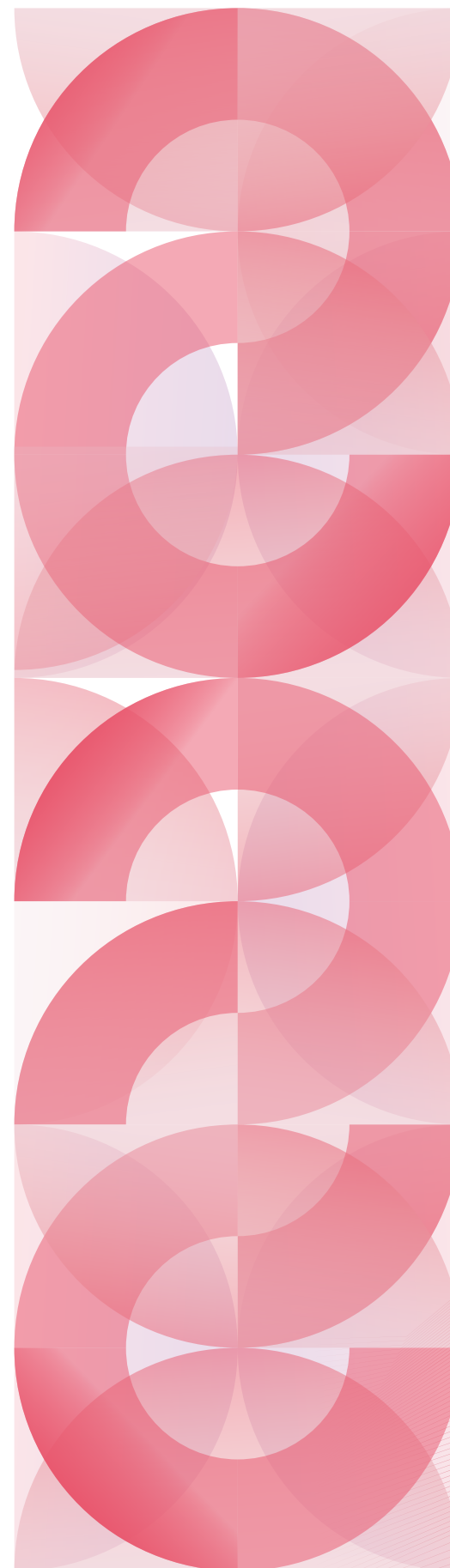


2020  
东莞市  
文化馆  
工作年报

# 绽放最美 文化馆之花

DONGGUAN  
CULTURE CENTER  
ANNUAL REPORT



绽放最美文化馆之花

2020  
工作  
年报



东莞市万江街道鸿福西路6号市民艺术中心  
No.6 Civic Art Center, Hong Fu West Road, Wanjiang District, Dongguan City, Guangdong Province  
[www.dgswhg.com](http://www.dgswhg.com)



2020  
东莞市  
文化馆  
工作年报

绽放最美  
文化馆之花

DONGGUAN  
CULTURE CENTER  
ANNUAL REPORT

## 编委会

主任：黄晓丽

副主任：崔臻和 刘影 何超群

委员：周柏 孙晋南 张卫红 龚利曦 梁宝华 莫家鑫

主编：黄晓丽

副主编：何超群

执行主编：梁宝华 龚利曦

执行副主编：许镇伟 魏璟君 黄孟良

编辑：陈翔 张见玲 彭蔼莹

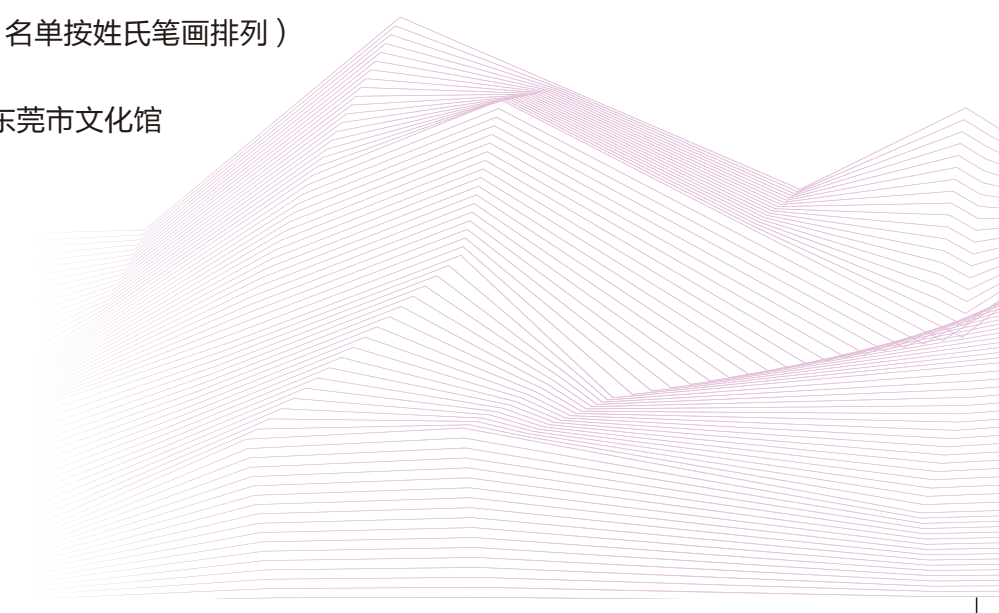
撰稿：厉玉珍 叶嘉敏 田佳倩 岑东莲 利民 何超群

汪慧敏 张见玲 张奕诗 陈翔 林小瑜 林欣

周丕垚 黄凤琼 黄孟良 彭蔼莹 谢冰莹 魏璟君

(名单按姓氏笔画排列)

编制：东莞市文化馆



## 危机中抢先机，变局中创新局

回眸2020，令人感慨万千。

这一年，面对新冠疫情，文化馆人主动作为，先后四批共60多人次走上抗疫一线，用行动呼应召唤，用热血展示担当；一大批抗疫作品，以不同的形式，凝聚力量，抚慰人心，线上线下，回荡着文化馆人青春的旋律，挥洒着文化馆人生命的激情。

这一年，我们深化公共文化服务供给侧改革。举办东莞“云上文采会”，深度参与“2020全国公共文化和旅游产品云上采购大会”，承办首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动，“云上文采会”东莞模式渐趋成形，得到各级领导、专家和市民点赞。

这一年，我们推进文化馆总分馆制全覆盖。全市各镇街（园区）完成分馆、支馆建设，东莞公共文化服务阵地焕然一新，公共文化服务新格局基本建立；公共文化数字服务顺势而为，突破服务时间和空间的局限，成为文化馆公共文化服务的崭新形式，连通每一个市民智能手机端，为市民提供更加便捷、更加丰富、更加新颖的公共文化服务内容。

这一年，我们加强非物质文化遗产保护工作，制度设计有了新突破，《东莞市非物质文化遗产保护与管理暂行办法》经市政府批准将正式颁布；非物质文化遗产保护体系建设有新成就，“莫家拳”“茶园游会”进入国家第五批非遗项目公示名单；非遗保护品牌活动有新成果，“非遗进校园”有3个项目进入广东省“非遗进校园精品案例”和“优秀案例”，非遗文创项目“东莞千角灯金属立体拼图”进入广东省2020年度“十佳非遗新造物”，东莞非

遗墟市城际联盟升格为“粤港澳非遗墟市城际联盟”，东莞非遗保护工作进入新时代。

这一年，我们文明创建工作硕果累累。“爱心文化馆”项目荣获团中国青年志愿服务项目金奖，同时还获得国家文旅部志愿服务项目线上大赛二等奖；龚冠夫、黄孟良获得“东莞好人”称号；东莞市文化馆登上“广东省文明单位”的榜单，文明创建工作再上新台阶。

这一年，我们全民艺术普及和文艺创作再谱新篇。线下加强惠民活动配送，线上主动优化调整，建立了全国首家媒体文化馆，实现了线下一个文化馆、线下一个文化馆；“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”拉开了全市文旅融合活动的大序幕，百万人云游东莞景点，感受城市丰富文化底蕴。打造原创作品《花开小康路》《幸福小区之一梯两户》，献礼全面小康；组织参加省群众音乐舞蹈花会评选等重大群文赛事，成绩名列全省前茅。

2020年，这个极不平凡的一年，我们于危机中抢先机，于变局中创新局，走出了文化馆人的新精彩，新格局，新境界，在“品质文化之都”的建设中，做出了我们文化馆人新的贡献。

编者 |

# 目录

## 二〇二〇年工作年报

### 东莞市文化馆2020年工作总体情况

文艺助力抗疫，用行动践行初心使命	
奔赴前线助力抗疫	02
勇于担当文艺战“疫”	02
严格落实常态化防疫措施	02
开拓线上阵地，提升公共文化服务传播力	
建立了全国首家媒体文化馆	03
构建“文化莞家”线上传播矩阵	03
基本实现文化馆总分馆制全覆盖	04
引入新兴业态，增强文旅体融合发展源动力	
成功举办首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动	04
开启东莞非遗的“数字化传播元年”	05
实施“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”	05
成立东莞市公共文化服务社会组织孵化中心	05
做好常态服务，有序推进文化艺术普及和非遗保护	
有序开展2020全民艺术普及行动计划	05
云上推进2020年度群文创作赛事	06
深化打造文化活动品牌	06
持续推动非遗创新传承	07
强化党建引领和理论研究，推动文化馆高质量发展	
以学习为重点加强党支部建设	07
以文明创建为抓手完善内部管理	07
以理论研究引领文化馆高质量发展方向	08
<b>东莞市文化馆总分馆制建设总体情况</b>	
建设基本情况	09

建设成效	10
分馆数字资源建设情况一览表	12

### 媒体报道情况

社会媒体报道情况	13
自媒体建设和运营情况	17

### 社会荣誉

	20
--	----

## 工作案例

### 新思路 新作为

不忘初心、牢记使命，争当公共文化服务先锋	24
云上“文采会”为文化和旅游公共服务赋能	34
南方+东莞云上文化馆：政媒合作，打造首家媒体文化馆	45
赞美崇高、温暖人心，东莞原创抗疫歌曲震撼展演	51
巧借抖音流量东风，打造疫情时期文艺活动新模式	54
持续打造爱心文化馆，保障弱势群体的文化权益	57

### 新提升 新征程

以文促旅、以旅彰文，展城市文化底蕴	62
非遗墟市的线下升级与线上开拓	66
“非遗小姐姐”IP的打造与运营	69
线上艺术培训，走向“指尖上的文化馆”	72
圆梦行动吹响东莞青年艺术人才“集结号”	76
持续用力，办好2020市镇共建项目	83
“中国美味”全国摄影展：美味里的中国	86

## 东莞市文化馆2020年工作总体情况

一场突如其来的疫情，打乱了全国人民的节奏，但东莞市文化馆服务市民的步伐没有停下。2020年，东莞市文化馆紧紧围绕全国抗击新冠肺炎疫情的新形势新要求，及时对全年工作进行重新规划，统筹抓好疫情防控常态化和文化惠民育民工作，重点向智慧文化馆建设、文旅服务融合、抗疫战“疫”三大方面倾斜，致力推动文化馆全面快速发展。成功举办了首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动，荣获了“广东省文明单位”，“爱心文化馆”项目获得了2020年全国文化和旅游志愿服务项目线上二等奖、第五届中国青年志愿服务项目大赛全国赛金奖，“南方+东莞云上文化馆”入选全省“粤治——治理现代化”2019-2020年度优秀案例，斩获“粤治（大数据与公共服务类）”大奖等。

### 一、文艺助力抗疫，用行动践行初心使命

一是奔赴前线助力抗疫。在市委组织部号召和市文化广电旅游体育局的组织下，市文化馆以自愿报名的方式，形成了一支以党员干部为主力的队伍，先后4批次合计68人次主动报名参与抗疫，7名干部职工在抗疫一线提交入党申请书，并发展成为入党积极分子。此外，得知前线物资短缺的情况，积极联系，主动提供3000件雨衣和50件工作马甲给相关部门，助力联合防疫工作顺利开展。

二是勇于担当文艺战“疫”。疫情期间，东莞市文化馆开辟东莞抗疫群文战线，通过文艺战“疫”主题创作推广活动，组织创作和征集文艺作品2400多件，涵盖MV、微电影、曲艺等门类艺术，作品以线上传播方式不断刷爆市民“朋友圈”，起到鼓舞人心、提振精神的重要作用。多个作品被中国之声频道、学习强国、南方+等媒体平台采用并广泛传播，在更广范围上助力抗疫。此外，举办系列抗疫主题文艺活动：策划全城亮屏，举办“致敬最美的你——东莞抗疫影像特展”，为抗疫英雄讴歌；牵头珠三角文化馆联盟单位举办“延续·爱——珠三角城市文化馆联盟2020抗疫主题美术书法摄影音乐作品联展”；举办2020年东莞市社会主义核心价值观主题文艺作品征集（抗疫原创歌曲专题）活动，并组织对优秀原创作品进行展演等，主动作为、创新作为，为全力推进“双统筹”，奋力夺取“双胜利”不断贡献力量。

三是严格落实常态化抗疫措施。根据上级统一部署，今年市文化馆于3月18日开馆，全力统筹做好了疫情防控常态化和文化馆服务开展，先后制定了《东莞市文化馆关于做好新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作预案》《东莞市文化馆关于复工复产的工作指引》《2020东莞市全民艺术普及行动计划疫情防控工作方案》等，成立疫情防控工作领导小组，系统梳理疫情防控工作流程、制定疫情防控工作措施、细化工作任务，将防控责任分解到具体项目执行部门、落实到个人，推动常态化抗疫措施落到实处。加强与物业公司的沟通协调，做好场馆消杀、卫生和安全保障，强化场馆安全排查和修缮，全力做好疫情防控和辖区公共服务保障工作。

## 二、开拓线上阵地，提升公共文化服务传播力

一是建立了全国首家媒体文化馆。4月份，东莞市文化馆联合“南方+”平台，在拥有6500万用户的“南方+”新闻客户端上，创新开通“东莞云上文化馆”频道，打造全国首家政媒合作的“南方+东莞云上文化馆”。推出了文化四季、走近艺术、艺咖来了、圆梦东莞、云赏非遗、艺起看展、莞家开讲、文采暖企、莞艺之声、文化年历等十个栏目，对我馆线下文化活动品牌进行整合和升级包装，用互联网思维和科技手段，对文化产品服务进行议程设置、话题策划、亮点包装、专业制作的全环节再造，形成了线上线下互动结合的智慧化服务新模式。12月，“南方+东莞云上文化馆”被评为“粤治—治理现代化”2019—2020年广东优秀案例。截至12月31日，“南方+东莞云上文化馆”已开展直播、投票、活动报道等172场次，浏览量超过206万。

二是构建“文化莞家”线上传播矩阵。初步构建了以“文化莞家”数字平台为基础、微信公众号为主打，逐步辐射抖音号、视频号等多元平台的线上传播矩阵。4月份以来，“文化莞家”微信公众号在南方号·东莞矩阵影响力榜单中持续稳居前列，并多次跃升第二。截至12月31日，“文化莞家”线上一站式服务平台页面累计浏览量（PV）160.8万次，累计访客数（UV）26.2万人；开展在线直播272场，在线观看人次达530.9万人次。“文化莞家”微信号阅读人数超过113万人，阅读次数超过165万次，粉丝数超过43.4万人，推送传播力超过全国96.8%的运营者。强化“文化莞家”抖音号日常运营，通过对东莞云上文采会和东莞云上文化馆的宣传推广，抖音号影响力进一步提升，目前粉丝数达10.2万人，发表视频224条，浏览量2495万次。11月3日正式开通了

“文化莞家”视频号发布视频26条，累计浏览量超5万次。

三是基本实现文化馆总分馆制全覆盖。完成了东莞市文化馆第三批分馆的建设验收工作，并开展了第四批9个分馆的建设。在文化馆总馆建设了总分馆数据展示墙，以大数据倒逼分馆常态化服务开展。多次组织中层干部及业务骨干到分馆调研，加强对已建成分馆的日常工作督导、推动在建分馆加快建设进程。目前，全市建成市文化馆总馆1个，建成镇街（园区）文化馆分馆34个、村（社区）文化馆支馆521个，建立起市镇村三级联动，总、分、支馆一体化的公共文化服务网络体系，基本实现文化馆总分馆制全覆盖。

## 三、引入新兴业态，增强文旅体融合发展源动力

一是成功举办了首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动。由于疫情原因，2020年全国文采会调整为线上举办，东莞市文化馆积极配合省文化和旅游厅，做好了2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会“广东专区暨粤港澳大湾区文采会”的相关工作。12月6—7日，首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动在东莞举办。活动由文化和旅游部全国公共文化发展中心、广东省文化和旅游厅指导，中国文化馆协会、东莞市人民政府主办，东莞市文化广电旅游体育局承办，东莞市文化馆、沙田分馆执行。活动以“展望十四五 共享文化新时代”为主题，全面总结公共文化和旅游产品采购大会经验成果，并举办“面向十四五：文化馆行业的创新发展”研讨交流，推动“十四五”时期文化馆行业高质量发展。来自全国公共文化领域有关负责同志、业界专家学者、各级文化馆代表、企业代表近200人参加了此次活动。展示活动期间，还同步举办了2020年文化馆日系列活动，提供四大板块50多项活动1000多个文化体验名额，与市民共享盛宴。期间，文化和旅游部党组成员、副部长张旭莅临东莞调研，实地考察了东莞市文化馆和东莞市文化馆沙田分馆。张旭副部长对东莞文采会工作成效给予充分肯定，并指出，东莞通过举办“文采会”，推动企业等社会力量全产业链参与文化服务供给，促进了区域公共文化资源优化配置。

此外，4月份，东莞市文化馆还承办了东莞市文旅和体育产品云上采购会，搭建文采会线上平台和线下直播间，截至12月31日，共吸引了480家参展商进驻线上平台，上架2312个涵盖文化、旅游、体育领域的产品和服务，360个采购主体参与其中，抖音话题最新点击流

量为830万次，达成意向交易额611万元。

二是开启东莞非遗的“数字化传播元年”。创新线上非遗墟市，推出了“非遗墟市”小程序，汇聚全省近200个非遗精品，开辟了非遗美食、非遗手工艺、演艺和研学、非遗文创等专区，推出丰富多样的非遗“云产品”和“云服务”，一跃成为省内非遗产品最丰富、最集中、最具地标性的网络集散地。打造了互联网时代非遗工作新IP——“非遗小姐姐”。通过抖音短视频和直播的方式，为东莞非遗产品代言“带货”。截至12月31日，“非遗小姐姐”已发布4个系列合计57条短视频，开展了“东莞文采会”“乐购东莞”“东莞龙舟月启动”“东莞非遗购物节”等6场线上直播，点击总量超过100万；与“南方+”推出“云赏非遗”非遗课堂9期，总播放量近10万人次。

三是实施“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”。在市文化广电旅游体育局的统筹部署下，把原来的文化活动品牌“东莞文化四季”和旅游服务品牌“畅游东莞·四季如歌”进行整合，以文化为内涵、以旅游为外化的方式，利用线上线下结合的形式，包装推广东莞文化旅游资源，挖掘展现城市文化底蕴，在5月至12月举办了东莞镇街文旅季、手机摄影大赛、线路设计大赛、镇街创意手信征集活动、网红景点评选活动、旅游体验活动等六大项目。其中，重点推出12个融合镇街特色的文旅活动季。截至12月31日，“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”已参与策划举办活动共有460场活动，其中线上活动有78场，线下活动有382场。

四是成立东莞市公共文化服务社会组织孵化中心。为进一步推动文化馆公共文化服务社会化发展，积极孵化文化类社会合格主体，解决社会力量在参与公共文化服务过程中，质量水平不高、参与渠道不广、供需对接不畅等问题，东莞市文化馆在2020年下半年成立了东莞市公共文化服务社会组织孵化中心，吸纳优秀的社会组织入驻，对他们进行培育和孵化。孵化期内，为入驻组织提供场地、培训、交流、实践和推广等五大服务，促进社会组织掌握现代公共文化服务的标准和要求，并开展公共文化服务实践。目前入驻的企业已经有37家。

#### 四、做好常态服务，有序推进文化艺术普及和非遗保护

一是有序开展2020全民艺术普及行动计划。统筹做好疫情防控常态化和艺术普及，开展2020年东莞市全民艺术普及行动计划，全年推出“学、演、展、诵”四大板块

1600多场次的活动。2020年全民艺术普及行动计划根据实际情况进一步优化调整：一方面，强化线上供给，如“东莞市民大舞台”“东莞城市艺术time”“一见你就笑”“城市交响”“小诗人沙龙”等多项活动，均增加了线上展演的场次。其中，“东莞市民大舞台”通过“线上海选+线下展演”相结合的方式举办，线上发起抖音才艺PK赛，邀请广大市民积极参与，在海选中脱颖而出的节目，有机会参与“东莞市民大舞台”线下的展演。另一方面，强化点单配送，依托日趋完善的东莞市文化馆总分馆体系，组织“2020年艺术普及进百村”等超过1200场的活动免费配送到基层镇街或村（社区），让市民在家门口就能享受到优质的文化服务。截至12月31日，全民艺术普及行动计划举办“走进艺术”线下培训班27个，提供学位436个，推出线上慕课38门；已完成惠民培训744场次；举办文化惠民演出460场，其中镇街自主演出99场。

二是云上推进2020年度群文创作赛事。加强群众文艺精品创作推广，打造《花开小康路》《幸福小区之一梯两户》《请帮我换一个妈妈》等群众文艺精品，献礼全面小康。市文化馆原创作品《雁儿飞飞》参加广东省第十四届艺术节展演。按计划推进2020年度群文赛事，完成了东莞市群众文化论文征集评选工作，并通过腾讯会议组织了论文点评会；举办了东莞市第三届群众音乐舞蹈花会，通过录制作品视频、线上展播、评委观看视频的方式进行，评选出金奖作品15件，银奖作品23件，铜奖作品38件以及单项奖54件；积极组织参与省级赛事，根据市群众音乐舞蹈花会的评选结果，推荐了13件作品代表东莞参加省群众音乐舞蹈花会评选，并获得3金4银2铜的优异成绩；开展东莞市第四届童谣创作大赛。根据省文旅厅公布的2019年度全省群众文艺作品评选结果，东莞17件作品获奖，排名全省第三。

三是深化打造文化活动品牌。开展好2020年“时令东莞”东莞文化年历项目，借助“南方+东莞云上文化馆”平台，以线上策划为重心，深入打造“东莞文化年历”品牌，并围绕“二十四节气”，创新推出“健康云课堂”。全年完成24个节气的宣传，并结合传统节日开展了“中国农民丰收节”等7场线下活动。深化青年艺术家圆梦行动，联合“南方+东莞云上文化馆”线上线下同步推进，为每位青年艺术家制作数字化、媒体化的成长档案，2020年合计举办个人演出11场、个人展览6场，发表人物专访15期，现场直播共6场，点击量近14万次。持续打造“爱心文化馆”品牌，保障特殊群体享受公共文化服务权益，用艺术的力量疗愈特殊群体的心灵。2020年，“爱心文化馆”项目



获得了2020年全国文化和旅游志愿服务项目线上二等奖，被文旅部推荐参加第五届中国青年志愿服务项目大赛全国赛，并获得金奖。

**四是持续推动非遗创新传承。**完善非遗保护传承体系。莫家拳、茶园游会入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，我市国家级非物质文化遗产代表性项目达到10个，杜带娣等5人成功列入省级非遗代表性传承人。开展了第二批市级非遗工作站、第三批非遗传承基地、第五批市级非遗项目代表性传承人申报评审工作。做好非遗活态传承。开展好“非遗墟市”常态化活动，并成立粤港澳非遗墟市城际联盟，联动全省21个地级以上城市和港澳地区，打造粤港澳三地文化交流和文化融合的崭新平台；开展好“非遗进校园”活动，全年安排33场次非遗进校园活动走进全市33镇街校园，并推动“非遗进校园”升级为“非遗在校园”，与学校签订合作协议，推动非遗在校园常态化；打造传统文化名片，精心策划系列特色非遗品牌活动，包括东莞龙舟月、“东莞香典”莞香采香日、东莞第四届腊味节等；推进非遗文创研发，与莞城文化服务中心联合授权拼酷品牌方，研发了东莞千角灯3D立体拼图的文创作品，并正式举办了千角灯文创作品发布会。

## 五、强化党建引领和理论研究，推动文化馆高质量发展

**一是以学习为重点加强党支部建设。**开展2020年市直党支部规范化建设达标创优工作，创建示范党支部。积极参加第八届省市直机关服务大湾区建设“先锋杯”工作创新大赛。落实“三会一课”制度，不断丰富主题党日活动内容和形式，结合疫情防控工作，举办《全力奔跑，我们都在第一线》主题党课，创新举办访谈式主题党课《理想信念与职业道德》，让党课学习入脑入心；组织全体党员参观了党建主题公园、东江纵队纪念馆、东莞市抗击新冠肺炎疫情纪实展等。7月荣获“东莞市直机关青年党员领读计划暨微党课大赛十佳创新奖”；开展市文化馆党支部青年读书会活动，每月开展一次领读活动，每月组织一次集体微党课活动，现场分享读书心得体会，并拍摄视频，目前已录制《青春之歌》等5期微党课视频，并通过“南方+”“文化莞家”等宣传平台推送。按期完成党支部换届选举。

**二是以文明创建为抓手完善内部管理。**全面梳理东莞市文化馆规章制度，修改完善了《东莞市文化馆制度汇编》并印发到各部门，为各项工作提供规范化指引，进一

步提升工作效能。加强文化馆内部控制，配合市财政局、市文广旅体局等上级部门，做好绩效考核和相关检查，以检查为契机，进一步查漏补缺，推动党风政风廉政建设。积极配合市文化广电旅游体育局做好东莞市创建全国文明城市五连冠迎检准备，启动东莞市文化馆创建广东省文明单位工作申报创建，获得“广东省文明单位”称号。做好了第五次全国文化馆评估定级迎评工作，顺利完成了资料上报和实地检查，得到了广东省文化和旅游厅评估工作组的高度认可。选派叶美英同志到新疆生产建设兵团第三师图木舒克市担任文化馆副馆长，助力文化援疆。

**三是以理论研究引领文化馆高质量发展方向。**承接了文化和旅游部公共服务司课题《文化和旅游公共服务产品采购机制研究》和广东省文化和旅游厅课题《广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究》。开展了“东莞乡村文化振兴在路上”专题调研及系列微信报道，聚焦基层公共文化服务体系建设、乡村文化设施、传统文化创新发展等10个关键热点，深入调研、问策专家，为乡村文化振兴建言献策。文化和旅游部政策法规司内刊《研究动态》和《工作交流》（2020年第3期）刊发了《完善文化馆总分馆制激发基层文化活力》及《东莞市活用基层综合性文化服务中心引领乡村文化生活的实践和思考》，在全国范围内介绍和推广我市公共文化服务的经验。开展了“十四五”时期东莞市文化馆事业发展规划基层调研，深入了解“十三五”时期基层公共文化服务的基本情况、存在问题和未来工作规划等，为制定东莞市文化馆事业发展“十四五”规划奠定基础。

## 东莞市文化馆总分馆制建设总体情况

2020年，东莞市文化馆积极落实《东莞市文化馆总分馆制建设实施方案》，大力推进谢岗镇等九个镇街开展第四批分馆建设。东莞市文化馆积极沟通协调，指导第四批分馆做好前期建设规划和筹建工作。通过市一级财政直接给予镇街资金补助政策，直接撬动了镇街一级的投入，2020年市财政对第四批分馆下拨补助经费197.5万元，带动镇街投入资金达5977.45万元。

### 一、建设基本情况

#### （一）大力推进第四批镇街分馆建设

2020年以来，东莞市文化馆大力推进文化馆总分馆制建设，推动谢岗镇、石排镇、洪梅镇、万江街道、厚街镇、黄江镇、高埗镇、沙田镇、望牛墩镇开展第四批镇街分馆建设，指导落实分馆建设工作，促进基层文化设施提档升级。大力推进文化支馆建设，建立市镇村三级联动、总、分、支馆一体化的公共文化服务网络体系。配合“基层文化百村示范工程”等重点项目，做好总分馆文化资源配送，着力提升基层文化服务水平，促进基层公共文化服务品质提升。

#### （二）完善文化馆总分馆服务体系建设

4月份，市文化广电旅游体育局印发了由东莞市文化馆起草的《关于进一步完善东莞市文化馆总分馆制建设的意见》（东文广旅体通〔2020〕57号）的通知，鼓励各镇街（园区）发挥分馆“二级总馆”作用，依托村（社区）综合文化服务中心等阵地，大力推进文化支馆建设，建立市镇村三级联动，总、分、支馆一体化的公共文化服务网络。截至12月31日，全市已经建成521个村（社区）文化支馆，其中茶山、莞城、石碣、道滘等20个镇街率先实现支馆全覆盖。配合“全民艺术普及行动计划”“基层文化百村示范工程”等重点项目，形成总分支馆文化资源配送体系，强化对分馆、支馆的资源配送，分馆也建立面向支馆的配送体系，实现公共文化资源配送直达基层群众，打通公共文化服务“最后一公里”。加强总馆配送项目的资金使用监管和绩效考评机制工作，召开了文化馆总分馆馆长联席会议，落实全民艺术普及行动计划配送情况。推进共享文化馆的建设，增加了东莞银行股份有限公司等17个共享文化馆，与企业、小区、学校、机

关等共建共享，实现文化资源向社会各行各业下沉，逐步形成互联、互通、共享的繁荣局面。

### （三）探索智慧文化馆建设

一是做强“文化莞家”微信号、抖音号。2020年以来，“文化莞家”微信公众号在南方号·东莞矩阵影响力榜单中持续稳居前列。“文化莞家”官方抖音号粉丝量增长至10.2万，累计发布视频224个，浏览量达2495万次；2020年“文化莞家”微信号阅读人数超过113万人，阅读次数超过165万次，粉丝数超过43.4万人。

二是推进建设“南方+东莞云上文化馆”。4月份，东莞市文化馆联合“南方+”，在拥有6500万用户的“南方+”新闻客户端上，创新开通“东莞云上文化馆”频道，推出文化馆2020年十大品牌项目线上服务，包括文化四季、走进艺术、圆梦东莞、云赏非遗、艺起看展、莞艺之声等。通过这一信息平台，市民只需要运用手机、电脑终端，就可以一站式了解全市各类文化活动信息，预约文化活动，享受文化服务，并进行评价和意见反馈，打通公共文化服务的“最后一公里”。截至12月31日，“南方+东莞云上文化馆”已开展直播、投票、活动报道等172场次，浏览量达206万。

三是深化总分馆数字化建设。继续完善数字文化馆建设，做好数字文化馆的落地服务推广，加强指导和督促各分馆强化“互联网+”思维，利用“文化莞家”平台，做好基层公共数字文化服务，形成线上线下互动结合的服务新模式。通过安排专人跟进指导，推动各分馆通过“文化莞家”平台和微信公众号，提前做好活动信息的线上预告、门票预订和培训在线报名、签到等，做好展览资源和活动视频的收集整理和上线展示。利用大数据统计功能，做好“文化莞家”平台总分馆服务情况的数据统计和展示，做好线上交互数据和场馆到馆人次统计等数据的汇总。定期对平台运行数据进行统计分析，并逐月通报，形成有效监督，倒逼提升基层服务水平。

## 二、建设成效

### （一）东莞市文化馆总分馆体系更健全

第四批镇街分馆建设后，全市文化馆分馆达到34个，总分馆覆盖率已达100%，村（社区）支馆、基层服务网点及共享文化馆总数从原来的35个增加到527个，文化馆总分馆服务覆盖面大幅提升。第四批镇街分馆开展建设后，大大推动了九个镇街文化场馆

硬件设施的提档升级，完善了镇街分馆的服务软件管理。基层群众参与文化活动的场馆更多、更好，可以参与的文化活动大幅增多，参与方式更加便捷。

### （二）群众享受公共文化服务更便捷

2020年以来，以市镇村三级联动、总、分、支馆一体化的公共文化服务网络为基础，采取“菜单式”服务方式，做好“基层文化百村示范工程”文化馆资源配送工作，让更多的基层群众在家门口就可以享受到优质的文化服务。截至12月31日，镇街自主演出完成99场，市内业余团队演出完成103场，外市团队演出完成35场，“美育进百村”活动完成190场，圆梦行动完成演出11场，展览6场；“一见你就笑”开展7期，小诗人沙龙开展14期，近剧离梦工厂演出开展6场；“文化年历”开展线上活动24期，线下活动7期。正式推出与“南方+”合作完成的线上培训课程，其中，走进艺术开展27个线下公益文艺培训班，38门线上慕课。开展惠民培训（镇街教学点）744场，艺术培训进百村200场，有效提升了群众参与公共文化服务的幸福感和获得感，切实打通公共文化服务最后一公里。

### （三）公共文化服务效能明显提升

东莞市文化馆着力做好全市公共数字文化服务，利用数字文化馆“文化莞家”平台做好线上服务，创新服务方式，提升全市文化馆总分馆服务效能。截至12月31日，平台页面累计浏览量（PV）160.8万次，累计访客数（UV）26.2万人，共在线发布活动1313个，其中可在线预订的活动385个，在线发布票数超过3.45万张，群众订票超过2.35万张；共发布培训593个，提供在线报名学位1.35万个，群众在线签到3.14万人次；开展在线直播272场，在线观看人次达530.9万人次。通过高效的数字化运作，有效地打破时间、空间、行政体制的阻隔，实现了“零门槛”“零距离”“全开放”的公共文化服务，倒逼公共文化服务效能的显著提升。

东莞市文化馆分馆数字资源建设情况一览表



## 附录

### 媒体报道情况

2020年，东莞市文化馆围绕全年重点任务，落实全民艺术普及和中华优秀传统文化传承弘扬使命，有序开展各项工作，并取得了良好的社会效果，引起了社会的广泛关注。各大媒体也对东莞市文化馆各项工作争相报道，特别是系列重点活动，例如首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动、“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”系列活动等，成为媒体关注的焦点。据统计，2020年全年国家、省、市各级媒体发布关于东莞市文化馆的报道约1467条。

#### 一、社会媒体报道情况

##### （一）媒体来源

国家级媒体：中国报道、中国网、央广网、人民网、新华网、学习强国、中国文化报、中国文明网、中新社、中华网等；

省级媒体：南方+、南方都市报、羊城晚报、广州日报、信息时报、新快报、南方网、腾讯大粤网、金羊网、奥一网、文汇报、大公报、紫荆报、香港商报、凤凰网广东综合、新浪广东等；

市级及其他媒体：东莞日报、东莞时报、东莞电视台、东莞阳光网、东莞时间网、东莞文明网、一时半刻、今日头条、流行东莞等。

##### （二）报道统计表

2020年各级媒体发布东莞市文化馆相关报道统计表

媒体级别	国家级媒体	省级媒体	市级媒体及其他	全年报道数量
报道数量 (条)	59	205	1203	1467

注：全年报道数量包含媒体、网站、微信推送等。

序号	日期	报道媒体	报道标题	媒体级别
1	1月11日	东莞日报	“与春天同行”2020东莞新年诗会圆满举行	市级
2	1月12日	中国报道	东莞举办“与春天同行”2020新年诗会	国家级
3	1月12日	中国文化报	与春天同行，2020东莞新年诗会举行	国家级
4	1月12日	南方+	视频 七代人诗人同台诵诗，这个春天东莞市民广场诗意浓浓	省级
5	1月12日	广州日报	东莞举行2020新年诗会，诗歌城市充满诗意	省级
6	1月16日	东莞时报	我要上“村”晚——2020年东莞市“百村迎春”文艺晚会暨茶山镇春节联欢晚会精彩上演	市级
7	1月17日	中国文化报	东莞市“百村迎春”文艺晚会举行，八百村民展现乡村文旅画卷	国家级
8	1月17日	中国报道	东莞2020年“百村迎春”文艺晚会精彩绽放	国家级
9	1月17日	中国网	“百村迎春”文艺晚会暨茶山镇春节联欢晚会完美落幕	国家级
10	1月17日	南方+	视频 “民”星荟萃，东莞这场“村”晚带来文艺大餐	省级
11	1月17日	东莞日报	茶山镇：村民上“村晚”，百村迎新春	市级
12	4月14日	南方+	暖企撑企！东莞云上文采会21日开幕，即日启动招展	省级
13	4月15日	中国文化报	东莞文采会暖企撑企，激活“云端”消费潜力	国家级
14	4月15日	南方都市报	东莞文旅体云上采购会17日报名截止	省级
15	4月14日	东莞日报	暖企在行动！东莞云上文采会招展进行中	市级
16	4月14日	紫荆报	暖企行动：东莞专门打造云上文采会 4月21日开幕	省级
17	4月14日	南方+	暖企撑企！东莞云上文采会21日开幕，即日启动招展	省级
18	4月15日	香港商报	暖企在行动 东莞文采会21日「雲」端启幕	省级
19	4月21日	南方都市报	1500种文旅体定制产品上架，东莞文采会线上开启	市级
20	4月21日	莞香花开	百人抖音直播带货！2020东莞文采会上新了	市级

序号	日期	报道媒体	报道标题	媒体级别
21	4月22日	东莞电视台	文采会线上启幕 直播间“带货”火热	市级
22	6月29日	中国文化报	2020年东莞市青年艺术家圆梦行动启动	国家级
23	6月30日	南方都市报	东莞市青年艺术家圆梦行动启动，今年将扶持举办17场活动	省级
24	7月1日	东莞电视台	2020年东莞市青年圆梦行动启动	市级
25	8月27日	中国文化报	东莞举办抗疫原创歌曲展演，用歌声致敬英雄	省级
26	8月27日	东莞日报	歌颂英雄！东莞市抗疫原创歌曲颁奖暨展演晚会举行	市级
27	8月27日	南方都市报	东莞300多名音乐人参与抗疫歌曲创作，优秀作品集中展演	省级
28	8月28日	央广网	广东风采闪耀2020云上文采会	国家级
29	8月28日	中华网	精彩1小时！广东风采闪耀2020云上文采会	国家级
30	8月29日	紫荆报	精彩1小时！廣東風采閃耀2020雲上文采會	省级
31	8月30日	新华社	广东风采亮相2020云上文采会	国家级
32	8月30日	中国文化报	“东莞城市艺术TIME”启动，12支业余文艺团体带来精彩演出	国家级
33	8月31日	南方+	12场演出轮番上演！2020东莞城市艺术TIME在文化馆启动	省级
34	8月31日	东莞阳光网	叹“下午茶”接“彩蛋”！东莞邀您尽享城市艺术time	市级
35	9月3日	中国报道	东莞市第三届群众音乐舞蹈花会评选结果揭晓	国家级
36	9月3日	东莞日报	东莞市第三届群众音乐舞蹈花会评选结果揭晓	市级
37	9月1日	中国文化报	“东莞杯”全国才艺PK赛正式启动	国家级
38	9月1日	中新社	“东莞杯”全国才艺PK赛启动，千万流量打造文化大IP！	国家级
39	9月1日	香港商报	「東莞杯」才藝PK大賽喊你線上斗藝	省级
40	9月1日	东莞日报	万元大奖等你拿！“东莞杯”全国才艺PK赛启动	市级

序号	日期	报道媒体	报道标题	媒体级别
41	9月4日	南方日报	第三届群众音乐舞蹈花会结果揭晓，13件作品将代表东莞进复赛	省级
42	9月4日	芒果TV	2020_全国抖音流量王才艺PK大赛启动	省级
43	9月19日	中新社	抓鱼担蔗！东莞2020“中国农民丰收节”其乐融融庆丰收	国家级
44	9月19日	中国网	东莞举办“农民丰收节”展示对口扶贫新成就	国家级
45	9月19日	中国报道	东莞2020“中国农民丰收节”暨对口帮扶地区农产品购物嘉年华盛大启幕	国家级
46	9月19日	中国文化报	庆丰收，迎小康，东莞庆祝第三个“中国农民丰收节”	国家级
47	9月19日	东莞日报	庆丰收 迎小康！东莞2020“中国农民丰收节”暨对口帮扶地区农产品购物嘉年华活动举行	市级
48	9月22日	羊城晚报	东莞茶山镇：稻田公园上演音乐会，古村里展示农耕文化	省级
49	10月25日	南方日报	2020深莞惠沙河文艺巡演东莞收官	省级
50	10月25日	东莞日报	深莞惠沙河流动大舞台文艺巡演在莞完美收官	市级
51	11月3日	中国报道	省群众艺术花会（音乐舞蹈）落幕！东莞获3金4银2铜！	国家级
52	11月3日	知东莞	省群众艺术花会（音乐舞蹈）落幕！东莞获3金4银2铜！	市级
53	12月4日	学习强国	【人文广东】东莞市文化馆“爱心文化馆”获全国金奖	国家级
54	12月7日	人民网	首届全国云上文采会交流展示活动在东莞举行	国家级
55	12月7日	新华网	首届全国云上文采会交流展示活动在东莞开幕	国家级
56	12月7日	央广网	首届全国云上文采会交流展示活动在东莞开幕	国家级
57	12月7日	广东电视台	首届全国云上文采会：数字化赋能公共文化服务	省级
58	12月20日	东莞阳光网	这台展演都是他们用业余时间筹备的！快看是否合格	市级
59	12月20日	东莞日报	毕业啦！“走进艺术”挥别又一批艺术追梦人	市级
60	12月20日	南方+	视频_我们毕业啦！东莞“走进艺术”挥别又一批追梦人	省级

注：以上为节选内容。

## 二、自媒体建设和运营情况

2020年是特殊的一年，新冠肺炎疫情肆虐，文化活动被迫按下暂停键，但文艺工作者并不因此暂停。振奋民族精神，凝聚奋进力量是文艺工作者的使命和责任。

上半年，文化莞家微信宣传重点为文艺战疫、云上文化馆、抗疫前线重大新闻、防疫注意事项等。

疫情期间，在东莞市文化广电旅游体育局号召下，东莞市文化馆全力动员文艺工作者积极行动，联动“艺起来——东莞文艺名家推广计划”入选艺术家一起，创作了一批有关抗击新冠肺炎疫情的文艺作品，并在“文化莞家”微信公众号精选推出文艺战“疫”系列近40篇推送，为抗击疫情一线的英雄们讴歌、加油、呐喊。其中歌曲MV《等你回家》、诗歌朗诵《逆行》、诗画朗诵《泪水，在飞》、快板《一碗热干面》等作品获得了较大反响，鼓舞着前线抗疫工作者，也抚慰着在后方抗疫的人们。

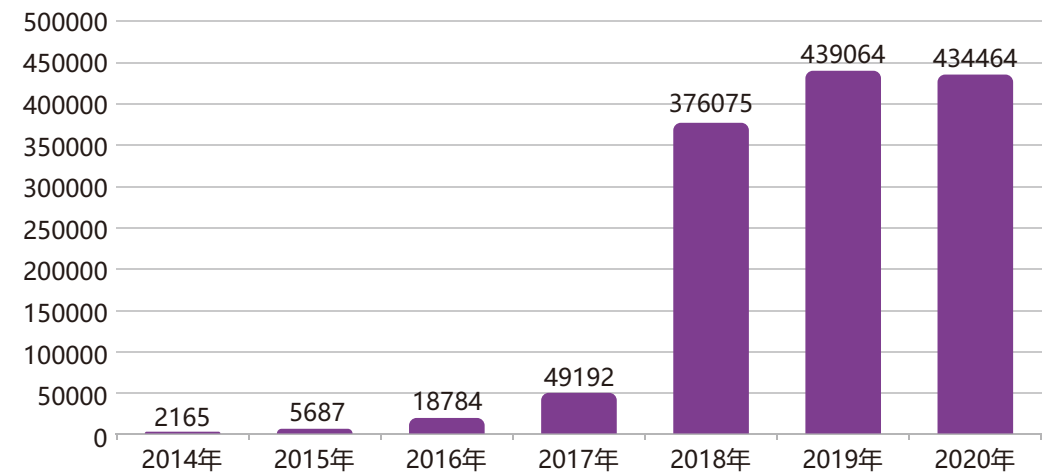
同时，为满足疫情期间市民“宅家抗疫”对公共文化服务的强烈需求，东莞市文化馆立足“文化莞家”平台、微信公众号，上线【云上文化馆】，共推出云·走进艺术云课堂、云·音乐会、云·展览、云·video、云·读诗、云·赏析、云·东莞非遗、云·爱心文化馆八大栏目，让市民足不出户即可进行艺术培训、听音乐会、欣赏文艺作品等活动。

扫描二维码可了解【文艺战疫】【云上文化馆】栏目详情：

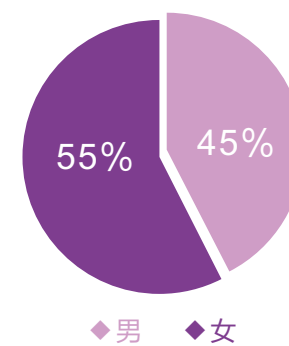


下半年，疫情防控进入常态化，此前暂停的文化活动逐步启动，“文化莞家”进入活动宣传高频期，同时结合东莞市文化馆数字文化馆的建设基础，与“南方+”客户端共建的全国首家媒体文化馆——“南方+东莞云上文化馆”同步开展宣传，共推出文化四季、非遗课堂、莞家开讲、圆梦东莞、莞邑之声、名家课堂等十大品牌活动，通过直播、展播的形式打通市民公共文化服务享受的“最后一公里”，让市民随时随地畅享文化大餐。

文化莞家公众号历年用户总数



粉丝属性（性别）

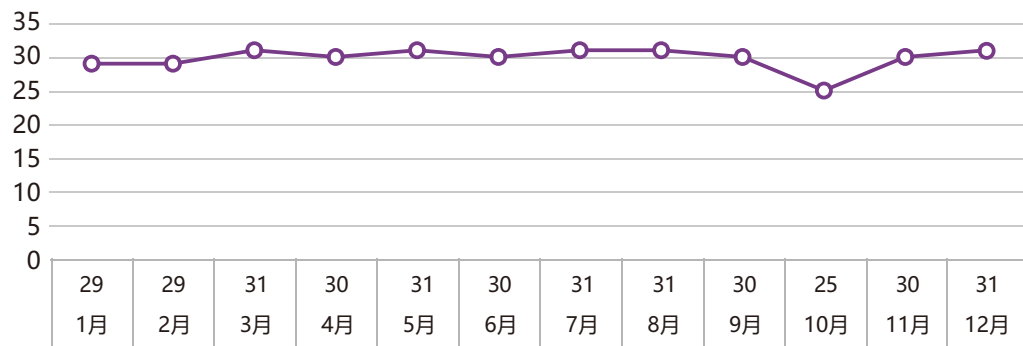


目前，文化莞家用户性别占比较平均。男性占45%，女性占55%。

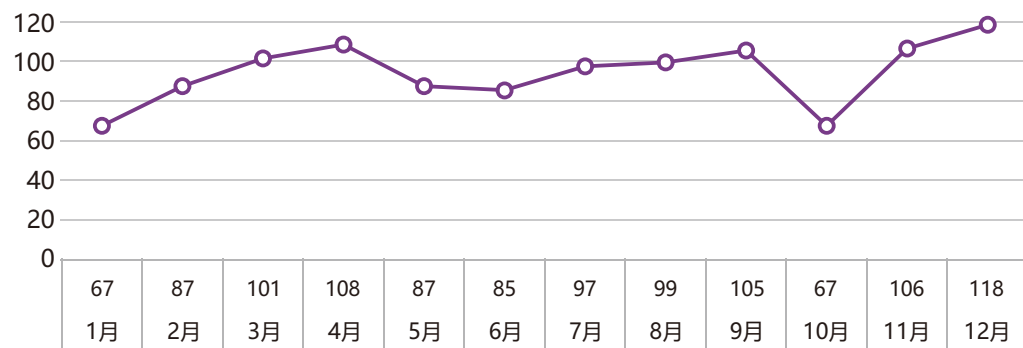
截至2020年12月31日，文化莞家用户总数为434464人。

因受新冠疫情影响，线下活动信息大幅减少，部分粉丝重点转移至“南方+东莞云上文化馆”平台，为此2020年用户数每月有增有减，整体比去年减少用户4600人，比去年下降1%。

2020年每月推文发布天数情况



2020年每月推文发布条数情况



截至12月31日，“文化莞家”微信公众号推文发布天数共计356天，平均每天发布3-4条推送，发布条数共计1129条，全年阅读人数超过113万人，阅读次数超过165万次。

## 社会荣誉

2020年获省级以上奖励（表彰）情况（集体）

序号	获奖集体名称	所获奖励名称	授奖单位名称	奖励批准日期
1	“东莞政媒共建打造云上文化馆”项目（申报单位：东莞市文化馆）	“粤治—治理现代化”2019—2020年广东优秀案例	南方报业传媒集团、南方舆情数据研究院、南方党建智库	2020年11月
2	“东莞非遗进校园品牌化发展模式”案例（申报单位：东莞市文化馆）	广东省“非遗进校园”优秀案例征集活动精品案例奖	广东省振兴传统工艺工作站	2020年11月
3	东莞市文化馆（东莞市非遗保护中心）	广东省“非遗进校园”优秀案例征集活动优秀组织奖	广东省振兴传统工艺工作站	2020年11月
4	东莞市文化馆	广东省文明单位	中共广东省委、广东省人民政府	2020年12月
5	“爱心文化馆”项目	2020年全国文化和旅游志愿服务项目线上大赛二等奖	中华人民共和国文化和旅游部	2020年12月
6	“爱心文化馆”项目	第五届中国青年志愿服务项目大赛金奖	共青团中央、中央文明办、民政部、水利局、文化和旅游部、国家卫生健康委员会、中国残疾人联合会	2020年12月

2020年获省级以上奖励（表彰）情况（个人）

序号	获奖人员姓名	所获奖励名称	授奖单位名称	奖励批准日期
1	崔臻和	歌曲《走上小康路》获中国音乐家协会高校音乐联盟“青主杯”第六届（2020）原创歌曲征集展演优秀作品奖	广东省音乐家协会、中共惠州市委宣传部、惠州市文学艺术界联合会主办	2020年6月
2	崔臻和	歌曲《时光的灶台》获2019年度广东省群众文艺作品评选音乐类二等奖	广东省文化和旅游厅	2020年7月
3	崔臻和	歌曲《有爱就有希望》获2020年度“声暖人心，致敬榜样”公益歌曲展播活动的抗击疫情优秀展播奖	山东省文学艺术界联合会、山东广播电视台、山东省音乐家协会、山东演艺集团有限责任公司	2020年7月
4	崔臻和	歌曲《时光的灶台》获“歌唱祖国·礼赞英雄”——全国建成小康社会主题歌曲评选优秀作品	河北省文联、河北省音乐家协会	2020年7月
5	崔臻和	歌曲《好好的》《风雨中只为了你》获2020年广东省音乐家协会“广东省优秀抗疫歌曲”	广东省音乐家协会	2020年12月
6	刘影	编导舞蹈《守望春天》获2020广东省群众艺术花会（音乐舞蹈）银奖	广东省文化和旅游厅	2020年10月
7	齐雅男	“抗‘疫’战歌，音乐助力”原创音乐作品征集纪念证书	人民音乐出版社有限公司	2020年3月
8	齐雅男	演唱歌曲《好好的》在“2020年抗疫战歌音乐助力”原创音乐作品征集并在学习强国全国优秀歌曲展播	人民音乐出版社有限公司	2020年3月
9	齐雅男	2020年度“声暖人心·致敬榜样”公益歌曲展播活动的抗击疫情优秀展播奖	山东省文学艺术界联合会、山东广播电视台、山东演艺集团有限责任公司、山东省音乐家协会	2020年7月
10	齐雅男	“广东省优秀‘抗疫’公益歌曲”荣誉证书	广东省音乐家协会	2020年7月

2020年获省级以上奖励（表彰）情况（个人）

序号	获奖人员姓名	所获奖励名称	授奖单位名称	奖励批准日期
11	齐雅男	演唱歌曲《有爱就有希望》在2020年度声“暖人心，致敬榜样”公益歌曲展播活动中荣获抗击疫情优秀展播奖	山东省文学艺术界联合会、山东广播电视台、山东省音乐家协会、山东演艺集团有限责任公司	2020年7月
12	唐安东	创作的快板《传承》获2020年中国曲艺牡丹节目入围奖	中国曲艺家协会	2020年7月
13	唐安东	创作的快板《传承》获2020年中国曲艺牡丹文学入围奖	中国曲艺家协会	2020年7月
14	唐安东	创作的相声《争谦恐后》获第九届全国少儿曲艺大奖	中国曲艺家协会	2020年8月
15	孙艳	编导原创非遗舞蹈《舞草龙》获2020年省音乐舞蹈花会铜奖	广东省文化旅游厅	2020年10月
16	魏阳阳	辅导并演出舞蹈《守望春天》2020广东省群众艺术花会（音乐舞蹈）银奖	广东省文化和旅游厅	2020年10月
17	孙艳	编导原创广场舞《我用健康祝福你》参加“我和我的祖国”文化新生活全国广场舞展演活动，被主办单位收录	文化和旅游部全国公共文化发展中心、中国文化馆协会	2020年11月
18	魏阳阳	作为导师参与录制教学原创广场舞《我用健康祝福你》参加“我和我的祖国”文化新生活全国广场舞展演活动，被主办单位收录	文化和旅游部全国公共文化发展中心、中国文化馆协会	2020年11月



DONGGUAN  
CULTURE  
CENTER  
2020

# 年报

## 工作案例

### 不忘初心、牢记使命 争当公共文化服务先锋

2020年，东莞市文化馆党支部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精神，按照新时代党的建设总要求和市委提出打造“湾区都市、品质东莞”的战略部署，积极参与疫情防控一线工作，不断完善党的组织建设，改进工作作风，创新工作方式，提升凝聚力和战斗力，建立学习型党支部。



#### ►► 基本情况

东莞市文化馆党支部现有党员共计42人，入党积极分子7名，设书记1名、副书记1名、组织委员兼纪检委员1名、宣传委员1名、青年委员1名，分6个党小组。从年龄结构上看，40岁以下的党员27人，占比64%；40岁至55岁的党员7人，占比17%；55岁以上

8人，占比19%。从文化程度上看，本科及硕士研究生33人，占比79%。从男女比例上看，男党员20人，占比48%，女党员22人，占比52%。

## ►► 主要做法

### （一）重视意识形态工作，坚定党员政治立场

东莞市文化馆党支部高度重视党的意识形态工作，旗帜鲜明坚持党管宣传、党管意识形态，坚持做好党员干部的思想政治理论学习，加强党员干部思想政治修养。一是制定全年党建目标任务。明确各项党建工作内容和时间节点，促使支部党建工作有条不紊开展，丰富且健全党内政治生活。二是及时掌握党员思想动态。通过开展多种形式谈心谈话、座谈调研、党员思想学习汇报及积极参与上级党建调查问卷等，深入了解党员思想动态和生活工作需要，并形成《东莞市文化馆党支部党员思想动态分析报告》，及时疏导消极落后思想，引导党员干部排解负面情绪，不忘初心、牢记使命，始终做到在思想上、行动上与党中央保持高度一致。

### （二）凝心聚力助力抗疫，用行动践行初心使命

2020年，面对突如其来的疫情大考，东莞市文化馆党支部有力应对，积极参与抗疫工作，并不断创新文化服务方式。一是奔赴前线助力抗疫。面对上级的号召，东莞市文化馆先后4批次合计68人次主动报名抗疫，赴桥头、虎门等镇街，超过三分之二的在职党员参加一线抗疫工作，其中不少党员是多次报名参与。孙晋南、张卫红、龚利曦、覃妮、林欣、黎嘉伟、刘海军等7名干部职工在一线提交入党申请书，并发展成为入党积极分子。支部党员龚冠夫、黄孟良因参加一线抗疫战役，被评为2020年“东莞好人”，为党支部党员作出了模范作用。二是文艺抗疫。在抗疫特殊时期，联动全市文化馆分馆、共享文化馆，组织开展了“文艺战疫”系列主题文艺创作推广。在“文化莞家”平台制作了近40篇“文艺战疫”系列原创文艺作品微信推送，部分作品还在中央人民广播电台中国之声频道、“学习强国”“南方+”“i东莞”等媒体平台被多次传播。策划并承办“致敬最美的你——东莞抗疫影像特展”，发动珠三角城市文化馆联盟成员单位（广州、深圳、珠海、佛山、惠州、东莞、中山、江门、肇庆9市文化馆）共同举办“延续·爱——珠三角城市文化馆联盟2020抗疫主题美术书法摄影音乐作品联展”，发挥了文艺作品强信心、聚民心、暖人心、筑同心的作用。

### （三）开展学习锤炼党性，打造学习型党组织

东莞市文化馆党支部大力推进学习教育常态化。推进“两学一做”主题学习教育常态化、制度化，把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。通过集中学习、自我学习、宣传推广等多形式活动，带动全体党员干部在学思用贯通、知信行统一上狠下功夫。



一是成立青年党员读书会。为加强青年理论武装，提升青年工作思想境界和文化素养，扎实推进东莞市文化馆学习型青年组织建设，不断提高青年队伍的凝聚力、战斗力和影响力，支部组织40岁（含）以下的青年党员共计27名，成立东莞市文化馆青年党员读书会，并制定《东莞市文化馆青年党员读书会活动方案》。一方面，定期开展集体青年读书分享会，组织青年党员阅读红色经典书籍，开设“行走中的党课”，青年党员集体前往东江纵队纪念馆、袁崇焕纪念园、叶挺、李秀文革命事迹陈列馆、蒋光鼐故居等东莞市红色教育基地拍摄读书分享会微党课，每期由支部书记黄晓丽同志主持，4-6名党员进行阅读分享，全年共录制了5期青年党员读书分享会视频，并通过“南方+”“文化莞家”微信公众号等进行宣传，登上“学习强国”广东省学习平台，获得“东莞市直机关青年党员领读计划暨党课大赛十佳创新奖”。另一方面，定期组织党小组读书分享会。每月各党小组召开小组读书分享会，分享优秀书籍，5月至12月共举办党小组读

书分享会72次。通过青年党员读书会同读共赏，交流分享，进一步营造良好学习氛围，将党员的理想信念教育引向深入，引导党员坚定理想信念，锤炼党性修养，践行初心使命，为全市公共文化服务工作贡献自己的力量。

二是严格落实“三会一课”制度。根据《东莞市文化馆党支部2020年党员教育培训工作方案》《2020年东莞市文化馆党支部支委会专题学习计划》，严格按照规定召开党员大会、支部委员会、党小组会，并做好会议记录，组织开展专题党课活动，全年共召开党员大会5次，支委会15次，党小组会议66次，开展5次党课。



三是开展固定主题党日活动。为深入推进“不忘初心、牢记使命”主题教育，引导党员守初心、担使命。东莞市文化馆党支部认真组织每月固定主题党日活动，坚守馆内阵地、同时又积极走出去。党日活动形式多样化，包括举办学习讲座、观看教育影片、外出参观学习等，进一步增强党员的党性修养和政治自觉。2020年全年共开展主题党日活动12次。



四是强化网络学习。组织党员通过“广东省干部培训网络学院”“东莞干部培训云课堂”“广东普法”“学习强国”等网络平台或APP进行学习，还学习了中国文化馆协会策划组织的“文化馆事业发展的思考与讨论”系列讲座，每名党员全年学习培训达100学时以上。

五是深入开展基础调研。为强化文化馆人职责使命，提升文化馆服务效能，7月，东莞市文化馆党支部开展“一位农民工留言与文化馆工作使命”专题讨论会，支部班子成员认真听取各部门意见和建议，对存在问题提出了解决方案。10月，为切实编制好“十四五”东莞市文化馆事业发展规划，党支部班子成员担任四个调研组组长，深入全市33个镇街、园区开展调研座谈活动，详细了解基层“十四五”期间公共文化发展的规划。调研结束后召开汇报会，分析基层公共文化发展现状及存在问题，以问题为导向，

力争高质量高水平编制“十四五”东莞文化馆事业发展规划。

#### （四）规范建设完善管理，推进模范支部建设

东莞市文化馆党支部不断健全党建工作机制，坚持党建文化引领，建设规范化、学习型、服务型党组织，进一步推进支部模范化建设。

一是按时换届选举，明确支委责任分工。东莞市文化馆党支部于7月15日召开党员大会，开展换届选举工作。大会采用无记名投票方式和差额选举方法选举新一届委员会。其中，黄晓丽同志当任新一届支委书记，刘影同志任副书记，何超群同志任组织委员兼纪检委员，梁宝华同志任宣传委员，莫家鏊同志任青年委员。

二是高度重视创建工作，实行挂图作战。在东莞市文化广电旅游体育局党委办的大力支持和督导下，东莞市文化馆党支部高度重视规范化、模范化创建工作，多次召开支委会专题研究部署，前往东莞展览馆学习，并成立创建工作小组。由支部书记黄晓丽牵头，组织委员兼纪检委员何超群统筹，其他支部班子成员及全体党员全程统一思想、凝聚共识，吃透精神、把握重点，形成创建工作良好氛围。支部自6月开始对照规范化党支部创建标准，先自行开展自查，实行挂图作战，明确创建工作小组人员分工，每周汇总工作进度，每月召开创建工作推进会。10月提交模范党支部创建申报材料和对标排查表，确保每项工作稳步进行。



三是扎实推进党员先锋服务。根据党员的职业特点和专业特长，组建“东莞市文化馆党员先锋服务队”，下设6个党员先锋服务小分队，每个小分队根据部门业务负责1-2项重点工作。鼓励党员干部发挥个人特长，有针对性地深入基层、群众、服务对象开展党员服务活动。创建“党员先锋岗”，由党小组推荐，经支部研究批准并确认授标牌，激发党员牢固树立“一个党员就是一面旗帜，一个岗位就是一份责任”，引导党员立足岗位做奉献，争先创优当模范，充分彰显党员的精神风貌。



四是深入开展党员志愿服务。东莞市文化馆党支部志愿服务队由支部书记黄晓丽任队长，由支部青年委员莫家鏊负责日常管理，志愿服务队下设6个服务小组，各小组根据部门业务及党员专业岗位特点，制定小组志愿活动方案，各小组每年开展志愿活动不少于2次，分别开展了展览讲解、非遗进校园和非遗墟市、小诗人沙龙、协助场馆做好防疫工作等志愿服务。2020年全年共开展志愿服务20次，参与党员150人次，服务群众近15000人次。

五是加强党建阵地建设。改造完善党员活动室，按照有场所、有标志、有党旗、有资料、有制度、有台账的“六有”标准设置党员活动室，成为党员日常学习、宣誓宣传的阵地，进一步增强党员归属感和责任感。同时，建立党群活动中心，为党员联系群众提供阵地保障。打造红色主题馆，一方面坚持政治引领，在场馆内开展党史、党建文化和爱国主义主题的常态化宣传。另一方面，东莞市文化馆“风华七十载——东莞群众文化记忆展”、非物质文化遗产展览馆、实验剧场、星剧场成为全市党建活动基地。做好宣传阵地保障。以“文化莞家”微信公众号为主要党建活动宣传平台，主动与“南方+”等主流媒体合作，积极做好党支部党建宣传工作。

六是用好“四个一”管理载体。充分依托一账、一本、一档、一系统的“四个一”载体平台，对党支部工作进行精细化、科学化管理。



“一账”根据党支部工作台账，认真查找工作中出现的问题和不足，扎实抓好整改，以台账规范支部工作。



“一档”建立健全党员档案，做到“一人一档”，材料真实清晰，规范完整。



“一本”充分利用党建工作记事本，对支部“三会一课”进行简要记录和汇总，进一步强化支部工作纪实，以记促干，加强对党支部的日常管理。



“一系统”安排专人负责学习使用机关党务管理系统，每月定期完善信息数据，及时录入党务工作数据。

### （五）强化党风廉政教育，把牢党员“廉政关”

东莞市文化馆党支部按照“两学一做”学习教育常态化制度化要求，以及市委《2020年全市开展纪律教育学习月活动的意见》文件精神，坚持做好党员干部党风廉政教育工作，不断把作风建设引向深入，进一步完善党风廉政建设的相关制度，解决好“四风”方面存在的突出问题。

积极组织党员深入学习全面从严治党重要论述和国家、省、市重要会议精神。以党小组和支委会学习为主，以党员自主学习为辅，将学习资料发给各党小组，将学习资料链接发至每位党员。组织全体党员观看警示片《国家监察》，通过观看警示片，督促全体党员紧跟反腐倡廉的步伐，努力做到学思践悟、知行合一。

制定《东莞市文化馆廉政风险防控工作手册》，针对各部门重点岗位和重点环节严格开展廉政风险点排查工作，共排查出廉政风险岗位 59 个，风险级次红色 34 个、黄色 43 个、橙色 35 个，并及时制定相应风险防控措施 194 条。同时，对公务接待、公章管理、保密工作、公车管理、经费报账审批、专项经费管理、固定资产管理等重点环节的工作流程进行了梳理，且制定了清晰的流程图，进一步规范了各项工作流程。

根据《广东省普法办公室关于组织开展全省国家工作人员民法典专题学考暨2020年度学法考试的通知》，组织在编人员参加网上学法考试，深入学习宪法、民法典，要求每位党员学习至少40个学分，学法考试至少90分以上，进一步巩固党员法律知识，强化党性意识。

### ►► 工作成效

东莞市文化馆党支部积极作为，强化支部政治功能及组织力，迎难而上，寻找新机遇，推动党建与业务两手抓、两促进，破解公共文化服务难题，开拓新局面，开启智慧文化馆的全新探索，12月被评为“广东省文明单位”，关注弱势群体、提供精准服务的“爱心文化馆”项目荣获2020年全国文化和旅游志愿服务项目线上大赛二等奖，第五届中国青年志愿服务项目大赛金奖。

一是在全国业内的影响力稳步提升。积极参与全国文化馆行业的多项重点工作，成效突出。国家文化和旅游研究基地（东莞市文化馆）承接了文化和旅游部、广东省文化和旅游厅委托的课题研究任务。参与承办了2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大

会，并作为首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动的执行单位。2020年，文化和旅游部《研究动态》《工作交流》等刊物刊发了东莞市文化馆基地报送的关于乡村文化振兴的研究成果，向全国介绍东莞公共文化服务的经验。

**二是公共文化领域改革有力推动。**坚持以人民为中心，深化公共文化服务领域改革。推进总分馆制建设，建成34个文化馆分馆及6个共享文化馆，2020年按计划覆盖全市，打通市、镇、村三级文化配送网络。推动各镇街分馆建设面积达15.7万平方米，促进基层公共文化设施提档升级，成为国内优秀样板，并入选广东省2019年度公共文化服务优秀案例。创建全国首批数字文化馆，2017-2020年文化莞家平台浏览、直播观看和微信公众号阅读人次累计超过2483.7万人次，运行成效居全国同行领先水平。积极探索以“公共文化和旅游产品采购大会”为主要形式的供给侧改革，举办2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会，搭建线上持续交易平台和线下直播间，截至2020年12月31日，共有360家采购商、480家参展商参与，项目相关抖音发布视频390个，话题最新流量值达830万次，达成意向交易额611万元，实力暖企。

**三是公共文化服务效能大幅提升。**疫情防控期间，为了持续满足广大群众的文化生活需要，东莞市文化馆不断丰富全市公共文化服务的内容、内涵和品质，公共文化资源配送向基层倾斜，加强线上传播。开通非遗墟市线上小程序，汇聚全省近200个非遗精品，一跃成为省内非遗产品最丰富、最集中、最具地标性的网络集散地；推出非遗抖音号，以短视频和直播的方式为东莞非遗产品代言“带货”，并被《中国文化报》《南方日报》宣传报道。与“南方+”合作打造东莞云上文化馆，截至12月31日，已开展直播、投票、活动报道等172场次，浏览量达206万；促进文旅体融合发展，线上线下双轮驱动，提升了公共文化服务的群众参与度、满意度。繁荣全市群文精品创作，2020广东省群众艺术花会（音乐舞蹈）东莞获得3金4银2铜的优异成绩。坚持每年举办东莞市社会主义核心价值观主题艺术作品征集活动和东莞市童谣创作传唱大赛等。

## 云上“文采会” 为文化和旅游公共服务赋能

为解决文化产品供需不对等、公共文化服务不精准的难题，在文化和旅游部有力推动下，以政府主导、社会力量广泛参与的“公共文化和旅游产品采购大会”（即“文采会”）作为具有代表性创新服务模式，正在全国各地蓬勃发展。

东莞一直积极探索公共文化服务供给侧结构性改革，率先在广东开创“文采会”形式，从2018-2020年连续举办4届文采会，通过线上线下融合，范围从东莞延伸至粤港澳大湾区，并辐射到全国，有效引导社会力量参与公共文化服务，促进区域现代公共文化服务体系构建。

2020年，在新冠疫情冲击下，东莞主动作为，深度参与2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会，承接首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动，并办好2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会，交出一份亮眼答卷。



## ►► 2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会

8月27日，2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会（以下简称“全国云上文采会”）依托国家公共文化云平台，以全天候、全网直播形式正式拉开帷幕，来自全国2317家供应商3700多种产品资源同步上架，开启2020年度公共文化和旅游产品采购风潮。截至开幕当日下午17时，全国云上文采会总访问量为2790103人次，总点赞数12361人次。

本次全国云上文采会是首届全国性公共文化和旅游产品线上采购大会，由文化和旅游部公共服务司指导，全国公共文化发展中心主办，广东省文化和旅游厅、东莞市人民政府、北京师范大学国家公共文化发展研究中心承办，中国文化馆协会、国家文化和旅游部研究基地（东莞市文化馆）协办，各级文化和旅游行政部门支持和广泛参与。



### （一）聚焦珠三角，开幕式1小时尽展广东风采

全国云上文采会为创建更多供需对接场景，推出了“今日文采”“文采云播”“云上课堂”“云端逛展”“电子会刊”等栏目；此外还设立了区域性版块——广东专区暨粤港澳大湾区文采会（以下简称“专区”），在东莞成功举办的3届文采会基础上，再次联合各地各级公共文化和旅游机构、展商和媒体，搭建集推荐、展示、交流、交易于一体的公共文化和旅游服务平台，展现粤港澳文化和旅游公共服务的勃勃生机。

全国文采会开幕式的“广东1小时”环节，东莞市文化馆作为珠三角城市文化馆联盟主席单位，发动各联盟单位积极参与，来自广州、深圳、珠海、佛山、惠州、东莞、

中山、肇庆、江门9市的文化馆精选近3年特色公共文化和旅游领域建设亮点，制作当地城市宣传视频，从群众文化的建设者、参与者和见证者等多种角度，全面展示了广东作为改革开放的先行区、全国文化大省、旅游大省的应有担当，当日在线收看人次累计超过45万。

### （二）城市会客厅，与东莞文旅一起“边看边说”

在广东省文化和旅游厅指导下，东莞市文化馆策划与执行此届文采会的广东专区暨粤港澳大湾区文采会。

专区通过动静结合、特色突出的方式，设置九大栏目进行多层次展示，重点推出“城市会客厅”栏目，深入每一座城市肌理，讲述广东和大湾区的动人故事。

其中“东莞文旅推介周”作为“城市会客厅”的首期节目，由东莞市文化馆全程策划、编排、录制，分别邀请来自本土公共文化和旅游领域的代表进行访谈拍摄，自8月27日起逐步推出4期“边看边说”节目，多角度呈现东莞文化发展。



### （三）持续招展，永不落幕的云上文采会

广东专区共有100多家文旅行政机构和事业单位、400多家文旅企业陆续上线，展示包括慕课、演出、文创、非遗、文博以及活动策划、项目运营、文旅培训等1000多个产品和服务；并通过网络直播、嘉宾寄语、专家导展、众筹打call、品牌展演、云上逛

展、线上学堂等内容，吸引了广大网民在线浏览及咨询互动。

为深化文化和旅游公共服务供给侧改革，促进社会力量参与公共文化和旅游产品供给，推动形成政府主导、社会力量广泛参与的公共服务格局，结合新冠肺炎疫情常态化防控形势以及推动文化和旅游领域复工复产需要，全国云上文采会一直持续开放至2020年底。

开幕式结束后，更多形式的专题活动陆续举行，“云上文采会”的注册端口全程打开，全国相关领域企事业单位、社会组织、演出院团、咨询及智库机构等供应方，和各级文化和旅游主管部门、文化和旅游公共服务机构、社会组织等需求方可继续通过“云上文采会”平台报名及发布相关需求。

### ►► 首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动

12月6日—7日，首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动在东莞举行。本次活动是由文化和旅游部全国公共文化发展中心、广东省文化和旅游厅指导，中国文化馆协会、东莞市人民政府主办，东莞市文化广电旅游体育局承办，国家文化和旅游部研究基地（东莞市文化馆）、东莞市文化馆沙田分馆执行，旨在全面总结公共文化



和旅游产品采购大会经验成果，展望“十四五”文化馆行业高质量发展新路径。

文化和旅游部全国公共文化发展中心主任、中国文化馆协会理事长白雪华，广东省文化和旅游厅党组成员、副厅长赵红，东莞市委常委、宣传部部长杨晓棠，文化和旅游部全国公共文化发展中心副主任、中国文化馆协会副理事长颜芳，文化和旅游部全国公共文化发展中心副主任罗云川，东莞市政府办公室二级调研员黄福泉，东莞市委宣传部副部长赵国营，东莞市文化广电旅游体育局局长陆世强等领导嘉宾以及各省文化和旅游厅（局）公共文化领域有关负责同志，中国文化馆协会全体理事，文化馆行业专家委员，同方知网、中演院线、国家开放大学、深圳文交所、中央和地方媒体等社会各界代表，以及广东省地级市文化广电旅游体育局、市文化馆有关负责同志出席了本次活动开幕式。

#### （一）落地东莞，多维展示全国文采会发展成果

自2017年起，为促进公共文化服务供需双方有效对接，上海浦东、广东东莞、四川成都等多地陆续创新举办区域性文采会，为推动公共文化和旅游产品供给侧改革作出积极有益尝试。2020年8月，在文化和旅游部公共服务司指导下，全国公共文化发展中心联合广东省文化和旅游厅、中国文化馆协会等单位，以“互联网+展会”形式，启动“2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会”。活动以国家公共文化云为主阵地，深度对接各区域公共服务交易活动，截至11月底，通过国家公共文化云平台报名参展单位共计8905家，发布产品信息2万余条，线上平台各端总访问量710万人次，产品服务咨询4000余次。

本次交流展示活动通过线上线下相结合的形式，对首届全国云上文采会成果进行全面展示，同时总结回顾文采会在全国发展情况。除了设置文采会专题展览，在线下，安排企业在现场进行摊位展销，特别设置了粤港澳大湾区公共文化和旅游产品采购会展区，展示文采会优质参展企业产品；并挑选了部分的优质企业到场馆内的各个功能教室进行展示和授课，开展市民体验活动。在线上，由专业主持人通过国家公共文化云的直播平台协助各企业做对外宣传和推售各类文化产品，带领市民一同云上逛展。为此，执行方东莞市文化馆特别开通了“东莞文采会”“云上文采会”抖音话题引流，取得良好社会反响。

首届全国云上文采会交流展示活动为何落地东莞？文化和旅游部全国公共文化发展





中心主任、中国文化馆协会理事长白雪华表示，这得益于东莞拥有良好的基础、丰富的经验，在现代公共文化服务体系建设方面一直走在全国前列，不仅是全国首批国家公共文化服务体系示范区，高质量完成全国公共文化服务标准化试点任务、成为全国6个公共文化服务标准化示范地区之一，而且成功举办了粤港澳大湾区公共文化和旅游产品采购会，为创新公共文化服务供给模式进行了有力的探索。“原有的基础加不断的创新，使我们聚焦东莞，把这次交流展示活动放到了这里。”白雪华称，东莞市文化馆成为文化馆行业唯一被国家文化和旅游部授予“文化和旅游研究基地”的单位，足以说明问题。

## （二）聚焦供给侧改革主线，探讨“十四五”文化馆高质量发展路径

党的十九届五中全会提出，“十四五”时期要繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力，推进社会主义文化强国建设。实现高质量发展，全面提升公共文化服务水平成为今后一个时期文化建设的重要任务。

全国云上文采会作为全面提升公共文化服务水平的重要创新平台，为更好总结交流经验，进一步深入推动公共文化和旅游产品供给侧改革，提高文化和旅游公共服务水



平，促进文化馆行业“十四五”时期高质量发展，首届全国云上文采会交流活动以“展望十四五 共享文化新时代”为主题，邀请行业用户、企业代表和专家学者，共同谋划文化事业和文化产业融合创新之路。同时举办“面向十四五：文化馆行业的创新发展”研讨交流和观摩2020年东莞市文化馆日系列活动，国家文化和旅游公共服务专家、文化馆发展研究院专家、中国文化馆协会理事、各级文化馆代表近200人参会，围绕供给侧结构性改革主线，共商文化和旅游公共服务高质量发展大计。

“面向十四五：文化馆行业的创新发展”研讨交流是由文化和旅游部全国公共文化发展中心指导、中国文化馆协会主办的文化馆行业年度盛会。文化和旅游部全国文化发中心主任、中国文化馆协会理事长白雪华，国家文化和旅游公共服务专家委员会首席专家、北京大学信息管理系教授李国新，国家文化和旅游公共服务专家委员会秘书长、北京师范大学艺术与传媒学院教授杨乘虎，分别以“以深化供给侧结构性改革为主线，推动文化馆行业高质量发展”“十四五”文化馆创新发展的重要任务、“公共文化和旅游产品供给侧改革的新思维与新路径”为题发表主旨报告，共同探讨公共文化服务未来的发展方向。

在案例分享环节，东莞市文化馆馆长黄晓丽向全国文化馆行业专家和同仁介绍“南方+东莞云上文化馆”和“东莞市公共文化服务社会组织孵化中心”的建设。东莞市文化馆多措并举构建多元文化馆公共服务体系、推动公共文化服务高质量供给的做法，受到在场领导专家和同行的赞誉。

### （三）开展文化馆系列活动，全面推介东莞文化建设成果

以本次国家级交流展示活动为契机，东莞市文化馆同步举办了2020年文化馆日系列活动，以东莞市文化馆为主阵地推出四大板块50多项活动，1000多个市民文化体验名额通过文化莞家抢票系统一抢而空，现场嘉宾和市民群众均给予本次交流展示活动极高的评价。

12月6日当天，以场馆为主阵地东莞市文化馆展示近年在体系化、品牌化、数字化、社会化等方面建设成果。现场举办了非遗墟市粤港澳城际联盟专场、东莞市公共文化服务社会组织孵化中心项目（益企啡吧）、东莞市青年艺术家圆梦行动展演沙龙、爱心文化馆、走进艺术师生书画教学成果作品展、东莞小诗人沙龙、东莞非遗课堂、馆办团队展演等品牌活动；也组织镇街分馆同步举办众多活动，如线上举办艺术大讲堂、在线远程书法培训课、视频舞蹈学习等活动；通过总分馆的数据管理中心的大屏，所有嘉宾都可以实时看到全市各个文化场馆、分馆、支馆的数量和分布情况，以及各分馆的活动情况和当天的活动量和人流量；38个社会团体机构积极参与，入驻各功能教室，进行展示和授课，为市民提供了一站式的精彩沉浸式文化体验。

当晚，在东莞市文化馆沙田分馆举行的2020年东莞原创非遗服装展演更让现场来自全国各地的嘉宾领略到东莞非遗魅力，频频称赞。展演划分“人文篇”“祥龙篇”“技艺篇”“民俗篇”4个篇章，在全息投影的舞台上由全国超模呈现40套东莞非遗原创服装，多名东莞非遗传承人进行技艺表演，倾情展演了东莞非遗之美。



## ►► 2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会

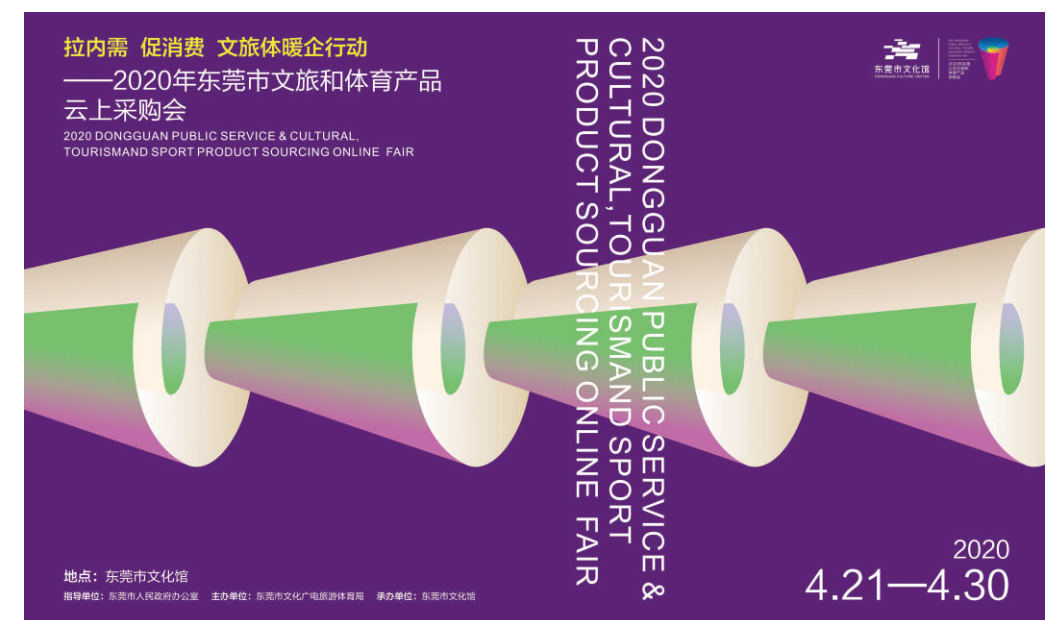
为应对疫情、扶企助企，4月21日，东莞推出为期10天的“拉内需 促消费 文旅体暖企在行动”——2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会（以下简称“东莞文采会”），作为“乐购东莞”促进消费专项行动的重要活动之一。本届文采会采取线上营销思路，特别开通“文化莞家”官方抖音号及“东莞文采会”抖音话题，通过直播等形式持续推介文旅体产品。

### （一）搭建平台扶企助企首次实现全线上运作

基于防疫抗疫需求，本次东莞文采会主题为“拉内需 促消费 文旅体暖企在行动”，并通过线上平台全程线上操作实现文化、旅游、体育产品和服务的展示、买卖双方沟通和达成合作意向等环节。

截至12月31日，共有480家参展商进驻线上平台，上架2312个涵盖文化、旅游、体育领域的产品和服务，360家包含工会战线、企事业单位和个人的采购主体参与其中，抖音话题最新点击流量为830万次，达成意向交易额611万。

据了解，电影通兑票、省内二日游和体育用品等产品及服务较受欢迎，部分采购主体还采购了文化手信、文艺演出等服务。





## （二）激发行业线上营销新思维 线上平台持续提供服务

为贴近市民群众的使用习惯，东莞文采会特别开设“文化莞家”官方抖音号及“东莞文采会”抖音话题。其中精品推荐产品在官方抖音号、“东莞文采会”话题里持续上线。截至4月30日，官方抖音号在活动期间发布东莞文采会精选视频65个，获赞17.4万，累计粉丝量10.2万；“东莞文采会”抖音话题共有390个视频参与发布，总播放次数达383.2万次。

在本次东莞文采会中，许多文化、旅游、体育企业开始学习线上营销方法。“为了这次文采会直播，我们短期内拍了很多短视频上传到平台，提前造势做准备。”巴克兰文化传媒有限公司项目负责人张颢晋看好这次文采会的线上平台，“在特殊时期有这样的一个平台，让我们抱团取暖，我非常认同这样的形式。”

本次东莞文采会虽然在4月30日落下帷幕，但线上平台“文化云采”在持续为买卖双方提供服务。

## （三）把握后疫情时代新机遇 专家指路公共文化服务发展方向

线下门可罗雀，线上遍地开花，疫情发生以来，线上点单、直播带货等形式成为了

市民消费的新途径。东莞文采会尝试利用抖音等公共传播平台、和老百姓所喜闻乐见的方式，正是一种专业化服务与大众化平台结合的有益探索。

“内容直播也应该成为当前带动文化、体育和旅游产品相关活动发展的方式，并从中拿到一定的市场份额。”中国跨境电子商务应用联盟主席团主席汤兵勇认为，对于原来从未涉足过线上直播的企业，参与是第一步，之后应积极通过与平台配合，不断推出新的活动来实现可持续发展。总体而言，疫情对推进文旅体行业发展提出挑战的同时，更多的是机遇，把握好本次机会，将会促进东莞的旅游经济进一步发展。

北京大学国家现代公共文化研究中心主任李国新也认可东莞文采会本次在疫情期间的积极反应，但也强调线上线下相结合才是公共文化服务的新常态。“正如疫情出现之前，东莞文采会就已经提出打造‘永不落幕’的文采会。疫情只是进一步强化和推动了各类公共文化服务的线上化。”在李国新看来，一场疫情，倒逼企业必须重视和加强对产品的线上推广发布和营销，相信即便疫情过后，会对企业的思维方式、推广营销方式产生长期和深远的影响。但具体问题还是要具体分析，有的放矢，强化针对性，不论产品营销还是公共服务，都是应有的思路和方法。

## 南方+东莞云上文化馆： 政媒合作，打造首家媒体文化馆

2020年，受新冠肺炎疫情影响，东莞市公共文化场馆的线下服务被按下了暂停键。为了持续满足全市广大群众的文化生活需要，东莞市文化馆积极寻找新机遇，开拓新局面，开启了智慧文化馆的全新探索，与南方日报社、“南方+”客户端共建全国首家媒体文化馆——“南方+东莞云上文化馆”，利用媒体资源和互联网平台持续开展线上公共文化服务，扩大公共文化服务影响力和覆盖面，开启公共数字文化服务的新场景，取得良好成效。



### ►► 基本情况

4月26日，“南方+东莞云上文化馆”正式上线启动。该项目是由东莞市文化馆联合南方日报社、“南方+”客户端共建的一个全新的文化馆线上服务平台——在“南方+”

新闻客户端开设“南方+东莞云上文化馆”窗口栏目，依托“南方+”专业团队力量和媒体资源，创新制作推出东莞市文化馆十大活动品牌的线上产品和服务，为大众提供更加丰富、立体、有趣的线上文化体验的同时，加大文化馆服务的宣传推广覆盖力度，打造继“文化莞家”后又一文化馆线上新IP。

### ►► 创新做法

“南方+东莞云上文化馆”做法主要概括为五个新——以新平台、新场景、新探索，打造文化馆线上新优势、擦亮文化惠民新品牌。

#### （一）政媒共建，打造自带流量新平台

“南方+”是广东省权威发布平台、拥有6500多万用户。这次共建，借助“南方+”新闻客户端的权威性和影响力，打造自带流量的新平台，并将新平台与东莞市文化馆已有“文化莞家”平台和数字文化资源库互联互通，全面提升文化产品在移动端的影响力，开拓互联网平台服务渠道，让数字文化资源和文化活动服务受益人次成倍提升。





该项目是基于文化馆服务内容与媒体资源双方优势的一次强强联手。东莞市文化馆多年来累积了大量成熟的的品牌和数字服务资源，而“南方+”则拥有权威的发布平台、专业的融媒体团队和宣传推广经验。双方优势互补，以品牌建设为主线开展平台合作共建：东莞市文化馆对今年上线“南方+东莞云上文化馆”的品牌项目进行遴选规划，由信息部总统筹，各部门根据各自品牌服务特点和需求与“南方+”团队共同策划相应数字产品、制作传播方案。“南方+”团队负责“南方+东莞云上文化馆”整体运营，抽派精英采编力量22人组成项目团队，设置策划组、采编组、直播组、编辑组，同时为各项目设置“产品经理”专门全程协同执行。

### （二）创新策划，打造人气互动新场景

“南方+东莞云上文化馆”将东莞市文化馆已开展多年的线下文化活动品牌进行升级包装，如“文化四季”“青年艺术家圆梦计划”等，以生动精致的媒体内容产品形

式，推出了文化四季、走进艺术、艺咖来了、圆梦东莞、云赏非遗、艺起看展、莞家开讲、文采暖企、文化年历、莞艺之声等十大品牌活动产品。从以往简单地将文化资源数字化、信息化，转变为从策划开始就注重线上传播互动，数字文化资源从“端给你看”转变为“吸引你看”。通过利用互联网平台广泛的覆盖面和活跃的互动性，开展短视频制作、直播、H5、图文报道、网友互动，将原有的文化品牌活动在线上更好呈现，形成文化活动高人气互动的场景，吸引更多用户通过移动互联网感受精彩的公共文化

### （三）双线结合，开展公共文化服务模式新探索

“东莞云上文化馆”形成了线上线下互动结合的服务新模式。通过与专业媒体合





作，对活动进行议程设置、话题策划、亮点包装、专业制作，将东莞市文化馆活动服务进一步媒体化传播实现文化资源活动有效包装和传播，实现以线上流量带动线下人气，以线下体验促进线上发展，吸引更多的群众从线上参与转向线下体验，形成线上线下相辅相成的良好局面。同时依托平台，形成行程预热（知晓）、活动（参与）、宣传（传播）、总结（认同）、反馈（刺激下次参与）的文化服务闭环，为公共文化服务供给提供更大支撑。

### ►► 工作成效

文化馆服务业态整体升级。有别于过往个别项目、零散的尝试，本次“南方+东莞云上文化馆”的数字服务产品建设，涉及培训、演出、展览、讲座、活动、非遗传承、精品推广等几乎全部文化馆服务类型，文化馆业态实现整体数字化升级。4月26日，



“南方+东莞云上文化馆”正式上线启动。截至12月31日，平台发布公共文化服务内容约172条，开展直播活动60场，总访问达260万人次。

文化馆人业务技能集中转型。“南方+”平台共建覆盖东莞市文化馆所有业务部门，对于文化馆人是一次珍贵实践培训。通过与“南方+”融媒体团队共同策划和执行，一批文化馆人掌握线上产品策划思维和生产推广能力，并主动打破舒适圈，开始一些项目创新尝试。如建立东莞非遗小姐姐IP、“东莞杯”2020全国抖音流量王才艺PK大赛、策划城市艺术time短视频等，取得良好的社会反响。

文化馆社会治理全新探索。通过政媒共建及云上技术和创意赋能，“南方+”东莞云上文化馆打造出更加丰富、立体、有趣的线上文化体验，推进文化馆公共文化服务供给现代化。11月26日，南方+东莞云上文化馆案例入选广东省“粤治一治理现代化”2019—2020年度优秀案例，斩获“粤治（大数据与公共服务类）”大奖。

## 赞美崇高、温暖人心 东莞原创抗疫歌曲震撼展演

2020年注定是令人难忘的一年。年初，面对新冠肺炎疫情的暴发，全国上下众志成城、共抗疫情，成千上万的逆行者挺身而出、逆流而上。在这场没有硝烟的战争中，东莞的群众文化工作者也积极行动起来，饱含深情地投入到抗疫作品的创作之中，用作品致敬崇高、歌颂英雄，用艺术振奋精神、温暖人心，展现了群文工作者“以文战疫”的责任担当，为抗击新冠疫情贡献了自己的力量，也涌现出一批质量上乘、独具特色的抗疫作品。



### ►► 基本情况

自2013年，东莞市文化馆启动并主办东莞市社会主义核心价值观主题征稿活动，七年来推出各门类文艺作品1000多件，成为东莞社群文系统主题创作的品牌活动，为繁荣东莞文艺创作发挥了不可替代的作用。

新冠疫情发生后，东莞市文化馆迅速行动，组织发动广大群文创作者积极创作，同时还专门成立了战疫创作群，发动全馆文艺名家和创作骨干深入一线采风创作。东莞市

文化馆在“文化莞家”微信公众号上开设了文艺战疫专栏，先后推出抗疫作品近百件，充分发挥了文艺战线“举旗帜、聚民心”的正面引导作用。

为歌颂和致敬奋斗在一线的人们，展示东莞市文艺工作者的创作成果，东莞市文化馆精心组织了2020年东莞市社会主义核心价值观主题文艺作品征集（抗疫原创歌曲专题）活动，共收到全市音乐工作者和音乐爱好者报送的原创抗疫歌曲39件，最终《心之所向》等16件作品获得优秀奖、《无悔的守候》等23件作品获得入围奖，并于8月26日晚举办本次抗疫原创歌曲颁奖暨展演晚会，实现现场300余名观众与上万名网友同步观看。

### ►► 具体做法

一是主动作为，创作具有时代特色的文艺佳作。考虑疫情时期的特殊情况，充分发挥主观能动性，通过线上联络，组织全馆文艺名家和创作骨干深入一线采风创作，发布全市“抗疫”主题原创文艺作品征集，得到广大文艺工作者踊跃响应，创作各门类文艺作品近2400多件，其中仅参与抗疫歌曲创作的音乐人已有300余人。同时，在“文化莞家”微信公众号、“云上文化馆”等线上平台发布宣传，充分发挥文艺作品强信心、感人心、聚民心的作用。

二是有机结合，与一线工作者共同讲述抗疫故事。8月26日晚，2020年东莞市社会



主义核心价值观主题艺术作品征集（抗疫原创歌曲专题）颁奖暨展演晚会在东莞市文化馆星剧场隆重举行，东莞市文化广电旅游体育局二级调研员余建民、东莞市文化馆馆长黄晓丽等出席活动并为获奖作者颁奖；东莞市援鄂医疗队员代表、市卫生健康系统代表以及市民群众约300人观看了当晚的演出。当天的晚会还在“南方+东莞云上文化馆”平台全程直播，上万名网友在线观看了晚会。

晚会分为“同心抗疫”“爱的奉献”“礼赞英雄”三个篇章，精选了本次活动中获奖的部分优秀作品进行展示，这些作品中有反映女医务工作者们剪下秀发、义无反顾奔赴一线的歌曲《剪下我的亲亲秀发》；有表现白衣天使在一张张请战书上按下红手印、自愿请战的歌曲《鲜红的红手印》；有表达全国人民对国之脊梁、国士无双的钟南山院士尊重和敬仰的歌曲《看见你的热泪》；有反映夫妻、爱侣、恋人双双为疫情奋斗的歌曲《逆风中的爱情》等。

这些作品以小见大，从不同角度、不同侧面，展示了全国人民一方有难、八方支援、守望相助、共度难关的团结，赞美白衣天使奋不顾身、冲锋在前、不惧艰险、无私奉献的大无畏精神，通过演员真挚的歌声，将我们心中最崇高的敬意、最深情的赞歌、最美好的祝福献给所有为抗击疫情默默付出的英雄。

晚会当天特地邀请了东莞市第二批援鄂医疗队员罗勇强上台，和观众一起分享他在武汉一线的抗疫故事。在武汉疫情最危急的时候，东莞援鄂医疗队员们泪别家中亲人，不顾个人安危，赶到最危险的地方，为病人们带去生的希望，罗勇强的分享感动了在场的所有观众，不少观众流下了感动的热泪，大家自发地用一阵又一阵热烈的掌声致敬这些最美逆行者。

活动最后，主办方还呼吁所有人，疫情还未完全结束，希望大家继续积极配合疫情防控工作、认真遵守疫情防控要求，共同打赢这场疫情防控阻击战。

### ►► 工作成效

在疫情期间的防控措施下，东莞市文化馆勇于突破、主动作为，充分激发全市群文工作者的创作热情，涌现一批与时代背景联系紧密、立意正面新颖、体现东莞群文人的责任和担当的优秀文艺作品。接下来，东莞市文化馆将继续通过线上、线下活动推广这些作品，进一步激发广大群众的爱国热情、坚定抗疫必胜的信念。

## 巧借抖音流量东风 打造疫情时期文艺活动新模式

为更好地丰富市民文化生活，发掘优秀群众文化人才，展现东莞城市文化的良好风貌，“东莞杯”2020全国抖音流量王才艺PK大赛活动应运而生。



### ►► 基本情况

“东莞杯”2020全国抖音流量王才艺PK大赛活动，采取线上展播和线下比赛相结合的方式，利用抖音、南方+等具有广泛影响力的服务传播平台，开创疫情期间文化活动开展新模式。

活动在抖音网络平台发起才艺PK大赛，建立“东莞市民大舞台”话题专区页面，启动全国海选；随后从征集作品中挑选出优秀作品开展线下演出；最后举办20强竞演决赛晚会，在“文化莞家”抖音号同步直播，吸引广大市民和网友都积极参与。

通过这种方式，活动受众范围更广、受惠群众更多；品牌宣传效果好，聚集人群少，有效降低疫情传播风险，对在当前疫情防控常态化形式下，开展相关文化活动有积极的借鉴意义。



## ►► 主要做法

一是政企联动，提供全新市民才艺展示平台。本次活动由东莞市文化广电旅游体育局指导，东莞市文化馆、广东金芒果传媒科技有限公司承办，巨量引擎广东分公司、东莞市文化志愿者协会协办，三方各自发挥行业优势，强强联手，共同倾力打造全新市民才艺展示平台。

见证市民大舞台数年变化的执行导演、志愿者张新文表示：“以往的比赛，大多数在线下进行，活动宣传力度和观众参与度有一定局限。这次的比赛采用时下火爆的抖音短视频宣传，受众面不再局限于东莞，全国各地的短视频爱好者和喜欢才艺表演的朋友，都能及时关注和参与，为大家提供了一个更广阔的展示平台，同时也提高了市民大舞台的规格。”

二是双线联动，从虚拟背景走向真实舞台。本次活动线下以“东莞市民大舞台”为主载体，线上则以“市民大舞台抖来秀”抖音专区为主阵地，同时参照市民大舞台实景，制作线上虚拟“市民大舞台”专属道具，将市民大舞台“搬”上抖音，打造全网文化大餐。除了线上全国海选，还有9月至11月每周一场的线下展演。每一场线下展演的作品，都是从参赛作品中择优精选。来自全国各地的参赛者们从线上走到线下，从虚拟海选到现场展演，为东莞市民持续带来精彩纷呈的文化大餐。

三是创新赛制，低门槛、易参与。本次活动参与只需在抖音平台上传作品即可参赛，减少线下参赛的时间损耗和降低了交通成本，效率更高，吸引更多全国各地的网友参赛。截至9月，全国线上海选期间使用“市民大舞台”道具拍摄视频的人数近2万人，其中年龄最小的不足1岁，年龄最大的近80岁。

## ►► 工作成效

一是市民参与活动意愿热烈，宣传效果好。本次活动共有1613个作品参赛，参赛作品播放量251.9万次，总曝光量达2000多万，加上线下受惠群众，本次活动受惠人群至少有254万人次。

与传统线下活动相比，人力物力投入更少、活动风险减少，但是受惠群众更多，社会效益更好，相同的经费开展线下活动，受惠人群一般在6万人左右，但通过线上线下



互动的方式，受惠人群数量是传统文化活动的42倍。

二是活用新媒体，助力探索开展群文活动新常态。一方面，对于活动相关信息宣传，活用抖音短视频平台，充分借用抖音的流量以及传统媒体的宣传渠道，为活动扩大影响力，吸引优质参赛者。在防疫常态化下，为如何高质量的完成好各项文化工作提供了借鉴。

三是关注新需求，紧跟时代履新服务水平。要关注现代观众的精神需求和文化获取渠道，了解并且设计适合他们的文化产品，满足他们的需求。现代人民群众已经在审美、文化层次等各方面有了较大的提高，他们对文化的需求也有更高要求，而且现在手机普及，每个人都可以通过手机搜索自己感兴趣的文艺节目。文化馆要紧跟时代，线下活动也要在线上有出口，使市民足不出户就能欣赏文艺节目，参与文化活动。



## 持续打造爱心文化馆 保障弱势群体文化权益

文化馆不仅仅是一座城市的物理建筑，它更是城市文化的标志、是城市心灵的窗口。围绕深入贯彻习近平总书记重要指示精神 and 《中华人民共和国公共文化服务保障法》，高度重视保障特殊群体享受公共文化权益，东莞市文化馆在充分调研基层上，发挥阵地优势，积极握手各方力量，打造“爱心文化馆”项目，推动公共文化服务均等化，努力让特殊群体共享新时代文化幸福和荣光，让文化馆成为一个充满感动、温暖、爱心的精神文化家园。

东莞市文化馆因此被评为“广东省扶残助残先进集体”。该项目也在第五届中国青年志愿服务项目大赛全国赛1000个人围项目中脱颖而出，荣获金奖；在文化和旅游部主办的2020年全国文化和旅游志愿服务项目线上大赛荣获二等奖。



### ▶▶ 项目背景

2017年3月1日施行的《中华人民共和国公共文化服务保障法》，为开展残疾人公共文化服务事业提供了法律依据。在党中央的坚强领导下，我国的残疾人权益保障制度不断完善，残疾人文化体育服务不断拓展，人道主义思想深入人心，“一个都不能少”的目标离我们越来越近。

根据广东省第二次全国残疾人抽样调查结果，东莞市户籍残疾人占户籍人口比例为4.03%。东莞市统计局《2017年东莞市国民经济和社会发展统计公报》显示，2017年末我市共有户籍人口211.31万人。按照广东省第二次全国残疾人抽样调查规定的残疾人口总数及各类残疾人口比例套算，东莞市共有户籍残疾人口约8.52万人。

东莞市文化馆一直注重推动公共文化服务均等化，保障特殊群体享受公共文化服务的权益，联合东莞市残疾人联合会、社会特殊群体帮扶机构等组织的资源和力量，打造“爱心文化馆”项目，以多元文化活动为主要抓手，为特殊群体提供适配的公益服务和帮助。一方面充实特殊人群的文化生活，保障他们的基本文化权益，让其成为公共文化的直接参与者和受益者；另一方面也为各类帮扶机构搭建互助发展的平台，促进相关行业的良性循环。

### ▶▶ 主要做法

#### （一）阵地、服务、团队三位一体

2017年，东莞市文化馆以新馆为阵地，联合社会专业组织机构和文化志愿者服务力量，开展了“爱心文化馆”项目建设。

项目启动当年文化馆实施场馆无障碍设施改造，建成了障碍人士专用通道、无障碍电梯等设施，为开展系列障碍人士的文化服务活动打下了良好的基础。无障碍设施，让东莞市文化馆成为障碍人士进出方便、自由享受丰富文化资源的爱心家园。

4年来，项目组建多支专业服务队伍，为视障人士、自闭症儿童及其家庭、高龄老人等弱势群体提供了960场公益服务，受惠人群达30000人次，参与志愿者达11130余人次，服务时数有28500余小时。项目为特殊群体提供多元文化服务，实现文化志愿服务持续性开展、针对性关怀、全方位服务。



## （二）针对性打造三大品牌活动

为强化“爱心文化馆”的打造，东莞市文化馆重点针对特殊群体的不同特点，精心策划系列活动，充分满足了他们对于公共文化活动的要求。

一是“东莞星星联盟”系列活动。东莞市文化馆经过精心筹划，与东莞市残联、广东狮子会、东莞市天柱慈善促进会等多家自闭症相关帮扶机构，于2017年4月共同发起成立“东莞星星联盟”，打造了一个全市性的自闭症帮扶平台，专注为自闭症儿童及其家庭提供公益文化服务，用心呵护“星星儿童”的身心健康成长。东莞星星联盟成立以来，我市连续两年举办了“世界自闭症关爱日”主题活动，引起了社会对于自闭症儿童的关注，带动社区、康复机构和爱心企业参与，让更多群众认识了解自闭症，包容、接纳自闭症儿童。同时组建一支有经验、有爱心的专业队伍，不仅有提供协助服务的志愿者队伍，还有可以为星星儿童开展文艺活动、心理辅导等课程的导师队伍。融合社会各界对自闭症儿童的积极关注和大力支持，截至12月，东莞星星联盟共计开展活动926期，受惠的自闭症儿童27000余人次，参与的志愿者8000余人次。

二是“心目影院”系列活动。针对视障人士的文化生活需求，东莞市携手东莞市残联于2017年10月共同成立了广东首家“心目影院”，通过听电影、讲电影的鲜活形式，充实视障人士的文化生活。

推动公共文化服务均等化。2018年，东莞市文化馆面向全社会公开招募志愿者进入讲电影小组，邀请了北京心目影院创办人王伟力、郑晓洁担任授课老师，举办专题培训班，发展讲述员50余人，由文化志愿者、高校学生、康复学校老师等组成，其中还包括东莞广播电视台主持人等，为东莞市文化馆“心目影院”以及各镇街、社区的讲电影活

动打好人才基础。2020年共开展讲电影活动7期，参与视障人士、残障人士及社区工作人员约280人次。

三是“文志爱心公益行”系列活动。活动面向残疾人、高龄老人、外来务工子女等弱势群体，聚焦帮扶共建，以“文艺表演+物资探访+情感交流”的文化志愿服务模式开展慰问演出。截至2019年底，共开展文志爱心公益行55期，调动组织参与的文志志愿者达2850余人次。

## ▶▶ 工作成效

打造“爱心文化馆”项目，通过三大系列品牌活动，关心高龄老人、残障人士和特殊儿童群体，为他们送关爱、送演出、送活动，让广大特殊群体通过丰富多彩的文化活动，更好地感受和融入社会。

一是让特殊群体被大众认知和接纳。文化馆作为提供公共文化服务主体，不仅需要保障特殊群体的基本文化权益，更加需要引导全社会认知、理解和关爱。在“心目影



院”的实践中，通过常态化举办的“听电影”活动，让视障人士加深对生活、声音与视觉关系的认识，帮助他们更好融入社会生活；同时在培育东莞本土的讲电影专业队伍过程中，通过更多体验活动，吸引了年轻社会群体参与，让他们能够更贴切地了解视障人士的感受，从自身做起去关注他们，引导青年一代成为正能量的传播者。

二是引导社会力量参与并形成合力。公共文化服务由政府主导，也欢迎社会力量参与共同建设并创造出更多元、更具针对性的文化产品和服务内容，为广大市民提供更丰富的文化生活体验。在“星星联盟”的实践中，东莞市文化馆通过联合多家专业自闭症治疗、帮扶机构，试验、培育、引进多个特色项目常态化进驻、开展，打造了一个全市性的自闭症帮扶平台，专注为自闭症儿童及其家庭提供公益文化服务。另外，通过组织成立东莞星星联盟艺术团，以“东莞星星联盟”为阵地，以资源整合和合作共享的方式形成合力，帮助特殊儿童群体积极融入社会，通过发挥其艺术特长解决日后就业问题，带领特殊儿童及其家庭走出困境，走向光明。

三是深化文化志愿服务内涵。文化志愿者通过发挥其文艺专业特长，深入到弱势群体当中，在服务过程中实现人生价值。在“文志爱心公益行”的实践中，东莞市文化馆面向社会招募具备一定专业技能的文化志愿者，突出做好关注弱势群体、关爱社会边缘人士的帮扶共建工作，通过探访和慰问演出，着力强化活动开展过程中的互动和交流，使参与探访的志愿者们在行动中奉献爱、感受爱、传递爱。

## 以文促旅、以旅彰文 展城市文化底蕴

为提振后疫情时代文旅行业发展信心，进一步促进全市文旅工作融合，助力打造“湾区都市、品质东莞”，在市文化广电旅游体育局部署下，市文化馆策划开展了“文化四季·四季如歌——东莞文旅融合行动计划”（以下简称东莞“文化四季·四季如歌”）品牌项目，通过以文化为内涵，以旅游为外化的方式，包装推广东莞文化旅游资源，展示东莞文化底蕴和风采。



### ►► 基本情况

东莞“文化四季·四季如歌”项目整合原有的文化品牌“东莞文化四季”和旅游品牌“畅游东莞·四季如歌”两大项目，全新升级的东莞“文化四季·四季如歌”项目以文旅融合为最大特色，各方合作让融合变成合力，实现优势叠加，有效扩大影响力。

在5月至12月期间，项目举办了“点燃东莞”镇街文旅季、“‘照亮’东莞”手机

摄影大赛、“玩转东莞”线路设计大赛、“有礼东莞”镇街创意手信征集活动、“打卡东莞”网红景点评选活动、“畅游东莞”旅游体验活动等六大活动。

## ►► 主要内容

### （一）“点燃东莞”镇街文旅季

东莞“文化四季·四季如歌”项目围绕镇街文化资源特色，策划推广12个镇街文旅季活动，包括石碣·东江生态文化季、茶山·南社传统文化季、东城·33都市文化季、大岭山·莞香文化季、虎门·流行音乐季、万江·龙舟文化季、莞城·寻味东莞季、道滘·南国红豆季、清溪·森林麒麟动漫季、大朗·时尚毛织季、寮步·香市文化季、麻涌·田园亲子文旅季。通过12个镇街特色文旅季活动，以点带面形成点燃全莞深挖优化文旅资源的热烈氛围。截至12月31日，项目已策划举办文化旅游活动460场。其中与镇街、“南方+”共同完成了12场镇街文化旅游直播活动，约120万人通过网络云游东莞景点。

### （二）“照亮东莞”手机摄影大赛

与东莞市摄影家协会合作“照亮东莞”手机摄影大赛，鼓励市民积极创作，内容可以是文化、美食、旅游、民俗风情、靓丽风景、城市建设等多方面，通过摄影作品，全方位、多角度展现“湾区都市，品质东莞”，展示东莞精神，发掘东莞之美，营造良好市民文化艺术氛围。比赛分为手机组与相机组两组，按照年度、季度进行评选。

### （三）“玩转东莞”线路设计大赛

项目发动市民群众，各大高校，实地走访东莞，策划制定出东莞文化旅游线路，让大众在线路DIY的过程中了解东莞历史文化，熟悉当地传统美食，传播东莞民俗习惯与文创工艺，弘扬东莞之美。“玩转东莞”线路设计大赛推动了东莞生态旅游的发展，拉动全市市民参与，并联合各个镇街力量，积极打造了一批东莞网红景点。

### （四）“有礼东莞”镇街创意手信征集活动

项目通过举办“有礼东莞”创意手信评选活动，采用网络投票和专家评审相结合的方式进行评选，同时促进跨界融合的交流，搭建了创新展示平台，推进文化创意与旅游商品融合，加速文化旅游商品创新发展，让创意手信成为宣传东莞旅游的又一有力载体，制造了新的消费吸引点。该活动还设立独立奖项“东莞旅游手信最具人气奖”，由“南方+”通过网络评选评出。

### （五）“打卡东莞”网红景点评选活动

项目通过举办“打卡东莞”网红景点评选活动，搭建东莞本土特色旅游文化景点，促进市民群众到各个地方进行“打卡”宣传，推动当地文化旅游发展，促进旅游消费，提升东莞市文化旅游项目在粤港澳大湾区的影响力，进一步推动东莞成为“网红城市”。





## ▶▶ 项目亮点

### （一）镇街文旅负责人直播出镜为当地代言

全新上线的“南方+东莞云上文化馆”为12个镇街策划打卡活动进行直播。在镇街文旅季中，邀请各镇街文旅部门负责人为当地的文化旅游“代言”，成为新时代下的“代言主播”。相关负责人以导游的身份出镜，为市民群众介绍当地传统文化、解读镇街文旅精彩。

### （二）融合各方力量提振后疫情时代文旅行业信心

东莞“文化四季·四季如歌”项目由东莞市文化广电旅游体育局联合各承办镇政府（街道办事处）主办，东莞市文化馆、各承办镇街宣教文体局或旅游办、各承办镇街文化分馆（文化广电服务中心）承办，是一次市直部门与各镇街政府部门携手合作的项目。以东莞“文化四季·四季如歌”项目为载体，带动全市各镇街进行文化特色旅游开发，引导社会力量参与公共文化、旅游、体育产品与服务供给，真正实现以文促旅、以旅彰文。

## 非遗墟市的线下升级与线上开拓

在东莞，有一种生活叫“周末逛非遗墟市”。每到周六，东莞市文化馆非遗展厅外走廊的非遗墟市便开始热闹起来。2020年受疫情影响，东莞非遗墟市从7月11日起恢复常规运营，半年来共开展了44场非遗墟市活动，其中片区专场5场，走镇街8场；城际联盟18场，其中包括4场粤港澳城际联盟专场，11场城市专场；走出去3场，分别是走进广东省非遗中心年货专场、广东省非遗日韶关主场、非遗墟市走进河源市。



## ▶▶ 非遗墟市城际联盟再度升级

继2019年东莞非遗墟市城际联盟升级为“粤港澳大湾区城际联盟”后，2020年5月30日，随着全省21个地级以上城市加盟，再度升级为“粤港澳非遗墟市城际联盟”，联盟现有23个城市，实现粤港澳地区全覆盖，正式建立“粤港澳非遗墟市”展销交流平台。非遗墟市城际联盟也成为了粤港澳地区非遗信息资源共享平台、非遗知识产权保护平台、非遗保护工作交流平台和非遗形象推广平台。



2020年在我市共举办了18场城际联盟墟市活动，年度重要活动轨迹：

1月18日，非遗墟市走进广东省非遗中心年货节，东莞非遗产品受到广州市民的欢迎。

5月30日，成功举办了非遗墟市粤港澳城际联盟成立仪式。经过4年发展，东莞联动广东省所有地级以上城市以及香港、澳门，把“东莞非遗墟市”升级打造成了粤港澳三地文化交流和融合的文化平台。

6月12日至14日，前往韶关参加了广东省文化和自然遗产日主会场活动。

8月29日起，陆续开展了深圳、韶关、江门、佛山、河源、阳江、肇庆、梅州、清远、惠州、汕头专场墟市，并于9月25日开展了非遗墟市走进河源市博物馆交流展。

11月1日至2日，在横沥镇举办了粤港澳城际联盟专场，全省50个非遗项目产品助兴2020横沥镇百年牛墟风情节，得到传承人、市民的一致好评。

12月6日，在东莞市文化馆举办了粤港澳非遗墟市专场，成为首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动的一大亮点。

12月15日，在樟木头镇举办了部分联盟城市专场，为第三届广东省非物质文化遗产青少年麒麟舞邀请赛增添色彩。

### ►► 非遗墟市书香飘飘

8月22日上午，联合东莞市青年产业工人作家协会在2020南国书香节东莞分会场举办了东莞非遗墟市专场活动，本次活动主要以图文、实物展览介绍东莞非遗项目，邀请

非遗传承人与市民互动，推出非遗趣味体验等活动，让市民进一步了解和参与非遗保护及传承。现场还有东莞非遗出版物·青年产业工人作家作品联展，东莞市文化馆、东莞市非遗保护中心联合东莞市青年产业工人作家协会代表向残联、企业、学校、社区赠予书籍。同时，在非遗展厅传习区举办以“新时代青年产业工人作家的使命”为主题的作家座谈会，吸引了广大市民参与。

### ►► 开拓展销新路径

新冠疫情让世界经济面临着严重的考验，各地的文化交易会和交流也会逐渐由线下转向线上。一时之间，直播带货火遍大江南北，各地区书记市长为了本地的特色经济成为了直播达人。线上销售是当前形势所需，4月份，我们快速推出非遗墟市微信小程序，搭建“非遗墟市”线上宣传推广平台，并联动联盟单位成员，上线全省非遗产品。目前，平台已经汇聚全省近200个非遗精品，成为省内非遗产品最丰富、最集中、最具地标性的集散地，也成为广东省“非遗购物节”的重要平台。通过非遗墟市小程序线上平台购买或预定非遗产品，全年销售金额超过4万元，成功开拓了展销新路径。

通过现代网络科技服务和传播手段，加强非遗墟市宣传推广，创新公共文化服务方式，提升公共文化服务效能，为促进各城市非遗项目跨界融合发展，打通非遗产品进入市民日常生活的渠道，发挥积极作用。



## “非遗小姐姐” IP的打造与运营

我们对文化IP有这样的定义：一种文化产品之间的连接融合，是有着高辨识度、自带流量、强变现穿透能力、长变现周期的文化符号。2020年，东莞市非物质文化遗产保护中心做出一次大胆的尝试，首次打造全新IP“非遗小姐姐”，让人眼前一亮。



### ▶▶ 项目背景

近年来，随着互联网技术持续发展，文化IP以其高辨识度，好玩有趣、个性鲜明，有态度、有观点、有价值观的特征，赢得更多圈层人群关注，东莞市非物质文化遗产保护中心注意到这一情况，一直探索适合本土情况的线上传播途径。

2020年受新冠疫情倒逼，东莞市非物质文化遗产保护中心一方面加快非遗墟市线

上平台建设，上线“非遗墟市小程序”；另一方面推出线上形象大使“非遗小姐姐”作为东莞非遗新IP，以年轻的形象、欢乐的风格介绍东莞非遗相关情况，为非物质文化遗产保护工作在线上发展、传播，开辟了新的路径。

### ▶▶ 主要做法

#### （一）推出系列短、平、快的非遗主题短视频

借助于4月启动的“拉内需 促销费 文旅体暖企在行动”——2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会及“非遗墟市小程序”上线等契机，及时推出东莞非遗新IP——非遗小姐姐，并在抖音、文化莞家公众号等线上平台推出一系列以宣传东莞非遗为主题的短视频，为非遗产品带货，广受好评。

截至12月底，“非遗小姐姐”已发布4个系列合计57条短视频，开展了“东莞文采会”“乐购东莞”“东莞龙舟月启动”“东莞非遗购物节”等6场线上直播，点击总量超过100万；与“南方+”推出“云赏非遗”非遗云课堂9期，总播放量近10万人次。其中抖音平台的“非遗达人系列”共16期，分别介绍了15位涉及可生产性保护项目的非遗传承人，总播放量66.8万次。“玩转东莞龙舟月系列”共28期，分别介绍了东莞市涉及龙舟活动的13个镇街，从龙舟人物、龙舟故事、端午美食等多角度展现赛龙舟、龙舟制作技艺、新昌鼓制作技艺、道滘粽制作技艺、端午节等8个市级以上非遗项目，总播放量40.9万次。“玩转七夕·东莞乞巧会系列”共6期，从多角度介绍了望牛墩乞巧节及道滘七夕贡案两项省级非遗项目，总播放量3.2万次。“玩转中秋习俗”共7期，介绍中秋习俗、灯笼仔制作技艺、广式月饼制作技艺、草龙舞等市级以上中秋相关非遗项目，总播放量3.3万次。





## （二）开设“云赏非遗”非遗云课堂，现场直播带货

《2018中国文化IP产业发展报告》曾指出，新中产的崛起带动了精神文化需求的增加，这一趋势将继续深化。新中产和年轻消费者释放出的巨大消费力，更是由于生活观的变化：由追求财富积累转为追求平衡的生活，使得文化类消费成为消费者的重要需求。基于该理由，及时谋划“非遗小姐姐”模式显得非常重要。

为配合“东莞龙舟月”“非遗购物节”“东莞香典”“第三届广东省非物质文化遗产青少年麒麟舞邀请赛”以及东莞市的“乐购东莞”促进消费专项行动、“拉内需促消费 文旅体暖企在行动”——2020年东莞市文旅和体育产品云上采购会、2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会、首届全国公共文化和旅游产品云上采购大会交流展示活动等，“非遗小姐姐”共开展线上直播6次（其中为东莞非遗产品直播带货3次）；与“南方+”合作，共拍摄“云赏非遗”非遗云课堂9期，还参与了“城市会客厅”节目录制，“非遗小姐姐”作为东莞创新IP的雏形已经出现。

### ▶▶ 工作成效

运营半年多以来，“非遗小姐姐”已成为东莞文化圈内小有名气的一个新IP，受到中国文化报、广州日报、羊城晚报等媒体重点关注并做了专题报道，越来越多的镇街品牌活动邀请“非遗小姐姐”参加，中国文化馆协会副理事长戴衍、省文旅厅非遗处颜永树等专家学者更以此作为典型案例进行分析。

“非遗小姐姐”与非遗传人共同开展的“非遗云课堂”，让传统的线下课堂摇身一变成为线上教学课程，使得原本每场只有几十人参加的非遗课堂，发展为成千上万观众学习的优质线上课程，通过系列线上课程，市民在家就能继续学习与体验非遗项目。“非遗小姐姐”直播带货，对提高非遗产品的知名度和影响力，即时拉动消费，起到积极帮助。

接下来，“非遗小姐姐”将继续研判自身发展路线，加强对自身形象的宣传推广、深入挖掘非物质文化遗产内容，分析线上活动的开展情况，通过粉丝量、点击量、点赞数等多个指标的量化，想方设法提升技能、研究受众需求，从而提升服务效能，讲好非遗故事，继续创造一批有趣味、有新意和有价值的“三有”线上传播作品。

## 线上艺术培训 走向“指尖上的文化馆”



### ▶▶ 项目背景

2020年，面对这场突如其来的新冠疫情，东莞市文化馆及时转变思路，调整培训实施方式，全新策划开展了“走进艺术·云课堂”“走进艺术·东莞文化馆艺术慕课”“艺咖来了·文化莞邑名家课堂”和“莞家开讲·文化视角论艺术话题”四项线上艺术课程项目，受到市民的欢迎。

### ▶▶ 主要情况

#### （一）“走进艺术·云课堂”

3月中旬，为了在疫情防控的关键阶段，让市民安心宅家的同时还能用艺术充实生活，东莞市文化馆在“文化莞家”平台开设了“走进艺术·云课堂”栏目，“云课堂”从“走进艺术”多年累积中精挑细选14门的课程在线上推出。每门课程一次课约30-45分钟的教学方式，每天推出2门课程，每门课程每周上一次课，均持续为期7周的教学，内容涵盖舞蹈、器乐、书法、美术等。“云课堂”的推出广受各方好评，教学期



间，教学视频的点击量合计超过10万次，平均每节课都有上千市民参与学习。

## （二）“南方+东莞云上文化馆”艺术课程

为应对疫情期间不宜聚集、线下活动难以开展等问题，满足群众参与文化艺术类讲堂的迫切需求，同时探索公共文化服务新方式，6月，东莞市文化馆与“南方+”网络平台正式达成合作，在“南方+东莞云上文化馆”开展“走进艺术·东莞文化馆艺术慕课”“艺咖来了·文化莞邑名家课堂”和“莞家开讲·文化视角论艺术话题”三个艺术的课程制作和推广，合计收到有效点击量超过14万次。

一是本次合作的内容包括40节“走进艺术”慕课产品（每5节为一期完整课程，合计共8期）、9期“名家课堂”和7期“莞家开讲”线上直播讲堂，每期内容都采取了线下录制后线上播放的方式进行，授课内容更是涵盖了从艺术普及、艺术提高以及公共文化探讨等多个方面。

二是策划课程内容是筹备工作重点。2020年线上培训内容涉及的包括声乐、器乐、舞蹈、美术、书法、合唱、中国古代服饰、抗疫摄影故事、粤剧知识、民歌创作技巧等，而在“莞家开讲·文化视角论艺术话题”项目中，专家们的讨论话题更是从艺术领域延伸开来，探讨了诸如“琴童教育”“音乐对人的塑造化育”等教育、精神领域。东莞市文化馆聘请的授课教师也都是相关领域的资深人士，其中更不乏全

国知名专家，如中国摄影家协会主席李舸、中国明史学会副秘书长赵连赏、原中国歌剧舞剧院舞剧团团长黄蕾、国家一级指挥陈光辉、湖北省群众艺术馆副馆长周曼丽等。

三是为确保课程的顺利录制，在每期课程筹备阶段开始，文化馆工作人员就与授课教师保持密切联系，提前商定授课主题，对授课内容进行把关，做好准备工作。

四是在实施过程中，由于此前疫情形势较好，市文化馆和“南方+”网络平台还在“名家课堂”录制过程中尝试邀请市民实地倾听讲座，并录制讲座实况的方式，探索“线上+线下”同步走的教学模式。



南方+东莞云上文化馆课程一览表

走近艺术·东莞文化馆艺术慕课		
序号	主题	播出时间(周六晚19:30)
1	现代舞	10月31日
2	书法	11月7日
3	长笛	11月14日
4	古典舞	11月21日
5	古筝	11月28日
6	拉丁舞	12月5日
7	工笔画	12月12日
8	少儿语言艺术	12月19日
艺咖来了·文化莞邑名家课堂		
序号	主题	播出时间(周五晚19:30)
1	声乐	10月23日
2	合唱	10月30日
3	舞蹈编排	11月6日
4	抗疫摄影故事	11月13日
5	粤剧	11月20日
6	音乐作曲	11月27日
7	钢琴	12月4日
8	美术	12月11日
9	服装设计	12月18日
莞家开讲·文化视角论艺术话题		
序号	主题	播出时间(周日晚19:30)
1	音乐魅力,对人的塑造化育	11月8日
2	琴童教育,能给孩子带来什么?	11月15日
3	戏剧曲艺,走进大众生活	11月22日
4	合唱艺术,生活中的独特魅力	11月29日
5	器乐入门,音乐小白的必修课	12月6日
6	舞蹈热,从专业迈向大众	12月13日
7	写作者谈:精神世界的苦与乐	12月20日

## 圆梦行动吹响东莞 青年艺术人才“集结号”

一座城市里,有许多青年文化人富有艺术才华,但尚未被太多眼光所关注,他们需要有一个展示舞台来绽放艺术才华,发挥其应有的价值。

东莞市青年艺术家圆梦行动(以下简称“圆梦行动”)是东莞市文化馆重点打造的品牌项目,旨在通过发挥东莞市文化馆场馆平台资源,扶持挖掘一批具有优秀艺术才能的青年艺术人才,扶持创作一批具有影响力和地方特色的公益文化精品和项目,促进公共文化服务的可持续发展。



### ►► 基本情况

圆梦行动项目自2017年启动以来,已成功举办了四届。4年来,东莞市文化馆破除学历、户籍限制,为在莞青年艺术家提供无差别的资助,发现、挖掘、培育了一批具有优秀艺术才能的青年人,扶持推出了一批艺术力作,助力青年文化人实现艺术梦想、共享人生出彩机会,不断提高城市的文化吸引力、认同感、获得感。

2017-2020年东莞市青年艺术家圆梦行动推出至今,受到了青年艺术家的热烈欢

迎，已成为助推青年艺术家成长的一个平台和文化品牌。

4年来，一共扶持了50余场演出与展览，系列活动被媒体报道超过160次、累计参观受众人数超过35万人次。本项目不但使扶持的艺术家在展示和交流中提升了艺术水平，获得了更高的知名度，也带动了东莞的艺术氛围，影响了更多的年轻人爱上艺术、投身艺术。

## ►► 主要内容

### （一）效果呈现及补贴方式

项目以青年艺术家为服务核心，分别扶持举办个人作品演出、展览和研讨会，每年共计划扶持开展10场晚会演出、6场展览、1场青年艺术家沙龙。

项目对所有扶持项目均给予资金补贴、活动场地提供、宣传推广以及专家团队辅导。具体包括：**个人作品演出**：扶持举办个人作品演出，形式可包括单个节目演出或专场晚会演出，内容可包括音乐、舞蹈、音乐剧、话剧、歌舞剧、粤剧曲艺等，给予每场演出2.5万元（含税）资金补贴，提供市文化馆星剧场或实验剧场作为演出场地，并安排专业执行团队为演出的策划、导演、舞台监督提供帮助。**专题演出（综合演出）**按艺术家人数标准资助，提供每人1万元含税资金补贴。

**个人作品展览扶持**：举办个人作品展览，内容可包括美术、书法、摄影、文物、工艺品等多种类型展出，给予每场展览8000元（含税）资金补贴，提供市文化馆一楼展厅



或公共展览空间作为展览场地，并安排专业展览团队提供布展、维护、安保帮助。

**青年艺术家沙龙**：每年计划举办一场沙龙，邀请艺术名家与本年度及上年度入选“圆梦行动”青年艺术家参与，促进艺术家之间的交流。

### （二）专业辅导及配套宣传

每位艺术家的每场展演或展览均由项目负责人召集相应导演团队开展活动筹备会议，确定微信宣传、演出主题内容，在前期围绕艺术家专访视频、助演嘉宾团队及剧场演出内容做晚会创意结构。每场展演或展览需在活动前一周发布预告，周三抢票，演出前一天发布人物专访，当天演出后发布回顾报道，“文化莞家”抖音号直播及“南方+东莞云上文化馆”进行活动直播。

## ►► 创新亮点

一是通过发现、挖掘、培育一批具有优秀艺术才能的青年人，扶持推出了一批艺术力作，助力青年文化人实现艺术梦想、共享人生出彩机会，不断提高城市的文化吸引力、人民认同感、获得感。

二是通过艺术家抱团发力，提升城市艺术品质，促进文艺精品产生，使其较集中呈现。

三是参与圆梦行动的过程是艺术家一次华丽的变身和蜕变，圆梦行动的舞台让艺术家充分得到全方位的提升，让个人从单纯的艺术表演者，发展成为兼顾台前幕后总设计

统筹、导演的全面人才角色转变，为其带领团队做好充分经验的积累。

四是通过艺术家精品晚会的展示，让市民享受丰富多彩的文化生活。演出有民族乐器、管弦乐、流行音乐、钢琴演奏、独唱、合唱等，展览则涵括了众多门类。这些演出和展览的作品，不仅是艺术家多年探索研究的心血，也是当代东莞公共文化产品供给的一个亮点。



## ►► 工作成效

一是青年艺术家扶持效果良好。东莞市青年艺术家圆梦行动推出至今，受到了青年艺术家的热烈欢迎，他们多年探索、研究的心血，也是当代东莞公共文化产品供给的亮点之一。该项目已成为助推青年艺术家成长的一个平台。

二是档案化管理赢取流量关注。2020年东莞市青年艺术家圆梦行动一共评选扶持17组艺术家，开展11场展演，6场展览。

为了扩大社会知名度和升级圆梦品牌，今年东莞市文化馆在“南方+东莞云上文化馆”开设“圆梦东莞”项目专栏，将此次圆梦行动进行线上和线下的同步打造，为每位青年艺术家制作数字化、媒体化的成长档案，其中发表人物专访共15期，现场直播共6期，综述报道17期，共收获点击流量238404余次。

附：

## 东莞市青年艺术家圆梦行动申请条件及方式

### 一、申请条件

- 1、申报者只能申报个人作品演出、个人作品展览两项之中的其中一项。
- 2、申报者要提供东莞户籍证明或在东莞工作、学习、生活的证明材料。
- 3、申报者举办的活动须为公益性文化活动。
- 4、申报者要做好活动的策划方案，方案要框架完整、内容详实，要具备较强的导向性、创新性和可操作性。
- 5、申报者要提供其个人代表作品资料，音乐、舞蹈、戏剧类作品要提供表演视频，视频要压缩，标注清楚演出名称、地点、时间；书法、美术、摄影类作品要提供作品图片，图片要标注清楚作品题目、种类、尺寸、年代。
- 6、申报者要遵守市文化馆场馆使用的各项规章制度，服从场地的协调分配，配合做好各项信息登记工作。
- 7、入选东莞市青年艺术家圆梦行动个人演出类、个人展览类的入选者限每三年申报一次扶持。

### 二、申报方式

- 1、填写当年的《东莞市青年艺术家圆梦行动申报表》。
- 2、提供纸质版活动策划方案。
- 3、个人代表作品资料；音乐、舞蹈、戏剧等舞台艺术类作品要提供表演视频光盘，书法、美术、摄影类作品要提供图片。
- 4、身份证正反面复印件。
- 5、参赛者在东莞工作学习、居住、奖项等有关证明材料。

2017年东莞市青年艺术家圆梦行动入选名单		
序号	类别	姓名
1	演出类	阿童木乐队
2		巫锡卉
3		丁 喆
4		谢宏全
5		常 静、刘晨光
6		颜 乐
7	展览类	陈嘉豪
8		许家钰
9		谢永标
10		张 强、刘 俊
11		郭建宗
2018年东莞市青年艺术家圆梦行动入选名单		
序号	类别	姓名
1	个人作品演出	康 健
2		王 琦
3		叶美英
4		周彦冰
5		张颢晋
6		任仲华
7	个人作品展览	王一蒙
8		陈炫名
9		姜栋梁
10		孙日新
11		阮富强
12		张峭然
13	综合演出（一组）	彭若坚、谭俊芳
		Weirdo人声乐团
		成伟龙
		徐昭君
14	综合演出（二组）	方 思
		吴晓超
		胡紫杉
		宋玥熹
15	综合展览	陈 榕
		黄 茜
		姚晓刚
		Maestro
		徐颖芝
		刘心怡
		何 卡

2019年东莞市青年艺术家圆梦行动入选名单			
序号	类别	姓名	
1	个人作品演出	岭南逐梦——谢志伟舞蹈作品专场晚会（谢志伟）	
2		朱秋敏	
3		孙文虎	
4		说学逗唱——大雄师生相声专场晚会（蒋志雄）	
5		宋玥熹和他的学生们钢琴协奏交响音乐会	
6	个人作品展览	流光菲舞——汪菲菲人物摄影展	
7		梁 波	
8		柯茂华、刘嘉铭、周荣昌、刘婉仪	
9		乐道——王志辉书画篆刻展	
10		杨近白	
11		廖定标	
12	声乐专场	陈蔓丽	
		欧阳素凤	
		陈 莉	
13	民谣专场	毛晨阳	
		山风与风	
14	乐队专场	因为，有你，东莞——乐队专场晚会（BR乐队+AU人声乐团）	
15	器乐专场	黄 茜	
		陈 榕	
		李丞睿	
16	传统文化专场	李泰山	
		黄小东	
		胡紫杉	
2020年东莞市青年艺术家圆梦行动入选名单			
序号	类别	擅长艺术门类	姓名
1	演出类	音乐表演（演唱）	蒋坤成、邝富强
2		电声乐队（爵士）	The Leg Signals
3		流行音乐	爆青筋乐团（刘雅菁、叶佳鑫）
4		朗诵、声乐、作曲	张岩泉、柴红匣
5		声乐演唱、表演	栾 奕
6		音乐表演（演唱、演奏）	王素娟
7		曲艺	李 丹
8		语言类（语言表演、朗诵、声乐）	喻 言
9	展览类	竹笛演奏、古典室内乐	李丞睿、李粤川
10		声乐演唱、歌曲演唱、乐器、京戏	马云萍、王子潇、魏 星、钟 敏
11		流行音乐、钢琴即兴伴奏	声梦课室
12		美术	王 琳、尹梓先
13		油画素描	徐龙彪
14		摄影	魏皓亮
15		公共艺术、装置	杨云杰
16		美术	赵彩红
17		书法	陈杞阳

## 持续用力 办好2020市镇共建项目



### ►► 项目背景

为加强镇街一级公共文化服务重大品牌活动的管理和引导，强化市镇资源整合，市文化馆于2017年启动了“东莞市文化艺术品牌市镇共建项目”，通过共同投入、共建共享的机制，对部分初具规模和影响的镇街品牌活动进行升级和优化。市镇共建品牌活动项目由各镇街申报，文化馆根据申报的活动项目数量和质量进行综合评估，阶段性地推出重点扶持项目。

### ►► 2020年共建项目

2020年市镇共建项目有12个，包括：万江街道“万江潮涌 金鳌风流”——中国著名诗人采风行，莞城街道工农8号“先锋集结号”公益文化品牌项目，南城街道“和谐之声”合唱艺术基地，茶山镇“茶花杯”全国美丽乡村主题歌曲征集推广活动，道滘镇微粤曲大赛，清溪镇麒麟文化艺术节，寮步镇“最美女声”歌唱大赛，樟木头镇“广东省非物质文化遗产麒麟舞邀请赛”，桥头镇莲城艺术巡展，虎门镇“你好，我的工人兄

弟”产业工人新春歌会，石碣镇“与经典同行”全民诵读系列活动，中堂镇“粤韵满中堂”曲艺精品展演。这些项目包括创作、表演、比赛、展览、综合五个大类，涵盖了音乐、舞蹈、诗歌、戏剧、曲艺、非遗等群众文化的方方面面。

### ►► 品牌共建 特色彰显

除了进行资金扶持，市文化馆还充分发挥文化馆工作人员的专业优势，强化共建项目内容策划，拓宽镇街视野、提升品牌高度；各共建项目单位精心组织，整合资源，不断加强项目的内容创新、形式创新、亮点创新，项目的品牌效应进一步显现，认可度和美誉度进一步提升。

如莞城街道“先锋集结号”立足当代文化艺术特色，推出“先锋剧系列”“潮流秀系列”“非职演员训练班”三个板块活动吸引和聚集青年群体，迄今已推出了数十部原创先锋戏剧，深受青年群体的喜爱。

“万江潮涌 金鳌风流”——中国诗人东莞万江采风行，邀请了杨克、李云等省内外著名诗人，共同品味万江龙舟文化季的内涵和品质，诗咏当下、笔赋万江，创作了一批颇有质量、具有地方性和文化根性的城市诗歌，受到全国诗歌界关注。

虎门镇“你好，我的工人兄弟”产业工人新春歌会，以拉歌与劳动竞技相结合的方式让现场的每一个人都变成歌会的主角，注重参与性与互动性，充分展示了东莞产业工人的风采。

石碣镇“与经典同行”——经典诗歌全民诵读活动，主题突出、特色鲜明，通过颂、唱、创、演等形式，让观众看到了经典诗文与各种艺术形态交融呈现的多姿多彩，为全市人民呈现了经典诗歌美文的无限魅力。

茶山镇“美丽乡村”主题歌曲征集推广活动，面向全国征稿，在全国词曲作者、音乐人中间引起了广泛反响，已经成为在全国音乐界具有一定知名度和影响力的歌曲创作品牌活动。

### ►► 形式多样 成绩喜人

面对2020突如其来的新冠疫情，市文化馆指导各项目共建单位及时调整活动开展形式，采用线上与线下相结合的形式，确保活动科学有序开展，进一步扩大群众参与范

围。同时，在宣传形式上进行创新，充分融合多家媒体资源，及时对项目展演进行全方位报道，包括在“文化莞家”、“南方+东莞云上文化馆”等媒体平台对赛事、演出进行现场直播。项目开展四年来，市级投入600多万元，共举办了316场大型活动，惠及线下群众过100万人次，网络直播观看人数累计超1000万人次，活动的品质得到了有力的提升，受众面进一步扩大，影响力进一步加强。

### ▶▶ 绵绵用力 久久为功

绵绵用力，久久为功，一个品牌的建设需要大量的时间和经历来累积，未来，市文化馆将继续加大对市镇共建项目的扶持力度，着力提升项目的品牌效应和社会影响力，发挥共建项目的示范性作用，带动和促进更多有亮点、有特色的活动品牌升级，努力满足群众对美好生活的新期待。



## “中国美味”全国摄影展：美味里的中国



### ▶▶ 项目介绍

这是一项在饭桌上碰撞出来的策划，“中国美味”全国摄影展的诞生即香气四溢，五味俱全。东莞是一座外来人口数量不断创新高的现代化都市，吸引着来自全国各地乃至全世界的人们，各种饮食文化也在这里交流交汇。在东莞的每个镇街，都能找到中国各地乃至世界各地的风味美食，以满足在此流走居住的天下人的口腹之俗。在此基础上，本土的饮食文化更被作为文化传承载体得以更好地保护，成就这座新兴工业城市最富人间烟火气的标志之一。集约化的产业发展，还让这片土地上集结了诸多食品加工的大中型企业，产生了不少名闻遐迩的名牌。

在2020年全面建成小康社会之际，东莞市文化馆联合中国摄影报社、东莞市摄影家



协会精心策划推出“中国美味”全国摄影展，将来自全国各地的特色美食摄影作品集汇一处，在东莞亮相，让人们通过摄影画面来再次感悟文化与乡愁，再次体会华夏一家的渊源与血脉，更多了解饮食文化的精妙与魅力。

自2019年12月在中国摄影报及相关权威专业媒体发布本次全国摄影展征稿启事，活动得到了全国摄影人的高度关注和积极响应；2020年8月30日正式截稿，共收到33个省、自治区、直辖市投稿作品10532余组（约16765幅），投稿作者1821人，经专家评委会评审出入展作品50幅（组）。投稿作品包罗万象，亮点纷呈，文化内涵和地方特色浓郁，题材挖掘与表现手法新颖。参展作品不仅是传统美味的直观呈现，更是56个民族团结一致奔小康的幸福注脚，用浓墨重彩抒写渗透在中国美味中的感触、记忆、渊源和文明，留住蕴藏在美味中的抹不去的乡愁。

作品评选结束后，由专业策划展览公司负责展览规划，设计制作作品，并选定在横沥镇“百年牛墟风情节”开幕。2020年，小康之年，需要一次富有创意的活动来全面检阅建设美丽乡村成果和展示品质城市美好生活。

11月11日，“中国美味”全国摄影展在横沥镇稻香饮食文化中心如期开幕，全国摄影艺术大咖相聚东莞。活动盛况空前，取得圆满成功。

## ▶▶ 活动做法

### （一）首次与国家级媒体举办全国性摄影大展，形象宣传事半功倍

“中国美味”全国摄影展是东莞市文化馆联合中国摄影报社、东莞市摄影家协会精心策划推出的大型项目。这是东莞市文化馆首次策划的全国摄影活动。活动征稿启事通过国家级专业媒体《中国摄影报》发布宣传，并在各大重要平台发布，得到了全国摄影人大力支持。

### （二）疫情期间的作品评选，天南地北网络高效

作品的征集工作由中国摄影报社完成，本次展览投稿作品10532余组（约16765幅），投稿作者1821人。按照惯例，入展作品由来自全国的专家评委汇聚京城评选，但受今年疫情影响，最终决定采用网络评选。评委包括中国艺术研究院摄影艺术中心原主任刘宇、中国摄影报副总编柴选、广东省摄影家协会主席李洁军和东莞市摄影家协会主席李志良。经过严格的认真评选，最终选出50幅入展作品。

### （三）摄影展览选址，横沥展现乡村振兴成果

2020年年中，“中国美味”全国摄影展决定选址在横沥镇举办。位于东莞市东部的横沥镇，作为广东省三大牛墟之一，以悠久的历史 and 深厚的人文底蕴著名。改革开放四十年来，横沥镇的经济获得了长足发展。今时今日的横沥镇，实现了农村工业化、城乡一体化的中等现代城市格局。一座面向香港、深圳、广州大港口，背靠京九、京广铁路线的珠三角工业重镇正在吸引着越来越多人的目光。

近年来横沥镇大力打造“百年牛墟风情节”，结合特色产业，弘扬本土民俗，推动乡村振兴。牛墟风情与文化的演绎，让美食活动不断融入其中，受到百姓的追捧。同时，横沥旅游事业也得到了跨越式的发展。横沥镇逸颐艺舍博物馆成功获评国家4A级旅游景区，田头文化街初显成效；稻香饮食文化中心通过国家3A级旅游景区的验收，稻香休闲度假酒店和电影院将于近期投入使用。

### （四）引入专业展览策划，形式创新保障效果

横沥镇稻香饮食文化中心作为主展场，在古色古香、浓厚丰富的饮食文化氛围映衬下，展览形式独具一格，展览充分利用公共空间户外广场和室内空间，引入当代艺术观念，材质的运用呈现形式让人耳目一新。在展览开幕现场氛围的营造工作中，市文化馆策展团队经过周密合理规划，用极少的投入营造了极为浓烈的现场效果。

## ▶▶ 活动亮点

### 一是有机植入全国性大展摄影本土采风，以蝴蝶效应扩影响力

紧扣美食文化主题，把全国摄影展引入横沥，有机整合横沥“最牛美味”主题，突显百年“牛”特色。2020年是小康年，民以食为天。人民徜徉在最“牛”美味的海洋，直观展示东莞人民、横沥人民幸福美好小康生活，宜居横沥，幸福洋溢，“最牛美味”，声名远播。全国性大展活动的影响力，横沥美味美名远播，吸引艺术家齐聚横沥，赴各村社区采风创作，全省各地摄影家都成为挖掘横沥美食文化、风土人情、宣传村社区民间美食的自媒体，每天都在向全国各地发布横沥美食文化民俗风情。

### 二是始终围绕本土美食文化，唤醒久违的乡土记忆

活动挖掘本土文化风情。首先以横沥百年牛墟横沥美味为出发点，由专业团队策划，设计引入有时代性、富吸引力、参与性强的活动，让所有社区（村）青年、老人、



小孩、妇女都参与到活动中来，让活动变成全民在“味蕾上狂欢的海洋”。横沥镇各村历来都有在特定农历节气以各种特色民俗聚会的习俗，民间活动基础好，策划丰富多彩的民间风俗活动正好契合本次活动主题。

本次活动整合省市非遗美食资源，在活动当天集中展示开放开市，让利惠民，吸引了全省各地民众参与。本次展览主题让整个风情节活动与全国“建设美丽乡村”的主旋律结合得更加紧密。通过精心策划活动，在全面展示横沥的民俗风情同时，更好地向外界展示齐奔小康、撸起袖子加油干的无穷力量。幸福的场景，诗意的畅想，美味横沥，

就是美好生活的样榜，中国美味，就是人民美好生活向往的诗和远方。

### 三是创新策划理念和形式，让展览成为网红打卡点

本次活动的展览板块，引入当代艺术观念和布展方式。本次展览由中国摄影金像奖胡国庆老师策展，在稻香饮食文化中心广场通道及大堂，以全新方式将展品、开幕式现场与观众融为一体，视觉呈现与观展方式都让人耳目一新。在氛围的布置上，将中国喜庆传统元素与当代布展形式结合，组合成强烈的视觉色彩形象冲击，让人过目不忘，流连忘返。

