

2020-2024 年度县雕艺文创园入驻企业 运营奖励金项目绩效评价报告

福州大学
2025 年 11 月



福州大学经济与管理学院
School of Economics and Management Fuzhou University

主评人签字：刘琨

工 作 单 位：福州大学经济与管理学院

组 员：吴芃梅、许建伟、谢懿

报告正文

一、项目基本情况

（一）项目背景

惠安雕艺文创园坐落于福建省泉州市惠安县山霞镇宣美村，总占地面积 680 亩。园区采用公园式规划设计，核心布局三大功能板块，分别为“世界石雕之都”展示中心、大师工作室群及世界石雕公园。通过融合文化创意、雕艺体验、文旅商贸等业态，园区已成为集展览交流、产业孵化、休闲体验于一体的公共文化空间。2021 年 8 月，园区获得两项重要认可，被中国侨联确认为“中国华侨国际文化交流基地”，同时获评“福建省文化产业重点园区”。

2020 年起惠安县财政确保每年度安排一定的资金作为入驻惠安雕艺文创园运营扶持奖励专项基金，以充分发挥财政资金的宏观导向和激励作用。2020-2024 年度县雕艺文创园入驻企业运营奖励金项目年度预算绩效目标为加快推进惠安雕艺文创园发展，吸引和激励更多雕艺文创和旅游业态入驻建设运营，提升园区的人气、商气，建成集商、旅、文融合发展的特色园区。

（二）项目资金投入情况

2020-2024 年度惠安雕艺文创园入驻企业运营奖励金共计拨付 240.2 万元，全年预算数为 450 万元。如表 1 所示：

表 1 2020-2024 年度惠安雕艺文创园入驻企业运营奖励金预算安排

单位：元

年度	预算资金	申请文号	拟下达资金	下达资金
2020	500000	惠文创园	871661.9	496847.28
2021	1000000	（2021）1 号		374814.62
		惠文创园 （2021）34 号	730742.72	625185.38
2022	1000000	惠文创园 （2022）24 号		
		惠文创园 （2023）4 号	100000	100000
2023	1000000	惠文创园 （2023）34 号	200000	200000
2024	1000000	惠文创园 （2025）4 号	500000	500000
合计	4500000		2402404.62	2402404.62

注：资料来源 2020-2024 年度惠安雕艺文创园奖励金请示。

2020 年符合资质的企业申请发放约 87.2 万元，当年预算仅为 50 万元，2020 年度专项资金实际拨付约 49.7 万元，余下 37.5 万元通过 2021 年专项资金拨付。2021 年符合资质的企业申请发放约 73.1 万元，预算为 100 万元，除覆盖 20202 年未拨付部分，2021 年专项资金实际拨付 62.5 万元，余下 10.6 万元通过 2022 年专项资金拨付。之后各年依据企业申请情况有序实施额度，具体情况如表 2 所示。

表 2 2020-2024 年度惠安雕艺文创园入驻企业运营奖励金预算执行情况

年度	项目类别	奖励标准 《鼓励入驻雕艺文创园运营 奖励扶持措施》(以下简称扶持 措施，惠政文〔2020〕51 号)	奖 励 方式	奖励企 业数量 (家)	拟下达资金 (元)
2020	项目 主体 建设	主体在规定期限内主体建设完工，给予一次性奖励 10 万元。	建 设 奖励	2	200000
	固定 展贸	按实际投入资金数额 30%，一次性给予不高于 5 万元奖励。	布 展 奖励	15	671661.9

2021	项目主体建设	同上，给予一次性奖励 10 万元。	建设奖励	2	200000
	固定展贸	对入驻并正常开展展贸运营的主体，年交易额达到 100 万元以上，按交易总额 2% 给予奖励，该项奖励每年最高不超过 5 万元。	运营奖励	10	470079.72
	研学实践基地（营地）	按入驻主体实际投入入资数额的 10%，一次性给予不高于 10 万元奖励。	投建奖励	1	48563
		对投建完成并已投入正常接待运营的主体，按年接待人数 10 元/人的标准给予奖励，该项奖励需年接待 500 人次以上，奖励金额不高于 5 万元。	运营奖励	1	12100
2022	项目主体建设	对入驻园区申请用地主体在规定期限内主体建设完工并正式投入运营的，给予一次性奖励 5 万元。	建设奖励	1	50000
	固定展贸	同上，一次性给予不高于 5 万元奖励。	布展奖励	1	50000
2023	项目主体建设	同上，给予一次性奖励 10 万元。	建设奖励	2	200000
2024	项目主体建设	同上，给予一次性奖励 10 万元。	建设奖励	4	400000
2024	固定展贸	同上，每年最高不超过 5 万元。	运营奖励	2	100000
合计				41	2402404.62

注：资料来源 2020-2024 年度惠安雕艺文创园奖励金请示。

（三）项目绩效目标

1. 项目总体绩效目标

为贯彻落实《中共惠安县委 惠安县人民政府关于印发〈全面实施预算绩效管理的实施方案〉的通知》（惠委发

〔2019〕14号）要求，按照《惠安县全面实施预算绩效管理相关管理办法》（惠财监〔2022〕166号）文件规定，进一步强化财政支出绩效理念和责任意识，规范财政资金管理，提高财政资金使用效益。

2. 项目绩效指标

根据财政部《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（财预〔2018〕167号）、《福建省省级财政专项资金管理办法》（闽政令〔2023〕233号）等相关文件要求，设计了项目评价指标体系，包括决策、过程、产出、效益等4个一级指标、14个二级指标、28个三级指标，满分100分，并相应设定了指标权重、标准值和评分标准等要素，具体见表3。

表3 惠安县雕艺文创园入驻企业运营奖励金绩效评价指标体系及评分标准

一级指标	二级指标	三级指标	评价指标
决策 (15分)	决策依据 (5分)	贯彻国家工作的相关决策部署(2分)	①立项背景及发展规划与国家、地方文创、非遗相关政策匹配；立项衔接“十四五”雕艺文创发展状况及“十五五”规划； ②持有与立项相关的政策文件、批示。 以上每点1分，根据实际情况扣分。
		预算编制科学性(3分)	①预算资料完整得1分，依据不完整程度，扣0.5-1分； ②预算与需求匹配得1分，依据不匹配程度不同，扣0.5-1分； ③测算依据充分得1分，依据不足程度，扣0.5-1分。
	目标设定 (10分)	绩效目标合理性(5分)	①项目是否有绩效目标，有绩效目标申报表得1分，无则扣1分； ②绩效目标是否与奖励金激励企业运营、推动雕艺文创发展核心需求一致，目标与核心需求一致得2分，有所偏差扣1分，目标与核心需求完全不一致，扣2分； ③目标是否符合客观实际，目标符合实际得2分，一个指标目标脱离实际扣0.5分。
		绩效指标明确性(5分)	①是否将整体的绩效目标细化分解为具体的工作任务，目标细化得2分，一个指标未细化扣0.5分； ②指标是否可衡量，有具体量化值，指标可衡量得3分，存在一个不可衡量指标扣0.5分。
过程 (30分)	组织管理 (10分)	管理制度健全性(6分)	①是否已制定具体的项目实施方案，包括奖励金发放制度，申报流程，发放条件等，有完整的实施方案得2分，方案缺失扣1分，无具体实施方案

一级指标	二级指标	三级指标	评价指标
			不得分； ②是否建立入驻企业清单，包括企业类型、依托工作室/大师、销售纳税情况； ③制度流程是否覆盖“申报-审核-发放-监管”全环节； 以上每点2分，根据实际情况扣分。
		执行监管有效性（4分）	①是否对奖励金申报材料完整性、申报企业资质真实性进行合规审核； ②审核记录是否具有规范性。 以上每点2分，根据实际情况扣分。
	资金管理 (15分)	资金使用规范性（6分）	①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理规程的规定，资金的拨付是否有完整的审批程序和手续； ②是否有反映项目执行的资金执行明细（发放明细）； ③资金是否用于奖励金发放，是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。 以上每点2分，根据实际情况扣分。
		资金到位情况（3分）	奖励金在审核通过后一定工作日内发放。各年均足额按时发放，得3分，存在1次的跨年发放，扣0.5分； 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。资金到位率 $\geq 100\%$ ，满分，不足，按比例得分。
		预算执行情况（3分）	得分=3 \times 预算执行率，预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金） $\times 100\%$ 。 注：①实际到位资金：一定时期（本年度）内落实到具体项目的资金。 ②实际支出资金=一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。 ③仅考虑专项资金预算执行情况。
		资金结构多元性（3分）	是否拓展政府补助、社会资本引入、文创IP开发、场地租赁、活动创收等自主营收类筹资渠道，建立3类及以上渠道得3分，2类渠道得2分，1类渠道得1分，无新增渠道得0分。
	奖励资金管理 (5分)	扶持类型覆盖度（5分）	覆盖5-6种扶持业态类型得5分，覆盖4种业态得4分，覆盖3种业态得2分，覆盖2种业态得1分，覆盖 ≤ 1 种业态得0分。
产出 (32分)	扶持成效 (10分)	奖励企业覆盖率（3分）	①奖励企业覆盖率=（实际获得奖励的符合条件企业数/符合条件的入驻企业总数） $\times 100\%$ ； 覆盖率 $\geq 80\%$ 得3分，[70%,80%)得2分，[60%,70%)得1分， $< 60\%$ 得0分 ②漏发符合条件企业，每发现1家扣0.5分。
		奖励金发放准确率（4分）	①有无不符合条件企业获得奖励，无违规奖励得2分，每1家违规扣0.5分； ②奖励金额计算是否准确（与企业销售/纳税达标情况匹配），金额计算准确得2分，每1家计算错误扣0.5分。
		企业信息管	①入驻企业清单是否动态更新，信息动态更新得1分，更新不及时不得分；

一级指标	二级指标	三级指标	评价指标
产出 (32分)		理完整性 (3分)	②典型企业销售、纳税等发展状况及成绩是否有专项记录，典型企业记录完整得2分，记录缺失扣1分。
	品牌与展 赛成效 (10分)	重大活动举办量(3分)	“十四五”期间国家级、省级雕艺赛会及主题展览举办数量，国家级≥3场且省级≥7场得3分，国家级2场且省级5-6场，国家级1场且省级3-4场得2分，省级1-2场得1分，未举办得0分。
		品牌荣誉获取(3分)	获得省级及以上荣誉≥10项得3分，5-9项得1分，1-4项得1分，未获荣誉得0分。
		展会参与与获奖情况(4分)	①组织/支持企业参展次数，参展≥5次得2分，参展1-4次得1分，无参展得0分； ②入驻企业及大师获得省级及以上雕艺文创类奖项数量(提供证书)，获奖≥3项得2分，每少1项扣1分
	园区运营 成效 (12分)	企业与工作 室集聚(3分)	入驻企业≥40家且大师工作室≥8家得3分，企业30-39家或工作室6-7家得2分，企业20-29家或工作室4-5家得1分，均不达标得0分。
		展馆人流与 活动常态化 (2分)	园区展陈年更新≥2次且日均人流≥100人得2分，一项达标得1分，均不达标不得分。
		基础设施建 设(3分)	项目建成率≥90%且配套完善得3分，建成率80-89%且配套较完善得2分，建成率70-79%且配套一般得1分，建成率<70%或无配套得0分。
		电商生态培 养成效(4分)	1. 入驻企业开设网店、直播账号等电商主体数量，与电商平台合作情况，开设电商主体≥5家且与主流平台合作≥2家得2分，主体1-5家或合作1家得1分，主体<1家且无合作得0分。 2. 入驻企业年度电商总营收，雕艺产品VR展示、短视频营销等数字化推广开展情况，电商总营收≥800万元且开展数字化推广≥2种得2分，营收500-799万元或推广1种得1分，营收<500万元且无推广不得分。
效益 (23分)	文化传承 效益 (3分)	非遗传承与 培训(3分)	举办雕艺非遗传承人入驻企业数量≥3家，且雕艺非遗传承人技艺培训活动开展场次≥5场得3分，仅一项达标得2分，均不达标得0分。
	对外交流 窗口效应 (2分)	交流活动与 合作成效 (2分)	交流活动≥5场且合作机构≥3家得2分，一项达标得1分，均不达标不得分。
	社会效益 (3分)	非遗保护传 承(3分)	举办雕艺非遗传承人入驻企业数量≥5家，且雕艺非遗传承人技艺培训活动开展场次≥10场得3分，仅一项达标得1分，均不达标得0分。
	产业链形 成效益 (5分)	产业链上下 游企业集聚 (3分)	雕艺设计、原料供应、生产加工、销售服务等上下游企业入驻数量情况，上下游企业入驻≥10家得3分，企业5-9家得2分，企业1-4家，得1分，无上下游企业入驻得0分
		产业链增值 服务完善 (3分)	引入增值服务机构≥3类得2分，机构2类得1分，未引入增值服务机构不得分。
	可持续发 展(5分)	社会影响力 (5分)	①项目成效是否符合“十四五”雕艺文创发展目标，符合得2分，存在偏差，依据实际情况，扣1-2分； ②项目品牌升级、数字化转型等计划是否与，得3分，衔接不足，依据实

一级指标	二级指标	三级指标	评价指标
			际情况，扣 1-3 分。
	服务对象 满意度 (5 分)	入驻企业满 意度 (5 分)	①是否开展企业满意度问卷调研（提供问卷），开展满意度调查得 1 分， ②入驻企业满意度结果≥90%得 4 分，[80%,90%) 得 3 分，[80%,90%) 得 2 分，[70%,80%) 得 1 分，<70%得 0 分。

3. 项目评价实施

2025 年 9 月-2025 年 10 月，项目评价工作组（以下简称“工作组”）在明确委托方要求的基础上，先期制定项目绩效评价工作方案，再开展评价。评价工作包括前期准备、实施评价和形成报告三个阶段，具体如下：

（1）前期准备阶段。主要工作是前期资料收集，确定绩效评价对象和范围，以及项目绩效指标设定与确认。

（2）评价实施阶段。主要是书面评价、现场访谈及核查、综合评价、撰写报告 4 个阶段。

（3）评价总结阶段。工作内容是形成绩效评价结论、沟通初步评价意见、工作底稿、正式绩效评价报告。

二、综合评价结论及分析

（一）项目综合评价

通过分析项目单位材料，结合实地走访、座谈交流等多维度评价，2020-2024 年度惠安雕艺文创园入驻企业运营奖励金预算整体使用情况一般，虽通过丰富展赛活动擦亮“惠安石雕”品牌，同步推进营商环境优化、园区活力激发等工作，但整体成效仍不够显著，在资金使用和业态培育环节仍存在待改进之处，具体表现为预算编制科学性待提高、资金结构较单一、入驻企业业态发展有待提升、非遗传承培育薄弱等

问题。

（二）项目绩效分析

项目绩效评价采用定性评价和定量评价相结合的方法，总分值为 100 分。本次绩效评价结果分为四档：综合得分在 90-100 分（含 90 分）为优；综合得分在 80-90 分（含 80 分）为良；综合得分在 60-80 分（含 60 分）为中；综合得分在 60 分以下为差。

本评价严格遵循科学规范、公开公正、绩效相关及问题导向原则，紧扣决策、过程、产出、效益的绩效逻辑框架，结合部门实际工作情况，采用定量与定性分析相结合的方式开展客观评价。在此基础上，本评价以项目相关数据为支撑，综合运用比较法、实地调查法等评价方法，对照评价标准与评分规则，评定 2020-2024 年度惠安雕艺文创园入驻企业运营奖励金项目绩效评价得分为 78.1 分，评级为“中”。具体得分情况见表 4。

表 4 绩效评价指标得分汇总表

一级指标	权重分	得分	得分率
决策	15	12.5	83.3%
过程	30	23.6	78.7%
产出	32	25	78.1%
效益	23	17	73.9%
综合得分	100	78.1	78.1%
绩效评定级别		中	

三、主要问题及建议

（一）主要问题

1. 预决算偏差较大，预算编制科学性待提高

项目部分年度预决算偏差较大，由表 1 知，2020 年需对

符合资质的企业发放约 87.2 万元,但当年预算仅为 50 万元,预算调整额达 37.2 万元,偏离率达 74.4%。这一偏差不仅导致 2021-2022 年需跨年度递次覆盖上一年未拨付部分,更反映出预算编制的粗放性。反观北京 798 艺术区等国内成熟文创园区,早已形成科学的预算编制逻辑,以历史数据为基础,深度拆解近 3-5 年的扶持发放趋势、企业入驻增长规律;同时锚定年度业态培育核心目标,动态适配预算资源,实现预算偏离率控制在 10%以内。相比之下,雕艺文创园尚未形成系统化的预算测算机制,仅依赖经验估算,缺乏对企业申报趋势、政策执行周期的精准研判,导致预算与实际需求严重脱节,影响资金使用效率与政策公信力。

2. 园区资金结构较为单一,自主“造血”能力不足

园区运营资金主要依赖专项资金与场地租赁收入,筹资渠道缺乏多样性,难以支撑园区长期发展。这与当前国内优秀文创园区构建的多元营收生态形成鲜明对比。以上海 M50 创意园区为例,其早已摆脱“租金依赖”的单一模式,通过深度整合产业链资源,布局艺术展览策划、版权交易、高端活动承办等多元业务,与场地租赁共同构成营收体系,形成了可持续的运营造血机制。而雕艺文创园未能有效挖掘雕艺非遗的商业价值,既未开展非遗版权授权、高端定制等增值服务,也未搭建市场化的活动运营平台,导致“造血”途径单一。在行业同质化竞争加剧、政策资金支持趋于常态化的背景下,这种单一资金结构使园区抗风险能力薄弱,难以应

对基础设施升级、新业态培育等长期投入需求。

3. 入驻企业业态发展有待提升，扶持类型覆盖度有限

扶持措施虽规划支持项目（主体）建设、固定展贸、文创运营在内的 6 种业态，然而受企业资质不足，部分业态无合格申报主体，入驻业态丰富度不够，未覆盖全扶持类型等因素影响，政策仅落地项目主体建设、固定展贸、研学实践基地（营地）等 3 类业态扶持，且以项目主体建设为核心方向。固定展贸虽在 2021-2022 年扶持了 28 家企业，但 2022 年 3 月因展会合同到期大量企业退出，合格申请主体骤减；研学实践基地（营地）仅 2021 年有企业达标申报，后续发展断层。这种业态发展不均衡、持续性不足的情况，反映出园区在业态培育机制与企业服务能力上的突出短板。国内陕西耀瓷文创园等成熟园区，不仅引入了耀瓷烧制、文创设计、电商直播等全链条企业，更搭建了“资质辅导+资源对接”服务平台，针对小微企业，联合税务、法务机构开展申报资质专项培训；针对特色业态，组建产业联盟整合供应链资源，确保扶持政策能精准落地至各类业态。而雕艺文创园既未建立针对性的企业培育机制，也未形成差异化的招商体系，导致扶持政策有清单无主体，业态发展停留在低层次、碎片化状态，无法像陕西耀瓷文创园那样形成核心产业引领、配套业态支撑的集聚效应。

4. 园区电商业态难发力，发展缺乏数字加速度

园区电商业态培育面临电商实体入驻少、资质不达标、电商实体难申报的阻碍，与国内文创园区“数字赋能产业”

的主流趋势不符。以杭州梦想小镇为例，其针对电商企业特性，推出“线上虚拟入驻+线下共享空间”模式，允许电商企业以注册地址托管形式享受扶持，同时搭建共享开票、财务代账等服务平台，解决小微企业合规申报难题。相形之下，雕艺文创园，仍沿用传统实体办公+纸质材料的申报标准，未针对电商企业轻资产、交易分散的特点优化服务流程，也未对接电商企业搭建适配性服务体系，导致电商业态“引不进、扶不了”，错失数字经济发展机遇。

5. 非遗传承培育薄弱，园区发展硬实力支撑待强化

园区非遗传承仅停留在研学项目、线路展示等基础层面，缺乏体系化的传承人培育与文化创新活动，这与国内园区以传承促创新、以 IP 强内核的发展路径存在差距。例如，苏州平江路文创街区通过传承人工作室+高校产学研基地+跨区域交流平台模式，定期举办非遗技艺大赛、传承人沙龙等活动，年均开展交流活动超 50 场，同时与苏州大学合作苏州市非遗传承创新联合体，推动传统技艺与现代设计融合，形成平江非遗特色 IP。而雕艺文创园尚未将传承人培育纳入核心发展战略，既无固定的交流活动机制，也未搭建创新转化平台，导致非遗传承局限于静态展示，未能转化为园区的核心竞争力。在文化 IP 成为文创园区差异化竞争关键的当下，这种薄弱的传承培育现状，使园区难以形成辨识度与影响力，硬实力支撑不足。

6. 园区长期人流未形成，集聚效应与消费转化不足

其一，园区现有业态吸引力不足，当前以项目（主体）建设、固定展贸为主的业态，体验性、互动性强的消费场景不够丰富，难以吸引市民、游客长期到访；其二，宣传推广力度薄弱，未形成系统化的品牌宣传策略，仅依赖本地口碑传播，对周边城市文旅爱好者、非遗文化受众等外地潜在客群的触达不足，无法扩大园区影响力与辐射范围；其三，配套服务不完善，园区内餐饮、休息等基础配套设施虽有所配套，但配套覆盖率较低，且缺乏与周边文旅资源的联动，无法满足游客一站式消费需求，导致人流停留时间短、复访率低，难以形成长期稳定的客流集聚效应，进一步影响园区商业活力与业态发展动力。

（二）有关建议

1. 优化预算编制体系，提升资金管控科学性

参考国内成熟文创园经验，建立预算编制数据库，整合近3-5年奖励金发放金额、企业申报数量、资金拨付进度等历史数据，通过数据分析工具，透视年度申报峰值、业态扶持占比等申请基本规律，并在每年预算前，梳理次年拟培育业态、计划举办活动，预估扶持资金需求，避免超预算，形成跨年度支付，将预算偏离率控制在15%以内。

2. 拓宽营收渠道，增强自主“造血”能力

围绕政策落地与园区资源高效利用，构建分层化多元营收体系。一是锚定《惠安县进一步推动雕艺产业发展若干措施》中“延伸产业链条”“提升工业设计应用能力”等政策

方向，挖掘雕艺非遗 IP 价值，推动与家居、文旅行业合作开发雕艺装饰画、文创摆件等衍生品，通过版权授权模式获取收益，同步还可申报政策中“工业设计应用能力提升”相关补助，降低衍生品设计成本。二是顺应“十五五”规划数字化转型要求，搭建雕艺线上展厅，为入驻企业提供作品拍摄、线上推广等服务，按年收取服务费，形成线下活动创收与线上服务增值并进的营收格局。

此外，可搭建业态联动增收平台。一方面整合园区内雕艺企业、研学机构、现有餐饮民宿商户，推出雕艺体验课+雕艺文创购物+园区餐饮套餐服务；另一方面联动周边崇武古城等景区，推出雕艺研学+景区游览跨区域文旅线路，园区按人次收取线路分成，进一步扩大营收来源。

3. 强化业态培育与企业服务，扩大扶持政策覆盖面

一方面，针对未落地的文创运营、跨境电商等扶持业态，开展定向招商。对接本地文创设计公司、电商协会，推出入驻优惠包，如首年场地租金减免、申报辅导服务等。对意向企业，联合税务部门开展，提供一对一资质辅导，确保企业符合扶持要求。建立业态培育台账，定期跟踪未落地业态的招商进度、企业资质达标情况，对6个月内无进展的业态，调整招商策略，扩大招商区域至周边城市。

4. 赋能电商业态，补齐数字发展短板

全面落实项目任务清单化管理，建立任务台账和进度跟踪机制，强化过程督导和节点管控，确保年度计划高标准、

高质量完成。一是细化分解任务目标，明确责任主体和完成时限；二是建立动态监测评估机制，定期开展进度督查和质量检查；三是完善考核激励机制，将任务完成情况纳入绩效评价体系，切实保障项目实施的时效性和成果质量。

参考国内成熟园区模式，推出电商灵活入驻方案，允许电商企业通过虚拟注册+共享办公，无需实体办公即可享受扶持，解决电商实体入驻少问题；还可搭建电商服务平台，帮助小微企业规范财税流程，满足申报资质要求。

5. 深化非遗传承培育，夯实园区硬实力

一方面，构建传承+交流+创新的非遗培育体系，定期开展非遗传承活动，非遗传承人沙龙、非遗技艺培训班等活动，邀请本地及外地雕艺传承人分享技艺。同时，建立非遗传承人合作库，收录本地及周边地区雕艺传承人信息，为园区企业提供技艺指导对接服务。

另一方面，打造非遗 IP，打造园区品牌影响力。整合园区非遗资源，可设计卡通化雕艺大师、特色雕艺产品形象等雕艺非遗 IP 形象，用于园区宣传、衍生品开发，扩大园区非遗品牌知名度，吸引更多游客与企业入驻。

6. 优化场景与运营，培育长期稳定人流

一是承接政策补贴，丰富活动矩阵，以常态化展赛活动制造流量引爆点，实现“月月有展、季季有赛”，复制“十四五”期间大型赛会的成功经验，避免活动后展馆冷清。二是联动大师工作室激活静态资源。依托园区现有展馆、大师工作室等硬件资源，承接企业雕艺主题团建、非遗文化沙龙

等高端商业活动，整合活动策划+场地使用+非遗传承人指导打包服务。同时为工作室对接文旅团、中小学研学资源，将大师工作室从“展示空间”转化为“互动体验节点”，提升游客停留时长。三是焕新博物馆展陈形式。结合“十五五”规划“提升雕艺博物馆能级”发展思路，分两阶段焕新博物馆展陈形式。第一阶段引入3D雕刻演示、VR石雕体验等数字雕艺展项，参考石雕工业互联网创新中心技术方向，与本地数字化企业合作开发。第二阶段策划雕艺非遗活态展，邀请非遗传承人驻馆演示，设置游客DIY雕艺小件体验区，将博物馆从静态展馆变为体验中心。