

文化惠民成为职工美好生活的“加分项”

“圈”出幸福感！浙江嘉兴构建“十分钟职工文化圈”

阅 读 提 示

近年来，嘉兴市总工会以全总“559”部署和省总工会“13753”职工文化工作体系为指引，深入开展“繁星计划”，全力打造“十分钟职工品质文化服务圈”，从活动形式、阵地覆盖、流动服务三方面发力，让职工步行十分钟左右就能享受多元文化服务。截至2025年11月，全市已建成各级服务阵地近3300个，年服务职工超180万人次，让文化惠民真正成为职工美好生活的“加分项”。

本报记者 王佳珺

“感谢总工会的文化课堂，让我们从相遇走到相守！”近日，浙江嘉兴一对新人晒出在婚姻登记处“持证上岗”的合照，并向促成他们缘分的文化课堂发来感谢。

去年11月，这对新人在嘉兴市工人文化宫“美好生活能量站”的课堂上初遇，从“i人的会话课”上的深度交流，到课后共享“婚恋小贴士”，再到如今将课堂里的浪漫融入婚礼细节——他们的故事，正是嘉兴打造“十分钟职工品质文化服务圈”的生动缩影。

“活”起来，精准对接职工需求

“以前还担心退休后生活单调，没想到在工会课堂学会了架子鼓，现在每周都和姐妹们组队排练！”临近退休的吴阿姨，是“美好生活能量站”的一名老学员。在这里，她不仅圆了“音乐梦”，还结识了一群志同道合的朋友。据了解，“美好生活能量站”是嘉兴市工人文化宫打造的职工文化品牌，通过“引领美”“形象美”“情趣美”“健康美”“才艺美”系

列培训与特色活动，持续赋能职工全面发展，着力塑造“修养品德好”“生活品质好”“文化品位好”的新时代嘉兴职工新形象。

“好多朋友问我，你这个年纪了怎么还去学架子鼓？我回答说不可以吗？”吴阿姨告诉记者，能量站给了她找寻自我的机会，“美好生活需要能量，我也需要跟时代同频。”

目前，“美好生活能量站”累计课程开设80门，开展培训692场次，服务职工17856人次。今年，“美好生活能量站”获浙江省工会“一宫一品”职工文化品牌优秀成果殊荣。

“未来，‘美好生活能量站’的建设不仅要拓展深度，更要整合资源，同时要培育良好的文化生态，持续孵化职工文体骨干。”嘉兴市工人文化宫负责人邱一梅表示，“我们要通过‘繁星计划’激发职工的创造力，让文化点亮美好生活。”

截至2025年，嘉兴已建成100个“美好生活能量站”基层站点，培育1000余名职工文体骨干。2025年开展20批次培训、覆盖1100余人，涵盖羽毛球、篮球、音舞诗画编排等领域，带动万个职工文体兴趣小组常态化活动。

“我们希望通过培训这些文体骨干，让他们带动更多的职工参与到文体活动中来，像繁星一样，点亮职工文化生活。”嘉兴市总工会宣教网络部部长盛昕欣说。

“密”起来，职工在“家门口”享文化

为了更好地布局文化阵地，嘉兴构建“四级圈层”阵地矩阵，打通服务职工的“最后一公里”，让服务触手可及。

作为全国首批批量化工人文化宫，海宁工人文化宫率先打造“核心辐射”模式——在12个镇（街道）设立公益大课堂培训基

地，47家企业挂牌公益课阵地，更在产业集聚的开发区成立分宫，辐射周边时尚工业社区与半导体产业园。这种“核心辐射+多点覆盖”的模式，与全市12个镇街区公益大课堂基地、47个“繁星”阵地共同作用，让职工不出厂区或生活区就能享受到高品质的文化服务。

“爱在四季·工会有约”公益大课堂是其中标杆。2025年，海宁全年开展“爱在四季·工会有约”公益大课堂基层行24场，服务职工1500余人次；携手文旅、戏剧等企事业单位，每年开展“文化惠工 艺享横头”大舞台展演100场，为文化街区流量加码。

“文化宫的声乐课这回抢得太值了！老师讲得特别用心仔细，包括我想学的用气和发声，如何科学掌握唱歌的方法，就好像在上一对一的课程。”公益大课堂声乐课的学员告诉记者，自己现在最期待的就是每期不同课堂的抢课。

“文化服务不是‘完成任务’，而是‘传递温度’。”海宁市工人文化宫负责人应一丹表示，“如今，公益大课堂已成长为职工心中的文化品牌。看着职工们‘蹲守’‘秒抢’，当职工说‘工会夜校让我们觉得被重视’，当企业说‘这样的活动比发福利更暖人心’，我知道，我们的努力值了！”

目前，海宁已形成以“爱在四季·工会有约”公益大课堂为主，体育健身、文化沙龙、技能培训等为辅的14个阵地资源。同时，通过资源整合，海宁已建爱心驿站130个，5家站点获评“全国最美工会户外劳动者服务站点”，实现爱心驿站“15分钟服务圈”。

“动”起来，打造“流动的幸福专列”

“没想到工会把AI技术培训送到了厂区，这对我们企业数字化转型太有帮助了！”

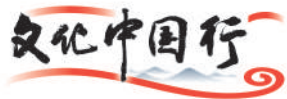
海宁某电子企业负责人感慨。11月，“海宫号”流动服务专列走进企业开展“AI技术赋能企业发展”培训，吸引80家企业、近百名精英参与，职工足不出厂就能接触产业前沿知识。

“‘海宫号’流动服务专列的诞生，源于一个朴素的服务初心：流动的文化宫让工会服务像‘公交车’一样，准时、便捷、覆盖每一个需要的地方。”海宁市工人文化宫负责人应一丹表示。

为破解“固定阵地服务半径有限”的难题，海宁市创新推出“海宫号”流动服务专列。这列“不下铁轨的专列”以“五车联动”为定位：作为“文化网约车”，推行“职工点单、上门服务”，将公益课堂送进企业车间；作为“技能加油车”，开展直播带货、5G开发等定制化培训，惠及职工超1万人次；作为“精神连心车”，“文艺轻骑兵”深入园区食堂，用“车间微文化”“文艺快闪”传递政策、送上欢乐；作为“文旅景观车”，联合文旅集团打造南关厢水上迎灯、硤石景区演出等活动，让职工文化成为城市名片。

如今，“海宫号”的经验已在嘉兴全市推广，各县（市、区）将培训设备、师资团队“打包上门”，把企业车间、社区广场变成临时“文化课堂”，推动“十分钟职工品质文化服务圈”从“可达”升级为“优质可达”。

“站在新的起点，我们将以‘三个深化’推动文化宫服务再升级：深化精准服务，让职工需求被看见；深化产教融合，让服务与企业发展同频共振；深化品牌输出，让‘海宁经验’惠及更多职工。”应一丹说。



国际文旅博主学桂剧

日前，“下一站·广西”引客入桂主题活动在桂林穿山岩洞咖啡店举行。剪纸、团扇、面塑等桂林非遗展示让来自美国、俄罗斯、英国、墨西哥、巴基斯坦等国的国外文旅博主们目不暇接。他们更是被桂剧吸引，他们跟着桂林戏曲研究院的桂剧青年传承人现场学习，感受中国传统戏曲的魅力。

视觉中国 供图

G 视 线

一场跨越山海的职工音乐会

本报记者 赵欢

鼓楼西剧场内，灯光渐暗。一束追光落下，旋律随之响起。“同一种身份，同一种认同，同一个梦。越过前方，荆棘历程中，愿你再伴我翱翔天空……”来自香港的职工黄美淇走上舞台，站在追光下，动情演唱了歌曲《光》。“国家的发展为香港青年带来了多元机遇和广阔的发展空间，这就是指引香港青年奋进的光。”黄美淇深有感触。

这是由全国总工会指导，中国职工交流中心、全总文工团主办的“跨越山海 唱响未来”海峡两岸暨港澳职工流行歌曲大赛决赛的现场。经过前期层层选拔，12月9日，来自海峡两岸暨港澳地区的61组职工歌手齐聚北京，以歌会友，同台竞技。

“掌纹交错编织梦想的经纬度，那是岁月刻写坚韧的故事。”来自广东茂名的职工以一首原创歌曲《百万双手》，致敬劳动的力量，“百万千万双劳动人民的手，正是汇聚成社会发展的磅礴力量。”职工代表说。

中国铁路南宁局集团有限公司的职工则以阿卡贝拉形式，演绎歌曲《穿越时光的慢火车》，多重人声交织，细腻讲述着公益慢火车默默帮扶沿线山区百姓的故事。

“唱完了！还满意，但还是有点紧张。”中国铁路呼和浩特局集团有限公司职工包秀兰结束表演走下舞台。工作中，她是一名库管员，舞台上，她是歌曲《坐上高铁看草原》的作曲和主唱。

从劳动一线到舞台中央，职工们用歌声讲述、讴歌劳动生活。这大赛评委，中国文艺志愿者协会理事、空军政文团一级作曲李昕深感欣慰，“有不少音乐由职工作词作曲，反映不同行业职工生活的，接地气，有人气的好作品越来越多了！同时，不同地区、不同口音的职工相聚在一起，展现了两岸三地一家亲的温情景象。”李昕说。

“长江，长城，黄山，黄河，在我心中重千斤。”澳门职工江广龙用粤语唱起《我的中国心》，台下，来自天南海北的职工们不约而同地轻声应和，“情系国家，我们这一个家，和谐共处，在同一屋檐下……”香港职工曾蜜诗演唱的歌曲《我们的家》，旋律温暖舒缓，歌词真挚细腻，温柔诠释“有国才有家”的深厚情感。“我相信我就是我，我相信明天，我相信青春没有地平线。”来自台湾的职工凌巧芸通过一曲《我相信》，传递出昂扬向上、充满希望的青春信念。

最终，大赛评出一等奖10个、二等奖20个、三等奖31个，优秀奖35个，同时评选出最佳男歌手奖、最佳女歌手奖、最佳风采奖及优秀组织奖。

“这不仅是选手们展示才华的舞台，更成为海峡两岸暨港澳职工以音乐为桥梁，深化文化交流、增进情感认同的重要平台，弘扬了中华优秀传统文化和劳模精神、劳动精神、工匠精神，拉紧了同根同源的情感纽带。”大赛评委、全总文工团常务副团长、艺术总监陈思思说。

鹤壁工会：用文化为幸福加码

本报讯（记者余嘉熙 通讯员蒋东勤）“下班后不用跑远，在厂里健身房就能撸铁，周末还能带着娃参加工会组织的亲子手作，日子有滋有味！”谈起如今的生活，一线职工王磊满脸笑意。

近年来，河南省鹤壁市总工会精准对接职工精神文化需求，锚定“普惠均等、便捷高效、共建共享”目标，从强化队伍、夯实阵地、整合资源三方面协同发力，把文化“大餐”送到车间厂房、职工身边，让文化浸润成为职工生活的“标配”，用文化为职工幸福“加码”。

“以前想搞文艺活动，缺人又缺思路，现在有了文化志愿者，难题全解决了！”鹤壁工会干部感慨。鹤壁工会创新“精准招募+系统培育+机制保障”模式，面向全市公开“招贤纳士”——退休教师、企业文艺骨干、社会组织达人踊跃报名，经双重筛选组建起1000余人的志愿者队伍，经过常态化培训细分出26支专项服务队，具备文艺表演、活动策划、艺术辅导等多种技能，在音乐、书法、体育等领域“各显神通”。

“既服务了职工，又提升了自己，去年我还带着舞蹈队参加了全市职工文艺汇演！”退休教师张敏的话里满是自豪。工会推行的“积分制+星级制”让队伍活力满满：星级志愿者还能评为优秀志愿者，先进服务队能评为优秀志愿服务团队。越来越多职工主动加入志愿服务行列，让基层文化服务从“没人干”变成了“争相上”。

按照“市级树标杆、县区全覆盖、基层有落点”的思路，鹤壁市总构建层级分明、功能互补的文化阵地网络，让职工“活动有场所、娱乐有去处、成长有平台”。

以前工人文化宫资源有限，升级改造后，乒乓球馆、舞蹈室、书屋一应俱全。这座投资过亿元的文化宫，一期已建成25个场馆，为职工带来“文化+科技”服务。

为了让文化服务更丰富、供给更精准，鹤壁工会打破资源壁垒，牵头成立“公益场馆联盟”，联合市青少年宫、科技馆、图书馆等6家单位，共享场馆空间、师资力量和活动资源，变“单打独斗”为“抱团发展”，让服务不断“扩容”。“下一步将融合‘线上+线下’服务，开设技能提升、心理健康等特色课程，让文化赋能更有温度、更见实效。”鹤壁市总工会负责人表示。

“泥人张”显身手

12月10日，天津天后宫，来自国家级非物质文化遗产代表性项目天津泥人张彩塑工作室的工艺美术师们为殿宇内的塑像进行修复。近日，天津天后宫启动了自1986年重建开馆后规模最大、范围最广的一次塑像修复工作。此次修复工作根据“修旧如故”的原则，为天后宫12个殿宇内的46尊塑像进行修复，旨在保留其原有的历史韵味与艺术精髓。

视觉中国 供图



本报记者 赵昂

日前，“山西传统文化类微短剧剧本创意孵化征集计划”在山西太原启动。旨在借助微短剧这一形式，深入挖掘山西丰厚的文化底蕴，推动黄河文化、太行精神、非遗技艺等主题实现现代表达与传播。

根据由中国网络空间研究院牵头编撰的《中国互联网发展报告2025》，我国微短剧用户规模达6.62亿，市场规模突破500亿元，成为内容消费领域的新兴赛道。

从网文到短剧的破圈

9月20日，马威制片厂制作的、由网络小说改编的《盛夏芬德拉》在红果上线，到10月8日时播放量就突破了30亿次。平均每集只有2~3分钟的现象级短剧，不仅迎来了流量丰收，还带火了取景地浙江多地的旅游。

像《盛夏芬德拉》一样，有许多短剧改编自网络原创小说，如《云渺》《念念有词》《乖乖女》等，实现了从网文到短剧的破圈。以11月上线的微短剧《冒姓琅琊》为例，其改编自番茄小说作者“东周公子南”的同名小说，该剧以密集的历史冷知识 and 汉语语言文学知识让观众津津乐道，原著小说也因此收获了500多万新读者。“网络文学和有声游戏、动画、出版，尤其是短剧、漫画的联动日益紧密，IP的全产业链开发成为新的增长点。”番茄小说总编辑谢思鹏说。

微短剧如何“既叫好又叫座”

在百川中文创始人洛古特看来，网络小说与短剧有很多互通的点，但在实际创作过程中，创作者也会遇到各式各样的卡点和痛点，这对短剧创作提出了更高要求。比如小说读者看不懂可以多看几遍，但短剧观众很难做到，“短剧如果有一个点让人看不懂，即使观众想倒回去看，进度条未必能拖到准确的位置，这样几次，兴致可能就没有了，观众就会流失的。”

深耕细作挖掘文化价值

“主流的不畅销，畅销的不体面。微短剧长期以来面临这样的问题。长远发展，精品化是必须过的一个坎儿。”中国文艺评论家协会副主席李星文说。

在马威制片厂合伙人加菲看来，观众需求升级，同样促进着创作者去精耕细作，“该拍摄15天，就不能拍10天”。

微短剧正在呈现越来越“细糠”的状态，以《家里家外2》为例，剧本8万字，预计成片300多分钟，拍摄周期为30天。《盛夏芬德拉》在拍摄过程中转场多地，运用光影构图和镜头隐喻呈现“电影级质感”。在该剧导演看

来，微短剧需要信息密度高，包括比较快的反转、比较强的情绪、比较多的台词或冲突等。

在深耕细作过程中，如何赋予微短剧更多文化价值，并通过赋予文化价值让微短剧既叫好又叫座，是业界关注的方向。“叫座肯定是大家都喜欢，现在微短剧行业里有更多观看量破10亿、很受大家喜欢的作品，叫好要有文化价值的沉淀，要能在时间的维度上留下来、沉淀下来。”北京广播电视台燃剧社首席编剧徐然说。

央视视频目前出品的微短剧超过20部，其首部微短剧是《中国神话》，该剧采用了文生图、图生视频、文生视频等一系列人工智能技术。“央视视频微短剧的创作核心是来自于优秀传统文化，在选题上我们尝试跳出了微短剧常见的霸道总裁、离婚后爱等题材，尝试从优秀传统文化的经典内容引入，激活共同的文化记忆。”中央广播电视总台视听新媒体中心内容一部副主任杨娜说。

在情感共鸣中感受时代温度

中国传媒大学视听艺术研究中心主任赵晖教授带领团队成员深入多省调研，实地考

察了全国40多家微短剧基地和相关企业与影视制作公司、创作者、拍摄基地等行业主体进行深度访谈。在他看来，微短剧已经突破了传统行业用户的天花板，用人群向两极扩散，1995年至2009年之间出生的Z世代人群和银发人群为增长最快的观众群体，45岁以上受众占比已经达到四成以上。

“个体影像叙事时代已经到来，尤其是新技术的加持，使得人人都可以是视听的创作者、生产者。人生就是舞台，而这支笔已经掌握在所有个体的手中，可以用手中的技术去表达情感。”赵晖说。

在这样的情况下，能激起观众个体共鸣的微短剧，自然受到欢迎。微短剧《东北爱情故事》全网播放量超过15亿，在红果短剧总编辑乐力看来，这部剧结合了20世纪90年代东北经济社会环境变化，通过描写主角“往前闯”的韧劲和担当，传递困境中乐观向上的精神力量，以“小切口反映大主题”，让观众在情感共鸣中感受时代温度。

“作品要发人深省，才能引人入胜，然后让用户体验感同身受，最后情不自禁地看完。”刚刚好影视创始人李佳佳说。