

群众文化活动品牌化建设路径探索

周妮

重庆市江津区白沙镇人民政府，重庆 402289

摘 要： 随着中国经济改革与对外开放的持续深化，以民众生活水平与文化素质的双重提升为背景，我国群众文化品牌构建展现出积极的发展态势，但仍面临诸多挑战，这些障碍在根本上制约了群众文化品牌化进程，难以充分适应社会发展的新需求。因此，探索并实施有效的策略以促进群众文化活动的品牌化建设，对于激发社区文化生活的繁荣发展至关重要。本研究着重于剖析强化群众文化品牌建设的深层思考，旨在为这一领域的实践路径提供新的见解与策略支持。

关 键 词： 群众文化；品牌建设；意识；工作方法

Explore the Path of Branding of Mass Cultural Activities

Zhou Ni

Baisha Town People's Government, Jiangjin District, Chongqing 402289

Abstract： With the continuous deepening of China's economic reform and opening up, the double promotion of people's living standards and cultural quality as the background, the construction of China's mass culture brand shows a positive development trend, but still faces many challenges, these obstacles fundamentally restrict the process of mass culture brand, it is difficult to fully adapt to the new needs of social development. Therefore, it is very important to explore and implement effective strategies to promote the branding of mass cultural activities in order to stimulate the prosperity and development of community cultural life. This study focuses on analyzing the deep thinking of strengthening the mass culture brand construction, aiming at providing new insights and strategic support for the practice path in this field.

Keywords： mass culture; brand building; consciousness; working method

近年来，随着社会经济的持续跃进，居民生活水平显著改善，公众对精神文化层面的追求日益增长，对文化活动的需求层次不断提高，驱动着文化活动组织者必须加大对群众文化的建设投入。各地域需推行丰富多彩的群众文化项目，同时，注重品牌识别系统的构建，以此提升活动影响力。在此进程中，相关部门需聚焦于基础文化服务的创新拓展，既要革新传统运营模式，也要深刻认识品牌化建设的内在价值，基于当前社会发展实情，细致剖析品牌化战略的实质，针对性地对基层文化活动内容展开评估，从而提出切实可行的品牌塑造方案。运用科学策略与方法，深入探索品牌塑造的核心要素，确保品牌理念能有效贯穿至每一项文化活动的实践中，以此推动群众文化活动向更高品质、更具辨识度的方向迈进。

一、群众文化活动品牌化塑造的积极意义

群众文化活动作为人们日常生活之外重要的社会文化参与形式，不仅承载着休闲娱乐的功能，还扮演着社会联结与心理调适的重要角色。在当代社会多元化发展的背景下，其组织与策划愈显重要，需精心设计活动形态，以凸显其独特价值与社会作用。群众文化活动的特性决定了它能在精神层面对参与者产生正面影响，促进心理健康，同时，通过集体参与构建积极向上的社区氛围。品牌化策略通过多样化的活动组织，不仅丰富了群众的精神世界，还促进了人际交往，为社会融合与文化传播提供了有效途径^[1]。对于社会发展全局而言，强化群众文化活动的品牌化建设，是推动文化繁荣与经济增长的双赢策略。因此，加大品牌化建设

的投入，是实现群众文化活动可持续发展，促进社会文化与经济协同进步的关键举措^[2]。

二、群众文化品牌建设存在的问题

（一）群众文化品牌建设意识不足

在探讨群众文化品牌建设的现存挑战时，一个核心议题是品牌意识的普遍淡薄与认知缺失。当前，社会各界对群众文化品牌建设的价值认识尚待深化，这种意识层面的不足广泛存在于普通民众及部分文化工作者之中。民众往往未能充分意识到自身在文化品牌成长中的积极参与对于提升社区文化品质、增强文化认同感的重要性，往往将其视为官方机构的单方任务，这种割裂感直

接限制了文化品牌建设的群众基础与社会影响力^[3]。同时，部分文化管理者和执行者对于品牌建设的长远价值和策略性思考有所忽视，导致活动策划与执行停留在表面，未能深挖文化内涵，创造性地运用现代传播手段和互动方式，无法有效激活和整合社会资源，以满足民众日益增长的多元化、个性化文化需求，从而在根本上限制了品牌建设的深度与成效。

（二）群众文化品牌建设工作方法落后

群众文化品牌建设方法的陈旧与创新乏力是一个不容忽视的问题。伴随社会的快速发展与科技的进步，文化生态正经历前所未有的变革，而部分群众文化品牌建设工作却仍沿袭传统模式，缺乏与时代脉搏同步的创新力^[4]。活动策划往往形式单一、内容乏味，未能充分利用数字化、网络化手段提升参与度与互动性，导致品牌建设 with 民众的实际文化消费偏好脱节，降低了活动的吸引力和影响力。此外，专业人才的短缺与团队综合能力的不足也是一个严峻考验。一些文化建设项目团队中，成员的专业背景、创新能力与实践经验参差不齐，无法精准把握文化市场动态，缺乏对品牌核心价值的深入挖掘和有效传播，导致项目执行效率低下，效果打折。同时，对于品牌建设中遇到的难点与挑战，缺乏系统性分析与策略性应对，工作方向不够明确，难以形成具有前瞻性和针对性的解决方案，进而影响了群众文化品牌的长期发展和社会文化生态的整体提升^[5]。

三、加强群众文化品牌建设的对策

（一）加强群众文化品牌建设意识

在推动群众文化品牌建设的征程中，提升全民参与意识与认知水平是奠基之石。为此，各级文化管理机构 and 执行部门需采取多元化策略，构建全方位、多层次的宣传与教育体系，以唤醒民众及工作人员内心深处的文化自觉与品牌建设意识。首先，通过媒体矩阵的综合运用，包括电视、广播、网络社交平台（如微信公众号、微博、抖音短视频等），以及线下活动如讲座、研讨会和专题展览，系统性地传播群众文化品牌建设的深远意义与现实价值，使“文化品牌”的概念深入人心，形成广泛的共识。同时，利用大数据分析，精准定位目标群体，推送定制化内容，提升宣传的针对性与有效性。此外，建立激励机制，表彰在群众文化品牌建设中表现突出的个人和团体，通过树立典范，激发更广泛的社会参与热情，形成“人人参与、共建共享”的良好氛围。另外，教育与培训是提升意识的关键环节。应定期举办培训班、工作坊，邀请行业专家、学者及成功案例的操盘手，就品牌策划、市场营销、文化传播等多方面进行系统讲授与实战演练，增强工作人员的专业技能与理论素养，使其在实际操作中能够准确把握品牌建设的核心要义，创新工作思路，将所学知识转化为推动群众文化品牌建设的强大动力。此外，建立跨部门、跨领域的合作机制，整合资源，共同研讨解决群众文化品牌建设中的共性问题，提升整体工作效能^[2]。

（二）创新群众文化品牌建设

在当今快速演变的时代背景下，对群众文化品牌建设方法与

策略进行革新，不仅是顺应时代进步的必然要求，也是增强品牌生命力、确保其长远发展的核心驱动力。开展此工作时，应着眼于未来的可持续性，聚焦于持久成效，紧随社会变迁的步伐，深切洞察群众的内在需求，不断探索和开辟群众文化品牌建设的新路径与新模式，让这一过程充满活力与创新，从而确保品牌建设之路既深远又稳固^[6]。第一，主动出击，启动文化品牌建设的创新引擎，明确绘制出一条目标清晰、思路透彻的发展蓝图。这不仅要求我们树立起全局视角和群众中心的思想，更要激发文化工作者的积极性，凝聚他们的智慧与创造力，确保每个人都能在品牌建设的广阔舞台上发挥最大效能。在此基础上，构建一个以群众为中心的操作体系，通过强有力的宣传动员和积极引导，吸引广大民众积极参与文化活动的构思与实施，让他们在亲身体验中深刻领悟品牌建设的深远意义，进而自发地拥抱文化活动，乐于投身其中。第二，政府在推进群众文化品牌建设时，应当立足实际情况，灵活调整策略，充分考虑各地区的独特性与差异性，确保文化建设措施与当地文化生态无缝对接，提升文化项目的适应性和生命力。而在创新实践的探索中，务必巧妙融合现代科技的力量，比如利用互联网、大数据、人工智能等前沿技术，拓宽群众文化品牌建设的边界，为活动注入更多科技元素，提升公众参与的便捷度与互动性，从而在丰富活动形式的同时，增强文化的传播力与感染力，有力促进社会文化的繁荣兴盛^[7]。

（三）加强政府的政策技术支持

群众文化品牌构建被视为城市与国家发展蓝图中的重要一环，对提升民众文化生活质量起着关键的作用。在这个过程中，政府的积极作用不可小觑，它应当成为推动群众文化品牌建设的强大后盾。为了有效促进这一领域的发展，国家及地方政府应当制定并实施一系列针对性政策，为群众文化品牌的孕育提供肥沃土壤。这包括但不限于政策指导、人才孵化以及资金补助等多维度支持，旨在为文化品牌建设指明方向，同时丰富其内涵，通过策划举办具有地方文化特色的传播活动，鼓励社会各界的广泛参与，共同就群众文化品牌建设的繁荣图景。在此基础上，政府应加大宣传力度，提高公众对文化品牌建设重要性的认识，让社会各界深刻理解其深远意义。此外，还需不断完善现有的文化管理机制，确保其科学性与合理性，使之深深扎根于民众的实际需求之中^[8]。管理部门应深入群众，精准把握民众的文化偏好，据此设计活动，以提升民众的参与热情和满意度。同时，建立健全资金使用的预算制度与监督机制，确保透明度与效率，每一分投入都能发挥其最大效用，为群众文化品牌建设的稳健前行提供坚实的财务保障。

（四）灵活开展群众文化品牌建设

构建积极向上、健康有益且深受大众喜爱的群众文化品牌，需从民众的兴趣与爱好入手，这不仅是确保文化品牌建设顺畅推进的基石，也是满足公众文化渴求、提升民众文化修养的有效途径^[9]。在此基础上，文化部门人员需对收集到的素材进行创意加工与整合，巧妙融入时代特色与地方风情，设计出既契合群众口味又能引领文化风尚的活动品牌，确保它们既健康向上，又广受欢迎，精准对接不同年龄段、不同兴趣群体的文化需求。举例来

说，调研中常发现，不同年龄层的民众对文化的偏好存在差异，如中老年人群对京剧、秦腔等传统戏曲抱有深厚情感，他们常常自发组织小型聚会，在公园等公共空间进行晨练或晚间演唱^[10]。文化工作者便可顺势而为，策划以弘扬传统曲艺为核心的文化品牌，既为老年群体搭建展示与交流的舞台，又在传承与创新中激发文化生活的勃勃生机。

（五）完善群众文化品牌建设的奖励机制

要塑造一个充满活力的群体文化活动品牌，营造开放包容且竞争公平的环境至关重要，同时，强化社会文化品牌建设的系统性与完整性也不可或缺。为此，构建和完善一套激励机制，对于激发群体文化活动参与者的积极性，推动文化繁荣发展起到了核心作用。这涉及一系列规章制度的制定，如《群体文化品牌建设管理规范》《项目实施指南》及《成效评估准则》，这些文件为文化品牌建设的实践提供了具体指导和评价基准，确保了行动有据可依，赏罚分明。此外，定期举行评优活动，表彰先进，树立典型，以此激发更多员工的进取心和模仿意愿；而对于消极怠工、

滥用职权的行为，则采取严厉措施，必要时公开通报，形成警示效应，确保所有参与者都能从中获得教训，明白积极贡献与不良行为的明确界限。通过这种刚柔并济的管理策略，群体文化品牌建设将与时代发展同频共振，显著提升品牌知名度与口碑，拓宽品牌辐射范围，深度彰显品牌价值观，为文化事业的繁荣贡献力量。

四、结语

强化群众文化品牌建设不仅是提升大众文化底蕴、升华思想道德境界与综合能力的桥梁，也是推动社会文化繁荣进步的强劲动力。然而，当前群众文化品牌构建过程中遭遇的多重挑战，限制了其效能的充分发挥，成果未达预期。这一现状，相关部门及从业者亟需深入剖析存在的症结，展开深刻反思，并积极探索行之有效的应对策略，以此持续优化群众文化品牌建设的实践路径，增强其实际成效，加速这一领域的发展步伐。

参考文献

[1] 杨献威. 基于公共文化服务背景的群众文化活动品牌创建 [J]. 科教导刊 (电子版), 2019, 000(002):262-263.
[2] 徐笑妍. 创新群众文化服务, 打造群众文化品牌 [J]. 大众文艺, 2019, (16).
[3] 王奇杰. 试论新时期群众文化活动品牌打造 [J]. 四川戏剧, 2019, 221(01):179-181.
[4] 张艳娜. 创新群众文化管理体系整合群众文化资源 [J]. 现代企业教育, 2013, 14 (02): 25-26.
[5] 袁恒梅. 浅谈如何加强基层群众文化建设 [J]. 群文天地, 2011 (14).
[6] 汪红敏. 共建和谐文化勇走创新之路——浅谈如何做好群众文化建设 [J]. 大众文艺. 2011, 32 (04): 149-150.
[7] 陈志文. 浅谈新形势下群众文化的建设与发展 [J]. 改革与开放, 2011, (20):138.
[8] 徐美辉. 公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设 [J]. 文艺生活 (艺术中国).2014.12(7).
[9] 马显荣. 如何为群众文化活动创建品牌 [J]. 大众文艺, 2014 (24).
[10] 曾晖. 浅析公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设 [J]. 文艺生活·文艺理论, 2019, 000(009):178-179.