

打造富有上海特色的美丽绿色幸福新乡村

张国坤

文匯时评

中国新闻名专栏

2019年中央一号文件强调，坚持农业农村优先发展总方针。为加大实施乡村振兴战略，上海在制定实施意见和战略规划的同时，制定了符合上海实际的实施方案，明确以推进“三园”工程（美丽家园、绿色田园、幸福乐园）、实施六大行动计划、落实三大保障机制作为全市推进乡村振兴的重大抓手，促进农村全面进步、农业全面升级、农民全面发展。

建设“美丽家园”，全面提升农村人居环境面貌——

实施“十百千”行动计划。坚持先策划、

后规划的要求，编制和完善郊野单元（村庄）规划，确保规划编制2019年全面完成。坚持以项目为载体，加强农村人居环境整治，推进“四好农村路”建设、水环境整治、农村生活污水处理、生活垃圾分类、农业生产废弃物综合利用、生态廊道、农田林网和“四旁林”建设等工作。到2022年，全市建设90个乡村振兴示范村，建设200个美丽乡村示范村，实现1577个行政村人居环境整治全覆盖。

实施农居相对集中行动计划。完善相关政策，创新安置方式，继续大力推进农民相对集中居住。加强风貌保护和引导，注重乡村自然肌理，优化乡村空间布局，保护和传承优秀传统文化，推进农村建筑风貌与乡村色彩的协调统一，体现乡村韵味，展示地域特色。到2022年，基本完成“三高”沿线、生态敏感区、环境整治地区自然村落归并。

建设“绿色田园”，全面实现农业提质增效——

实施都市现代绿色农业发展行动计划。通过建立以绿色生态为导向的制度体系，全面提升农业绿色生产技术和设施装备水平。到2022年，农田化肥、农药施用量分别下降21%和20%，地产农产品绿色食品认证率达到30%；创建1—2个整建制生态循环农业示范区，建设10个生态循环农业示范镇，打造100个生态循环农业示范基地，重点打造30个蔬果“机器换人”绿色生产示范基地。

实施现代农业经营体系构建行动计划。培育农村新产业新业态，提高农业社会化服务水平；大力发展以经营区域公用品牌、地理标志和特色农产品为重点的合作社联社；鼓励创建多种类型的家庭农场，探索组建农业产业化联合体；建立线上线下相结合的品牌农产品营销体系。到2022年，做强做大20个农产品知名品牌，年销售额达1000亿元；建成30个国家级休闲农业与乡村旅游示范点。

建设“幸福乐园”，全面建立农民增收长效机制——

实施农民长效增收行动计划。建设一批收益稳定长效的帮扶“造血”项目；鼓励开展农村闲置农房、存量集体建设用地盘活利用试点，用于民宿民俗、休闲农业、乡村旅游、健康养老等产业发展；深化镇级农村集体产权制度改革；有序推进新型职业农民制度试点。到2022年，全市完成农民非农培训40万人次，培育2.5万名新型职业农民，实现对有就业创业意愿的农民就业创业服务全覆盖。

实施农民美好生活提升行动计划。加强农村基层党组织建设，实施“阳光村务工程”；大力发展互助式养老，开展农村订单定向医学生培养；实施“城乡学校携手共进计划”；加大

农民喜闻乐见的文化配送力度，推进村级多功能活动中心建设。到2022年，实现村务公开和民主监督信息化全覆盖，建设50个市级民主法治示范村，文明村镇占比达到80%以上；每所郊区义务教育学校高级职务教师配置100%达标。

上海将通过建立责任机制、督查机制、考评机制，为实施好“三园”工程提供强有力保障，到2022年，基本形成乡村空间布局合理、人居环境整洁、产品绿色优质、产业融合发展、社会治理有效、农民生活富裕的格局，使乡村成为提升城市能级和核心竞争力的重要承载地，为建成与具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市相适应的现代化乡村奠定扎实基础，努力在实施乡村振兴战略中走在前列、做出示范。

（作者为上海市农业农村委员会党组书记、主任）

文化视点

九家专业剧场“春节档”票房收入1018.2万元,占全市87.2%,品牌引领效应初现

“演艺大世界”在上海向全球发出“英雄帖”

集结优质资源,打造覆盖全产业链的全球一流演艺品牌

■本报首席记者 黄启哲

“演艺大世界”昨天面向全球优秀制作人、导演、演出团体、演艺经纪机构等发出邀约，共同推进“演艺大世界”健康、持续、快速发展，加快建成上海国际文化大都市的核心引领区、亚洲演艺中心的核心示范区。

与“英雄帖”一并附上的，是“演艺大世界”在今年计划实现年演出1.5万场次的目标，以及吸引人才、优化营商环境的一系列利好消息。与此同时，包括原版音乐剧《摇滚学校》《贝隆夫人》《玛蒂尔达》、法国巴黎歌剧院芭蕾舞团《天鹅湖》在内的多部重磅中国首演首秀剧目也会在会上披露。

消息一经发布，迅速在演艺界引发轰动，未来如何创新机制形成常态化合作，如何打造精品项目发挥这一区域的溢出效应，成为业界热议的话题。剧场人从区域定位功能展开思考，院团对剧目创排有了新的考量，制作人则对于引进海外优质项目摩拳擦掌——共同努力建设最“高”剧场密度、最“大”集聚效应、最“强”协同合作、最“广”市场空间、最“优”服务环境的演艺活力区，多方期待携手上路。

多种渠道刷新品牌标识度

历史积淀与丰厚资源“加成”，让春节期间区域演艺活力充分彰显

自去年11月人民广场剧场群定名“演艺大世界”起，短短三个月间，其品牌效应初步显现。汇集多家综合性现代剧院和百年历史剧场的百年“戏码头”，在如今已华丽转身为上海演出密度最高、集聚效应最突出的区域。以刚刚过去的春节假期为例，“演艺大世界”的九家专业剧场上演18台剧目，占全市专业剧场演出的69.2%；其票房收入高达1018.2万元，占全市的87.2%。

剧场内演出热闹非凡，剧场外“演艺大世界”也通过多种渠道不断刷新着品牌标识度。不久前“演艺大世界”英文名“Show Life”发布，其“把观演作为一种生活方式，Enjoy Show（享受观演），Enjoy Life（享受生活）”。线上，10条定制短视频在春节前于20个新媒体平台播出，九天内10个主要平台点播量达到613.3万次。户外道旗、宣传视频出现在全市各处。而在机场、高铁、地铁等人流量密集地，两万册新春版《观剧手帐》免费发放，2019年“演艺大世界”第一季度演出尽数列入，受到市民普遍关注。

区域演艺市场短时期内的爆发，离不开“演艺大世界”的历史积淀。作为20世纪初中国南方最大的“戏码头”，这里拥有多个百年历史的老牌剧院，见证过众多梨园名伶的高光时刻。

品牌的迅速擦亮，也离不开丰厚的剧场资源。现区域内正常运营的剧场和展演空间39个，初步形成活力中心以及外滩、创意码头、世博滨江、新天地、复兴路集群的“一中心、五集群”发展格局。其中，活力中心所在的人民广场周边1.5平方公里区域内，正常运营的剧场及展演空间有21个，密度高达

14个/平方公里，是全国规模最大、密度最高的剧场群。

更进一步，以“演艺大世界”全新姿态再出发的“戏码头”在当下也有了新的使命。作为最能体现上海文化特质的品牌之一，“演艺大世界”得到了市委、市政府的高度重视，成立了“演艺大世界”建设领导小组，下设办公室和演艺、品牌、综合协调三个工作组，打造信息共享传播平台、资源跨界联动平台、演艺能级提升平台、展演孵化推广平台和机制试点创新平台等“五大平台”，逐步将“演艺大世界”建设成为“上海文化”品牌最具标识度和影响力的区域。

五大任务加强协同发展

对标世界一流打造全产业链，同时服务城市成为大众美育重要载体

作为重要的文化“码头”和文化“源头”，上海在全国乃至全世界，具有举足轻重的历史地位和现实影响力。对标世界一流演艺集聚区的国际大都市，必须清醒地认识到其中的差距。

在业界看来，与伦敦西区 and 纽约百老汇等世界一流演艺集聚区相比，演出规模差距是“演艺大世界”首要努力的方向。上海全市计划在未来三至五年间，实现年均演出四万场次的目标，“演艺大世界”计划今年率先完成1.5万场次的目标，进而逐步向两万场次迈进。

进而，优质演艺人才的集聚与完整演艺产业链的打造也成为重点课题。为此，“演艺大世界”将重点从五方面做出努力。

首先是推动“演艺大世界”成为大型项目在全球、亚洲、中国进行首演、首映、首展、首秀的首选地。同时，在今年推出2019国际戏剧邀请展、2019上海国际音乐节、2019上海国际喜剧节三个国际性专业演艺节展。

其次，以剧场功能的延展、细分留住创作人才，届时这里将打造全国首个剧本创作中心，白玉兰剧场作为全市首个“舞台艺术排练中心”的服务功能也将进一步得到优化。更多实体演艺空间将为创作人才敞开大门，成为优秀原创剧目的孵化地和蓄水池。

吸引创作人才与剧目演出之外，“演艺大世界”还将进一步优化营业性演出审批程序，提高审批效率，吸引国内外一流演艺制作人、导演及其团队、演出团体、演艺经纪公司以多种方式入驻“演艺大世界”。一系列专项资金、年度评选，则将鼓励作出突出贡献的个人、团体以及剧场、项目。

在加强文商旅联动方面，一批“演艺大世界”信息发布服务亭的设立，将为市民游客提供可触摸、零距离、一门式服务。同时，“演艺大世界”将制定整体性的宣传营销方案，在线上线下、场内场外相结合开展立体宣传，全面提升品牌标识度和影响力。

完整的产业体系搭建，最终要回到服务根本。现有的公益普及、艺术教育等内容将得到进一步增加深化，“演艺大世界”将把市民美育作为一项重要内容，致力成为上海做好市民美育工作的重要载体和平台。



◀中国大戏院。（“演艺大世界”供图）
▼上海儿童艺术剧场。（“演艺大世界”供图）



▲时隔14年,法国巴黎歌剧院芭蕾舞团将以超过百人的阵容再度造访上海大剧院,带来古典芭蕾舞剧《天鹅湖》。(上海大剧院供图)
制图:冯晓瑜

■2月22日至3月17日 百老汇原版音乐剧《摇滚学校》
上海大剧院 中国首演

■5月9日至12日 俄罗斯瓦赫坦戈夫剧院话剧《叶甫盖尼·奥涅金》
文化广场 上海首演

■6月29日至7月1日 法国巴黎歌剧院芭蕾舞团芭蕾舞剧《天鹅湖》
上海大剧院 建团350周年世界巡演中国唯一一站

相关链接

2019年“演艺大世界”重磅首演剧目

■9月6日至15日 伦敦西区音乐剧《贝隆夫人》
文化广场 中国首演

■9月11日至14日 意大利罗马歌剧院经典歌剧《茶花女》
上海大剧院 中国首演

■10月3日至20日 法语音乐剧《摇滚红与黑》
文化广场 中国首演

■2019年底 英国皇家莎士比亚剧团音乐剧《玛蒂尔达》
文化广场 中国首演

举全市之力把垃圾分类抓紧抓实办好

（上接第一版）

根据有关部署，2019年起，全国地级及以上城市要全面启动生活垃圾分类工作。到2020年底，46个重点城市要基本建成垃圾分类处理系统；2025年底前，全国地级及以上城市要基本建成垃圾分类处理系统。

住房和城乡建设部副部长倪虹，上

海市领导陈寅、诸葛宇杰参加相关活动。

各省、自治区、直辖市住房城乡建设（环境卫生）主管部门负责同志参加会议。国家发展改革委、生态环境部、教育部、中央文明办、共青团中央、全国妇联、国家机关事务管理局等有关部门负责同志和46个生活垃圾分类重点城市副市长应邀参

会。与会代表前往长宁区中华别墅小区、建青实验学校、华丽家族古北花园小区、上海警备区第四干休所、长宁区废弃物处置中心等实地考察了上海市生活垃圾分类工作开展情况。上海市人大城建环保委、虹口区嘉兴路街道、长宁区、市委宣传部（市文明办）、市绿化市容局在会上作经验交流。

推动上海信息消费产业做大做强

（上接第一版）

携程集团立足上海、服务全国、走向全球，已成为我国在线旅行行业的代表企业之一。李强听取企业业务发展、品牌建设以及全球布局等情况介绍，深入了解对人才引进、行业监管、环境营造等方面的意见建议。李强说，信息消费和旅游产

业的融合发展潜力巨大、前景广阔。要抓住消费升级机遇，坚持创新发展，做强品牌。聚焦重点和前沿领域，加大研发和应用力度，深化产品创新、业态创新、模式创新，提升企业的核心竞争力，深化全球化战略布局。要线上线下一起发力，共同提升服务质量，不断提高用户

的体验度、感受度。希望携程更好发挥平台资源优势，积极助力上海旅游宣传推介、产品开发、改进服务，为上海加快建设世界著名旅游城市贡献更大力量。

市领导翁祖亮、周慧琳、诸葛宇杰、许昆林、陈群参加相关调研。