

浙江省文化和旅游厅文件

浙文旅公共〔2022〕8号

浙江省文化和旅游厅关于印发 《浙江省文化驿站建设指南》的通知

各市、县（市、区）文化和旅游局：

《浙江省文化驿站建设指南》已经厅长办公会议审议通过，现印发给你们。请结合各地实际认真贯彻落实。



浙江省文化驿站建设指南

为深入贯彻落实省委办公厅省政府办公厅《关于高质量建设公共文化服务现代化先行省的实施意见》（浙委办发〔2021〕64号）精神，加快推进“15分钟品质文化生活圈”建设，在人民群众身边建设一批环境舒适、资源丰富、休闲时尚、人气充足的公共文化空间，不断提高人民群众参与公共文化服务的便利性、快捷性、舒适性和体验感，现就文化驿站建设提出如下要求。

一、项目界定

文化驿站是指以“嵌入空间”形式建设在人民群众身边，为人民群众提供文化分享、艺术普及、互动交流、文旅资讯等多种形式服务的场馆型文化设施。

从组织形式看，文化驿站是县级文化馆的基层服务点。县级文化馆是总馆，与文化驿站实现资源共建共享，网络互联互通，定期提供形式多样、内容丰富的公共文化服务。

从建设方式看，文化驿站可以依托现有公共文化场馆建设，实现场馆共享；也可以择址新（改）建；还可以利用社会闲置场馆（或其他可利用设施）建设。

二、建设目标

到2025年，全省所有街道实现文化驿站全覆盖。其中，2022年建设文化驿站不少于100家。

三、建设要求

（一）站舍要求

1. 文化驿站选址应立足“15分钟品质文化生活圈”要求，选址人口集中、交通便利的区域进行建设。

2. 文化驿站所在空间必须处于相对独立的封闭或半封闭状态，便于开展各类活动。

3. 文化驿站建筑面积不少于150平方米，观众座席不少于30个。

4. 文化驿站建筑外部，必须有市（或县）级文化和旅游部门统一设计的标识标牌。标识标牌悬挂于建筑外立面醒目位置，具备夜视功能。

5. 文化驿站周边应设立醒目的文化驿站空间方位指向标识。

（二）功能分布

文化驿站内部必须设置核心分享区、观众交流区、品牌展示区等功能区域。有条件的场馆还可以设置文化展示区、书报阅览区、便民服务区等个性化区域。

1. 核心分享区：建有处于文化驿站核心区域的小型舞台，供嘉宾进行知识分享、文艺演出等。核心分享区面积不少于12平方米。

2. 观众交流区：设置一定数量的桌椅，便于服务对象以排坐、围坐、小组聚坐等多种形式观看聆听、交流互动。

3. 品牌展示区：以墙面固定或者移动式展板呈现，用于展示

文化驿站开展各类品牌文化活动（含品牌简介、服务范围、信息预告、活动回顾、志愿者风采等）。

4. 文化展示区：以墙面固定或者移动式展板呈现，用于举办当地群众中小型书画及地方特色文化的展览等。

5. 书报阅览区：以书报架、陈列架等形式呈现，用于展示文化和旅游部门为文化驿站提供的各类书籍及刊物，便于参与活动的群众取阅。

6. 便民服务区：利用吧台、便民物品箱、意见本等方式，为群众提供充电、急救、饮品、简餐等服务。

（三）空间要求

1. 区域范围内的文化驿站，应坚持“标识统一，各具特色”的原则，既体现区域范围内的文化馆总分馆机制，又结合所在区域的人文精神、社区生活风格凸显站点特色，体现“一站一品”。

2. 文化驿站的室内设计，要坚持精致、舒适、温馨，符合年轻群体审美品味，体现时尚化。

3. 文化驿站和其他场馆共享空间的，要考虑空间风格的一致性，空间功能的契合度要高。

（四）设施设备

1. 文化驿站应根据特定的服务内容和对象配备其它相应的设施设备。

2. 文化驿站应配置活动所需的灯光、音响、视频展示设备、网络等基础设施设备。

3. 文化驿站应配置卫生通风、强弱电等保障设施，实现 WIFI 全覆盖。

4. 文化驿站应设计应对突发事件的安全疏散路线，并于醒目位置做标识导引，消防器材配置应符合规范要求。

(五) 人员配备

1. 文化驿站应配备与其开展的公共文化服务相适应的工作人员。

2. 文化驿站负责人应具备一定的文化策划、组织管理能力。

3. 文化驿站工作人员应具备一定的沟通表达、文案撰写、活动执行、摄影摄像以及熟练使用现场设备的能力。

4. 市县两级文化和旅游部门要重视文化驿站工作人员的培训工作，每年培训不少于 12 学时。

5. 文化驿站安排的分享嘉宾，应具备一定的文化素养、专业背景及讲授经验，在当地分享领域有一定的权威性。

四、服务要求

(一) 体现正确导向

1. 文化驿站提供的服务内容，应符合社会主义核心价值观，弘扬正能量。

2. 文化驿站应结合多元文化开展活动，侧重弘扬和传播当地特色文化。

3. 文化驿站提供的服务要体现公益性，不能涉及商业类营销活动。

(二) 体现丰富多元

1. 文化驿站服务项目包括讲座、沙龙、演出、培训、展览等多元类型，以讲述、展示、互动、体验等形式开展。

2. 文化驿站服务内容应侧重组织开展符合现代审美、契合年轻群体口味的优质文化活动，同时包含一定比例的未成年人、老年人及特殊人群服务内容。

3. 总馆要通过政府采购、社会征集、站长推荐等方式，建立符合当地群众需求的，可点单配送的文化驿站资源库。

4. 文化驿站每周开展活动不少于 1 次。

5. 每次参与活动人数不应少于 30 人，时长为不少于 60 分钟，应包含讲述、展示、交流三个环节。

(三) 体现规范有序

1. 文化驿站应在场馆门口显著位置向公众公示服务范围、服务内容、开放时间、报名方式、活动规则等信息。

2. 文化驿站提供的常态化服务，至少提前 3 天向公众发布资讯。

3. 如遇突发情况，需要临时闭馆或暂停部分服务，应第一时间向公众发布公告。

(四) 体现品质管理

1. 市县两级文化和旅游部门应在文化驿站的品牌宣传、资源配送、人才培养等方面统一管理，实施区域站点一体化连锁运营。

2. 市县两级文化和旅游部门应在文化驿站显著位置公示公

众监督电话、开设网上投诉通道等方式，对服务进行监督，应在5个工作日内回复处理结果并尽快整改。

3. 文化和旅游部门每年要定期对区域内的文化驿站开展满意度测评。对服务滞后、绩效不高、群众满意度差的文化驿站进行整改。整改不力的，取消文化驿站牌子。

4. 文化驿站要有规划地开展全年服务计划。在做好日常自主策划类活动的基础上，鼓励探索“社团植入、机构合作”等多元形式，并积极参与由总馆发起的点单配送、区域联动等主题活动。

5. 文化驿站应做好每一次活动的组织策划、宣传报名、签到管理、活动记录、摄影存档、通讯报道等服务工作。

6. 文化驿站应及时了解、收集基层群众的文化需求，及时向总馆汇报。