青岛市文化和旅游局2020年重点工作目标完成情况表

| 类别 | 序号 | 目标名称 | 完成情况及取得实效 |
| --- | --- | --- | --- |
| 重点目标 | 1 | 积极应对新冠肺炎疫情影响，推动文化旅游业蓄势振兴转型发展 | **目标内容：**①建立全市文旅系统疫情防控组织领导机制。制定疫情防控工作指南，指导企业有序复产复工，组建10个区市工作专班督导相关部门和企业落实防控措施；完善常态化防控举措，推进落实旅游景区分时预约制，严防旅游景区和文化场馆人员聚集；②加大政策扶持力度。梳理国家、省、市有关政策文件，形成“政策包”下发企业，做好旅行社质量保证金退还工作，推动市政府出台《关于应对新冠肺炎疫情影响支持文化和旅游业发展若干政策措施》，扶持文旅企业用好政策、渡过难关，做好政策解读和舆情处置工作；③加大资金投入。调整使用财政资金，组织开展“文化旅游振兴营销工程”，为城市宣传推介蓄势；④推动行业企业转型升级。开展“云课堂”“云展览”“云剧场”“云书场”等活动不少于100场；推出“网游青博”虚拟展厅；举办网络读书朗诵大赛文化活动；开展“丈量青岛”网上直播活动不少于3次；组织文旅企业发售线上产品、服务，组织旅游景区开展门票预售，实现线上线下协同发展。限上住宿业营业额、旅行社及相关服务营业收入、文化和娱乐业营业收入、文化和娱乐业从业人员工资总额完成市委、市政府确定的年度增长目标。**完成情况综述：**①建立了文旅系统疫情防控组织领导机制，制定实施疫情防控工作指南，指导企业有序复产复工，组建10个区市工作专班督导相关部门和企业落实防控措施；完善常态化防控举措，推进落实旅游景区分时预约制，严防旅游景区和文化场馆人员聚集。②梳理了国家、省、市有关政策文件形成“政策包”下发企业。退还399家旅行社质量保证金9038.5万元。以市政府名义出台了《关于应对新冠肺炎疫情影响支持文化和旅游业发展若干政策措施》，并做好政策解读，无负面舆情。③争取市财政支持，进行预算调整和财政资金追加，加大营销资金投入。编制实施《疫情后青岛旅游振兴营销工程方案》，线上线下全方位开展系列营销活动，组织开展了519旅游日、青岛安好、青岛带节奏、胶东海洋童玩季等活动。④开展了“云课堂”“云展览”“云书场”等活动100余场。推出了“网游青博”虚拟展厅；举办了网络读书朗诵大赛文化活动；开展“丈量青岛”网上直播活动5期；组织文旅企业依托文化消费公共服务平台发售线上产品、服务10683项，联合美团点评集团开展了“景区门票预售”活动，推动企业线上线下协同发展。受疫情影响，1-10月份，限上住宿业营业额26.8亿元，同比下降33.5%，预计全年下降30%；规上旅行社及相关服务营业收入9.8亿元，同比下降62.1 %，预计全年下降60%。今年前三季度，全市规模以上文化企业实现营业收入841亿元，同比增长15.4%，比全省高15.3个百分点。 |
| 2 | 推进国际时尚城建设攻势，持续打造时尚文旅品牌 | **目标内容：**①搭建时尚文旅节会平台。视疫情防控形势，策划举办第55届全国工艺品交易会、青岛国际影视博览会、第八届国际邮轮峰会、谭盾·青岛国际音乐周等文旅节会活动，持续提升时尚城市影响力；②加大时尚旅游产品供给。围绕“时尚青岛”品牌，系统打造青岛文旅品牌VI形象系统，策划推出10大系列旅游主题产品和100个时尚打卡地；③加强艺术精品创作。聘请国际知名音乐家叶小钢打造提升《青岛组歌》；围绕建党100周年，立项创排歌剧《国·家》、吕剧《民心安处是吾乡》等文艺作品；④持续打造时尚消费聚集区。制定印发《青岛市音乐酒吧管理扶持办法（试行）》，争取扶持一批音乐酒吧；⑤加快发展优势时尚产业。出台5G高新视频实验园区推进建设实施方案和推动超高清视频内容制作的政策措施；推进阿里嘉果时尚产业创新基地项目注册落地。⑥修改完善和兑现优秀影视作品制作成本补贴政策，吸引一批优质电影、电视剧和综艺节目来青摄制。⑦编制文化产业人才发展规划，加快形成产业人才队伍建设新格局。**完成情况综述：**①成功举办了第55届全国工艺品交易会、青岛国际影视博览会、第八届国际邮轮峰会、谭盾·青岛国际音乐周、国际吉他艺术节等文旅节会活动，有效提升了时尚城市影响力和关注度；②打造了“栈桥+回澜阁”文旅品牌VI形象系统，推出“时尚青岛”十大系列主题产品，包括100项潮流打卡地，105项时尚体验项目，25条精品线路等内容，并结合519旅游日等进行了宣传推广。③叶小钢《青岛组曲》预计12月中旬完成。歌剧《国·家》主创人员11月25日在北京参加剧本研讨会。吕剧《民心安处是吾乡》已于2020年9月1日、2日在青岛人民会堂进行了首演。④印发了《青岛市音乐酒吧管理扶持办法（试行）》，扶持了46家音乐酒吧。⑤聚焦高新视频产业发展，以市政府名义出台5G高新视频产业园区建设推进方案，招引高新视频、影视制作、动画等企业60家，其中头部企业18家。完成项目主体运营公司青岛嘉果时尚科技有限公司在自贸区注册落地，目前已聚集海内外优秀艺术家、设计师近200名。⑥修改完善和兑现优秀影视作品制作成本补贴政策，为电视剧《冰糖炖雪梨》发放补贴1260万元。引入电影《独行月球》、电视剧《舍我其谁》、网络综艺《这!就是灌篮》第三季等在东方影都摄制。⑦经资料梳理、深入调研、数据分析、规划编制、专家审议等各项工作，人才发展规划已完成。 |
| 3 | 深化实施全民阅读工程，夯实城市文化底蕴 | **目标内容：**①高标准推进全民阅读工作。积极争取市政府将建设全民阅读设施纳入2020年度市办实事；②加快阅读设施建设。积极争取市财政资金，全年建设全民阅读设施150处，其中新增“悦读”社区书屋20处，增设共享智慧书亭100处，设置全民阅读朗读亭30处，推动形成覆盖市区的阅读网络；③积极培树全民阅读先进典型。深入动员挖掘全市机关事业单位、街道（镇）、社区（村）和企业全民阅读先进典型，在全省全民阅读评选中争创佳绩；④开展形式多样的全民阅读活动。举办2020年青岛市全民阅读“云启动”仪式，推动数字化网上阅读；与市直机关工委联合开展读书征文活动, 与市文明办、市妇联等部门联合开展“最美家庭”评选活动，组织阅读机构开展即墨古城大讲堂、汇泉讲堂等系列精品阅读活动，全年组织全民阅读活动项目不少于200项。**完成情况综述：**①“建设150处全民阅读设施”列入2020年市办实事。②全部建设完成150处全民阅读设施，其中新增“悦读”社区书屋20处,共享智慧书亭100处,全民阅读朗读亭30处，遍布岛城的知名景区、图书馆、学校、大型商超及社区。③在山东省第五届全民阅读先进典型评选中，我局被省委宣传部表彰为书香机关，另有20个单位和个人获评书香之乡（镇、街道）、书香之村（社区）、书香机关、书香企业、阅读推广人和优秀阅读项目，我市整体受表彰数量居全省首位。④制定实施《青岛市2020年全民阅读工作实施方案》，通过线上、线下组织开展200余项全民阅读活动。举办了全民阅读“云启动”仪式，推动数字化网上阅读。联合市直机关工委开展了2020“学理论、悟原理、促‘三述’”读书征文活动，与市妇联等10个单位评选2020年青岛市“十大最美家庭”、“十大绿色家庭”、“最美家庭”、“绿色家庭”。开展了“汇泉讲堂”、“即墨古城大讲堂”系列活动。 |
| 4 | 创新旅游营销模式，拉动文化旅游惠民消费 | **目标内容：**①全方位开展旅游营销。系统开展旅游主题产品营销，举办想念青岛、青岛24小时、示爱青岛、青岛带节奏等网上营销活动；利用微博、微信、抖音等大流量新媒体平台建立新媒体营销矩阵，面向高铁在途旅客推送青岛旅游、购物、娱乐等信息；②开展“青岛100个故事连环话”主题宣传推介。充分挖掘青岛海洋文化根脉，系统梳理青岛本土文旅符号，讲好“青岛故事”，与青岛日报社联合推出“碧海潮生是故乡—青岛100个故事连环话”，以全媒体的传播方式，重现100个青岛历史场景；③开展文化惠民消费促进活动。整合书店、影剧院、博物馆、文化培训机构等资源，线上线下相结合，激发城乡居民文化消费热情，拉动经济增长；④开展旅游惠民消费促进活动。与美团等OTA平台合作，通过发放消费券方式，带动旅游企业推出打折促销产品，拉动旅游消费；⑤挖掘乡村旅游资源，打造一批精品文旅小镇和景区化村庄，培育乡村旅游特色点，助力推进乡村旅游消费和脱贫攻坚。⑥扩大滨海旅游优势，挖掘利用好内在潜力，改善结构，支持发展邮轮游、海上游和海岛游。**完成情况综述：**①完成想念青岛、青岛24小时、示爱青岛、青岛带节奏等网上营销活动；建立微博、微信、抖音新媒体营销矩阵系统开展营销；通过掌上高铁APP面向高铁旅客推送青岛旅游等信息，进行城市形象宣传。②与青岛日报推出“碧海潮生是故乡—青岛100个故事连环话”，已刊发94期，预计年底将达100期。③开展了文化惠民消费促进活动，消费者可在图书报刊、影视与文化演出以及文化艺术培训、文化体验等领域享受单次消费最高30%的补贴，发放文化惠民补贴2169.94万元，在青岛市文化消费公共服务平台直接拉动文化消费8457.71万元。④与美团、携程等平台举办旅游惠民活动两期，发放消费券829.99万元，吸引59万人参与，直接带动消费8057.48万元，拉动间接消费14.66亿元。⑤指导东麦窑社区成功创建第二批全国乡村旅游重点村。指导大泽山镇等7个镇、唐家庄社区等21个村申报省级精品文旅小镇和景区化村庄，即将评定迎检。拨付乡村旅游扶持奖励专项资金730万元。启动乡村旅游示范单位评选工作，培育评定17个乡村旅游特色村、21个乡村旅游特色点和6个乡村旅游合作社。⑥成立了青岛市推动海洋旅游工作专班，制定市海洋旅游高质量发展总体方案，印发了海洋旅游重点工作清单及责任分工。举办了第八届中国（青岛）国际邮轮峰会，为17家邮轮公司和包船企业兑现邮轮补贴2070万元。对常态化运营的海上夜间旅游项目进行补贴，积极开发奥帆中心经海底世界到轮渡海上旅游航线。积极引进海南蜈支洲旅游开发股份有限公司，发展我市海岛旅游。 |
| 5 | 以建设上合商旅文中心为引领，全力推进招商引资工作 | **目标内容：**①加大上合示范区项目招引。建立与上合示范区管委和相关市直部门的常态化沟通协调机制，推进商旅文融合，加快推进俄罗斯雅钻（青岛）文化旅游交流中心、恒大水世界等项目，积极引进文旅企业入驻上合示范区；②加大招商引资力度。全力推进单体投资5000万以上，总投资3500亿以上的99个重点文旅项目；推进西班牙福赛酒店、温泉小镇、华道中歌世纪、中科院康养基地等项目签约落地；③提升市场化配置资源效率，拓展社会化招商渠道，以春光里产投生态综合体招商平台为依托，打造青岛文旅国际客厅；④扶持文旅协会做大做强。推进成立网红协会、影视行业制片人协会、航空旅游协会等协会组织；⑤加快文旅产业与工业互联网融合发展。依托青岛市旅游信息平台，深化与海尔卡奥斯合作，打造助企惠民一站式公共服务平台；⑥加快培育发展航空旅游、房车营地、研学旅游、工业旅游等新业态，打造网红时尚经济产业园、天空之橙文创经济产业园。**完成情况综述：**①建立了上合示范区商旅文专班工作调度机制，不定期组织商旅文专班成员单位到上合示范区进行座谈、调研。投资20亿元的俄罗斯雅钻（青岛）文化旅游交流中心项目正式签约落地，恒大水世界项目已落户胶州并开工建设。②举办2020青岛文旅重点项目集中签约暨路演峰会，王清宪书记出席活动。全市单体投资5000万元以上的重点文旅项目共128个，总投资额超过4000亿元。西班牙福赛酒店、温泉小镇、华道资本音赞中国、中歌世纪、中科院康养旅游基地等39个项目签约落地。③聘请10位政、商、娱界代表为“青岛文旅全球招商推广大使”，推进社会化招商。依托春光里产投生态综合体，打造了集商务办公、创投活动、企业服务、创意孵化、招商洽谈于一体的“青岛文旅会客厅”。④新成立了文旅行业协会5个，分别是青岛市芭蕾舞学会 、青岛市影视制片人协会、青岛市网红协会、青岛市旅游商品与装备协会 、青岛市普洱茶收藏与鉴赏协会。目前我局主管的文化旅游类社会团体共有56个。⑤与海尔集团签订合作协议，共同打造青岛智慧文旅平台，建设文化和旅游公共服务平台。⑥积极发展航空旅游、房车营地、研学旅游、工业旅游等业态，推动成立航空旅游联合会，对1家房车营地进行奖补，获2020首届省研学旅行线路大赛优秀组织奖，我市推荐申报的17个研学旅游项目获奖，2家基地入选省级工业旅游示范基地。中国首个网红经济科技创新产业园、天空之橙项目在市北区签约落地。 |
| 6 | 加快基础设施建设，提升文化旅游公共服务水平 | **目标内容：**①加强顶层设计。启动旅游业“十四五”规划编制工作，尽早出台《青岛市旅游民宿管理办法》；②实现全市重大文化设施建设突破。加快推进市博物馆改扩建项目，完成项目建议书编制、立项调整、可研、初步设计、项目概算及招投标等工作，争取年内早日开工；协调做好市图书馆新馆选址，加快推进项目立项等前期工作，为项目开工奠定坚实基础；③开展公共文化和旅游服务机构功能融合试点。力争我市1-2个项目入选文化和旅游部试点；④完善图书馆、文化馆服务体系。在镇（街道）和村（社区）建立分馆和基层服务点；⑤打造城乡文化服务品牌。实施村镇文化设施标准化创建，组织举办欢乐青岛广场周周演、“青岛夜色美”街头艺术汇等系列文化活动；举办“乡村文化艺术节”、“艺术彩虹”文化志愿服务村村行等面向农村农民的专题文化节庆活动，组织送戏下乡文化惠民演出；建设乡村记忆博物馆；省民生工作群众满意度文化生活领域我市得分超过去年；⑥探索群众文化服务新模式，试点打造一批“荟文化•悦生活”小区文化集市；⑦继续开展厕所革命，新建、改建旅游厕所120座。**完成情况综述**：①旅游业“十四五”规划已经起草完毕，正在征求意见，近日即可出台；《青岛市旅游民宿管理办法》已起草完毕，正由司法部门做合法性审查，近期可出台。②完成博物馆项目建议书编制、立项调整、可研、初步设计、项目概算及招投标等工作，近日即可动工建设。完成《青岛市图书馆新馆建设项目规划选址报告》，提出选址意见，并联合市国土资源和规划局向市政府书面报告。③青岛（奥帆中心）旅游信息咨询中心等24个单位公布为市级试点单位，城阳区惜福镇街道青峰社区综合文化服务中心入选了山东省级试点，西海岸新区图书馆、崂山游客服务中心入选文化和旅游部试点单位。④推进公共图书馆、文化馆总分馆制，在镇（街道）和村（社区）建立分馆和基层服务点，全市累计建成文化馆分馆153个、图书馆分馆208个、基层服务点5000多个。⑤落实《青岛市村（社区）综合文化服务中心建设与服务规范（试行）》，评选命名了21处村（社区）综合性文化服务中心标准化建设示范点。举办欢乐青岛广场周周演、“青岛夜色美”街头艺术汇等系列文化活动，举办了“乡村文化艺术节”“艺术彩虹”文化志愿服务村村行等面向农村农民的专题文化节庆活动。建设乡村记忆博物馆2家。在我市民情分析评价中，文化生活领域得分较去年提升2.27分。⑥举办了“荟文化·悦生活”小区文化集市活动，在20多个办事处及社区广场举办文化集市43场。⑦全市共新建、改建旅游厕所123座，其中政府投资29座，企业自筹资金建设94座，提高了旅游厕所建设质量和管理水平。 |
| 7 | 加强文化遗产保护利用，打响滋养海洋文化根脉硬仗 | **目标内容：**①深入挖掘海洋文化根脉。开展琅琊台遗址考古发掘、金口港遗址考古调差勘探工作,配合国家文物局开展胶州湾水下考古调查;②加大革命文物保护力度。推动出台《青岛市革命文物保护利用工程的实施意见》，公布青岛市第一批革命文物名录，实施革命旧址维修保护计划，做好青即战役旧址历史遗存调查保护；③加大青岛老城区申报世界文化遗产宣传工作力度，组织编制《青岛老城区申报世界文化遗产预备名录文本》；④持续推进博物馆城建设。全年新增博物馆5家以上，全市博物馆总数超过105家以上，力争在全省博物馆精品陈列展览项评选中取得佳绩；⑤加强非遗保护传承，开展系列活动。**完成情况综述：**①开展了琅琊台遗址2020年度考古发掘、金口港遗址考古调查勘探和胶州湾外围海域水下文化遗产考古调查，在大公岛南部海域确认1处一战时期沉舰遗址。②出台了《青岛市革命文物保护利用工程的实施意见》，公布了青岛市第一批革命文物名录，实施革命旧址维修保护计划，开展青即战役旧址历史遗存调查保护，完成青即战役旧址历史遗存调查报告。③青岛日报发布申遗专版报道，在微信公众号发布青岛城市文化及历史建筑相关的推送10余篇，举办了《青岛老城区申报世界文化遗产展•序篇——青岛文物保护建筑摄影展》。完成《青岛老城区申报世界文化遗产预备名录文本》编制。开展青岛老城区申遗的专题调研研讨和考察学习考察，举办了青岛老城区遗产价值与申遗研讨会暨青岛申遗工作培训会议④新增博物馆6家，我市“博物馆之城”建设荣获第四届省文化创新奖。在全省博物馆精品陈列展览项评选中，3家博物馆馆分获全省“十大精品奖”“十大优秀奖”，市文旅局获“优秀组织奖”。⑤认定公布第四批市级非遗传承人31人，开展“非遗月”“文化和自然遗产日”及非遗“进校园”系列活动，举办文化惠民非遗创意大集，牵头“一十百千万”文旅嘉年华活动，举办“好客山东·时尚青岛”十大门类非遗展演等。 |
| 创优目标 | 1 | 推进胶东经济圈文化旅游一体化,招引影响力大、辐射力强的大型文旅融合项目 | **目标内容：**贯彻落实省委、省政府关于加快胶东经济圈一体化发展部署要求，主动担当作为，推动“胶东经济圈一体化文旅先行”，在全市率先启动相关工作，力争实现“创新、创意、创造”。策划举办胶东经济圈文化旅游合作联盟成立大会，牵头成立胶东经济圈文化旅游合作联盟；推动五市签署《胶东经济圈文化旅游一体化高质量发展合作框架协议》，在联合推进旅游市场营销、特色旅游产品打造、文旅产业项目、文旅公共服务、对外文化交流5大领域形成合作共识；推出“胶东有礼”等一体化品牌，打造胶东文创和旅游商品体系；会同胶东五市共同打造一体化旅游产品，开展联合营销推广活动，带动胶东五市文化旅游市场融合发展，加快推进胶东经济圈文化旅游一体化进程。发挥青岛的牵头带动作用，推进华侨城莲花山、东方伊甸园等产业链长、辐射胶东五市的文旅融合大项目签约、落地；标杆城市及标杆值：上海及长三角城市群。打造具有全国影响力的区域文旅品牌。**完成情况综述：**发挥龙头作用，于“5·19”中国旅游日策划成立了胶东经济圈文化旅游合作联盟，联合烟台、潍坊、威海、日照四市签署了《胶东经济圈文化旅游一体化高质量发展合作框架协议》，联合推进旅游市场营销、特色旅游产品打造、文旅产业项目、文旅公共服务、对外文化交流5大领域27项合作；梳理胶东现有文化旅游商品资源，建立胶东有礼商品信息库，共创“胶东有礼”品牌；将“好客山东，海阔天空，青岛（烟台/潍坊/威海/日照）请您，来看胶东”作为胶东旅游宣传口号对外统一宣传推广。设计精品线路11条，组织全国旅行商赴五市开展“山海深呼吸，胶东健康游”线路采风，联合举办首届胶东“海洋童玩季”活动，先后在成都、重庆、上海举办了胶东五市推介活动，在胶东经济圈一体化（北京）推介大会上隆重进行胶东文化旅游推介，推广胶东滨海黄金旅游带；联合五市水下考古精英开展胶州湾、刘公岛海域等水下文化遗产勘探考古，收获丰富。共建胶东五市博物馆和非遗等资源共享平台。签订了胶东经济圈一体化发展市级文化馆、公共图书馆合作协议，建立了文化馆、公共图书馆联盟，开展广泛交流合作。组织五市旅游行业协会签订一体化合作协议、以平台思维联合五市开展云招商推介活动，建立“双招双引”信息资源共享机制，制作胶东文旅招商专题页面，通过宣传片、ppt等形式展示胶东经济圈招商形象和宣传胶东一体化营商环境，并在主流媒体专版专题宣传。华侨城莲花山、东方伊甸园等产业链长、辐射胶东的文旅融合大项目落地，借助青岛文旅重点项目集中签约暨路演峰会，与阳光控股、融创中国等世界500强企业签约，加快打造辐射胶东的标杆性文旅项目。创优性：该联盟对标长三角文化和旅游联盟，属于山东省首家区域性城市合作联盟。王清宪书记在联盟成立仪式上代表五城市现场签发《胶东五市致全国游客的信》，对联盟成立给予“创新、创意、创造”的评价；联盟成立后，市委专题会提出打造胶东旅游品牌，把胶东推向世界。“东方海岸·胶东半岛自驾游”线路入选文化和旅游部2020年度“中国之路”全国自驾游十大精品线路；“胶东海洋童玩季”活动入选省文旅厅“好客山东游品荟”典型案例，胶东文旅区域品牌效应初见成效。攻坚性：该项工作涉及5个城市，协调难度大，难点是如何建立有效合作机制，高效开展联盟合作，合力打造“胶东文旅品牌”：一是对标“长三角”，建立胶东五市文旅合作联盟，秘书处常设青岛，建立联席会议、联盟轮值、分工协作、信息提报等五项工作机制；二是打响“胶东牌”，研究提出胶东旅游宣传口号，梳理文化旅游商品资源，提升区域文旅品牌形象；三是吹响“集结号”，集结五市联合开展线路采风、成都、北京等系列旅游营销活动，扩大胶东文旅声量。创新性：是区域协调发展的有益探索，是打造区域发展共同体的有益尝试：一是制度创新。发挥青岛作为秘书处纽带作用，建立联盟联席会议和常态化联络协调制度，高效推进联盟合作；二是产品创新。挖掘胶东山、海、城等自然和人文旅游资源优势，联合推出自驾游、亲子游、海洋度假游、体育游、乡村游等特色旅游产品，提升胶东旅游产品吸引力；三是营销手段创新。充分利用互联网、大数据等手段，实施精准营销，针对年轻市场推出《一出好戏》胶东文旅音乐推广剧，针对自驾游群体推出“东方海岸”胶东自驾产品等。效益性：一是品牌影响力提升。通过一系列营销推广，胶东文旅品牌知名度显著提升，覆盖人群超1.2亿，阅读量超6000万；二是社会效益显著。成立了文化馆、图书馆等联盟，建立了博物馆和非遗资源共享机制，逐步夯实胶东文化资源惠民共享“大平台”；三是带动了文化旅游消费。通过美团、携程等平台，为胶东五市文旅企业搭建文旅惠民消费平台，吸引五市共约59万人次参与，直接带动消费8200余万元，相关间接消费近15亿元。 |