

◀ 上接 02 版

## ●从“送文化”到“种文化”的蜕变

“一元剧场”火爆的背后，是桂林文化惠民工程从“有”到“优”的生动诠释，也是我市依托多年培育打造的文化惠民品牌矩阵，实现从“送文化”到“种文化”的蜕变。

“漓江之声”“桂林百姓大舞台”“桂林春晚”……这些都是桂林人熟知的文化惠民品牌代表。

“漓江之声”群众文艺活动诞生于20世纪80年代。借助着“漓江之声”，以“百姓创作”“百姓演”“百姓看”“百姓乐”的方式，我市为群众搭建了一个“能参与”“广参与”“乐参与”的文化平台。46年来，“漓江之声”累计演出1918场、观众人数达到334万人次。

2009年，我市创新推出了公益性群众文化服务品牌“桂林百姓大舞台”，通过“百姓演、百姓看、百姓评”的形式，让群众文化活动从“广场文化”向“剧场文化”升级。2013年，“桂林百姓大舞台”荣获“全国群星奖”。

2026年春节，被誉为“桂林人自己的春晚”的桂林市2026年百姓迎春联欢晚会走红。5000余名“草根演员”参演，64个节目、总时长380分钟，这场属于桂林人自己的春晚，没有流量明星，没有考究的服化道，没有专业过硬的舞台表演功底，但有发自内心的热爱、真诚的笑容和富有生命力、感染力的表演。

七星区社山桥社区的“小舞台大梦想”群众文化品牌也同样精彩。自2022年启动以来，已举办30场次，吸引1000余名文化志愿者参加，年龄最大的85岁，最小的仅4岁，惠及群众超1万人次。

除了文艺演出，书籍也是文化惠民的载体之一。近年来，我市致力于“让阅读随时随地发生”，全市所有行政村不仅“村村有书屋”，书屋还全部实现了联网。全市1718个农家书屋已全部升级为数字农家书屋。

在城区，“15分钟品质阅读圈”也从美好构想变成了飘着翰墨书香的现实。自2019年七星区启动“微·书馆”智慧阅读项目以来，总投入已超200万元，打造了龙隐“书·苔”、高新万达“亭·驻”、骊鸾路26号“与·书”、市体育中心“憩·暇”4座24小时智慧阅读微书馆，提供全免费、不打烊的借阅服务，累计接待超4万人次。该项目于2023年获评“广西公共文化新空间优秀案例”。

广西桂林图书馆于2024年牵头建立了“桂林新型公共文化服务空间联盟”，七星区社山桥社区从全国25个省份的138个参选社区中脱颖而出，成为广西首个获评全国“书香社区”的社区。

2022年6月，桂林美术馆启动了“移动美术馆”文化惠民品牌项目，旨在以公益艺术展览为基础，结合艺术讲座、主题实践课程等形式，将优质艺术资源和公共文化服务延伸至校园、乡村和社区。项目启动后，“移动美术馆”先后走进临桂区南边山塘头小学、市聋哑学校、灵川县大圩镇崑村小学、七星区敢兴村等地，把艺术送到了村民身边。

诸如此类文化惠民工程的例子，在我市还有很多。一个个鲜活生动的数据，恰似“实验田”里结出的累累硕果，是我市扎实推进文化惠民工程取得的实效。

## ●深挖票根经济潜力 拓宽文旅融合新路径

为何桂林的文化惠民工程能“叫好又叫座”？

近年来，我市先后建成“一院两馆”（桂林大剧院、桂林博物馆、广西桂林图书馆）等文化设施，并以文化惠民工程为抓手，推动文化发展成果全民共享。随着社会的发展，市民游客对文化产品的需求日益增长，我市不断加大文化惠民力度。“一元剧场”的诞生，正是对市民“想看戏、看好戏”呼声的积极响应。

如果说送戏曲下乡、送电影入社区、送艺术进学校是文化惠民“1.0版本”，“漓江之声”“桂林百姓大舞台”“桂林春晚”就是文化惠民“2.0版本”。借助多年来培育的群众文化品牌，我市的文化惠民途径也从“台上演什么、群众看什么”的单向输送变成了“百姓自编、自演、自赏”的双向激活。当群众从文化的“旁观者”变成“参与者”，“叫好声”“欢呼声”也就更响亮了。

未来，如何借“一元剧场”等新举措赋能文旅产业，让文化惠民的“叫好声”“欢呼声”可持续？

市文化广电和旅游局相关负责人认为，可以利用好“一元剧场”，有效拉动餐饮、住宿、购物等二次消费，撬动“夜经济”。该负责人介绍，目前我市正依托“桂林有戏”“一元剧场”等载体，通过引进精品剧目、策划音乐节、演唱会等活动，着力打造城市特色文化引流品牌，深度挖掘票根经济潜在价值。

接下来，我市将积极联动市内餐饮商圈、文创商铺、民宿酒店及各大景区，推出专属跨界联动福利，将观演票根转化为全域通用消费凭证。依托夜间文艺演出激活城市夜经济，串联剧场观演、街区休闲、景区夜游、夜市消费等全链条场景，以惠民小票价撬动市场大流量，构建“观剧—游玩—消费”完整闭环，有效延长游客停留时间、带动二次消费，持续丰富文旅融合新业态，为世界级旅游城市文旅产业高质量发展注入强劲动能。

桂林市中华文化促进会副主席、文化学者苏宁认为，要让文化惠民在未来持续叫好发力，可以深化“票根经济”，将文化流量高效转化为文旅消费增量。桂林可以进一步打通“看戏”与“消费”的壁垒，例如推出“戏票+景区门票”“戏票+特色餐饮”“戏票+文创折扣”等联动机制；其次，要推动演出空间下沉与业态融合，打造“处处有戏”的沉浸式文旅新场景。目前的“一元剧场”进景区、进社区、进校园，未来可在此基础上进一步拓展，如：结合桂林丰富的山水与历史文化资源，策划与漓江游船、古镇古村、历史街区联动，推出“边走边看”的沉浸式演艺体验，形成“政府主导、专业支撑、社会协同”的多元生态，让戏曲艺术真正融入市井烟火。

↓七星区社区运动会暨第三届广场舞大赛现场。

↑近年来，我市组织了文化市集，琳琅满目的文创产品吸引市民驻足挑选。

## ■记者手记 文化惠民 久久为功

两场“一元剧场”座无虚席的背后，是观众们对文艺精品发自内心的喜爱与渴求，也是我市文化惠民工程、文旅融合的又一次精彩实践。

“一元剧场”带来了热度和关注，也带来了思考：如何让文化惠民工程的“叫好声”持续？真正的文化惠民，不是让百姓“看一次戏”，而是让百姓“爱上戏”；不是用低价“请进来”，而是用品质“留下来”。从“看山看水”到“看戏看城”，从“送文化”到“种文化”，桂林要提供的，不仅是一元钱的票价，更是一整套让文化落地生根的发展生态。依托政府主导、专业支撑、社会协同的合力，桂林已经交出了一份公共文化服务普惠均等的高分答卷。

相信在未来，桂林会创造出更多像“一元剧场”这样的小切口，撬动文化产业，蓬勃文化事业，增强人民文化自信，让山水有魂、城市有格、文化有根。这，才是从“山水甲天下”走向“文化更动人”的题中应有之义。

记者韦莎妮娜 文/摄

