

## 旅游厕所建设项目绩效自评表

2021年度

项目名称		旅游厕所建设							
主管部门		山西省文化和旅游厅			实施单位	山西省文化和旅游厅			
项目资金(万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额		1200.00	1200.00	1200.00	10	100%	10	
	其中:中央财政资金					--		--	
	省级财政资金		1200.00	1200.00	1200.00	--	100%	--	
	市县(区)财政资金					--		--	
	上年结转资金					--		--	
其他资金					--		--		
年度总体目标	预期目标			实际完成情况					
	遴选已达到或经改扩建能够打造成为全省乃至全国的示范性、标杆性旅游厕所,给予重点扶持,实现“满足数量”向“提升质量”转变。			2021年我厅统筹考虑全省4A及以上景区厕所建设现状,遴选出已达到或经改扩建能够打造成为全省乃至全国的示范性、标杆性旅游厕所73座(新建3座、改扩建60座,运营维护10座),按照运维类5万/座、新建类60万/座(贫困地区考虑倾斜)、改扩建类16万/座的标准进行了奖励补贴。					
一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	调整后指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
绩效目标	产出指标	数量指标	旅游厕所奖励数量	≥4000座	73座	73座	20	20	根据《山西省财政厅关于提前下达2021年旅游厕所省级专项资金的通知》(晋财文〔2020〕105号),实际分配旅游厕所数量为73座。原目标值为全省累计厕所数量。
		质量指标	奖励对象标准符合率	=100%	=100%	100%	10	10	
		时效指标	奖励发放完成时限	12月31日以前	12月31日以前	12月25日	10	10	
		成本指标	平均奖励标准	≤0.3万元/座	16.4万元/座	16.4万元/座	10	10	根据我厅《山西省文化和旅游厅关于提前下达2021年度省级旅游厕所补助资金的函》,旅游厕所资金分配标准为:运维5万/座;新建60万/座(贫困地区考虑倾斜);改扩建16万/座。
	效益指标	社会效益	游客需求满足度	≥80%	≥80%	80%	10	10	
		生态效益	周边环境卫生改善情况	改善	改善	较大改善	10	8	还可进一步改善
可持续性影响指标	旅游厕所电子地图上线		=100%	90.00%	93.35%	10	10		
满意度指标	服务对象满意度指标	游客满意度	≥80%	≥80%	80%	10	10		
总分						100	98		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况分析	1.项目实施情况:我厅深入贯彻落实习近平总书记关于厕所革命的重要批示精神,进一步补齐全省旅游公共服务短板、提升旅游服务品质、优化旅游环境,把推进“厕所革命”当作一项基础工程、文明工程、民生工程抓紧抓实抓好,按照《旅游厕所专项资金管理办法》要求,全年共奖励全省旅游厕所73座,其中新建3座、改扩建60座,运营维护10座。 2.预算执行情况:按照《山西省财政厅关于提前下达2021年旅游厕所省级专项资金的通知》(晋财文〔2020〕105号),该项目共到位预算资金1200万元,实际奖补支出1200万元,预算执行率为100%。						
		产出情况分析	2021年,我厅统筹考虑全省4A及以上景区厕所建设现状,遴选出已达到或经改扩建能够打造成为全省乃至全国的示范性、标杆性旅游厕所共73座(包括:新建3座、改扩建60座,运营维护10座),并按照《旅游厕所专项资金管理办法》,以运维类5万/座、新建类60万/座、改扩建类16万/座的标准进行了奖励补贴,平均奖励成本为16.4万元/座,奖励对象标准符合率达到100%。						
		效益情况分析	通过对旅游厕所的补助,全省旅游厕所工作在“数量充足、分布合理”基础上,开始发生由“满足数量”向“提升质量”转变,实现旅游厕所从“有没有”向“好不好”的升级,进一步改善了厕所周边环境卫生改善情况,提升了游客满意度。						
		满意度情况分析	根据调查了解,游客对旅游厕所的满意度达到80%。						
项目绩效分析	主要经验做法	1.多方联动,提升服务质量。按照“突出绩效、重在引导、适当补助、务求实效”原则,省市县三级联动,齐抓共管,压茬推进;政企(景区)通力协作,形成合力,推进厕所所在旅游景区、旅游线路沿线、交通集散点、旅游餐馆、旅游娱乐场所、休闲步行区等地合理布局,提高厕所建设质量,健全厕所管理体制,推广厕所科技应用,提升厕所文明水平,初步实现数量充足、干净无味、设计精巧、环境协调、设施完善、功能集成、服务优质的目标。 2.加强监督检查,巩固建设成果。为巩固和深化旅游厕所建设成果,鼓励、引导各地开展示范性、标杆性旅游厕所建设,不断提升旅游厕所管理和服务水平,我厅积极组织相关工作人员,加强对旅游厕所建设、运维情况的专项监督检查和不定抽查,对照《国家旅游厕所质量等级的划分与评定标准》,对存在的问题及时处理,指导相关业主单位全面整改。							
		项目管理中存在的主要问题及原因分析	旅游厕所的后期维护长效机制仍有待完善,运营维护经费来源单一,维护成本较高。						
		下一步改进措施及管理建议	1.加大对旅游厕所运维服务的支持。旅游厕所的运维服务管理一般是由景区负责,每年景区为此投入很大的人力物力财力和精力。为了建立更有效合理的运维管理长效机制,需上级部门给予政策和资金方面的支持。 2.探索“以商养厕、以商管厕”的运维模式。对于由政府投资建设的A级旅游厕所,其建设和维护,不能单靠政府买单,要积极探索“以商养厕、以商管厕”运维模式,通过市场化的方式调动各方积极性,减少厕所服务费用同时,提升旅游厕所管理服务水平。						

山西省群众文化惠民工程项目绩效自评表

2021年度													
项目名称													
主管部门		山西省文化和旅游厅			实施单位		山西省文化和旅游厅						
项目资金（万元）		年初预算数			全年预算数		全年执行数		分值	执行率	得分		
		年度资金总额		2917			2917		2917		10	100%	10
		其中：中央财政资金		0.0			0.0		0.0		--		--
		省级财政资金		2917.0			2917.0		2917		--	100%	--
		市县(区)财政资金		0.0			0.0		0.0		--		--
		上年结转资金		0.0			0.0		0.0		--		--
其他资金		0.0			0.0		0.0		--		--		
年度总体目标	预期目标				实际完成情况								
	2021年，优选20项群众文化服务品牌、培育不少于4000支群众文艺队伍（文艺小分队）、挖掘不少于2000名乡土文化能人艺人、培养不少于4000名乡村文化带头人，继续开展“送戏下乡一万场”活动。				2021年惠民工程，在全省持续选塑打造20项省级群众文化服务品牌，培育4000支乡村群众文艺队伍（文艺小分队），挖掘2000名乡土文化能人艺人，培养4000名乡村文化带头人，配送一批专业文艺演出，继续开展“送戏下乡一万场”活动。根据各市文化和旅游局、各有关单位报送情况，20项省级群众文化服务品牌共开展活动2276场，任务完成率113.8%；4000支乡村群众文艺队伍（文艺小分队）共开展活动131749场次，任务完成率109.8%；2000名乡土文化能人艺人共开展活动29426场次，任务完成率122.6%；4000名乡村文化带头人共开展活动62393场次，任务完成率129.9%；“送戏下乡一万场”共完成演出15460场，任务完成率150.8%。								
绩效目标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	调整后指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	数量指标		群众文化服务品牌	当年选树20个品牌	当年选树20个品牌	当年选树20个品牌	4	4					
			群众文艺队伍（文艺小分队）	当年培育不少于4000支群众文艺队伍（文艺小分队）	当年培育不少于4000支群众文艺队伍（文艺小分队）	当年培育4000支群众文艺队伍（文艺小分队）	3	3					
			乡土文化能人艺人	当年挖掘不少于2000名乡土文化能人艺人	当年挖掘不少于2000名乡土文化能人艺人	当年挖掘2000名乡土文化能人艺人	3	3					
			乡村文化带头人	当年培养不少于4000名乡村文化带头人	当年培养不少于4000名乡村文化带头人	当年培养4000名乡村文化带头人	3	3					
	产出指标	质量指标	群众文化服务品牌开展基层惠民服务活动合格率	=100%	=100%	100%	4	4					
			群众文艺队伍（文艺小分队）服务基层群众验收合格率	>=80%	>=80%	80%	3	3					
			乡土文化能人艺人传承当地优秀传统文化验收合格率	>=80%	>=80%	80%	3	3					
			乡村文化带头人成为当地群文活动带头人验收合格率	>=80%	>=80%	80%	3	3					
	成本指标		5年选树100个品牌	600万	600万	600万	4	4	指标名称不够规范，修改为“群众文化品牌选树成本”				
			5年培育不少于20000支群众文艺队伍（文艺小分队）	1200元/支	1200元/支	1200元/支	3	3	指标名称不够规范，修改为“群众文艺队伍（文艺小分队）培育成本”				
			5年挖掘不少于10000名乡土文化能人艺人	1万元/县（区）	1万元/县（区）	1万元/县（区）	3	3	指标名称不够规范，修改为“乡土文化能人艺人培育成本”				
			5年培养不少于20000名乡村文化带头人	800元/人	800元/人	800元/人	3	3	指标名称不够规范，修改为“乡村文化带头人培养成本”				
	效益指标	社会效益	满足基层群众精神文化生活	满足	满足	比较满足	7	5.6	城乡群众文化活动差距较大				
			扩大群众文化惠民工程覆盖面	扩大	扩大	扩大	8	8					
丰富基层公共文化人才队伍			丰富	丰富	比较丰富	8	6.4	人才队伍断档、缺乏					
满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	>=95%	>=95%	95%	10	10						
		可持续影响指标	持续推动我省建立群众文化新高地	较好	较好	较好	7	7					

		总分	100	97	
项目 绩效 分析	项目实施和 预算执行情 况及分析	2021年，省文化和旅游厅紧紧围绕隆重庆祝中国共产党成立100周年主题，着力在全社会大力营造“党的盛典、人民的节日”浓厚社会氛围，组织实施以“五个一批”为内容的群众文化惠民工程。20项省级群众文化服务品牌中的“舞动三晋”2021年山西省广场舞大赛、“盛世鼓乐”2021年山西省锣鼓大赛等10项活动纳入省委宣传部组织开展的“2021年全省群众文化活动”。省文化和旅游厅印发了《关于下达2021年度山西省群众文化惠民工程工作计划的通知》、《关于印发2021年度群众文化服务品牌活动方案汇总的通知》、《山西省“免费送戏下乡一万里”工作审核检查办法》、《省直文艺院团“免费送戏下乡一万里”考核评价指标（试行）》和《山西省“免费送戏下乡一万里”省直院团绩效奖励办法》，以电视电话会议形式召开了全省文旅系统“2021年全省群众文化惠民工程工作部署会”，在全省部署开展群众文化惠民工程。召开“免费送戏下乡一万里”推进会，制定并印发《山西省“免费送戏下乡一万里”工作方案》，有力推动“免费送戏下乡一万里”顺利实施。另外，我厅进一步提高政治站位，坚决落实上级要求，坚持以人民群众生命健康第一的工作理念，坚持一手抓防疫一手抓群众文化惠民工程开展，科学统筹、分类指导，在严格遵守常态化疫情防控要求的基础上，全力推进群众文化惠民工程。通过开展列入省政府民生工程的群众文化惠民工程，进一步完善了城乡公共文化服务体系，优化了城乡文化资源配置，推动了基层文化惠民工程扩大覆盖面、增强了实效性，保障了广大人民基本文化权益，促进了基本公共文化服务标准化、均等化。该项目共涉及资金2917万元，截至2021年12月31日共支出资金2917万元，预算执行率100%。其中艺术处涉及资金1400万元，截至2021年12月31日共支出资金1400万元，预算执行率100%，主要用于支付购买省晋剧院、省京剧院、华夏之根艺术团、华晋舞剧团、省歌舞剧院、省曲艺团、省话剧院、太原龙城残疾人文化艺术团等送戏下乡的演出费。公共服务处共涉及资金1517万元，支出资金1517万元，其中省级资金300万元，市县资金1217万元。			
	自评结果分 析	2021年惠民工程，在全省持续选塑打造20项省级群众文化服务品牌，培育4000支乡村群众文艺队伍（文艺小分队），挖掘2000名乡土文化能人艺人，培养4000名乡村文化带头人，配送一批专业文艺演出，继续开展“送戏下乡一万里”活动。根据各市文化和旅游局、各有关单位报送情况，20项省级群众文化服务品牌共开展活动2276场，任务完成率113.8%；4000支乡村群众文艺队伍（文艺小分队）共开展活动131749场次，任务完成率109.8%；2000名乡土文化能人艺人共开展活动29426场次，任务完成率122.6%；4000名乡村文化带头人共开展活动62393场次，任务完成率129.9%；“送戏下乡一万里”共完成演出15460场，任务完成率150.8%。群众文化品牌、群众文艺队伍（文艺小分队）、乡土文化能人、乡村文化带头人验收合格率均达100%。2021年用于20项群众文化服务品牌600万元，培育4000支乡村群众文艺队伍（文艺小分队）共计480万元，每支队伍1200元；挖掘2000名乡土文化能人艺人117万元，每县1万元；培养4000名乡村文化带头人共计320万元，800元/人，成本均达标。			
	效益情况分 析	2021年，省文化和旅游厅坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神、习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，落实省第十二次党代会精神，坚持贯彻新发展理念，在充分做好新冠疫情常态化防控的同时，推动实施“山西省群众文化惠民工程”。截至2021年年底，群众文化惠民工程圆满完成，通过该项目的实施，扩大了群众文化惠民工程覆盖面，满足了基层群众精神文化生活，让人民群众的精神文化生活更加充实、更高质量、更高品质，保障了人民群众基本文化权益，推动全省公共文化服务高质量发展，同时也丰富了基层公共文化人才队伍。			
	满意度情况 及分析	问卷调查结果显示，各地群众对群众文化惠民工程项目的满意度达95%。			
	主要经验做法	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>主题突出，紧贴时代脉搏。</b>群众文化惠民工程紧紧围绕庆祝中国共产党成立100周年主线，以“永远跟党走”为主题，着力在全社会大力营造“党的盛典、人民的节日”团结奋进、开创新局的浓厚社会氛围。开展各项活动囊括群众喜闻乐见、参与度高的广场舞、大合唱、戏剧、摄影等内容，反映出全省人民在党的带领下展现出的新时代三晋儿女担当作为、奋发有为的新风貌。</li> <li><b>全民参与，群众基础深厚。</b>群众文化惠民工程在组织实施过程中，坚持发动群众、依靠群众、惠及群众宗旨，通过省市县乡村五级联动，蓬勃开展、层层开展、广泛开展、深入开展、持久开展极具地方风情、民俗特色的群众文化活动，将群众文化活动延伸至群众田间地头、家门广场，带领群众农闲时候唱一唱、节庆时节跳一跳，不断培育壮大基层群众文化队伍，有效占领基层文化阵地。</li> <li><b>品牌引领，提升活动品质。</b>以重点打造省级群众文化服务品牌活动为示范引领，注重品牌活动的内涵品质，着力带动、推动各级自创、自办独具地方特色活动品牌能力，有效扩大活动的参与度和覆盖面。如广场舞大赛，在沿袭一般广场舞特点的基础上，广泛加入山西民歌元素，让大赛独具一格，极具山西风味。再如农民工歌手大赛，歌手盛装出场、表演专业，一改人们对农民工的传统认知，展现了山西农民工新时代新风采。</li> <li><b>注重融合，彰显资源优势。</b>群众文化惠民工程充分注重文旅融合。“美丽乡村”2021年山西省乡村村晚大比拼选择晋城市皇城相府进行决赛、“盛世鼓乐”2021年山西省锣鼓大赛选择运城城市永济鹳雀楼景区决赛、“秀美长城”2021年山西省旗袍秀大赛在雁门关景区和北岳恒山景区</li> </ol>			
项目管理中存在的 主要问题及原因分析	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>资金投入存在短板。</b>受经济社会发展现状制约，全省各地对于群众文化经费投入普遍偏少，具体表现在公共文化设施建设质量较经济发达省份较差，日常维护不足，导致群众文化阵地不能较好地满足群众开展文化活动需求。服装器材、设施设备较为陈旧，一定程度上影响和制约了群众文化活动的开展。2022年全省20项品牌活动支持经费更加紧张。群众文艺作品创作、排演缺乏专项经费支持，全省群众文艺作品整体创作质量还需提升，能够搬上舞台的成熟新作品数量不足。专职群众文化工作人员待遇偏低，积极性、活跃度、创新性不足。</li> <li><b>城乡群众文化活动差距较大。</b>一方面是受季节性影响，乡村群众文化活动大多在农闲时开展，农忙时节开展活动少。另一方面是受生活水平影响，城市居民较乡村居民更为重视参与文化活动，更加注重满足自身精神文化生活。</li> <li><b>人才队伍断档、缺乏。</b>受编制体制制约，近年来，全省各级文化馆缺乏年轻专业人才补充，从事群众文化专职工作人员，普遍存在青黄不接的断档现象，导致专业指导不够，群众文化活动仍以群众爱好自办为主。中老年群体是群众文化活动的参与主体，对年轻人吸引还需加强，一定程度上影响了群众文化队伍的发展壮大。</li> </ol>				
下一步改进措施及 管理建议	在下一步组织实施群众文化惠民工程过程中，省文化和旅游厅将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，落实习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，按照省第十二次党代会部署，按照省委、省政府关于实施民生实事要求部署，着眼乡村振兴战略，着眼公共文化服务高质量发展目标，进一步繁荣群众文化事业，丰富公共文化服务内容和产品供给，扎实推进人民精神生活共同富裕，提高基本公共文化服务的覆盖面和适用性，用璀璨文化之光照亮高质量发展之路。				

全省文化艺术创作费项目绩效自评表

2021年度									
项目名称	全省文化艺术创作费								
主管部门	山西省文化和旅游厅			实施单位	山西省文化和旅游厅				
项目资金（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额		1800.00		1800.00	1695.34	10	94.19%	9.42
	其中：中央财政资金		0.00		0.00	0.00	--		--
	省级财政资金		1800.00		1800.00	1695.34	--	94.19%	--
	市县(区)财政资金		0.00		0.00	0.00	--		--
	上年结转资金		0.00		0.00	0.00	--		--
其他资金		0.00		0.00	0.00	--		--	
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	完成群众文艺创作单位原创或移植改编的音乐、舞蹈、戏剧、曲艺类群众文艺作品，对新编剧（节）目创作、设计、评审等给予资助，对重点剧目和精品剧目深加工进行补助，提高精品剧目赛事展演次数，不断增加精品剧目，提高人民群众精神文化需求满足度。				完成、新编剧（节）目资助9部，包括话剧《于成龙》、舞剧《太行山上》、交响乐《黄河》等；移植改编文艺作品2部，包括话剧《于成龙》、上党梆子现代戏《申纪兰》。文艺作品剧本质量均达80%，精品剧目赛事展演5次，各剧目创作完成时间均在2021年12月之前完成，创作总投资成本每个约500万元。通过该项目的实施“山西精神”认同度、人民群众精神文化需求满足度等得到一定程度的提升。				
	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	调整后指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
绩效目标	产出指标	数量指标	原创文艺作品数量	≥2部	≥2部	9部	6	6	
			重点剧目、精品剧目深加工补助数量	≥2部	≥2部	2部	6	6	
			新编剧（节）目资助数量	≥2部	≥2部	9部	6	6	
			移植改编文艺作品数量	≥2部	≥2部	2部	6	6	
		质量指标	剧本质量达标率	≥80%	≥80%	80%	7	7	
			精品剧目赛事展演次数	≥5次	≥5次	5次	7	7	
	时效指标	创作完成时限	12月31日以前	12月31日以前	12月31日以前	6	6		
	成本指标	平均创作成本	≤500万元/部	≤500万元/部	500万元/部	6	6		
	效益指标	社会效益	“山西精神”认同度	≥80%	≥80%	80%	6	6	
			国家舞台艺术精品工程剧目增长率	≥10%	≥10%	50%	6	6	
人民群众精神文化需求满足度			≥80%	≥80%	70%	6	5.25	有待进一步提高	
“山西故事”知晓度		≥80%	≥80%	70%	6	5.25	有待进一步提高		
可持续影响指标	优秀作品持续影响期限	≥5年	≥5年	5年	6	6			
满意度指标	服务对象满意度指标	艺术从业者满意度	≥90%	≥90%	90%	5	5		
		社会公众满意度	≥85%	≥85%	90%	5	5		
总分							100	97.92	
自评结果分析	项目实施和预算执行情况	我厅重要职能之一即加强全省文艺创作规划，坚持以人民为中心的创作导向，以弘扬社会主义核心价值观为根本任务，以满足人民群众精神文化需求为出发点，有重点的创作一批思想性、艺术性、观赏性有机统一的优秀作品。另外省政府工作报告也提出：建设“文化晋军”。大力开展“深入生活、扎根人民”主题实践活动，推出一批富有中国气派、山西特色的精品力作。据此，我厅2021年度继续设立全省文化艺术创作费项目。2020年底我厅发布申报通知，由省直各艺术表演院团申报重点选题创作剧目，文旅厅组织专家对项目的思想内容、创作构思等方面进行评审，根据全省不同门类创作的实际情况提出重点剧目的相关意见，经党组会通过后再根据剧目建设推进程度拨付补贴资金。2021年度该项目涉及资金1800万元，其中艺术处涉及资金1600万元，公共服务处涉及资金200万元；省本级涉及资金1400万元，市县涉及资金400万元。截至2021年12月31日该项目支出资金1695.34万元，预算执行率94.19%。							
		产出情况及分析	<b>原创文艺作品9部</b> ：包括话剧《于成龙》、舞剧《太行山上》、交响乐《黄河》、儿童剧《废品历险记》、民族管弦乐《青青右玉》、话剧《路》、歌舞剧《桃花红杏花白》、晋剧《我们村里的年轻人》、大型革命现代京剧《求真之子-彭真》。 <b>重点剧目、精品剧目深加工补助2部</b> ：话剧《于成龙》、上党梆子现代戏《申纪兰》。 <b>新编剧（节）目资助9部</b> ：包括话剧《于成龙》、舞剧《太行山上》、交响乐《黄河》、儿童剧《废品历险记》、民族管弦乐《青青右玉》、话剧《路》、歌舞剧《桃花红杏花白》、晋剧《我们村里的年轻人》、大型革命现代京剧《求真之子-彭真》。 <b>移植改编文艺作品2部</b> ：包括话剧《于成龙》、上党梆子现代戏《申纪兰》。 <b>剧本质量达标率</b> ：各剧目均通过评审，文艺作品剧本质量均达80%。 <b>精品剧目赛事展演5次</b> ：《表里山河》参加中国音乐家协会庆祝中国共产党成立100周年“百年百首”全国优秀原创歌曲；《刘胡兰》参加了中共中央宣传部“庆祝中国共产党成立100周年优秀舞台艺术作品展演”；《文明太后》参加了文化和旅游部“第九届中国京剧艺术节”；《刘胡兰》《申纪兰》《我们村里的年轻人》等参加了“杏花奖”评选；《表里山河》《文明太后》《傅山进京》《青青右玉》等入选百年百部。 各剧目创作完成时间均在2021年12月之前完成，创作总投资成本每个约500万元。						
	效益情况及分析		通过该项目的实施，“山西精神”认同度、人民群众精神文化需求满足度、“山西故事”知晓度均达70%，国家舞台艺术精品工程剧目增长率达50%（2020年4部、2021年6部，包括《表里山河》《文明太后》《傅山进京》《青青右玉》《最后一笔党费》《红军娃》），优秀作品影响力持续期限较长。						

项目绩效分析	满意度情况及分析	问卷调查结果显示，艺术从业者满意度及社会公众满意度均达90%。
	主要经验做法	<p><b>1. 产教融合，校企合作，院团合一出成果</b></p> <p>山西艺术学院创排的大型话剧《太行》于2021年3月首演，截至2021年9月30日已演出40余场，观看单位80余家，观众达28,000多人，成为党政机关、企事业单位基层党组织党史学习教育的“新课堂”，受到观众喜爱。该剧反响强烈，一方面源于艺术手法及重大题材，另一方面源于主创单位“产教融合，校企合作、院团合一”的办学模式。该剧由山西艺术学院戏剧影视学院、山西华晋舞剧团和山西华夏之根艺术团三家共同完成，表演由戏剧影视学院负责；灯光音响设备、作曲、舞蹈则是由华夏艺术团和华晋舞剧团负责。在教学上，演职人员男一号及男二号均为著名话剧演员，作为学院的客座教授，在排练中教学，学生在排练中学习，始终践行课堂教学—艺术创作—艺术实践—市场检验的教学思路。在坚持教书育人的同时，将自身建设和产业发展结合起来，产教融合，提升办学水平，相互促进出精品。</p> <p><b>2. 围绕弘扬传统文化的创作主题，凝练出山西文化特色和内涵。</b>平遥推光漆是山西最具代表性的国家非物质文化遗产之一，其历史悠久、技艺精湛，在中国漆文化的发展进程中具有举足轻重的作用，是中华优秀传统文化中的瑰宝。由太原市话剧团和山西省艺术研究院联合制作推出的话剧《漆艺人生》，紧紧围绕弘扬传统文化的创作主题，凝练山西文化的特色和内涵，创新山西故事的艺术表达方式，深度挖掘具有地域特色的非物质文化遗产题材，以传承优秀推光漆技艺为内核。话剧《漆艺人生》坚持弘扬主旋律，挖掘富有生活气息和时代感召力的山西本土故事，采用老百姓喜闻乐见的艺术形式，深刻勾勒出平遥推光漆大师们追求卓越和无私传承的工匠精神，又折射出了弘扬中华优秀传统文化的核心内涵，讴歌了传统手工艺大师们爱家爱国爱艺的情怀，彰显了中华民族的文化自信，是一部具有深厚文化底蕴、精深思想内涵和强烈戏剧张力的优秀舞台作品，极富感染力、暖心力和影响力。</p> <p><b>3. 建立健全“深入生活，扎根人民”长效机制，大力推动艺术创作。</b>一是<b>抓好采风基地建设</b>。认真总结近年来“深入生活、扎根人民”艺术创作主题实践采风活动工作经验，以完善工作机制，推动党史学习教育活动和创作采风活动常态化开展为目的，围绕我省黄河、长城、太行三大创作主题，认真研究、精心谋划，集中建设了一批常态化创作采风活动基地，积极开展了丰富的主题创作采风活动。二是<b>讲求实效，实施专题创作采风</b>。紧紧围绕中国共产党成立100周年的重要时间节点，认真落实功勋荣誉表彰主题重点创作任务，深入挖掘我省英模事迹，选取申纪兰、张连印两位功勋模范人物，精心组织创排相关剧目，针对性开展了专题创作采风。三是<b>强化引领，开展采风主题研讨</b>。在“深入生活、扎根人民”主题实践创作采风活动中，鼓励创作人员带着剧本参与活动，围绕采风主题，穿插安排专题讨论、采风心得交流等多种研讨活动。通过导向正确、集思广益的深入研讨，澄清了相关主题创作中所存在的错误倾向和认识误区，起到了良好的创作引领作用。</p> <p><b>4. 摸清艺术创作人才家底，加强艺术人才队伍建设。</b>一流的人才，才有一流的作品，创作人才是影响我省舞台剧项目申报率和立项率的关键要素。为抓好我省的创作人才队伍建设，对全省的创作人才进行了地毯式的摸底，涉及编剧、导演、舞美、音乐四个行业，摸底范围有11个市和省直系统的在编在岗创作人员和多年从事创作的业余人员。</p>
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	我省目前舞台剧创作现状有高原无高峰，人民群众精神文化需求满足度及“山西故事”的传播知晓度在一定程度上受影响。有高原无高峰这是我省目前舞台剧的创作现状，立项项目219项，但滚动资助立项率低，也说明我省已立项项目有很大的提升空间。
下一步改进措施及管理建议	<b>进一步强化监督，加强项目质量管理。</b> 为进一步攀登高峰，我厅计划分别从意识形态、艺术质量两方面进行管理。一是 <b>继续严把意识形态关</b> 。作品的政治性是第一位，始终坚持习近平总书记文艺座谈会的讲话精神，坚持以正确导向引领时代风尚，采取一票否决制原则，严把意识形态关。二是 <b>重抓艺术质量</b> 。项目的生命力在于项目的艺术质量，不同项目类型的评价标准不同。	