、田园综合体等农旅融合创新标杆，盘活农村居民住宅、闲置用地、现有建筑等存量资源，利用科技智慧等新型技术手段与现代经营模式推动农旅融合发展，引导渔乐大世界、九丰农博园、五星田园综合体、朗坤农科园、洋马鹤乡菊海乡村旅游区创建国家级、省级休闲农业示范点。“旅游+体育”，依托湿地、森林、海洋等生态资源，创新开发“小精灵马自骑”“向海骑行赛”“湿地马拉松”“瑜伽森呼吸”等主题的精品体育旅游线路；依托盐龙体育公园等打造国家体育产业示范基地，积极承办国际性体育赛事，引进演唱会、音乐会、戏剧节等娱乐文艺性产

业，打造复合型多功能体娱综合体。“旅游+渔港”，统一规划渔港旅游发展工作，设计差异化发展定位与主题风格，加快黄沙港国际渔港、弼港红色渔港、斗龙港盐系网红渔港、翻身河运动活力渔港、陈家港神仙渔港、新洋港生态渔港的设计开发。“旅游+研学”，联动草房子乐园、安徒生童话乐园、三胡故里、陆秀夫故居、海盐博物馆、三仓现代农业产业园等人文、生态、产业类成熟载体，发展亲子研学、红色研学、湿地研学、农旅研学、商旅研学等多元研学业态，将研学升级为“盐学”品牌，推动草房子、安徒生童话乐园创建 4A 级景区。“旅游+工业”，提升东风悦达起亚汽车文化工业旅游区、大丰区新能源淡化海水产业示范园区、江苏光明银宝乳业有限公司、射阳港名品石材工业旅游区等现有省级工业旅游区（点），推动同力糖果工业旅游区、德龙不锈钢产业园、华人运通（江苏）技术有限公司、茵钥中药发酵工业旅游区、美村食品园区等积极创建省级工业旅游示范区，延展商务旅游、工业旅游、研学旅游等新型旅游形态。

（二）积极推动国家文旅消费试点城市建设

争创国家文化和旅游消费试点城市。抓住行业复苏政策窗口期，发挥世界自然遗产品牌价值，以建设国际消费中心城市为愿景，创建国家级文化和旅游消费试点城市、省级文旅消费示范、试点城市为目标，实现文旅消费有力助推区域经济的正增长与内循环的强扩容。培育文博经济，塑造文旅融合标杆。聚焦文博场馆，以市场化运营方式介入文博场馆的开发，鼓励博物馆文创产

品开发、博物馆 IP 授权、博物馆场景化消费空间塑造（博物馆餐厅、博物馆酒店、博物馆健身房）、博物馆联名产品开发、数字流动性展览、喜马拉雅博物馆科普频道、非遗创艺园区打造等，探索文化活化、文物活化的市场化路径，将文化传播与人民喜闻乐见的消费产品相结合，让“文化出圈”、“博物馆出圈”。创新消费业态，培育文化消费新热点。引进品牌书店、潮牌概念店、设计师买手店、复合生活美学馆、文创商店、密室逃脱、艺术画廊、电竞潮玩、影院剧场等体验性项目与业态，吸引 95、00 后的新生代旅游主力军，为盐城旅游未来 5-10 年积蓄年轻消费群体。

（三）纵深培育国家级夜间文旅消费集聚区

促进夜间消费从饮食娱乐向综合性消费转变，构建盐城夜食、夜游、夜购、夜娱、夜宿、夜秀的夜经济体系，打响“欧夜盐城”品牌。推出一批夜间消费集聚区，创新夜间文旅产品。东台西溪、荷兰花海争创国家级夜间文旅消费集聚区，以欧风花街、新弄里、盐渎水街、建军路商圈、聚龙湖商圈、万达商圈等为核心，以各县（市）特色街区为节点，建设一批特色高品质夜间消费街区。鼓励景区景点、文博场馆延长开放时间，创新推出夜间特展、沉浸式演艺、串场夜游、光影集市等深度体验项目。做优夜间服务保障。设立“夜间区长”和“夜生活首席执行官”，统筹夜间经济管理；通过租金减免、税收优惠等措施直接减少商家的运营成本；利用新媒体平台进行整合营销推介，优化夜间营商

环境；延长公共交通运行时间，制定盐城市夜经济规范管理相关政策文件，减少扰民行为发生，营造良好夜间消费氛围。

第三节 旅游服务配套提质工程

全方位优化升级盐城市文旅基础设施，构建“快旅慢游”的旅游集散驿站服务体系与绿色交通出行示范，完善“吃住行游购娱”全要素布局优化，推进旅游服务智慧化、国际化、个性化、便捷化，实现旅游服务配套的全面提质，在全省范围内打造绿色旅游服务示范。

（一）旅游交通集散体系示范

建设二级集散三级驿站示范体系。完善以盐城市高铁站（机场）等交通枢纽为一级集散、以景区景点为二级集散的集散体系建设。依托盐城市政公路与乡村旅游公路，在重点通景公路上布局集住宿餐饮、交通接驳、休憩咨询、观光购物、停车充电、应急救援、自行车/电动车租赁维修、医务救助等功能互补的三级驿站体系，解决盐城景区景点分散、服务配套不完善的痛点问题。构建三网融合的绿色公共交通体系。结合盐城市轨道交通 SRT（超级虚拟轨道交通），推进城市观光型旅游公共交通建设，构建“轨道+公交+慢行”三网融合的绿色公共交通体系，开启“崇尚自然、绿色集约”的盐城文旅新风尚。构建个性化短途接驳，创新组合“轨道交通+共享汽车”、“轨道交通+公交”、“公交+电

动车/单车”公共出行方式，完善智慧共享租车系统。引领新能源绿色出行新风尚，在文旅商街区、重点景区、服务驿站、自驾游基地等超前布局新能源汽车快充充电桩，引导游客清洁出行。旅游公路建设与交通站点主题化改造。持续推进盐城市旅游公路示范建设，以旅游公路为抓手推进美丽乡村建设、提升农村生活环境品质，加快蟒蛇河水上文化生态廊道旅游公路、盐兴线旅游公路等规划建设，充分发挥旅游公路“串珠成链”、构建高品质生态廊道的作用，实现“城景通，景景通”。城市公共交通站点标准化主题化改造。完善旅游交通标识设置，将海盐、红色、湿地、淮剧杂技等文化元素融入轨道交通站点、公交站点、交通工具的艺术化设计中，营造公共交通空间网红打卡点。

（二）旅游要素布局优化提质

完善重点区域旅游配套布局。以遗产地内丹顶鹤生态旅游度假区、中华麋鹿园、条子泥等为重点完善生态观光型景区的餐饮、住宿、购物、娱乐等旅游配套需求，整合遗产地周边村庄建设用地，结合景区特色，开发面向全龄段的综合性配套产品。延续创新“盐之有”品牌行动，推出“盐之有”系列旅游配套品牌。“盐之有味”饕餮美食行动，制作发布“盐城美食特产地图”与个性化美食攻略，推出一批差异化特色美食街区或集聚区，包括以盐城八大碗为代表的本地美食、以日韩为代表的异域美食、以东台海鲜为代表的渔家风味、以网红国潮为特色的各地小吃等，开发盐城各类美食伴手礼，让游客食遍盐城风味。“盐之有宿”度假

旅居行动，构建中高端品牌酒店、精品酒店、连锁酒店、特色民宿、非标住宿等梯度化住宿产品体系，满足不同游客的住宿需求。积极引进五星级酒店及品牌酒店，鼓励引导城市民宿、乡村民宿蓬勃发展，引进露营度假酒店、公寓书店、跨界酒店、胶囊酒店等新型旅游住宿产品，打造面向不同客群的新潮多元住宿业态。

“盐之有购”时尚消费行动，深入推进文化消费与时尚消费、体验消费、定制消费相融合，在重点文商旅街区及商圈引进高端零售店、品牌首店、旗舰店、跨界联名店、特色小店、潮流买手店等新型时尚潮流购物业态，挖掘在地居民与游客双重购买潜力，提升商业消费吸引力与粘滞力。

（三）旅游服务水平提档升级

旅游国际化服务水平全方位提升。按照国际标准升级旅游设施，完善旅游特色街区、重要旅游景区、购物商场、交通要道的标识标牌、导览指示、多语化电子讲解建设，设立国际游客咨询服务点；建立国际化从业人员与志愿者队伍，扩大景区导游双语、多语的覆盖面；推出面向国际游客的个性化旅游攻略与优质餐饮、住宿、购物产品供应商目录。公共设施涉旅化改造。推动旅游设施与空间的改造，遵循与周边环境及景区整体设计相协调的原则，将鹤鹿、牡丹、淮剧、红色、水韵等地域特色元素融入到停车场、旅游厕所、城市广场、体育场、街角公园、城市家具等空间设计中，营造城市文化氛围。持续推进厕所革命，实现4A级及以上景区景点A级厕所全覆盖，在遗产地内旅游点开展移

动装配式生态厕所应用试点，以解决节假日高峰客流的服务需求。

专栏 9：“十四五”期间其他特色旅游重点建设项目

安丰古镇：修缮、开放鲍氏大楼建筑群和东岳宫，打造串场河沿线亮化工程和节点景观小品，在景区内部新增灯光秀和水幕电影，建设集餐饮、购物、停车等功能于一体的综合性智慧停车场。

甘港村：建筑面积 2.2 万平方米，建设水上游乐场、旅游酒店等项目。

得德智慧健康岛：建设具有中式高端酒店、智慧健康管理、健康教育培训、中高端康养、休闲园林、特色野游为一体的田园综合体，其中中式高端酒店总建筑面积 25000 平方米，房间 148 间。

先锋岛生态组团：规划范围约 13.6 平方公里，东至范公路高架，南至小洋河-沿河路-蟒蛇河，西至西环路-蟒蛇河，北至北环路，重点对老城区化纤厂、电厂、东港区仓库、北环路南侧江动厂、皮革厂、华通大厦进行加固改造，打造影视、文化、体育等主题商业综合体。

百禾文旅项目：引入蚂蚁王国、汤姆熊等游乐项目，建设米罗戏剧街、米罗戏剧城堡，设置智慧树儿童文创体验区、童梦园儿童演艺中心，打造国内首个以国际戏剧为主题的展演、体验、教育结合的亲子文旅示范区。

便仓桔枝牡丹园：围绕桔枝牡丹文化，以建设完善桔枝牡丹景区为目标，大力发展牡丹种养基地、四季花果、休闲农庄、特色餐饮项目，积极创建国家 4A 级景区，打造一个以牡丹为主题的赏花休闲旅游组团。

希尔顿欢朋酒店：租用红星美凯龙 1 号楼计 4 万平方米，打造城北高端商务及酒店业态，丰富城北高端生活圈建设。

海河“四季果香”产业园：总规划面积约 10650 亩，其中项目核心区占地面积约 1100 亩，总投资约 3 亿元，围绕水果科技产业核、产业联动发展轴、生态水韵景观带以及综合服务配套区、水果旅游体验区、有机水果产业区，“一核一轴一带三片区”功能分区打造，重点建设游客中心、经纬果蔬博览园、3D 果艺花海、四季鲜食果林、帐篷民宿酒店、果品展销中心等 20 多个业态。

桑乐田园：建设桑乐田园二期，计划投入 2.63 亿元，主要建设游客服务中心、蚕桑文化展示馆、万亩桑园、特色农业示范区、王村大食堂、桑林枕水民宿、亲子游乐园、蚕桑特色一条街、红色文化广场等项目。

羊寨桃花源景区：向东拓展现有景区，面积增至 1000 亩，规划建设游客接待中心、黄河故道文化基地、林果主题公园、生态康养基地等。

首乌康养基地：加快滨海白首乌进入国家药典工作进程；规划建设滨海白首乌国际康养小镇，概算投资 12000 万元，征地 110 亩左右，建设国内首家标准白首乌生产线、首乌博物馆及民宿；计划投资 2000 万元，流转土地 1000 亩，开展中药材示范基地建设。

黄圩云梯关景区：对禹王寺、孝子坊、黄河故道等现有景点进行局部环境提升，增加节点景观，通过微景观改造，优化、延伸云梯关景区游览线路，丰富浏览内容。建设实施生态停车场、七星泉、林下步道、孝子坊改造、风筝广场、黄河故道回停车场与观景平台、张果老雕塑广场等七个节点景观项目。

第九章 建设国际文旅交流推广体系

融入长三角，对接上海，开放沿海，聚焦日韩，以世界自然遗产、城市文旅 IP 形象为切入口，依托区域性、世界级旅游推广及协作平台，深化合作交流机制，塑造盐城国际身份识别，在国际舞台讲述“盐城故事”。

第一节 品牌推广，旅游目的地整合营销

以 IP 营销建构旅游景区快速联想空间，围绕重点文旅项目、旅游要素体系、城市文旅 IP 形象系统打造品牌体系，输出“盐城，一个让人打开心扉的地方”城市形象，塑造具有国际影响力的城市文旅目的地形象，构建覆盖传统媒体与新媒体的整合立体营销体系。

（一）构建重点文旅品牌序列

构建梯度化文旅品牌体系。坚持“外树形象，内修品质”，输出“欢剧盐城”文艺创作品牌、“世遗旅居”湿地旅游品牌、“欧夜盐城”夜间经济品牌、“盐学”研学商旅品牌等，共同支撑城市品牌形象，丰富盐城文化旅游的内涵与外延。打造五场精品艺术剧目。以荷兰花海《只有爱·戏剧幻城》为范本，推出以湿地吉祥三宝、条子泥核心景区、新四军、串场河为核心的旅游

演艺剧目，融合现代舞、芭蕾、舞台剧、音乐剧、曲艺、古典舞等艺术手段，将盐城最突出的文化特色与自然禀赋搬上舞台，让演艺精品成为盐城文化品牌和文旅产业的重要支撑。完善品牌培育管理机制。落实优化品牌培育、设计管理、资金扶持、评价考核、授权发布等品牌运行机制，建立盐城文旅品牌发布和运营中心，定期选择具有盐城特色的场域召开城市文旅品牌发布会，发挥品牌的示范带动作用。

（二）开发文旅化 IP 形象系统

开发盐城市文旅 IP 系统。提取具有国内唯一性的世界自然遗产文化符号，以湿地精灵“鹤鹿鸕”吉祥三宝为核心形象，开发一套全新的盐城市 IP 形象系统。赋予其“盐城文旅首席推介官”“健康旅游代言人”“生态湿地保护专员”等虚拟职务，让其成为盐城最独特、最贴切的形象代言人。文旅 IP 创意跨界合作。将“鹤鹿鸕”拟人形象应用到文旅营销发布的各个维度，引发表情包、四格漫画、微博拟人账号等在社交平台的传播热度。与盐城老字号、美食探店、特色住宿、旅游交通相结合，打造湿地精灵主题公交站点、奶茶店、地下通道等概念空间。将“鹤鹿鸕”形象与湿地生物科普读本、世界遗产宣传片、儿童漫画、影视综艺拍摄、《鹤魂》文艺巡演等相融合，开启盐城推介，延伸线上线下 IP 应用场景。创意设计 IP 主题文创产品。推出一年四季、森林湿地海洋不同场景轮换的“鹤鹿鸕”文创产品，引发文旅消费爆点。联动盐城景区景点及文投集团，整合非遗文化、海盐文

化、红色文化等资源，推出涵盖潮流玩具、美妆产品、生活器皿、服饰配件、文具摆件、地方特产的多元文创产品，让游客在游览之余将盐城带回家。

（三）创新整合立体营销体系

紧跟时代变革，实现传统与新型媒体全覆盖。整合电视、广播、户外广告、报刊杂志等传统媒体与微信微博、抖音快手、B站、小红书、马蜂窝等新型媒体传播渠道，与马蜂窝旅游达人、微博大V、抖音知名旅行博主合作，持续在短视频平台发布有记忆点、有卖点的盐城旅游原创视频，推出盐城深度游精品路线定制，举办“云游盐城”直播活动。立足长三角，拓展国内国外旅游市场。以上海、南京、杭州为重点的长三角城市和以北京、山东、河南为重点的华中华北城市为一级核心市场，鼓励发展高铁游、自驾游，抢占周末假日、夜间市场；以长沙、武汉及珠三角、港澳台等城市为二级重要市场，拓展小长假、暑期、寒假市场，主要依托高铁、飞机与市内公共交通、汽车租赁接驳；以日韩、欧洲为重点的其他国外城市是三级机会市场，加强与一带一路沿线国家的文化旅游交往交流，针对度假游和深度游客群，拓展欧洲市场。

第二节 接轨上海，融入长三角一体化

盐城与上海地缘相近，经济相融，人文相亲。坚持将融入长

三角，对接上海作为提升城市文旅能级，实现文旅高质量发展的重要战略选择。从战略合作、客源互送、产品供给、品牌共建等维度拓展盐沪深层次多方位合作，创新面向上海市场的营销体系，深化长三角区域协作与交流，将盐城打造成长三角重要文旅目的地。

（一）全面深化盐沪一体化合作

深化盐沪合作，建立上海盐城文旅融合研究院。组织成立盐沪文旅融合研究院智库，定期就盐沪文旅开发、重要文旅合作项目献言献策；以上海市场为核心，定期发布上海市场旅游报告，为盐沪旅游深度合作提供科学支撑；开展盐沪文化基因解码工程，挖掘盐城与上海的文化渊源，形成盐沪文化共生系列丛书；推动签订盐沪文旅发展战略合作框架协议，内容涵盖市区两级博物馆联动合作、群众文化品牌共建、区域旅游品牌共建、重大文旅项目投资、文化旅游人才联合培养等，充分利用上海优质资源与广阔市场优势。持续推进面向上海等长三角职工与市民康养度假合作。放大盐城黄海湿地、森林生态、湖荡水乡等生态价值，推动旅游与健康运动、休闲度假、康体养生等业态融合，积极推进大纵湖上海职工疗休养基地、长三角（东台）康养基地、九龙口旅游度假区等重大项目建设，形成以中医养生、湿地疗养、健康体检、体育运动为特色的健康文旅产业链，打造长三角健康旅游示范城市。加强文艺非遗市场化运营合作。推动盐沪加强非遗创意设计转化合作，实现盐城优秀民俗非遗从“活起来”走

向“火起来”，吸引上海艺术创作、创意设计、文创产品开发人才加入到盐城非遗的开发利用中，让沉睡的非遗文化重新焕发生机。推动盐城文化作品、文艺精品进入上海群众公共文化服务供给中，与上海书法、美术协会、上海淮剧团等建立区域合作关系，合作开发更多年轻化、时尚化、活力化的市场化文化精品项目，扩大盐城地域文化影响。

（二）建立长三角专项营销体系

常态化开展长三角旅游推介营销活动。定期前往长三角地区主要城市开展盐城旅游推介会，向当地市民推出盐城旅游优惠年卡，持续开展“乘着高铁游盐城”、“苏心游，最盐城”等活动，强化盐城是长三角地区触手可及的天然大氧吧、休闲后花园、重要的“米袋子”“菜篮子”“肉盘子”等印象，让“常来常往、常来常想”成为长三角市场对盐城旅游的新标识新印象。创新营销手段争取年轻旅游消费群体。在长三角地区主要城市核心地标商圈和商业综合体开展互动式营销推介，通过舞台情景剧、美食摊位、非遗手作、演艺表演、快闪舞蹈等方式，将盐城美食、路线、产品“面对面，点对点”地推荐给年轻消费群体；通过精准投放盐城旅游宣传片，围绕盐城文旅IP形象，策划一系列趣味旅游事件营销，引发年轻人对于盐城旅游的兴趣。举办双城营销活动，挖掘盐城与目标城市在文化、名人、艺术等维度的共同点或传承故事，以此为线索定制双城旅游路线，进一步加强目标城市对盐城旅游的认同感与亲近感。

（三）推进区域性文旅联动发展

文化演艺精品交流互送。与南京、苏州、杭州等城市建立长期合作协议，发挥盐城剧本创作、文艺精品涌现的优势，与各大城市文化演艺场馆合作，开展文艺剧本输出、文化演艺合作创作、杂技经典剧目互送、重点剧目联合营销，利用专项资金进行惠民票价补贴，让盐城优秀的文艺剧目、演艺作品走进更多城市剧院中。开展长三角重点城市文旅推介会。在南京、苏州、杭州、温州等重点城市开展旅游推介会，涵盖项目建设投资、运营管理、旅游市场开发等各个方面，与旅行商、媒体、线上 OTA（在线旅行社）平台达成客源输送、团体年卡、复游优惠等良好合作，向文体旅行行业企业家、旅游达人发出前往盐城旅游度假的邀请。自觉履行长三角旅游联盟成员责任。积极参加文旅部在境内外举办的各种旅游推广活动，联合开发旅游精品线路；借助文旅部驻外机构，共同邀请境外旅行商和媒体到长三角进行考察踩线；与长三角重点城市签订互为旅游客源地和目的地协议，相互支持开展城市级区域性旅游宣传推广活动，共同营造区域旅游市场大循环格局。

第三节 对接日韩欧，介入国际文旅市场

以日韩欧为重点国际市场，常态化展开城市级别交流对话与文旅推介，发挥世界级组织协会价值与作用，全面参与国际平台的旅游推广、协作交流与联合营销等，铺开国外重点城市线上线

下营销全平台，打入国际文化旅游市场，让世界看到盐城。

（一）聚焦日韩欧市场垂直营销

开展城市级别交流活动。从文化交流、旅游开发、文旅融合、非遗交流、城市推介等维度开展盐城与日韩欧常态化交流活动，签订客源互送、联合营销、城市推介等旅游协议，建立城市级官方交流机制。开通日韩欧至盐城的世遗主题航班。将湿地风光、海盐、鹤鹿鸕形象、郁金香等文化旅游元素应用到飞机机身喷涂、靠背枕巾、餐盒杯具、定制文创行李牌、定制机票贴纸、空乘服装丝巾、文创伴手礼等载体中，让日韩欧游客体验一次极具盐城人文特色的空中之旅。盐城旅游友好大使推广行动。授予致力于推广中日韩欧友好交流的旅游博主达人以“盐城旅游友好大使”身份，面向日韩欧年轻群体，开展盐城旅游短视频发布、旅游大事件发起、盐城旅游盲盒定制、世遗脑洞旅行等创意营销方式，吸引日韩欧游客畅游盐城。

（二）放大世遗平台市场价值

承办中国世界遗产旅游推广联盟大会。借助“中国世界遗产旅游推广联盟”平台，联动会员城市开展跨区域、跨境协作营销，联合举办旅游推介会、研究论坛、品牌节庆、旅游招商会等，争取承办下一届中国世界遗产旅游推广联盟大会。申请加入“世界遗产城市联盟”，成为世界遗产城市联盟的会员城市或观察员城市，积极参与“世界遗产城市组织亚太区大会”，在国际舞台上推介盐城。协同举办世界级会议赛事谋求国际占位。邀请国际湿地公约组织、

世界自然保护联盟等国际性组织开展对话交流，介入全球遗产旅游价值链。以“鹤鹿鹳”形象 IP 系统为切入点，参与举办 CIMC 国际吉祥物大会，通过 IP 广泛应用、融合与衍生，培育更多的新产品、新服务、新业态，释放产业的无限增值空间与城市文旅品牌的国际潜力。协同参与联动国际组织开展特色旅游推介。会同联合国教科文组织亚太世界遗产培训与研究中心，组织面向全球重要城市青少年的世遗研学游、黄（渤）海湿地科普游。面向全球观鸟爱好者，与候鸟迁徙沿途国家联合举办国际观鸟节。

（三）国际线上线下立体营销

国际自媒体平台柔性推广。面向全球游客，在脸书、推特等国际社交平台开通“盐城文旅”账号，持续策划运营盐城旅游主题内容和特色活动，全力拓展盐城旅游品牌的国际知名度和全球影响力，吸引大量海外消费者关注，将盐城打造为入境游客心中不可或缺的一站。国际线上平台精准投放。借力海外线上旅游网站，将盐城旅游资源向全球旅行者推广，为其提供了解盐城的快速便捷查询平台。聚焦欧洲著名旅游资讯网站、电视平台、第三方 OTA（在线旅行社）平台、地标场所投放盐城旅游形象宣传片及产品攻略广告。重点开展国际营销推介活动。借助盐城国际友好城市平台，在国外重点城市组织开展形式多样的盐城推介会；拓展与旅行商合作，邀请国外优质旅行商、媒体、航空公司代表来盐城进行踩线活动，安排盐城深度体验游；以研学游为特色，面向国外知名学校开展“世遗研学”“湿地研学”“红色研学”

等专场推介，打造国际青少年游学基地。

专栏 10：“十四五”期间国际文旅交流推广重点项目

打造重点 IP 形象：擦亮世遗金字招牌，推出“黄海湿地·吉祥三宝”-麋鹿、丹顶鹤和勺嘴鹬卡通 IP 形象。将仙风道骨的丹顶鹤、威武雄壮的麋鹿、呆萌可爱的勺嘴鹬赋予形象生动的人物角色特征，通过卡通人偶、玩偶、手提袋、纸杯、充电宝等便捷实用文创产品实现广泛传播；延伸创作动画片、微信表情包、漫画册等内容，在城市道路灯箱、LED 屏，公交车身画面、文旅企业标识牌、指引牌等传统媒介载体和新媒体载体等广泛传播。

举办重要节庆活动：常态化举办盐城国际黄海湿地生态旅游节、“四季盐城”旅游季、滋味盐城过大年等活动；支持（联办）大洋湾国际樱花月、荷兰花海百合花文化月、畅游盐都金秋行、牡丹文化旅游节、盐南夜生活节、董永七仙女文化节等活动；加大与中国世界遗产旅游推广联盟、江苏旅游新干线旅游经济共同体、浙东南旅游联合体等区域联盟合作，互送客源；唱好盐城四季歌。

文旅招商推广活动：以精准营销为手段，扩大产品影响。深耕周边市场，与淮海经济区城市开展深度合作，高频次组织宣传推介，对标长三角市场，学习上海等地文旅发展理念，与他们实现市场共拓、项目共建、品牌共创；聚焦高铁市场，面向高铁沿线城市精准营销；力拓华北市场，加强品牌合作，使山东等地客源明显增长。发挥市文旅集团龙头引领作用，依托旅游集散中心、智慧旅游平台，加强与各县（市、区）、各旅游板块抱团联动。深化与携程、驴妈妈、喜马拉雅等文旅企业合作，共同打响盐城旅游目的地的城市品牌。

第十章 建设现代文旅市场体系

推动新型文旅业态发展，鼓励理念融合、产业融合、市场融合、交流融合、服务融合、职能融合，加强精准化监管与现代化治理手段，加大政策、资金、人才方面落实力度，实现文化和旅游真融合、深融合。

第一节 文旅行业管理服务深化工程

深化“放管服”改革，加强行业管理和服務，大力实施简政放权，提升政务服务效率，推进政府职能转变，营造优质营商环境，不断激发市场主体活力，促进区域协作与市场一体化建设，推动文化和旅游业高质量发展。

（一）提高行政审批服务水平

全面推进“证照分离”改革。推进“证照分离”改革试点全覆盖，对省明确的有关涉企经营许可事项按照直接取消审批、审批改为备案、实行告知承诺、优化审批服务四种方式分类实施改革，着力解决“办证难”、“准入不准营”问题，协同推行“宽进严管”、“靶向追踪”等事中事后协同监管机制，强化部门审批和监管信息共享。深入实施“一件事”改革。对涉及多部门、多层次、多环节办理的政务服务事项，分事项明确牵头部门，编制标

标准化流程、办事指南，实行“一号申请、一套材料、一窗受理、同步办理、多证联发”审批方式，集中设立“一件事”办理窗口，实现“一趟不用跑”和“最多跑一趟”。持续推进一网通办。深入推进“互联网+政务服务”，依托江苏政务服务网盐城旗舰店和“我的盐城”移动端政务服务平台，全面接入盐城文旅行政服务事项办理，推进办事全流程闭环，实时对接、实时共享事项办理全过程信息。

（二）激发文旅市场运行活力

进一步放宽市场准入。扎实推进“全国一张清单”管理模式，破除各种形式不合理限制和隐性壁垒，让市场主体依法平等进入。提升市场准入负面清单信息公开力度，建立统一的清单代码体系，做好与审批制度的衔接匹配。丰富市场产品供给。大力实施“文化+”、“旅游+”，引导文化旅游业跨界融合，融入科技研发、内容创新高端环节，赋能相关产业实现存量产能优化，助推盐城文旅企业转型升级。推进文旅产业专项招商。把项目建设作为引领文旅产业发展的龙头和抓手，编制文旅项目投资指南，推出文旅产业专项招商引资活动，搭建盐城招商云平台，持续放大“世界自然遗产”、“黄渤海湿地国际会议”举办地等国际身份识别对高端项目的吸附功能。提升市场开放合作水平。完善外资准入后国民待遇制度体系和保障措施，健全有利于合作共赢并同国际贸易投资规则相适应的体制机制，营造所有市场主体平等享受产业发展扶持政策、参与政府项目招投标、公共服务供应、政府

性科技项目及标准化工作等公平竞争环境。

（三）建设文旅综合统计制度

完善文旅数据的采集整理。拓宽文旅数据采集渠道，统筹协调相关部门提供文旅相关统计数据，按照“行业填报、抽样调查、部门交换、局部购买”的多元化采集方式，规范统计工作职责和流程，将手工作坊、家庭作坊等民本经济主体纳入统计范畴，对统计范围涉及的行业做好全面仔细的登记、核实、检查工作，有效扩大数据来源，提升数据质量，填补文旅统计短板。建立与国家、省有关考核体系相衔接的统计监测体系。强化对文化旅游产业企业与相关部门运行情况的统计监测与分析，实施产业数据季报、半年报等线上填报机制，保证产业数据及时上报、动态更新，加强统计监测与分析工作，定期发布地区文旅产业发展报告，深化项目跟踪推进、督促检查、滚动管理以及绩效分析相关工作。

第二节 文旅市场监管机制建设工程

加大文化和旅游市场监管力度，严厉打击违法违规经营行为，加强对文化和旅游市场的安全管理，强化对文化娱乐和旅游设施的质量安全监管，进一步规范文化和旅游市场秩序，提高产品和服务质量，更好保护消费者权益。

（一）加强文旅市场监管效能

加强多部门联合执法。建立健全与公安、消防、市场监管、

环保等部门工作会商、联合检验、业务协同和信息互通的衔接机制，定期开展专项整治联合行动，对文化市场安全生产进行监管和风险预警，对旅游经营主体进行合规性检查和景区监管，做到“一次检查、全身体检”。推进文旅市场“互联网+监管”体制机制建设。采用移动执法、电子案卷等手段将日常巡查、暗访抽查和专项整治有机结合，对接纳未成年人进入互联网营业场所、文化市场经营场所安全隐患、文化产品含有禁止内容等重点问题加大监管力度。加强旅游平台经济监管，根治欺客宰客、零负团费，遏制虚假宣传、大数据杀熟、旅游者信息安全、不合理低价游、旅游者点评权等现象，确保信息对称和透明，实现交易可追溯、可追责，体现用户评价等，保障旅游者合法权益。推动统一联动监管服务平台建设。推进市“互联网+监管”系统与市县公共信用信息系统、市县政务服务平台深度融合，数据统一归集，业务有效协同，构建监管“一张网”。

（二）建设市场信用体系机制

加快市场信用体系建设。完善市场主体和从业人员信用记录体系建设，接入全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，强化信用约束，落实文化市场红黑榜制度。规范信用体系管理工作流程。依法依规开展黑名单生成、移出等工作，黑名单生成要切实履行列入告知、听取当事人陈述申辩等程序，黑名单移出要切实履行信用修复、复核、确认等程序，保障当事人合法权益，防范法律风险。构建失信联合惩戒机制。加快构建跨地区、

跨行业、跨领域的失信联合惩戒机制，依法依规建立联合惩戒措施清单，动态更新并向社会公开，加大对严重违法失信主体监管和惩戒力度，重点实施行政性惩戒措施、市场性惩戒措施、行业性惩戒措施。

（三）深化市场综合执法改革

科学设置综合执法机构。整合市、区两级文旅市场执法队伍，统一各级文旅市场执法机构名称、性质，完善内设机构技术监管与服务指挥、网络文化执法等职能配置。加强综合执法队伍建设。制定执法规范，明确文化市场综合行政执法岗位职责、事项清单、执法流程、行为规范，使用统一规范的机构名称和执法标识、证件、文书。健全执法绩效考评制度。健全文化市场综合执法绩效考评制度，制定文化市场综合执法工作考核评价指标，建立第三方评价机制和群众评议反馈机制，制定公众满意度指标，增强综合执法工作评价的客观性和科学性。

第三节 文旅市场综合保障深化工程

以文旅融合发展理念为指导，坚持以民为本、为民服务的工作宗旨，提升公共服务的保障力、服务载体的吸引力、先进典型的引领力、政务服务的亲和力，完善共建共赢管理模式，引导形成全社会共建共管的合力。

（一）持续强化多维政策扶持

夯实文旅产业扶持政策。支持文旅产业项目申报国家级、省级各类专项资金，重点扶持文化产业园区、重大文旅项目建设。针对符合盐城市经济和产业扶持政策条件的文化和旅游企业，完善资源整合、技术创新、品牌输出、跨界经营、兼并重组等方面的配套政策，助力有特色、前景好的文旅企业做大做强。健全文旅用地保障政策。将重点文旅项目纳入国土空间规划，完善文旅用地分类管理，采用弹性出让、分期供地、点状供地、连片整治修复、公益用地划拨、存量用地盘活等方式灵活保障文旅用地。鼓励盘活利用空闲农房、宅基地、农村集体土地，灵活联动农村全域土地综合整治工程，支持休闲农业和乡村旅游项目落地。研究出台文旅品牌开发政策。制定盐城文旅品牌开发专项政策，并配套制定可行性高的文旅市场开发奖励办法和文旅品牌扶持细则，打响“世遗”招牌，讲好盐城故事，推动盐城文旅产业品牌化、优质化、创新化发展。

（二）建立健全资金保障机制

统筹文化旅游相关领域、行业资金投入，创新资金投入方式，放大政府财政资金引导作用，鼓励、引导社会资本广泛投资，按照资金分级管理、分级负责原则，统筹落实重点领域、重点项目的资金投入和管理。统筹专项资金科学配置。对文化人才培育引进、公共文化服务补贴、非物质文化遗产保护、文物保护等专项资金进行科学配置，聚焦重点项目与重要节点，提高文化事业发展专项资金效能。鼓励将优质演出产品和服务供给项目纳入政府

资金扶持范围，通过政府购买服务、发放文旅消费券等方式加大扶持力度。创新金融服务政策与方式。制定文旅企业金融服务专项政策，建立文旅无形资产质押担保制度，鼓励金融机构创新开发“创意贷”“商标贷”等金融产品与服务；设立市级文旅产业发展专项资金，采取政府购买服务、贷款贴息、以奖代补、项目补贴等方式，支持特色鲜明、具有示范性、引领性的文旅融合项目发展壮大。加大涉旅化改造资金投入。统筹多方资金对融合效益好、带动能力强、品牌效应佳的涉旅化项目加大投入，推动集散功能点向综合旅游集散中心、通景公路向旅游公路、闲置空间向网红节点、普通工具向特色交通等的改造建设，营造文化旅游氛围。

（三）培育储备文旅专业人才

建立高端专家智库。成立盐城市文旅融合发展专家咨询委员会或顾问组，与国内外文旅专业高层次人才合作，组建专家智库，为盐城市文旅融合发展规划编制、决策咨询、政策制定、人才培养等提供咨询和业务指导。引育行业领军人才。制定住房补贴、配偶就业、子女入学、职称认定、税收减免等方面优惠政策，着力引进行业领军人才；鼓励企业以技术入股、股票期权、现金分红等方式，聘请高层次文旅人才为合伙人；实施文化旅游人才“双带动”工程，以项目落地带动人才引进，以项目建设运营带动人才聚集。培养本土优秀人才。与省内外高等院校、研究机构、培训基地探索建立“订单式”人才培养合作机制，个性化培养盐城

文旅产业发展所需的复合型优秀人才。持续推行、改进和完善旅游行业资格认证制度,把旅游从业人员资格认证和准入制度与行业管理、达标升级紧密联合,推动文旅产业全方位发展。

第十一章 建设文旅规划实施保障体系

充分发挥各级政府、社会各界的积极性、主动性和创造性，推行文旅规划信息公开，建立全市“1+N”文旅规划机制。加强文化和旅游工作年度计划落实与成果绩效考核，确保规划能够有效落地。尊重基层首创精神，动员、鼓励市场主体、社会力量、人民群众积极参与和推进规划实施，建立规划社会监督评估机制，汇聚人民群众的智慧力量，形成更广泛、更深入、更全面推进文化和旅游建设工作的强大动力和活力。

第一节 建立全市“1+N”文旅规划机制

加强文旅规划统筹管理和衔接协调，建立形成以市级文化和旅游发展规划为统领、重大文旅专项规划和区域文旅规划为支撑，定位清晰、功能互补、统一衔接的“1+N”市级文化和旅游发展规划体系。突出市级文化和旅游发展规划的战略性和政策性，根据市级规划明确的主要领域和重点区域，制定市级专项规划、区域规划。加强规划上下衔接，做好发展战略、主要目标、重点任务、重大工程项目与国家级和省级规划的衔接，确保全市各级文旅规划总体要求指向一致、空间配置相互协调、时序安排科学有序。

第二节 建立高效文旅规划实施机制

健全以市级文化和旅游发展规划为战略导向的政策协同体系，加强文化和旅游工作年度计划落实，分解细化市级发展规划确定的主要目标、重点任务，明确牵头区县文广旅局工作责任，加大绩效考核力度。加强财政预算与规划实施的衔接协调，在明晰各级政府支出责任的基础上，强化各级财政对文旅规划实施的保障作用。确保土地、金融、人才、用地、用海等要素保障与市级文旅规划相匹配。重大文旅项目布局和就业、产业、投资、消费、区域等公共政策的制定，服从和服务于市级文旅规划。

第三节 建立规划社会监督评估机制

加强对文旅规划实施的组织、协调和督导。坚持政府自我评估和社会第三方评估相结合，完善规划动态评估、跟踪、预警机制，健全年度监测分析—中期评估—总结评估的全过程评估体系。把监测评估结果作为改进文化和旅游工作和绩效考核的重要依据。依法向全市人民代表大会常务委员会报告规划实施情况，自觉接受人大监督。对纳入文旅规划的重大文旅项目，要优化审批核准程序，优先保障土地、资金、人才等要素。推行文旅规划政务信息公开，健全政府与企业、社会的沟通和交流机制，动员、鼓励、激发市场主体、社会力量、人民群众积极参与和推进规划

实施。创新和丰富宣传形式，及时报道规划实施新成效新做法，营造规划实施的良好氛围。充分发挥各级政府、社会各界的积极性、主动性和创造性，尊重基层首创精神，汇聚人民群众的智慧力量，形成全面推进社会主义文化强市建设的强大动力和活力。

抄送：市委办公室，市人大常委会办公室，市政协办公室，市监委，
市法院，市检察院，盐城军分区。

盐城市人民政府办公室

2021年9月3日印发
