

以文化强市建设服务太原高质量发展大局

张宇煊

文化是城市发展的
重要支撑。深挖太原厚
重文化资源,坚持守正创
新、活化利用,推动文化
优势转化为发展优势,赋
能城市高质量发展。

文化是国家富强、民族复兴的动力源泉。党的二十届四中全会明确提出,要发展具有强大思想引领力、精神凝聚力、价值感召力、国际影响力的新时代中国特色社会主义文化。这为新时代文化建设和发展指明方向、明晰路径。

作为国家历史文化名城,太原在全省、全国文化格局中区位优势独特、特色鲜明。近年来,太原深耕文化赋能城市发展,文艺精品创作不断出新,文化遗产保护持续夯实,文旅融合业态提质升级,文化强市建设取得扎实成效。迈入新发展阶段,要持续激活文化创新发展活力,统筹繁荣文化事业、壮大文化产业,为再现“锦绣太原城”盛景积蓄持久深厚的文化动能。

以守正创新赓续城市文脉

文艺是时代前进的号角,承载着引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的重要功能。繁荣文艺创作,必须坚守社会主义先进文化前进方向,推动社会效益与经济效益协同统一。站稳人民立场、扎根生活沃土,紧扣重大时代主题,深挖本土文化资源,倾力打造思想精深、艺术精湛、制作精良的精品文艺作品,不断丰富群众精神世界,增强市民文化获得感。

健全重大主题文艺创作引导机制,围绕党和国家中心工作、重要历史节点系统谋划选题布局。2025年,太原市紧扣纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,策划推出主题图片展、合唱音乐会等多项文艺活动,以多元艺术形式回望峥嵘岁月、弘扬伟大抗战精神,取得良好社会反响。今后要持续完善创作项目库建设,加大重点题材扶持力度,引导广大文艺工作者深入基层一线,从太原转型发展、城市更新的生动实践中汲取灵感,用心用情讴歌时代、礼赞人民,推出更多有深度、有温度的精品力作。健全精品激励保障机制,强化财政扶持支撑,规范引导社会资本有序参与文艺创作,在评奖推介、人才培养、宣传推广等方面强化政策支持,营造健康清明的文艺发

理论学苑

抓实基层减负 淬炼务实作风

宋汝佳

基层是政策落地的“最后一公里”,也是贴近群众、服务民生的一线阵地。推进基层减负增效,就是为基层干部松绑赋能,让大家甩开繁杂事务,心无旁骛扎根一线干事创业、弘扬伟大抗战精神,取得良好社会反响。今后要持续完善创作项目库建设,加大重点题材扶持力度,引导广大文艺工作者深入基层一线,从太原转型发展、城市更新的生动实践中汲取灵感,用心用情讴歌时代、礼赞人民,推出更多有深度、有温度的精品力作。健全精品激励保障机制,强化财政扶持支撑,规范引导社会资本有序参与文艺创作,在评奖推介、人才培养、宣传推广等方面强化政策支持,营造健康清明的文艺发

来论

展环境。

抓实地方戏曲保护传承,夯实本土文化认同根基。地方戏曲与民间艺术是中华优秀传统文化的重要载体,是维系乡土情感、彰显城市辨识度重要资源。太原先后承办央视《2025年春节戏曲晚会》、举办第二届晋剧艺术节,集中展现晋剧等山西戏曲独特艺术魅力,有效提升城市戏曲文化影响力。深入实施地方戏曲振兴工程,搭建晋剧等非遗传剧种系统性保护传承体系,扎实做好传统剧本整理、曲牌抢救、舞台影像留存等基础性保护工作。完善人才培养模式,依托山西文化旅游职业学院等职业院校,构建院校培养与师徒传习相结合的育人机制,健全演职人员薪酬保障、职业发展通道,有效破解人才断层、后继乏人困境,守护传统戏曲艺术薪火。坚持守正创新,推动传统剧目新编重构,在坚守艺术本体特色的基础上融入现代舞台表达,打造适配当代审美的新剧目。积极争取承办全国性专业艺术展演、赛事平台,拓宽本土文艺展示渠道。持续推进戏曲进校园、进社区、进乡村,推动传统艺术融入日常、浸润人心。深化国有文艺院团改革,优化创作生产激励机制,重点扶持原创作品、本土题材创作,构建出精品、育人才、增效益的良性发展格局。

以活化利用守护文化遗产

文物和文化遗产不可再生、无可替代,是坚定文化自信、传承中华文明的重要载体。做好保护传承和活化利用,既要守住系统性保护底线、留住城市文化根脉,也要顺应数字化发展趋势,依托现代科技推动文化遗产活态传承。始终遵循保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用的方针,统筹保护与发展,实现文化价值、社会价值、经济价值有机融合。

夯实文化遗产系统性保护根基。随着晋中文化生态保护保护区(太原市)入选国家级文化生态保护区,太原文化遺產保护迈入区域性整体保护新阶段。对照国家级保护区建设标准,持续完善非遗名录体系,规范各级非遗代表性项目、代表性传承人的认定、建档与动态管理。聚焦老陈醋酿制技艺、莲花落、民间剪纸等特色项目,依托传统基地、生产性保护示范载体开展常态化展演传承,推动非遗深度融入现代生活,全面构建见人、见物、见生活的活态传承体系。健全文旅、住建、规划、农业、教育多部门协同机制,将文化遗产保护与城市更新、乡村振兴、生态治理统筹推进,实现遗产本体与周边环境一体化保护。

深化数字化赋能文化遗产保护利用。太原打造“数智赋能 晋享山河”数字文旅品牌创新嘉年华,推出《黑神话:悟空》遇见山西古建筑艺术展,推动前沿数字技术与古建筑保护展示深度融合,为文化遗产数字化活化积累宝贵经验。要持续深化多方协同,促进文博机构、科技企业、高等院校联动协作,围绕数字采集、存储管理、创意转化、宣传推广,完善文化遗产数字产业链。加快重点文保单位、馆藏珍贵文物、非遗代表性项目三维数字化采集,搭建标

农村也要优化营商环境

随着越来越多青年创业者返乡,乡村人气逐渐集聚,业态日益丰富。在一些地区,“营商环境”成为涉及农村产业发展的关键词之一,优化农村营商环境既有必要性,也有紧迫性。

营商环境是经营主体赖以生存发展的土壤,无论是城市产业升级还是乡村产业发展,都离不开良好的营商环境。推进乡村全面振兴,优化农村营商环境不再是选答题,而是事关产业发展、人才留存乃至乡村全面振兴的必答题。

与城市相比,农村营商环境存在不少短板弱项,成为制约乡村创业兴业的瓶颈。比如,政务服务配套滞后,涉农项目备案、资质办理、政策申报流程繁琐,“办事慢、跑腿多”问题仍然存在;再比如,基层市场监管力量薄弱,农资假冒伪劣、同质化恶性竞争、乡土特色产品仿冒侵权等问题时有发生,破坏了公平有序的市场生态。此外,各类返乡创业扶持政策体系虽然完善,但政策触达不足,存在“政策看得见、主体拿不到”的现象。

优化农村营商环境,不是一句简单的口号,需要实实在在的行动。

青年返乡创业,最忌来去匆匆。近年来,农村地区硬件基础设施有了较大进步,但城乡要素配置不均衡的现象依然存在,农村地区人才、资金和技术等优质要素供给不足,教育医疗等优质公共服务的供给存在短板。不少青年创业者认为公共服务是制约农村发展的突出短板。对此,应强

县域消费成为扩大内需新引擎

近日,商务部等9部门印发《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》,围绕优化商业环境、丰富消费供给、增强消费保障、强化要素集成4个方面推出18条举措。今年1至7月,乡村消费品零售额同比增长2.4%,高于城镇1.3个百分点,县乡消费品零售额占比达39.1%。县域承载着庞大人口和多元消费需求,正成为扩内需最具潜力的增量空间。

老市场焕新,物流网下沉,县域商业环境的便利度和丰富度同步提升,县域流通设施持续提档升级。从“有没有”到“好不好”“快不快”,县域商业基础设施的改善,正在不断缩短县域居民与优质商品和多元服务之间的距离,过去受设施不足、渠道不畅限制的消费活力如今得到充分释放。

智能产品走俏,服务消费升级,县域消费的“购物车”正在悄然升级。人工智能等新技术加快融入生活,新产品、新场景不断向县域延伸,智能产品和多样化服务消费需求加快释放。很多年轻家庭为新居配置智能家电,“智能生活”加速走进县城家庭。今年以来,全国县域市场AI智能家电销售额大幅增长,在以旧换新渠道一级能效家电销售占比超过九成。商品消费在升级,服务消费也在扩容。从智能家电到运动健身,从品牌首店到文旅体验,县域消费的增长空间已不只是把更多商品送下去,更在于以更丰富、更优质的供给满足不断升级的消费需求,让潜在需求

准化资源数据库,为研究阐释、创新利用夯实数据底座。创新展陈模式,开发数字展览、虚拟漫游、沉浸式体验等新型文化产品,运用AR、VR、全息投影等技术,推动群众从“观览文物”向“沉浸式体验文化”转变。善用短视频、直播、社交平台等传播载体,用年轻化叙事讲好文物背后故事,增进青少年对中华优秀传统文化的认知认同。联动山西大学、太原师范学院等高校,培育本土历史文化研究团队,产出一批高水平学术成果,为文化遗产科学保护、创新利用提供学理支撑。

以品牌塑造激发产业动能

推进文旅深度融合发展,是释放文化消费潜力、培育经济增长新动能、提升城市综合竞争力的重要路径,也是推动文化资源优势转化为发展优势的关键抓手。坚持以文塑旅、以旅彰文,通过业态创新、场景营造、品牌培育,持续提升文旅产业发展质效,助力太原经济高质量发展。

丰富文旅融合新业态、打造消费新场景。传统观光业态已难以满足群众多元消费需求,文旅产品迭代升级势在必行。依托晋祠、天龙山、山西博物院等资源,开发体系化文化研学产品,引导青少年在行游研学中感悟历史文脉。深挖老工业基地特色,盘活工业遗存资源,打造兼具工业记忆与创意美学的文旅新地标。大力发展数字文旅,在历史街区、文创园区、商业综合体布局数字艺术展演、互动体验项目,打造一批示范性融合场景。支持市场主体开发特色文创,提炼晋祠侍女、双塔、醋文化等城市符号,打造可携带、可传播的文创商品,延伸产业链、提升附加值。健全夜间文旅消费体系,培育夜间演艺、文创市集、公共阅读空间等业态,延伸消费链条。推动文旅与农业、体育、康养等产业跨界融合,持续拓展产业发展空间。

聚力城市文旅品牌塑造与传播推广。我市抢抓微短剧产业发展机遇,落地微短剧产业基地与研究中心,举办创作者交流大会。要配套完善专项扶持政策,覆盖剧本孵化、摄制制作、平台宣发、版权保护全链条,吸引优质创作团队集聚发展。鼓励创作立足太原文脉、城市风貌的微短剧、短视频作品,以轻量化叙事讲述太原故事,拓宽城市品牌传播路径。深耕抖音、快手、小红书等新媒体传播矩阵,开展分众化、互动化营销,推动文旅品牌从“走红”走向“长红”。围绕“锦绣太原城”核心IP,构建层次清晰、特色鲜明的文旅品牌矩阵,增强品牌感召力与市场吸引力。完善文旅公共配套,优化旅游路网、标识导览、智慧服务体系,提升游客出行体验。规范文旅市场监管,营造诚信有序的经营环境。

面向未来,太原要立足国家区域中心城市、省会城市发展定位,锚定再现“锦绣太原城”盛景目标,持续抓好文艺精品创作、文化遗产活化、文旅融合创新,持续解放和发展文化生产力,充分激发全社会文化创新创造活力,为建设社会主义文化强国贡献太原力量。

〔作者单位:山西省社会科学院(山西省人民政府发展研究中心)〕

以赛营城兴百业 借赛传声扬美名

梁涛

2026世界斯诺克巡回赛中国公开赛日前在太原市滨河体育中心落幕,全球斯诺克球迷的目光聚焦太原,城市形象通过赛事传播进入更广阔视野。赛事期间,太原推出5条特色旅游线路,发布“持票免费游九大景区”惠民举措,将一场竞技赛事延伸为一次城市品牌的集中展示。

“以赛营城”在国内已有不少成熟探索。成都提出“办赛、营城、兴业、惠民”理念,通过举办大运会、世乒赛等国际赛事,推动城市基础设施更新、消费场景升级和城市能级跃升。上海以F1中国大奖赛、ATP网球大师赛等品牌赛事为牵引,激活文旅、餐饮、交通等消费链条,“跟着赛事去旅行”成为新的消费风尚。这些城市的共同经验在于赛事不只是体育领域的活动,更是撬动城市整体发展的支点。体育赛事作为一种高密度信息传播活动,能将瞬时的竞技活动转化为持续性的城市品牌资产。当斯诺克这样的顶级赛事落户太原,全球媒体报道、社交平台热议、选手向各自粉丝展示太原风物,共同构成了对城市形象的多维度传播。一次顶级赛事的品牌曝光量,足以覆盖一座城市数年的常规推广投入。

赛事传播的品牌效应,最终要落到城市发展带来的带动上。2026年,太原计划举办高水平品牌赛事45项、全民健身赛事活动386项,赛事贯穿全年,意味着城市品牌曝光贯穿全年。太原马拉松赛通过央视直播向全国展示城市形象,优化后的赛道串联起迎泽大街、滨河东西路、汾河景区等地标,数万名跑者成为城市形象的移动传播载体。WTT赛事期间联合举办农特产品产销对接活动,实现赛事与特产展销的跨界联动;斯诺克赛事期间推出“持票免费游九大景区”政策,有效拉长了游客停留时间。引入第三方评估机制,对赛事媒体传播价值、直接消费、间接拉动进行量化评估,让赛事传播的价值从模糊感受变成清晰判断。

把赛事传播转化为城市品牌资产,要持续用力。持续深耕现有品牌赛事,提升太原马拉松、“锦绣杯”等本土赛事的影响力和辨识度,形成稳定可预期的品牌效应。积极对接国际国内高水平赛事资源,让更多顶级赛事落地太原,借助赛事传播窗口展示城市形象。坚持赛事与文旅、商贸、消费深度联动,拉长消费链条,让赛事流量转化为切实的经济增量。赛事经济的价值释放,要延伸至餐饮、住宿、交通、游览、购物等更长的消费链条,由“看一场赛”转向“游一座城”。

以赛营城就是用好每一次赛事契机,让瞬时关注沉淀为持久认知,让体育赛事成为展示太原、推介太原的窗口。将每一次赛事机遇沉淀下来,流量的热度最终转化为品牌的厚度。

产销对接 激活乡村产业

薄 鸿

近日,市农业农村局携手市商务局,组织神农美特好等10家重点商超采购负责人,深入尖草坪区、阳曲县、小店区、清徐县农业生产基地,开展产销对接企服服务。

农产品产销衔接,一头连着乡村产业振兴,一头连着市民餐桌民生,是畅通城乡经济循环、夯实民生基本盘的关键纽带。本地政企联动、基地走访、精准对接,打通农产品产销渠道,激活本土农业发展动能,为助农增收、便民保供、产业提质注入强劲动力。

深入基地、直面主体的产销对接模式,实现了生产端与消费端的互利共赢。对农业经营主体而言,面对洽谈、点对点对接,进一步明晰了市场发展趋势,稳固了产品销售渠道,让农业生产有了方向、经营发展有底气,真正实现种得好、卖得出、收益稳。对商超企业而言,产地直采减少流通层级,降低运营成本,既能保障生鲜产品新鲜度、丰富商品供给体系,也能更好满足市民高品质、多元化的消费需求。双方深度交流,搭建起常态化、零距离的沟通合作平台,为建立长期稳定的商贸合作、深化产销深度融合筑牢坚实基础。

产销对接还是一次产业赋能、一次理念升级。商超企业负责人深入田间地头、种养基地,实地考察标准化种养流程、品质管控体系与规模化生产能力,全方位摸清本土农产品的品质优势与产能潜力。同时,深入了解经营主体现有销售模式、物流配送、市场运营等情况,精准掌握生产端的真实诉求。通过实地走访、现场核验、深入交流,商超把市场标准、消费趋势、品质要求精准传导到生产一线,引导农业经营主体对标商超市场标准,优化种养结构、完善品控体系、健全物流配送链条,依托本地资源优势,培育特色农产品品牌,让优质乡土产品走向大市场。

小农农产品,承载大民生,赋能大产业。产销对接盘活了本土农业资源,激活了乡村产业活力,也温暖了民心、惠及了民生。要持续打通供需环节、畅通流通链条,不断拓宽农民增收渠道,助力城乡融合,推动本地特色农业高质量、可持续发展。

太报时评

观点摘编

〔据《光明日报》〕