

精彩好戏送到田间地头

## 繁荣文化活动,助力乡村振兴



近年来,山东将群众需求作为全省文艺工作的出发点、着力点,持续推进“戏曲进乡村”文艺公益演出服务工作,广泛动员全省文艺单位和广大文艺工作者深入田间地头,深入百姓中间,组织举办数量众多、形式多样、内容精彩的惠民演出活动,为满足乡村群众精神文化需求、助力乡村振兴发挥积极作用。



记者 师文静 张九龙

“戏曲进乡村”  
去年开展77067场

为探索公益演出服务社会参与新机制,自2014年起,山东省文化和旅游厅按照“政府补贴、市场运作、院团演出、农民受惠”的总体思路,支持县级文化部门以政府购买公共文化服务方式,引导广大文艺院团开展送戏下乡演出。经过近十年的持续努力,全省“戏曲进乡村”公益演出取得丰硕成果,年度演出场次由2013年不足2万场迅速增长至年均8万余场,圆满实现了全省行政村全覆盖的工作目标。2022年,各级文艺单位克服疫情影响,累计开展进乡村演出服务77067场,平均每个行政村每年演出超过1.4场。

在演出场次持续增加的同时,全省“戏曲进乡村”公益演出内容不断丰富,创作推出一大批反映老百姓身边人身边事、回应广大群众关心关切的优秀文艺作品。如展现新时代基层干群关系的山东梆子《赶考》,表现基层干部精准扶贫题材的清音戏《老倔杠卖油》,农村村委普选题材的吕剧《选民老冤蛋》,抨击过度人情往来的莱芜梆子《随礼》等。一部分作品还达到了较高的艺术水准,入选全国性展演展示活动并获得多项大奖,如柳子戏《村长就是一根筋》、渔鼓戏《老邪上任》、茂腔《特别条件》、两夹弦《公鸡过寿》等先后获得文化和旅游部群星奖、山东文化艺术优秀小戏等荣誉。

为确保“戏曲进乡村”工作质效,各级逐步建立起科学合理的运行模式和清晰规范的工作流程。省文化和旅游厅将各地“戏曲进乡村”工作开展情况,纳入全省高质量发展考核,每年开展“戏曲进乡村”考核工作,有力推动全省“戏曲进乡村”工作持续开展。目前,全省各市县均组建由分管市(县)领导或市局主要负责同志牵头的领导小组,制定具体实施方案,落实配套经费。2023年,根据省委考核办有关要求,确定本年度考核指标



全省民间文化艺术之乡交流展示(资料片)。

为演出总场次和村均演出场次排名,并将首次启用线上实时填报演出情况,实现全省范围内“戏曲进乡村”统计工作的数字化、实时化。

为进一步丰富“戏曲进乡村”作品库,促进优秀作品传播普及,省文化和旅游厅积极搭建作品创作展示平台,先后组织实施“山东省乡村题材小型文艺作品创作推广计划”“全省乡村题材小型文艺作品展演”“‘厚道齐鲁地 美德山东人’主题情景小剧创作展示”等创作展示活动,并从中遴选便于参与、方便传播、群众喜爱的优秀作品,通过免费征集或一次性购买等方式,解决作品著作权问题,并免费提供给基层文艺部门和文艺工作者使用、学创、演出,帮助基层剧团、民营剧团和庄户剧团、民间班社解决作品来源、提升作品质量、丰富演出储备、提升全省基层文艺工作者艺术技能,改进全省基层文艺工作质量。

为群众送小剧小戏  
群众演给群众看

为深入推动乡村文化振兴,持续激发广大群众参与文化活动的热情,山东省采取“为群众送小剧小戏”和“群众演给群众看”两种模式,广泛发动群众参与创作演出,创新打造新时代富有齐鲁特色的群众文化品牌。

“为群众送小剧小戏”是指政府部门补贴,整合基层文艺团队和文化场馆,按照群众“订单式”需求,以“一村一年一场戏”为主要形式,为群众上门送小戏小剧演出;或者面向基层群众业余文艺团队,提供小戏小剧的剧本创作、演出辅导的个性化订制服务,实现文化惠民演出活动。“群众演给群众看”则是指鼓励群众自编自演,文旅部门提供剧本,组织专业队伍予以辅导提升,在各地“百姓大舞台”演出;或者扶持景区等有需求的文旅企业,采用市场化供给方式,深度挖掘人文历史资源,合理、生动植入旅游业态,适时推出沉浸式情景小剧项目,充实景区文化内涵。

近年来,山东省小戏小剧创演工作在全国引起广泛影响。今年2月,临沂市沂南县《群众性小戏小剧沉浸式演出》项

目,成功入选由中宣部、文旅部和国家发改委组织遴选的“全国基层公共文化服务高质量发展典型案例”。

在7月20日召开的全省乡村振兴暨红色基因传承工程、小戏小剧群众演群众看工作现场推进会议上,正式启动了全省群众性小戏小剧巡演活动。省文化和旅游厅公共服务处处长冯庆东表示,全省文旅系统将把巡演活动作为下半年工作的重中之重,确保演好、演新、演出彩。协调市县两级精干队伍、优秀作品,组织开展示范性、指导性演出,每市至少组织5台以上、每县2台以上,全省350台以上的示范巡演,确保全省各地村村响锣鼓、处处唱曲艺。组织县、乡村、景区、文化场馆等,在做好驻地演出基础上,广泛开展交流演出。按照乡村、社区、景区、学校、军营、广场6个专题,组织各类不同题材的演出小分队,分门别类举办有针对性的专题巡演活动。每个公共文化场馆和基层文艺院团组织不少于2支小分队进行专题巡演,全省不少于400支小分队深入基层,打造乡村文化“轻骑兵”。

## 山东酒店月度品牌影响力榜单(6月)发布

记者 张九龙 韩小梅

近日,齐鲁晚报·齐鲁壹点、携程集团、壹点智库联合发布山东酒店月度品牌影响力榜单(6月)。该榜单的测评对象是经山东省文化和旅游厅认定的山东省五星级、四星级酒店和山东省五星级、四星级旅游民宿,综合携程平台酒店美誉度数据和壹点智库Brand-C品牌竞争力数字实验室相关数据,通过评测网络传播影响力指数(简称“INC指数”)生成,包括总榜单TOP30以及五星级酒店TOP6、四星级酒店TOP6、民宿TOP6三个分榜单。系列榜单每月发布一期。

山东酒店月度品牌影响力榜单(6月)显示,山东大厦、青岛海尔洲际酒店、济南喜来登酒店、烟台南山皇冠假日酒店、青岛海景花园大酒店、济南香格里拉大酒

店、青岛香格里拉大酒店、济南舜耕山庄、青岛鲁商凯悦酒店、青岛鑫江温德姆酒店、潍坊东方大酒店、华盛江泉城大酒店、青岛丽晶大酒店、山东东方大厦、索菲特银座大饭店、聊城阿尔卡迪亚国际酒店、济南鲁能贵和洲际酒店、烟台金海岸希尔顿酒店、山东新闻大厦文化酒店、青岛东方影都融创万达文华酒店、商河温泉基地、复盛大酒店、威海抱海大酒店、淄博饭店、德州鲁峰美丽华酒店、济宁银座佳悦酒店、烟台金沙滩喜来登度假酒店、安丘新东方大酒店、山东鸢飞大酒店、临沂鲁商铂尔曼大酒店位居TOP30。

从总榜单TOP30地域分布看,济南9家、青岛8家、烟台3家、淄博1家、临沂2家、潍坊3家、德州1家、威海1家、济宁1家、聊城1家。从总榜单TOP30酒店类型看,五星级酒店18家,四星级酒店12家,民宿未

能入围。本期排名最高的民宿为第39名,较上月明显下降,这反映出民宿的品牌影响力并不稳定,尤其是与有着多年积淀的四星级、五星级酒店相比,还有较大差距。

本期总榜单TOP30中,INC指数最高为573.86,最低为433.08,头尾差距进一步拉大。但是平均值为464.43,较上月有所下降,说明在酒店品牌影响力分化趋势明显,并且呈现强者恒强的趋势。

山东酒店月度品牌影响力分榜单(6月)显示,五星级酒店TOP6为山东大厦、青岛海尔洲际酒店、济南喜来登酒店、烟台南山皇冠假日酒店、青岛海景花园大酒店、济南香格里拉大酒店。其中,济南3家,青岛2家,烟台1家。四星级酒店TOP6为济南舜耕山庄、潍坊东方大酒店、山东东方大厦、山东新闻大厦文化酒店、商河温泉

基地、复盛大酒店。其中,济南4家,青岛1家,潍坊1家。民宿TOP6为沂蒙云舍民宿、三梦季·心屿美宿、海岛日记民宿、渔港村落民宿、云栖民宿、禅茶客棧。其中,日照、威海各2家,烟台、临沂各1家。从分榜单可以看出,济南的四星级、五星级酒店品牌影响力与上月相比提升明显,济南香格里拉大酒店排名上涨较多,与此同时,各地民宿排名变动颇大。

更多详情请扫描下方二维码

