



东莞市文化馆
DONGGUAN CULTURE CENTER

同心向未来 奋进新时代

2022
东莞市
文化馆
工作年报

DONGGUAN
CULTURE CENTER
ANNUAL REPORT





东莞市文化馆
DONGGUAN CULTURE CENTER

同心向未来 奋进新时代

2022

东莞市
文化馆
工作年报

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 龚利曦 梁宝华 莫家鏊
韦海良 黎淑敏

主 编：黄晓丽

副 主 编：何超群

执 行 主 编：梁宝华 韦海良

执 行 副 主 编：陈 翔 莫玉瑜 张见玲

编 辑：魏璟君 彭蔼莹 王琪琪 蔡一帆

撰 稿：韦海良 叶嘉敏 孙 艳 巫锡卉 李宇菲 利 民
何超群 汪慧敏 张见玲 陈 翔 林小瑜 周丕垚
黄孟良 彭蔼莹 魏罗芬 魏璟君

(名单按姓氏笔画排列)

编 制：东莞市文化馆

铸魂，为梦想插上翅膀

凡是过往，皆为序章。

岁末冬寒，疫情再度汹涌而至。此刻，我们笃定，时序更替不可阻挡，就像大地终将苏醒，万物始终运行，新春终将如期而至。

立足这个崭新的时代，每个人都有一个飞翔的梦想。但是，不是每一个梦想都可以如愿起飞，因为，能够飞向云天的梦想，都有一个丰盈饱满的灵魂。因此，铸魂，成为胸怀大梦者独特的修行。有人说，人生有三个境界，依次是物质的境界、精神的境界、灵魂的境界，对个人而言，失去灵魂是一场悲剧，对现代社会而言，失去灵魂，是一场灾难。

可见灵魂不仅是梦想起飞的翅膀，更是社会发展不可或缺的引擎。

习近平总书记说：“文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴则国运兴，文化强则民族强……”可见，文化是灵魂，不是工具箱里可根据需要任意选用的“锤子”或“扳手”。作为公共文化服务从业者，我们都是铸魂人——为国家铸魂，也为自己铸魂。

铸魂，不是要求每一个人都像鲁迅先生那样，书写出旷世巨作，打造穿越时空的中华魂。你奋笔书写的每一个音符，你认真修改的每一份方案，你悉心教授的每一个要领，你倾力策划的每一个展会，你真情奉上的每一首歌曲，你生动讲解的每一个故事……万涓成流，皆为铸魂。

我们深知,时代选择了我们,是荣光也是责任,是担当也是使命。铸魂,注定是一场艰苦卓绝的奋斗,要奋斗就会有牺牲,就会有伤痛,就会有委屈,但我们绝不后悔,因为我们确信,路遥识骏马,烈火见真金。就像水滴击穿岩石,火焰照亮星空,对于每一个铸魂者来说,只要坚定信仰,所有的汗水和泪水都将汇合成一个硬核年代的星辰大海,所有的奔跑和跋涉都将凝聚成一个年轻城市的诗意未来。

就像奥密克戎席卷全球的当下,我们并没有像往年那样,按下“暂停键”,既然我们能够从一粒熬过寒冬的种子上,辨认出梦想的参天大树,我们有什么理由停止浇灌?我们必须行动起来,因为,惟有行动可以超越考验和挑战。

铸魂,虽然是风云激荡的千秋大业,但也不妨碍每一个人绽放当下真实的自我,就像每一个被历史铭记的大时代,都曾留下过无数独一无二的动人故事。

目录

东莞市文化馆 2022 年工作总体情况	01
2022 年东莞市文化馆总分馆制建设工作总结	06
2022 年东莞市文化馆文化活动数据统计表	14
媒体报道	
2022 年媒体报道情况	17
2022 年新媒体运营情况	36
社会荣誉	
2022 年省级以上奖励、表彰情况（集体）	39
2022 年省级以上奖励、表彰情况（个人）	41
东莞市文化馆 2022 年大事记	43
工作案例选编	
欢庆党的二十大	
2022 粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会：搭建服务新场景 引领文化新趋势	51
全民舞蹈季：全民欢舞，奋进新时代	56
文化服务新场景	
“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time：打造潮流文化新现象新体验	59
“江湖山海”非遗系列活动：打造莞邑文化新 IP	63
东莞文化年历：传承优秀文化，构建时令潮流	66
东莞市民艺术夜校：精准对标市民艺术培训需求	69
全要素、全体系、全流程——数字化赋能东莞文化馆高质量发展	72
社会合作新跨越	
“优享文化年”创投大赛：优化供给能力，聚焦精准服务	77
东莞艺术培训机构嘉年华：联动社会力量共舞，绽放少儿艺术之花	81
构建三大运营平台 打造资源循环系统——社会力量参与公共文化服务的东莞模式	84

文艺创作新成绩

- 东莞市第十一届少儿艺术花会：艺术蓓蕾 绚丽绽放 89
- 群文创作高级研修班：群文精品创作的“发动机”和“孵化器” 93
- 《岭南雨巷》角逐群星奖：健全创作选拔机制，催生群文精品力作 96

平台建设新篇章

- 高质量推动文化和旅游研究基地（东莞市文化馆）建设 99
- 中国文化馆协会摄影委员会：搭建全国专业交流平台，推动群文摄影艺术发展 104
- 中国民族音乐（东莞市文化馆）普及推广中心：推动中国民族音乐普及，弘扬中华优秀传统文化 107

| 分馆案例选编

- 凤岗分馆：传承客侨薪火 赓续文化宏图 111
- 洪梅分馆：文化创新赋能美好生活 114

东莞市文化馆
2022 年工作总体情况

2022年，东莞市文化馆以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，学习贯彻党的二十大精神，贯彻文化强国、文化强省、文化强市建设部署，坚持“思想引领+文化供给”，持续推进“品质文化之都”建设，以“六个融合”推进文化馆高质量发展，在文化强市建设新篇章中勇担新使命，展现新作为，提升东莞城市的文化形象、文化影响力，提升千万人口的文化供给质量和文化认同感、归属感。

一、推进党建与业务深度融合，建设优质文化馆服务体系

（一）坚持党建引领，把党的领导贯穿文化馆建设各领域和全过程。贯彻落实“双报到”要求，发挥党员干部先锋模范作用，广泛动员党员、干部职工参与坝头社区的防疫工作。2022年先后派出8批次合计128人次支援坝头社区开展社区围合管理、核酸检测等工作。承办并组队参加了2022年市文广旅体系统庆“七一”活动，夺得团体一等奖、最佳组织奖、党建知识最强大脑奖和最佳推荐奖。

（二）导入卓越绩效管理模式，推动文化馆内部管理从优秀到卓越。成立了卓越绩效管理核心小组，由馆领导、各部门负责人以及相关业务骨干组成。对照管理准则对文化馆的“家底”进行全面梳理，开展卓越绩效导入工作，完成申报材料编写及提交，被评为2022年度东莞市导入卓越绩效管理优秀单位。

（三）加强文化馆体系建设。建立常态化业务指导工作机制，召开总分馆工作视频会议，开展分馆业务骨干培训。完善文化馆公共文化服务“综合大数据采集分析系统”，数字赋能基层公共文化服务提质增效。发布了首份《东莞市文化馆总分馆质量发展（数据分析）报告》，对文化馆服务效能进行量化评估，全面提升总分馆末端执行力。

二、推进艺术普及与城市生活深度融合，打造文化供给新场景

（一）打造“潮流东莞·火柴盒”城市艺术time新IP。通过小型、精致、亲近的户外演出，营造小而美的公共文化空间，打造潮流文化新IP。项目自4月30日启动以来，通过市镇两级联动和多层次线上传播，快速在全市范围铺开。全年市镇41个“火柴盒”共举办演出254场，线上线下受惠1874万人次。其中，520专场、父亲节专场、中秋节专场等，吸引了广大市民的关注，掀起朋友圈的转发热潮；“粤语金曲之夜”通过知东莞、莞视频、东莞+、文化莞家、抖音等平台直播，直播流量超过31万。

（二）举办2022东莞优享文化年活动。延续升级“共享文化年”系列活动，2022年的优享

文化年依托“三个100”服务主体，精准对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等四类群体的文化需求，精准开展“四大计划”系列活动，沉淀产生400个文化社群，提升文化活动的服务力与影响力。据统计，2022年优享文化年提供2185场次的活动，线上线下惠及35万人次。

（三）开展东莞“文化四季”“文化年历”等品牌活动。东莞文化四季和东莞文化年历是东莞市文化馆品牌活动，至今已举办5年。2022年东莞“文化四季”推出了流行音乐季、粤港澳摄影季、青少年艺术季和全民舞蹈季。青少年艺术季在暑假期间策划举办了手造节、艺术培训机构嘉年华、寻找最美火柴盒声音合计三大板块100项活动。其中，艺术培训机构嘉年华握手社会力量，精选了31家机构，推出640个公益培训学位、4500个观演名额，给青少年送上干货满满的暑期文化大礼包。全民舞蹈季则结合喜迎党的二十大主题，以舞蹈为载体，开展国风特色广场舞推广、“喜迎党的二十大”广场舞视频大赛、“舞动新时代”广场舞大会、全民舞蹈群星大赛等一系列活动，为喜迎党的二十大召开营造良好的氛围。2022年“时令东莞”东莞文化年历以“二十四节气”为主线，开启“走读东莞24小时”系列，用镜头和文字记录东莞各镇街的日夜，深入挖掘城市文化底蕴，推广和宣传城市文化元素，让市民深入感受城市的生命力。全年合计推出了14期线上视频及推文，举办5期线下活动，受惠人次约24万。

（四）实施2022年东莞市全民艺术普及行动计划。2022年全民艺术普及行动计划聚焦基层公共文化服务提质增效，推动文化服务精准抵达。一方面，增设“东莞市民艺术夜校”培训班，向上班族和产业工人群体倾斜。另一方面，重点针对全民艺术普及师资队伍开展培训，提升艺术普及效能，2022年举办了文艺创作系列高级研修班、东莞市文化馆分馆馆长及业务骨干培训班、优享文化年“三个100”服务主体轮训等，邀请国内名师对艺术普及队伍进行系统培训。全年全民艺术普及行动计划市镇举办培训班249个，开展培训3517场次，惠及群众35万人次；举办镇街自主演出、精品演出、圆梦行动、艺术赏析进百村等演出共281场次；举办家庭美育、爱心文化馆、小诗人沙龙等活动共340场次；举办展览20场次。

三、推进非遗活态传承与莞邑文化品牌打造深度融合，涵养城市文脉气质

（一）推进非遗保护立法工作。为建立我市非物质文化遗产保护工作的长效保障机制，推动《东莞市非物质文化遗产保护与管理条例》的立法，由市文广旅体局、市文化馆联合东莞理工学院立法基地组建了专门的立法工作小组，召开了立法交流会，开展文献资料收集、整理和分析，制定研究方案，进行调研访谈等，力争2023年形成立法建议稿。

（二）完善非遗保护体系。做好非遗项目申报工作，2022年我市非遗名录进一步充实，新增

10个省级、21个市级非遗项目。至此，东莞拥有国家级非遗项目10个，全省排名第五；省级以上非遗项目达54个，市级以上非遗项目167个。推动文化遗产的整体保护利用，争创广东省水乡文化（东莞）生态保护实验区，2022年开展了水乡文化生态保护区的调研工作。

（三）统筹打造“江湖山海”非遗系列活动。深入挖掘东莞非遗和区域文化资源，推动生态文明与文化传承交融相促，打造全新非遗品牌——“江湖山海”非遗系列活动。项目由市文化馆统筹，联动25个镇街资源，推出东莞龙舟月、东莞莞香节、东莞麒麟节、岭南腊味节等四大主题系列活动。策划了非遗美食节、“非遗小姐姐”玩转非遗直播等活动，推动文旅融合发展，推出东莞非遗巴士和16条文旅路线，发布了12款非遗主题口罩。创作粤歌《最是女儿香》，并在莞香节期间发布，将莞香精神与东莞城市文化精神进行了全新的诠释与解读，并通过粤歌这一创新表达进行传播，以香喻城，以小见大。此外，常态化开展非遗普及活动，全年举办粤港澳非遗墟市59场次，非遗进校园10场，非遗在四区活动20场次，非遗课堂25场次。

四、推进群文创作与时代精神深度融合，汇聚向上向善的精神力量

（一）举办第十一届东莞市少儿艺术花会等市级文艺赛事。东莞市第十一届少儿艺术花会自1月份启动，分为镇街初赛和全市决赛两个环节，参与学生近8万人次。决赛共设置了8场少儿舞台艺术专场比赛和1场少儿美术书法展览以及1场颁奖晚会。决赛最终评选出金奖作品71件，银奖作品105件，铜奖作品174件，20家单位获得优秀组织奖。决赛及颁奖晚会全程进行了网络直播，吸引近5万人观看。此外，还举办了东莞市社会主义核心价值观原创文艺作品征集推广、东莞市群众文化论文征集、东莞儿童诗大赛等群文赛事。

（二）参加省级群文赛事获优异成绩。组织做好广东省2022年群众文艺作品评选、广东省少儿艺术花会、广东省第十六届美术书法摄影联展等省级比赛东莞作品的选拔、报送。6月，广东省文化和旅游厅公布了2021年度全省群众文艺作品评选获奖结果，东莞共有20件作品获奖，其中一等奖5件，二等奖6件，三等奖9件，总成绩名列全省第二。11月，广东省第十六届美术书法摄影作品联展开幕，东莞参赛作品斩获2金、3银、4铜，共摘取了53个作品奖项，东莞市文化馆连续九届获优秀组织奖。此外，东莞少年合唱团参加由中国合唱协会等单位主办的第八届中国童声合唱节线上童声比赛并荣获金奖。

（三）组织作品参加全国“群星奖”比赛并入围决赛。经过省文化和旅游厅评审，推荐我市作品表演唱《岭南雨巷》《送水工老杨》和小品《隔离》《装电梯》等4个节目参加群星奖比赛，其中，《岭南雨巷》入围群星奖决赛，展示了岭南文化和岭南风情。

五、推进服务管理与数字科技深度融合，提升文化服务效能

(一) “直播 + 短视频”提升线上传播力。线上传播顺应趋势，重点加强“直播 + 短视频”传播。成立专门的短视频摄制小组，通过发布活动预告、活动花絮、活动回顾等方式进行全方位的展示，增强了活动影响力。2022 年，视频号、抖音号各发布视频 598 条，合计阅读量 452.6 万次；各平台直播 59 场，累计观看人次达 3266.2 万。

(二) 进一步丰富数字文化资源库建设。截至 2022 年 12 月 31 日，上线数字文化资源达 1895 个，其中云课堂课程 54 个，共 768 个教学视频。策划推出《红色经典歌曲歌词赏析》系列微视频第一、二季，其中第一季已上线人民网旗下慕课平台人民公开课。对《少儿粤剧二》《书法密码》《时尚搭配》三门慕课课程进行重点推广。优化线上学习模式，通过微信群、视频号直播等方式强化师生互动，改善学习体验。全年线上参与学习人数近 800 人，学习次数达 8 万人次；加入社群学习人次近 400 人，组织线上互动 33 场次，导学活动 3 场次，直播答疑 15 场次，直播浏览量超 4 万次。

(三) 做好“文化莞家”等平台的日常运营。2022 年平台浏览量 (PV) 300 万人次，访客数 (UV) 83.9 万人；发布活动 3407 场次，发布培训 10208 场次；“文化莞家”微信推送内容 1006 条，阅读次数超过 170.7 万次，粉丝数超 47.5 万人。

六、推进公共文化平台系统与人文湾区建设深度融合，增强东莞文化引领力

(一) 举办 2022 年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品 (东莞) 采购会。2022 年 11 月 25 日，2022 年全国文采会“东莞站”——2022 年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品 (东莞) 采购会在东莞市文化馆开幕。本届文采会以“线上 + 线下、馆内 + 馆外、展会 + 活动、传播 + 服务”的多元化、灵活式、长效性办会方式，凸显科技创新、先进制造、潮流东莞特色，打造为期 36 天的展示交流平台、文旅行业盛会、湾区文化嘉年华，达成意向合作近 3307 万元，线上总流量达 5060 万，国家及粤港澳等主流媒体直接报道超过 200 多次，互联网相关信息量超过 2 万条。期间精选 131 家重点企业 (机构) 和非遗项目线下参展，线上推出展示 400 多家企业 (机构) 的“赶大集”专区。重点搭建了元宇宙线上虚拟展厅，开展“友好企业 +”微综艺、大咖云逛展和拙见 21 直播间等推介活动；开展“粤港澳非遗墟市”抖音话题互动，吸引 2116 万人次点播。举办“临境 2022 · 中国文化馆之夜”，吸引 340 万人次线上观看，打造了全国公共文化汇演盛会、公共文化服务交流平台。12 月 30 日晚，在石龙镇举办了 2022 湾区文采会闭幕式盛典暨潮流东莞 · 火柴盒“世界那么大 不也遇见你”跨年音乐会，以独具匠心的精彩策划和创意呈现，回顾湾区文采会精彩历程和显著成效，唱响《新昌鼓》《第二十次重逢》等原创音乐，打造出一场汇聚湾

区优秀音乐人才、绽放湾区原创音乐魅力的文化盛典，当晚吸引超过 1514 万人次观看直播。发挥文采会平台效应，建立长效机制，成立了广东省流行音乐传播中心、粤港澳大湾区文采会原创音乐传播中心、粤港澳大湾区新文旅产业企业联盟，培育了文化强市建设和公共文化服务高质量发展的新动能。举办 2022 广东省最美新型公共文化空间展，联动全市各分馆打造“非量产”生活节，举办了“不也遇见你·火柴盒”湾区原创音乐畅享会等活动，吸引广大市民参与，搭建城市文化新场景，引领文化生活新趋势。

（二）做好三个国家级平台的研究和服务工作。依托文化和旅游研究基地，开展了东莞公共文化服务创新案例征集评选，并联合基地历年研究成果编印成册，在 2022 湾区文采会期间进行集中展示交流；开展了粤港澳大湾区公共文化服务社会化发展新模式研究和文化馆公共文化服务数字化建设项目研究。依托中国文化馆协会摄影委员会，策划举办粤港澳摄影季，推出 8 个高规格影像展以及 17 个镇街特色专题展览；其中“时代·文化·传承——首届群文影像大展”先后到杭州、广州、厦门、成都、青岛、重庆等地进行巡展。利用入选成为全国首批 10 家中国民族音乐普及推广中心的契机，推动中国民族音乐的传承、普及、创新。

提服务、再升级、强联动

2022年东莞市文化馆总分馆制建设工作总结

2022年以来，东莞市文化馆围绕文化强市建设目标，大力推进文化馆总分馆制建设，全面加强总分馆一体化服务，进一步迭代升级数字平台，提高公共数字文化服务水平，助力公共文化服务提质增效，着力提升公共文化服务一体化供给能力。

一、加强管理，提升总分馆服务水平

各分馆、支馆、共享文化馆贴近普通市民，是服务的主要力量，市文化馆下大力气抽调精兵强将对分馆进行常态化指导，优化总分馆的绩效评价机制，首次出台了总分馆数据分析报告，提供培训课程等，着力提升总分馆的服务水平。

（一）做好指导员，建立常态化业务指导工作机制。市文化馆派工作人员对全市33个镇街（园区）分馆进行“点对点”业务指导，深入了解分馆发展现状及存在困难，了解基层群众文化需求，指导分馆强化“二级总馆”作用，按照统一标准，落实各分馆免费开放，全面完善常态化服务项目，统筹推进和指导村（社区）支馆开展常态化服务项目，推动基层文化馆高质量发展，进一步为群众提供优质多样的公共文化服务。

（二）做好考核员，出台总分馆绩效评价报告。持续强化平台数据管理能力。通过平台对各分馆业务服务数据和线下人流数据采集，对数据进行汇总、统计、对比、排名，得出每月平台总分馆服务数据，首次推出《2021东莞市文化馆总分馆质量发展（数据分析）报告》，标志着东莞市文化馆总分馆执行力以及服务效能有了详实的数据报告进行量化评估，用平台数据倒逼总分馆服务效能提升，助推基层公共文化服务提质增效。

（三）做好培训员，加强基层骨干业务培训。为提升总分馆文化队伍的整体适应能力，开启新思路、开拓新视野，组织策划东莞市文化馆分馆馆长、业务骨干培训班，“文化莞家”平台业务推广等培训班。课程涉及公共文化服务领域的新政策、新趋势、新职能、新业态、新技术、新手段等内容，围绕文化馆数字化建设、新媒体服务与推广、爆款短视频制作技巧和传播、“文化莞家”新功能应用、“文化莞家”业务技能培训以及公共文化服务绩效评价指标采集规则说明等主题进行，有力帮助基层骨干拓宽视野和技能储备。

（四）做好服务员，统筹优质资源配送服务。通过实地调研了解共享文化馆的文化需求，开展精准的文化资源配送，全年为9个共享文化馆配送了52场活动，受惠人次达1300人，丰富了共享文化馆的服务内容。

二、迭代升级，完善平台管理服务功能

主动适应时代的发展需求，加大线上服务的比重，多措并举，不断完善平台的服务功能。全年平台浏览量 (PV) 300 万人次，访客数 (UV) 83.9 万人；发布活动场次 3407 场，群众线上订票 4.2 万张，到场验票 3.6 万张；发布培训场次 10208 场，群众在线报名 3.2 万人，群众在线签到 17.1 万人次。

（一）丰富数字资源库内容

依托全国文化信息共享工程、数字文化馆建设等公共数字文化工程，通过征集、策划录制等方式，不断推进数字资源库建设，上线数字文化资源 2739 个，其中云课堂课程 54 个，共 768 个教学视频，进一步丰富数字资源库内容。

（二）推出“走进艺术云课堂”新品牌

精心策划推出“走进艺术云课堂”，采用“线上录播+视频号直播+线下面授”三种方式相结合的教学模式为群众提供公益培训课程服务，有效提升公共文化数字服务水平。线上参与学习人数近 800 人，学习次数达 8 万人次；加入社群学习人次近 400 人，组织线上互动 33 场次，导学活动 3 场次，直播答疑 15 场次，直播浏览量超 4 万次。

（三）加强平台管理能力

不断完善用户行为使用规范，升级版面视觉效果，加强推广运营。运用接口技术优化平台，从技术上开放平台，已实现与国家公共文化云、广东省文化馆“文化在线”以及东莞市政数局“i 莞家”等第三方平台对接，逐步实现“文化莞家”平台与第三方互联网平台互联、互通、互调。全年平台对接第三方活动 685 个，培训 784 个，资讯 627 篇。

三、加强联动，扩大宣传影响

总分馆制全面建成以来，不断强化联动，形成宣传、活动的全方位联动，进一步扩大了公共文化服务的影响力。**活动联动方面**，如今年“潮流东莞·火柴盒”举办期间，联动总分馆，围绕重大节日进行专题策划，全市推开。同时，每周定期发布火柴盒地图指南，在全市形成了“潮流东莞·火柴盒”的品牌效应。

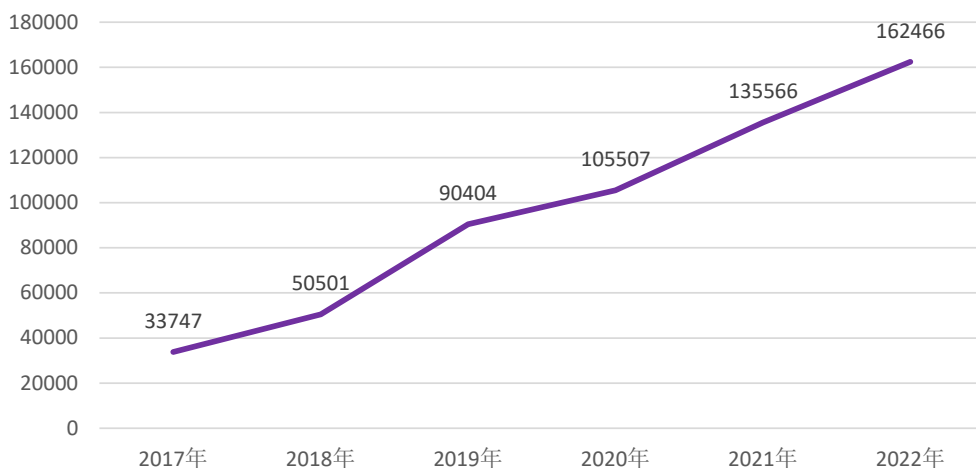
在宣传统筹方面，今年 11 月 25 日至 27 日，2022 年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会（简称“湾区文采会”）在东莞市文化馆举行，开启了为期 30 多天的展示交流平台、文旅行业盛会、湾区文化嘉年华。在活动开幕后三天内，全市总分馆的新媒体平台，同步推送了有关文采会的相关推文和视频，让文采会的声音进一步下达到基层一线，形成了声音合力。

2022年东莞市文化馆总分馆服务数据情况汇总

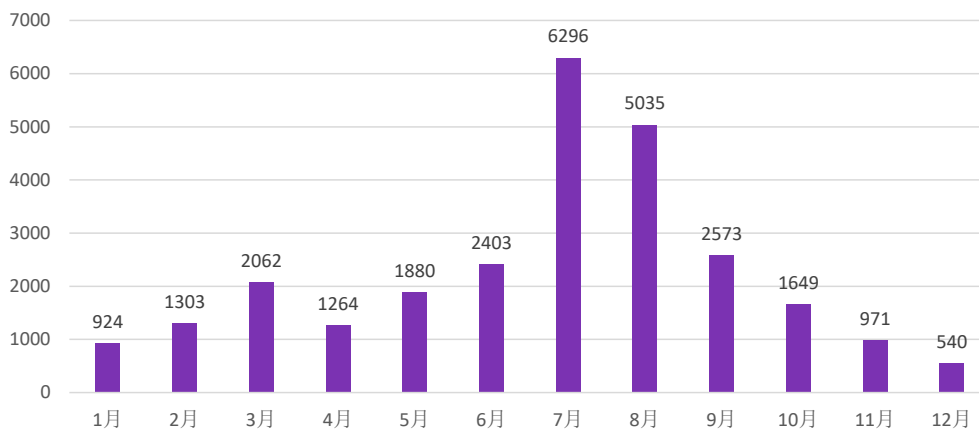
一、平台用户注册情况

文化莞家平台是为市民群众提供文化馆总分馆公共文化数字服务的重要平台，注册用户逐年稳步增长。截至2022年12月31日，平台共有注册用户数16.2万，其中2022年新增2.7万人。

文化莞家平台用户年增长趋势



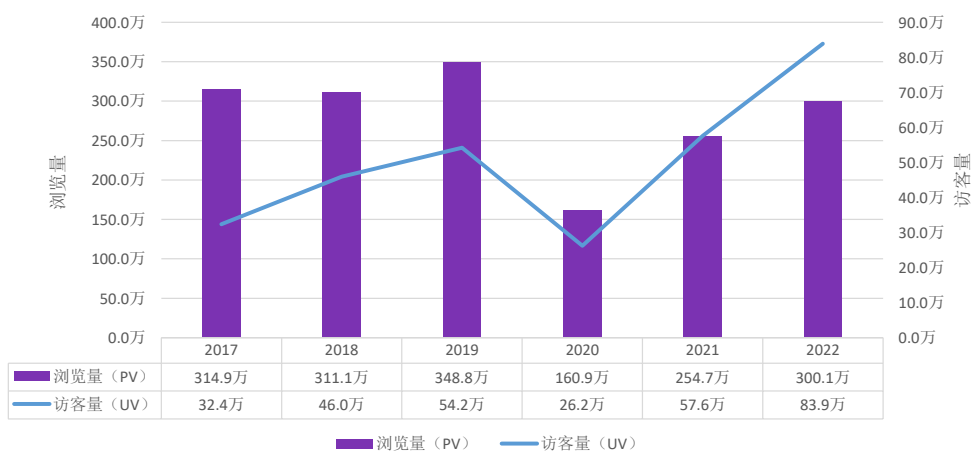
2022年平台用户增长数据



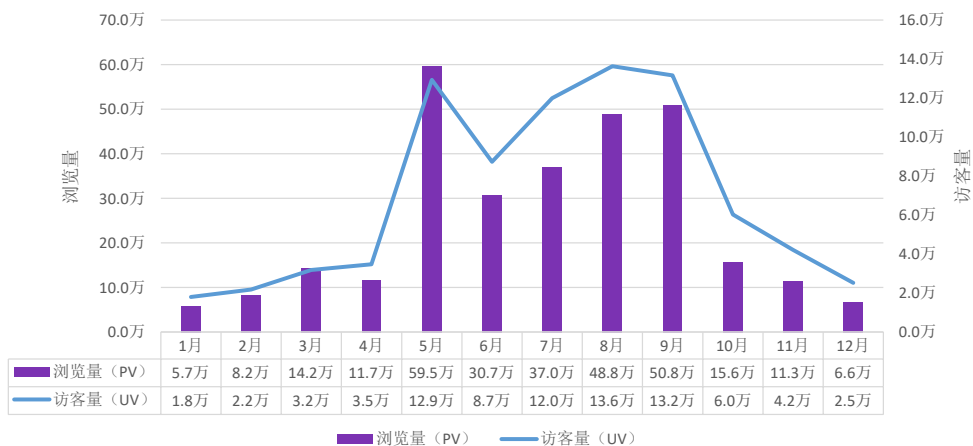
二、平台浏览情况

2022 年，文化莞家平台浏览量达 300 万人次，访客数 83.9 万。

2017-2022 年平台流量统计



2022 年平台每月流量统计



三、平台发布情况

2022年，全市总分馆全年发布内容达20909条，同比2021年增长6.4%。其中，活动3407场，培训10208场，活动室105个，云资讯4985条，云课堂54门，数字资源1501个，艺术展厅142个，文艺团队累计发布58个。

用户在平台订票4.2万张，到场验票3.6万张；在平台报名培训3.2万人，实际录取3.1万人，在线签到16.9万人次。

总分馆2022年发布统计情况

序号	分支机构	活动场次	培训课程场次	活动室数量	云资讯数量	云课堂课程	数字资源数量	艺术展厅数量	文艺团队数量	活动补录数量	总数
1	东莞市文化馆	187	1264	15	1012	48	769	5	18	12	3330
2	谢岗分馆	333	1278	10	267	0	23	7	0	0	1918
3	麻涌分馆	317	1180	0	170	0	7	0	0	0	1674
4	道滘分馆	196	669	0	316	0	0	0	0	2	1183
5	桥头分馆	391	370	5	157	1	67	15	0	0	1006
6	大朗分馆	36	156	7	470	1	107	21	9	172	979
7	黄江分馆	404	471	0	20	0	0	0	0	3	898
8	高埗分馆	195	133	9	318	3	81	7	0	31	777
9	石碣分馆	94	405	8	181	0	16	13	3	27	747
10	凤岗分馆	10	712	0	5	0	5	0	0	1	733
11	虎门分馆	96	170	5	237	0	71	5	0	29	613
12	南城分馆	75	278	0	149	0	21	0	7	7	537
13	寮步分馆	108	205	5	161	0	6	3	0	6	494
14	横沥分馆	45	437	0	4	0	2	0	0	2	490
15	望牛墩分馆	40	232	0	131	0	32	3	0	17	455
16	樟木头分馆	39	296	1	101	0	3	1	0	4	445
17	大岭山分馆	29	87	4	268	0	46	1	0	0	435
18	厚街分馆	100	203	2	82	0	5	20	14	0	426
19	塘厦分馆	31	19	0	319	0	6	18	0	0	393
20	洪梅分馆	92	127	10	3	0	25	0	0	88	345
21	东坑分馆	57	182	7	80	0	14	3	1	0	344
22	中堂分馆	20	199	7	38	0	60	1	0	0	325
23	沙田分馆	93	175	0	3	0	3	0	1	0	275
24	清溪分馆	63	127	0	8	0	40	0	0	34	272
25	长安分馆	5	15	0	239	0	4	0	0	0	263
26	万江分馆	26	137	0	49	0	0	0	0	0	212
27	常平分馆	51	130	2	11	1	6	2	1	0	204
28	茶山分馆	37	92	8	18	0	38	3	0	5	201
29	东城分馆	40	65	0	58	0	19	9	1	0	192
30	石龙分馆	56	91	0	25	0	5	4	0	5	186
31	松山湖分馆	0	165	0	0	0	0	0	0	0	165
32	企石分馆	27	89	0	44	0	2	1	0	1	164
33	石排分馆	63	30	0	20	0	7	0	0	0	120
34	莞城分馆	51	19	0	21	0	11	0	3	3	108
	合计	3407	10208	105	4985	54	1501	142	58	449	20909

四、数字资源发布情况

东莞市文化馆加大力度推进数字资源库建设，推出了云课堂在线课程和直播功能，为总分馆开展全民艺术普及提供新路径。截至 2022 年 12 月 31 日，平台累计发布视频资源数量 1895 条，从文化莞家平台入口观看直播人次达 3266.2 万，直播点赞数 8.4 万，评论 2360 条；云课堂发布 54 门，共 768 个章节，学习人数达 3958 人。其中，对《书法密码》《时尚搭配》《少儿粤剧 2》三门慕课进行运营推广，线上参与学习人数近 800 人，学习次数达 8 万人次；加入社群学习人次近 400 人，组织线上互动 33 场次，导学活动 3 场次，直播答疑 15 场次，直播浏览量超 4 万次。

云课堂运营数据统计表

课程名称	线上学习人数	学习次数	微信群人数	线上互动次数	直播人数	直播浏览量
书法密码	234	59087	113	5	6	13800
时尚搭配	362	11629	191	5	6	13115
少儿粤剧 2	193	9982	51	5	6	12766
合计	789	80698	355	15	18	39681

五、场馆到馆人次统计

2022年，全市总分馆累计到馆人次达166.2万。其中，市文化馆全年到馆人次共18万。



2022 年东莞市文化馆
文化活动数据统计表

品牌	项目	子项目	线下总场次	线下参与总人次	线上总场次	线上参与总人次
优享文化年	2022年优享文化年		2185	353875		
全民艺术普及	市民艺术大学堂（含市镇走进艺术和市民艺术夜校）		2980	77499	537	280225
	家庭美育系列活动		30	1255		
	文艺创作高级研修班				6	4500
	名家课堂		11	1500	1	98000
	小诗人沙龙		4	200	8	3440
	东莞市儿童诗大赛				1	1100
	共享文化馆配送活动		96	1925	13	445
	精品演出		5	2000		
	采购精品剧目配送基层		6	2850		
	实验剧场演出	近剧离梦工厂	2	323		
		一见你就笑	6	1562		
		城市交响	5	450		
	城市交流展演		35	4000		
	镇街文化惠民演出		101	7500		
	艺术赏析进百村暨我要上村晚	艺术赏析进百村	100	5000		
		我要上村晚	7	900	7	527000
	青年艺术家圆梦行动	演出	5	2000	2	360000
		展览	5	1900	5	50000
		沙龙	1	20		
	其他展览		15	150000	15	150000
爱心文化馆	星星联盟	162	5000			
	心目影院	7	200			
品牌活动	文化年历		5	510	14	240000
	文化四季	流行音乐季	1	320	5	20000
		粤港澳摄影季	26	100000	8	560000
		青少年艺术季	100	100000	10	1000000
		全民舞蹈季	200	6000	2	230000
“潮流东莞·火柴盒”城市艺术time		254	25180	174	18740000	
非遗系列	“江湖山海”系列		50	83500	6	20960000
	非遗墟市		53	130000	6	21094000
	非遗进校园		10	5000		
	非遗课堂		25	750		
	非遗在四区		20	15000		
群文赛事	东莞市第十一届少儿艺术花会		15	5000	9	42000
	组织作品参加“2022年度全省群众文艺作品评选”				4	200
	东莞市群文论文征集评选				1	100
	全国群星奖推荐参赛作品展演		65	7301	22	55053
其他	2022粤港澳大湾区文采会		60	23098	20	50600000
	文化和旅游志愿者培训		10	300	13	1800

媒体报道

2022 年媒体报道情况

2022 年，东莞市文化馆围绕全年重点任务，落实全民艺术普及使命，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。据统计，2022 年国家、省、市各级媒体发布关于东莞市文化馆的直接报道约 1635 条。

一、社会媒体报道情况

（一）媒体来源

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

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、广东触电新闻、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、文化莞家等。

（二）报道统计表

2022 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	市级媒体及其他
报道数量（条）	140	315	1180	1635

注：全年报道数量包含媒体、网站、微信推送等。

二、2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表（精选）

2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表（精选）

序号	日期	级别	媒体名称	标题
1	2月16日	国家级	中国报道	“一起向春天·我在东莞等你”2022 东莞流行音乐季拉开帷幕
2	3月11日	国家级	中国报道	东莞文化馆将用四大行动计划开启“优享文化年”
3	3月25日	国家级	中国报道	广东东莞：非遗在校园扎根
4	4月15日	国家级	中国报道	新时代中的“她”力量——东莞巾帼风采影像展线下开幕
5	4月27日	国家级	中国报道	2000 多场活动近 300 万市民受惠 2021 东莞共享文化年活动圆满结束
6	4月28日	国家级	中国报道	“火柴盒”艺术 TIME 即将火热点燃 主题曲和统一标识出炉
7	4月29日	国家级	中国报道	2022 粤港澳摄影季暨首届全国群文影像大展在莞开幕
8	5月2日	国家级	中国报道	瞬间点燃！东莞“火柴盒”城市艺术 TIME 启动
9	5月8日	国家级	光明日报	“江湖山海”让莞邑文化活起来、动起来
10	5月8日	国家级	央视新闻	视频]“起龙”了！广东东莞开启龙舟月
11	5月8日	国家级	中国报道	“江湖山海”来了，让莞邑文化活起来、动起来
12	5月9日	国家级	人民网	打响莞邑文化名片，东莞“江湖山海”非遗系列活动拉开序幕
13	5月9日	国家级	新华网	2022 年东莞“江湖山海”非遗系列活动暨龙舟月启动仪式举行
14	5月9日	国家级	中国新闻网	东莞“江湖山海”非遗系列活动启动
15	5月9日	国家级	中国网	全城瞩目！东莞“江湖山海”非遗系列活动暨龙舟月在正丫湾启动
16	6月4日	国家级	中国报道	从游泳到国画 他的跨界人生别样精彩
17	6月7日	国家级	中国报道	第三届非遗购物节将于 6 月 11 日正式拉开帷幕
18	6月10日	国家级	新华网	2022 年东莞市非遗工作会议召开
19	6月10日	国家级	中国新闻网	新增两项国家级非遗项 东莞非遗保护成效凸显
20	6月13日	国家级	人民网	60 个优质非遗项目亮相东莞非遗购物节

2022年东莞市文化馆媒体报道一览表(精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
21	6月13日	国家级	中国新闻网	60个优质非遗项目亮相粤港澳非遗墟市
22	6月13日	国家级	中国报道	“把非遗带回家”60个优质非遗项目亮相东莞非遗购物节
23	6月19日	国家级	中国新闻网	东莞2000多项活动提升公共文化服务
24	6月27日	国家级	人民网	东莞市第十一届少儿艺术花会完美收官
25	6月27日	国家级	中国报道	童心向党致敬时代——东莞市第十一届少儿艺术花会完美收官
26	7月9日	国家级	中国文化报	“羚之韵·惠之声”精彩亮相，带来融合语言艺术与声乐的视听盛宴
27	7月11日	国家级	人民网	2022东莞青少年艺术季暨“潮流东莞·火柴盒”“只是起点”毕业季音乐会顺利举行
28	7月11日	国家级	新华网	2022东莞青少年艺术季举行
29	7月11日	国家级	中国报道	圆梦行动 唱响羚韵惠声 东莞成就她们艺术之梦
30	7月12日	国家级	中国报道	有一种约定 叫东莞青少年艺术季 “造”起来吧少年们
31	7月18日	国家级	中国报道	东莞“动物相声”将亮相央视 传递莞童好声音
32	7月18日	国家级	中国文化报	艺术 东莞“动物相声”入选第十届全国少儿曲艺展演名单
33	7月30日	国家级	中国文化报	艺术 熊艺为：让观众用另一种方式看艺术
34	8月3日	国家级	中国网	浓浓人间烟火气，东莞市文化馆带你梦回汉唐过七夕
35	8月4日	国家级	人民网	东莞推出七夕主题非遗套餐，更有国家级七夕贡案亮相
36	8月4日	国家级	新华网	东莞市文化馆：“非遗套餐”打造浪漫七夕
37	8月4日	国家级	中国报道	“梦回汉唐”穿越时空爱之旅在东莞市文化馆上演
38	8月4日	国家级	中国文化报	非遗 东莞：七夕“七道菜”道道都有“爱”
39	8月5日	国家级	中国新闻网	国家级七夕贡案亮相东莞七夕主题活动
40	8月13日	国家级	中国文化报	艺术 看，泥塑达人刘春苑这样“玩泥巴”

2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表 (精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
41	8月15日	国家级	中国报道	“与泥同行——刘春苑粘土作品展”在东莞市文化馆开展
42	8月19日	国家级	中国文化报	艺术 音乐剧《使命必达》：一曲属于平凡人的生活赞歌
43	8月29日	国家级	中国文化报	书画 _ 罗和 70 余幅画作表现东莞乡愁和记忆
44	9月8日	国家级	人民网	聚侨心叙乡情 中秋之夜，他们在东莞城里高声放歌
45	9月8日	国家级	中国文化报	公共 - 明月夜，侨乡情！中秋前夜，他们在东莞城放歌
46	9月18日	国家级	中国文化报	公共 - “艺术体验 + 综合干预”让“星星的孩子”有爱不孤单！
47	9月18日	国家级	中国文化报	书画 - “家国情怀 墨缘情深——‘墨缘情深’公益班师生画展”在东莞市文化馆开展
48	9月23日	国家级	中国文化报	公共 - 喜报！东莞市文化馆荣获“全国文化和旅游系统先进集体”称号
49	9月26日	国家级	中国报道	2022 年东莞全民舞蹈季国庆节将火热开启
50	9月26日	国家级	中国文化报	艺术 - 赏、学、比、晒，2022 年东莞全民舞蹈季将火热启幕
51	9月29日	国家级	新华网	2022 年东莞“全民舞蹈季”将于国庆期间启幕
52	10月2日	国家级	中国文化报	公共 - “舞动新时代”广场舞大会启动，东莞进入全民起舞时间
53	10月8日	国家级	中国报道	舞蹈季 国庆迎盛会 东莞进入“全民起舞”时间
54	11月3日	国家级	新华网	东莞：2022 湾区文采会即将开幕 “文采 YOU 你” 欢迎来信
55	11月3日	国家级	中国网	2022 湾区文采会：遇见多元未来 “文采 YOU 你” 不见不散！
56	11月3日	国家级	中华网	遇见多元未来，_文采 YOU 你_ 不见不散！
57	11月3日	国家级	中宏网	2022 湾区文采会将于 25-27 日在东莞举行
58	11月3日	国家级	中国报道	遇见多元未来 “文采 YOU 你” 不见不散！
59	11月3日	国家级	中国文化报	公共 - “2022 湾区文采会” 即将举行，“言而友信，文采 YOU 你” 全民信件征集活动正式启动
60	11月7日	国家级	中国报道	在文采会，遇见属于你的新型公共文化空间！

2022年东莞市文化馆媒体报道一览表(精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
61	11月7日	国家级	中国报道	2022年莞脉传承之非遗进校园活动走进莞城步步高小学
62	11月8日	国家级	文旅中国	非遗-非遗有我!莞脉传承之非遗进校园活动走进步步高小学,东莞青少年喊出时代强音
63	11月22日	国家级	人民网	采香时节,唱莞香之城!粤歌《最是女儿香》发布!
64	11月22日	国家级	光明日报	唱莞香之城 粤歌《最是女儿香》小雪发布
65	11月22日	国家级	央广网	粤歌《最是女儿香》小雪发布!采香时节,唱莞香之城
66	11月22日	国家级	中国青年网	小雪采香,粤歌《最是女儿香》传承莞香精神
67	11月22日	国家级	中国文化报	公共-歌曲《最是女儿香》发布,在采香时节唱响莞香之城
68	11月22日	国家级	中国文化报	非遗-“东莞香典”采香日系列活动启动,莞香首登“中国南药”交易平台
69	11月23日	国家级	中国新闻网	东莞香农迎来一年一度采香季
70	11月23日	国家级	学习强国	人文广东-弘扬莞香文化,2022年东莞莞香节帷幕拉开
71	11月23日	国家级	中国日报网	粤歌《最是女儿香》小雪发布
72	11月23日	国家级	中国报道	粤歌《最是女儿香》小雪发布!采香时节,唱莞香之城
73	11月24日	国家级	中国网	拍出你眼中的非遗大片 寻找粤港澳最潮非遗项目
74	11月24日	国家级	中华网	拍出你眼中的非遗大片 寻找粤港澳最潮非遗项目
75	11月24日	国家级	中国文化报	非遗-拍出你眼中的非遗大片,寻找粤港澳最潮非遗项目
76	11月25日	国家级	中国新闻网	粤港澳(东莞)非遗墟市寻找最潮非遗项目
77	11月26日	国家级	中国网	探索“元宇宙”海洋!2022全国文采会(东莞站)开幕
78	11月26日	国家级	学习强国	人文广东-文化科技深度融合!2022粤港澳大湾区文采会在东莞开幕
79	11月26日	国家级	中国报道	拍出你眼中的非遗大片 寻找粤港澳最潮非遗项目
80	11月26日	国家级	中国文化报	公共-2022湾区文采会启航,科技引领,潮流赋能

2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表 (精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
81	11月27日	国家级	新华网	2022年全国文采会“东莞站”举行
82	11月27日	国家级	央广网	2022年大湾区文采会在东莞举办
83	11月27日	国家级	中国广电	国货时代 2022年全国文采会“东莞站”
84	11月28日	国家级	中国新闻网	2022年全国文采会推动公共文化服务高质量发展
85	11月28日	国家级	中华网	2022湾区文采会,如约而至,即刻启航!
86	11月28日	国家级	中宏网	2022年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品(东莞)采购会开幕
87	11月28日	国家级	中国报道	2022年粤港澳大湾区公共文化和旅游产品采购会在东莞开幕
88	11月29日	国家级	中国报道	“圆梦的故事”2022东莞市青年艺术家圆梦行动沙龙成功举办
89	11月29日	国家级	中国文化报	公共 - 东莞青年艺术家讲述“圆梦的故事”
90	12月6日	国家级	中国文化报	“湾区文采会”搭建新场景 引领新趋势
91	12月7日	国家级	中国文化报	公共_“我志愿,我快乐!”东莞文化志愿者用爱传递文化的力量
92	12月10日	国家级	中国文化报	艺术_广东省第十六届美术书法摄影作品联展获奖作品在东莞展出
93	12月21日	国家级	新华网	2022爱心文化馆·残健共融音乐会在东莞市文化馆举行
94	12月21日	国家级	新华网	2023年东莞云上新年舞会举办
95	12月19日	国家级	中国报道	圆梦行动_她的作品不仅能定格瞬间,还可以分隔时间
96	12月18日	国家级	中国文化报	艺术_“东莞市青年艺术家圆梦行动”王惠仪摄影作品展开展
97	12月20日	国家级	中国文化报	艺术_东莞“走进艺术”全年培训市民超过35万人次,名副其实的市民艺术大学堂
98	12月23日	国家级	中国文化报	公共_2022湾区文采会签约金额3300余万元,常态化的“文采四季”即将到来
99	12月22日	国家级	中国文化报	非遗_东莞腊味节首次线上直播,“云推荐”助企暖企度寒冬
100	12月24日	国家级	中国文化报	公共_助力文化强市建设,东莞文旅志愿者在行动!

2022年东莞市文化馆媒体报道一览表(精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
101	12月31日	国家级	中国文化报	公共_热度超过5060万,2022湾区文采会圆满闭幕
102	1月16日	省级	南方日报	周末荐展 岩彩画是什么?东莞本土艺术家用岩石作画
103	2月15日	省级	南方日报	视频_东莞流行音乐季开幕,演出比赛等精彩不断
104	2月17日	省级	广东卫视	【正点播报】东莞:春节后文旅又兴新风尚 市民体验“非遗”热情高
105	3月11日	省级	南方日报	东莞市文化馆总分馆质量发展报告发布,2021年开展活动超3万场
106	3月24日	省级	南方日报	东莞新增21个市级非遗项目
107	4月2日	省级	南方日报	2022东莞青年艺术家圆梦行动评审启动,结果4月中旬公布
108	4月11日	省级	南方日报	2022东莞青年艺术家圆梦行动入围名单出炉(附名单)
109	4月14日	省级	南方日报	视频 从东莞走向全国,一起感受影像中的“她力量”
110	4月26日	省级	南方日报	2000多场活动近300万市民受惠,2021东莞共享文化年活动圆满结束
111	4月29日	省级	南方日报	八大高规格展览来了!粤港澳摄影季暨首届全国群文影像大展在东莞开幕
112	4月29日	省级	广东卫视	五一期间,东莞23个主题影像展不可错过
113	5月1日	省级	南方日报	东莞第一位全国劳模黎满金:多做事,别想其他的
114	5月1日	省级	广东卫视	流淌音符带你感受潮流东莞!“火柴盒”城市艺术TIME正式启动!
115	5月7日	省级	南方日报	@东莞人,母亲节带妈妈去东莞“火柴盒”城市艺术time听音乐
116	5月8日	省级	南方日报	视频 莞版_江湖山海_来了,200+活动让东莞文化活起来
117	5月8日	省级	南方日报	母亲节,“打包”这份歌声送给妈妈
118	5月8日	省级	南方日报	直播预告:老妈,今晚我约您!火柴盒母亲节专场即将开麦
119	5月8日	省级	广东卫视	“江湖山海”来了!200+精彩活动,让莞邑文化活起来、动起来
120	5月8日	省级	广东卫视	【正点播报】东莞:“龙舟时间”开启“龙舟精神”催人奋进

2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表 (精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
121	5月10日	省级	南方日报	以音乐之火照亮潮流之城！东莞“火柴盒”城市艺术 TIME 全城启动
122	5月20日	省级	南方日报	喜讯！东莞新增 10 项省级非遗代表性项目
123	6月3日	省级	南方日报	深耕墨田 30 余载，冼家昌个人画展东莞揭幕
124	6月7日	省级	南方日报	第三届东莞非遗购物节将开卖！6月11日5大会场等你逛墟市
125	6月10日	省级	南方日报	让非遗活起来！2022 年东莞非遗工作这样做
126	6月10日	省级	南方日报	让非遗活起来！2022 年东莞非遗工作这样做
127	6月10日	省级	广东卫视	东莞召开非遗工作会议，用三个“起来”续接城市文脉
128	6月10日	省级	广东卫视	东莞召开非遗工作会议，用三个“起来”续接城市文脉
129	6月11日	省级	南方日报	“把非遗带回家”！60 个优质非遗项目亮相东莞非遗购物节
130	6月14日	省级	南方日报	东莞举办第三届非遗购物节，在“买买买”中把非遗带回家
131	6月14日	省级	广东卫视	【正点播报】东莞：非遗精品“潮起来”融合焕发新活力
132	6月15日	省级	广东卫视	收官啦！东莞龙舟月，你被哪个镇的龙舟圈粉了？
133	6月17日	省级	南方日报	东莞市少儿艺术花会来了！8 大专场 2100 多人同台竞演
134	6月17日	省级	南方日报	视频 东莞公共文化服务进入“优享时间”，市民精准享受 2000 份文化大餐
135	6月18日	省级	南方日报	“火柴盒”原创表情包上线！速速添加，在父亲节专场演出时用起来
136	6月19日	省级	南方日报	视频 用一场“火柴盒”的仪式感，向父亲大声告白
137	6月21日	省级	南方日报	明星接连打 call，东莞这场“火柴盒”音乐会“港”味浓
138	6月27日	省级	南方日报	东莞市第十一届少儿艺术花会落幕，71 件作品获得金奖
139	6月29日	省级	广东卫视	东莞承办的首届群文影像大展全国巡展正式启程！首站走进浙江杭州
140	7月9日	省级	南方日报	圆梦行动 主持人与老师组团献艺，东莞成就她们的音乐梦

2022年东莞市文化馆媒体报道一览表(精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
141	7月9日	省级	广东卫视	圆梦行动 唱响羚韵惠声, 东莞成就她们艺术之梦
142	7月10日	省级	南方日报	青春潮流、“只是起点”! 2022 东莞青少年艺术季在洪梅启动
143	7月13日	省级	南方日报	圆梦计划 东莞这场展览带你进入 7 位“斜杠青年”的国画梦
144	7月18日	省级	南方日报	东莞“动物相声”将亮相央视
145	7月18日	省级	广东卫视	东莞“动物相声”将亮相央视, 传递莞童好声音!
146	7月30日	省级	南方日报	东莞“一见你就笑: 相声小品专场”亮相广州
147	7月31日	省级	广东卫视	圆梦行动 熊艺为: 让观众用另一种方式去看待艺术
148	8月1日	省级	南方日报	圆梦东莞 熊艺为: 用油画解构汉字, 以别样方式看待艺术
149	8月2日	省级	南方日报	@ 东莞人, 七夕节怎么过, 吃喝玩乐都安排!
150	8月2日	省级	广东卫视	文化强市·群文创作者① 东莞群文创作者之夜圆满举行
151	8月3日	省级	南方日报	今晚东莞推出七夕主题非遗套餐, 更有国家级七夕贡案亮相
152	8月3日	省级	广东卫视	七夕、七巧、七道菜, 东莞文化馆非遗七夕夜把文化玩出圈
153	8月4日	省级	广东卫视	【正点播报】七夕活动国风扑面 共享非遗文化盛宴
154	8月4日	省级	广东卫视	【直播广东】广东东莞: 七夕佳节体验传统文化
155	8月13日	省级	南方日报	“东莞非遗体验营”活动来到石龙! _南方 plus_南方+.png
156	8月13日	省级	南方日报	周末荐展 你的童年回忆, 她用粘土做出来了! (附视频)
157	8月19日	省级	南方日报	东莞演出推荐 音乐剧《使命必达》“燃”值拉满
158	8月21日	省级	南方日报	东莞青少年艺术季闭幕, 火柴盒“最美声音”出炉
159	8月29日	省级	南方日报	视频 寻找记忆中东莞的样子, 到罗和画展一探究竟
160	9月7日	省级	南方日报	视频 火柴盒音乐会中秋专场节目单来了! 还有海外“莞人”送祝福

2022 年东莞市文化馆媒体报道一览表 (精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
161	9月8日	省级	南方日报	视频 - 聚侨心叙乡情！中秋之夜，他们在老莞城里高声放歌
162	9月17日	省级	南方日报	技能培训 + 美术展览，这些东莞孤独症孩子了不起
163	9月22日	省级	南方日报	东莞市文化馆荣获“全国文化和旅游系统先进集体”称号
164	9月22日	省级	广东卫视	东莞：市文化馆荣获“全国文化和旅游系统先进集体”称号
165	9月24日	省级	南方日报	全民比舞、等你来“晒”！东莞全民舞蹈季国庆节来袭
166	9月26日	省级	南方日报	东莞全民舞蹈季 10月1日启动！15支广场舞团队线上“比舞”
167	9月26日	省级	广东卫视	东莞：全民共舞迎盛会，N种精彩等你揭秘
168	10月1日	省级	南方日报	全民共舞，喜迎国庆！东莞全民舞蹈季等你来参与
169	10月2日	省级	广东卫视	东莞：从即日起至11月底，进入“全民起舞”时间
170	10月27日	省级	南方日报	@ 东莞舞蹈爱好者，全民舞蹈群星大赛等你报名_南方 plus_南方 +
171	11月3日	省级	南方日报	2022年全国文采会“东莞站”即将开幕，新型文化空间邀你打卡
172	11月3日	省级	广东卫视	2022湾区文采会本月将在东莞开幕！“文采 YOU 你”，欢迎来信
173	11月7日	省级	广东卫视	【正点播报】东莞：45场非遗传承活动将陆续走进校园
174	11月16日	省级	南方日报	视频 2022粤港澳大湾区文采会亮点提前看，元宇宙“文化航母”来了
175	11月18日	省级	广东卫视	2022粤港澳大湾区文采会 这天，我从“元宇宙”醒来！
176	11月18日	省级	广东卫视	东莞：一根火柴，点燃属于你的“非量产”世界
177	11月18日	省级	广东卫视	2022粤港澳大湾区文采会，看到传统文化更多的新故事！
178	11月22日	省级	南方日报	小雪至，莞香来，粤歌《最是女儿香》今日东莞首发
179	11月22日	省级	南方日报	这个采香日，为何要把“莞香”唱出来？
180	11月22日	省级	南方日报	每年小雪日，东莞采香时，“东莞香典”活动传承创新莞香文化

2022年东莞市文化馆媒体报道一览表(精选)

序号	日期	级别	媒体名称	标题
181	11月22日	省级	广东卫视	粤歌《最是女儿香》小雪发布！采香时节，唱莞香之城
182	11月22日	省级	广东卫视	莞尔一笑 人间芬芳 粤歌《最是女儿香》小雪发布！
183	11月23日	省级	广东卫视	东莞：距文采会开幕还有2天！这些信里有你对城市的心意
184	11月23日	省级	广东卫视	2022年东莞“江湖山海”之湖系列活动举行
185	11月24日	省级	南方日报	粤歌《最是女儿香》传唱莞香文化
186	11月24日	省级	广东卫视	东莞：2022湾区文采会明天开幕！
187	11月24日	省级	广东卫视	东莞：直播预告！这届潮流酷炫的文采会，我们一起看
188	11月24日	省级	广东卫视	粤歌《最是女儿香》传唱莞香文化
189	11月25日	省级	广东卫视	2022湾区文采会，如约而至
190	11月25日	省级	广东卫视	【湾区最新闻】2022湾区文采会：五年传承创新 推动公共文化服务高质量发展
191	11月25日	省级	广东卫视	2022湾区文采会开幕！来一场精彩的公共文化之旅
192	11月25日	省级	广东卫视	【晚间新闻】2022湾区文采会开幕 推动公共文化服务高质量发展
193	11月26日	省级	南方日报	共建人文湾区 彰显城市特色
194	11月29日	省级	南方日报	听，他们在东莞的圆梦故事_南方 plus_南方+
195	12月6日	省级	南方日报	东莞：共建“爱心文化馆”，讲述文艺志愿者暖心故事
196	12月12日	省级	南方日报	143件精品亮相，广东省美术书法摄影联展东莞巡展在厚街举行
197	12月19日	省级	南方日报	和“星星”们牵手，东莞举办爱心文化馆·残健共融音乐会
198	12月17日	省级	南方日报	定格瞬间与分隔时间，在东莞的这个展览感受摄影的力量(附视频)
199	12月24日	省级	南方日报	感谢一路有你！东莞举办文化和旅游志愿者专场晚会
200	12月30日	省级	南方日报	岁末遇未来，“2022湾区文采会”与“火柴盒”携手跨年(附视频)

三、媒体报道专版 (精选)

媒体报道专版 (精选)

中国文化报 2022年12月6日 星期一
电话:010-64249608 E-mail:cmw@cmw.com.cn

多国领导人和国际组织负责人对江泽民同志逝世表示哀悼

新华社北京12月6日电 近日,丹麦女王玛格丽特二世、挪威国王哈康五世、瓦努阿图总理索佩纳等,向江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

外国驻华使节和国际组织负责人吊唁江泽民同志

新华社北京12月6日电 近日,俄罗斯、古巴、美国、法国、波兰、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

新华社北京12月6日电 近日,俄罗斯、古巴、美国、法国、波兰、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

新华社北京12月6日电 近日,俄罗斯、古巴、美国、法国、波兰、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

新华社北京12月6日电 近日,俄罗斯、古巴、美国、法国、波兰、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

新华社北京12月6日电 近日,俄罗斯、古巴、美国、法国、波兰、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

文莱苏丹哈桑纳尔二世、尼泊尔总理普拉昌达、尼泊尔国王拉纳·普里扬卡等,分别向中国国家主席习近平致唁电,对江泽民同志逝世,向中国和中国人民致以深切慰问。

2022 年文化和旅游志愿服务典型案例拟入选名单公示

文化和旅游部 2022年12月6日 文化和旅游志愿服务典型案例拟入选名单公示。文化和旅游部为深入贯彻落实党的二十大精神,推动文化和旅游志愿服务高质量发展,特组织开展2022年文化和旅游志愿服务典型案例征集活动。经各省、自治区、直辖市文化和旅游行政部门推荐,文化和旅游部组织专家进行了评审,拟入选名单如下:

文化和旅游部 2022年12月6日 文化和旅游志愿服务典型案例拟入选名单公示。文化和旅游部为深入贯彻落实党的二十大精神,推动文化和旅游志愿服务高质量发展,特组织开展2022年文化和旅游志愿服务典型案例征集活动。经各省、自治区、直辖市文化和旅游行政部门推荐,文化和旅游部组织专家进行了评审,拟入选名单如下:

“山海诗艺村”长成记

本报记者 李 洪 通讯员 黄 勇

本报记者 李 洪 通讯员 黄 勇

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

“山海诗艺村”长成记。在广西贺州市八步区,一个有着深厚文化底蕴的山海诗艺村,正以崭新的姿态展现在人们眼前。这里,不仅有优美的自然风光,更有浓郁的文化氛围。从曾经的贫困村到如今的文化旅游胜地,“山海诗艺村”的变迁,是当地干部群众共同努力的结果。

要闻·综合 3

党 的 十 大 精 神

基层落地生根

持续 推 进 博 物 馆 高 质 量 发 展

党 的 十 大 精 神

基层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

党 的 十 大 精 神

基 层 落 地 生 根

2 综合新闻

新场景、新表达提升湾区文采会热度

本报记者 广东记者 陈卓红

2022年12月30日,为期1个多月的2022年湾区文采会“嘉年华”——2022年粤港澳大湾区公共文化艺术展演活动圆满落下帷幕。本届文采会共举办线上线下504场,线上线下观众超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

2022年湾区文采会“嘉年华”新场景、新表达,吸引了来自大湾区的观众线上线下观看超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

本届文采会“嘉年华”新场景、新表达,吸引了来自大湾区的观众线上线下观看超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

本届文采会“嘉年华”新场景、新表达,吸引了来自大湾区的观众线上线下观看超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

本届文采会“嘉年华”新场景、新表达,吸引了来自大湾区的观众线上线下观看超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

本届文采会“嘉年华”新场景、新表达,吸引了来自大湾区的观众线上线下观看超过3600万,为湾区高质量发展注入强劲动能,展示文艺繁荣的崭新面貌。

浙江平湖:

“社会轮值馆长”带活全民阅读氛围

谢叶叶

“希望全社会参与全民阅读中来,形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围,引导社会大众树立正确阅读观,营造全民阅读的良好氛围,形成全民阅读的良好氛围。”

“希望全社会参与全民阅读中来,形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围,引导社会大众树立正确阅读观,营造全民阅读的良好氛围,形成全民阅读的良好氛围。”

“希望全社会参与全民阅读中来,形成爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围,引导社会大众树立正确阅读观,营造全民阅读的良好氛围,形成全民阅读的良好氛围。”

建设社会力量参与的长效机制

“社会轮值馆长”公益项目,是平湖市图书馆探索社会力量参与全民阅读长效机制的有益尝试。项目自启动以来,得到了社会各界的广泛支持和积极参与。

“馆长”为阅读推广注入新动能

“馆长”公益项目,是平湖市图书馆探索社会力量参与全民阅读长效机制的有益尝试。项目自启动以来,得到了社会各界的广泛支持和积极参与。

“阅读+”充实品质文化生活圈

“阅读+”公益项目,是平湖市图书馆探索社会力量参与全民阅读长效机制的有益尝试。项目自启动以来,得到了社会各界的广泛支持和积极参与。

共筑文旅新篇章 共绘长江新图景

本报记者 湖北记者 王强

成渝地区双城经济圈建设,是党中央、国务院作出的重大决策部署,也是新时代推动西部大开发、促进区域协调发展、全面建设社会主义现代化国家的重要战略举措。

成渝地区双城经济圈建设

成渝地区双城经济圈建设,是党中央、国务院作出的重大决策部署,也是新时代推动西部大开发、促进区域协调发展、全面建设社会主义现代化国家的重要战略举措。

共筑文旅新篇章 共绘长江新图景

成渝地区双城经济圈建设,是党中央、国务院作出的重大决策部署,也是新时代推动西部大开发、促进区域协调发展、全面建设社会主义现代化国家的重要战略举措。

本版编辑: 李伟强 E-mail:nlw@163.com

中国交响乐团深入贯彻党的二十大精神

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

奋进新征程 筑梦向未来

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

“双优”彰显责任担当

中国交响乐团作为文化和旅游部直属文艺院团,始终坚持以人民为中心的创作导向,深入贯彻落实党的二十大精神,不断提升艺术创作水平,为繁荣发展社会主义文艺事业作出积极贡献。

媒体报道专版(精选)

南方日报 东莞观察

NANFANG DAILY
OSSEER DONGGUAN
以品质报道成就精品东莞

A1101
第1101页
2022/07/25



市民在美不雅欣赏“清明上河图”数字多媒体沉浸式展。

东莞文化志愿者服务队以舞蹈形式宣传文化志愿服务送进社区。

东莞共享文化年
特别报道

文化如海,万川
涌入,浩浩荡荡,公
共文化服务亦然,不
独从众,才能独出
海。

4月26日上午,
“树百年,共享文
化”2021东莞共享文
化年暨“品质文化·创
造大舞台(下称“2021
东莞共享文化活
动”)总会在东莞市
文化馆举行。这场由
政府主导、400个民间
文化团体参与的全
市公共文化服务探索
新篇章拉开序幕。

去年3月,2021
东莞共享文化年活动
启动,以“共享”为核
念,链接社会公共文
化资源,打造超1000
个项目,源源不断社
会力量涌入,让
2000多场公共文化
活动在东莞34个镇街
(园区)落地300万。
以“共享”为理念,
东莞公共文化服务探
索今年将注入“优享”
探索的内涵。活动均
将优化公共文化需求
反馈,升级公共文化
品质,从而提升东莞
公共文化服务供给能
力。据悉,2021东莞
共享文化年活动,
是一场活动、一次
参与、每次参与、共
享文化供给供给侧
改革的探索,升级版
的2022“共享文化
年”未来可期。

从「共享」到「优享」
东莞公共文化服务迈向精准供给之路



2021年3月,东莞共享文化年暨“品质文化·创造大舞台”启动仪式。

特色显著 对接市民多样化需求

回顾过去一年,2021东莞共享文化年活动以“文化投入大”的创新形式开展,以群众喜闻乐见的形式,让市民群众参与500多场活动。其中,400个社会力量承接项目,以群众喜闻乐见的形式,让市民群众参与500多场活动。其中,400个社会力量承接项目,以群众喜闻乐见的形式,让市民群众参与500多场活动。

“十佳”出炉 调研民间公共文化服务能力

“东莞共享文化年”活动开展以来,从去年11月开始,各项评选活动持续开展,经过半年多的筹备,群众踊跃参与,评选出“十佳”公共文化服务项目。这些项目包括:“全民阅读推广行动”“全民艺术普及行动”“全民数字素养提升行动”等。

组建社群 优质与精准文化服务全覆盖

“以共享”为理念,2021年,东莞启动多项公共文化服务供给侧改革,打造超1000个项目,源源不断社会力量涌入,让2000多场公共文化活动在东莞34个镇街(园区)落地300万。以“共享”为理念,东莞公共文化服务探索今年将注入“优享”探索的内涵。

100个共享文化空间代表,东莞艺术宫副秘书长林晓燕:共享文化年活动打造资源链

林晓燕表示,东莞共享文化年活动启动以来,社会各界积极响应,参与人数众多,活动丰富多彩。通过举办各类文化惠民活动,有效提升了市民的文化素养和审美情趣,营造了浓厚的文化氛围。

100支志愿团队代表,东莞艺术宫副秘书长林晓燕:银发歌者迎春天大地

林晓燕表示,银发歌者迎春天大地活动,旨在丰富老年人的文化生活,增强他们的社会参与感和获得感。通过组织老年人合唱团、广场舞队等形式,让老年人老有所乐、老有所为。

100个共享服务产品代表,好创意文化创意集团执行董事长傅兰兰:“文化”思维大有可为

傅兰兰表示,文化是城市发展的灵魂,也是提升城市软实力的重要支撑。通过创新文化产品和服务,可以有效带动相关产业发展,实现文化效益与社会效益的双赢。

100个共享服务项目代表,东莞市民之家常务副主任陈国良:以赛促创激发文艺更多可能

陈国良表示,通过开展各类文化竞赛和评选活动,可以有效激发市民参与公共文化服务的积极性和创造性。通过以赛促创,推动公共文化服务提质增效,满足人民群众日益增长的文化需求。

“文”风而动 产城共兴

社会力量“共聚” 市民群众同乐

媒体报道专版 (精选)

2022“优享文化年”活动项目清单发布 2000多场活动对接400个文化社群

6月17日,2022东莞“优享文化年”暨第二届“品质文化”创投大赛(下称“优享文化年”)活动,会上发布《东莞“优享文化年”活动项目清单》,预计全年将推出2000多项惠民文化活动,精准链接400个文化社群。

作为2022年东莞市委市政府十项民生实事之一,优享文化年对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。



2021年东莞“优享文化年”活动项目清单发布会。

本次活动由中共东莞市委宣传部领导,东莞市委文化广电新闻出版局主导,东莞市文化馆执行,南方+客户端东莞新闻部、东莞市文化广电新闻出版局(各区)分馆协办。

跨界联动 培养四类文化社群

“优享文化年”发布的《项目清单》中有个关键词:跨界。跨界意味着打破行业壁垒,融合不同领域的资源,整合不同领域的力量。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,跨界联动是贯穿始终的一条主线。

6月17日,在东莞“优享文化年”启动仪式上,2000多场惠民活动项目清单发布,共对接400个文化社群。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

项目清单,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

项目清单,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

文化烹大餐 群众饱“口福”

一场场文化大餐,让群众饱“口福”。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,文化大餐是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

走出户外亲近自然

走出户外,亲近自然。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,走出户外是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

撰文:李华 摄影:曾倩倩 黄廷培 编辑:李华玉

东莞优享文化年推出 200 余场暑期公益活动 优质文化产品飞入寻常百姓家

9月1日,暑假开始了。很多家长希望孩子能度过一个充实而有意义的暑假,让孩子在轻松愉快的氛围中,通过参与公益活动,提升自身的综合素质。

“让文化产品飞入寻常百姓家”是“优享文化年”的重要目标。今年暑期,东莞将推出200余场公益活动,覆盖全市400个文化社群。这些公益活动,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

优质文化产品飞入寻常百姓家。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,优质文化产品是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

打造公共文化服务粉丝群

打造公共文化服务粉丝群。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,打造粉丝群是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

数字化管理提升公共服务供给力

数字化管理提升公共服务供给力。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,数字化管理是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

文化获得感提升群众参与度

文化获得感提升群众参与度。在“优享文化年”发布的《项目清单》中,文化获得感是贯穿始终的一条主线。这些活动项目清单,是东莞“优享文化年”跨界联动的成果。项目清单中,对接高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等各类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,对接全市400个文化社群,通过双向对接供需双方,提升公共文化服务供给效能。

主办单位: 中共东莞市委宣传部

承办单位: 东莞市文化馆、各区文化广电新闻出版局(分馆)

协办单位: 南方+客户端东莞新闻部

媒体报道专版（精选）

奋进新时代·非凡十年看广东

羊城晚报 A17
2022年10月10日 星期一 大湾区新闻中心/责编 张瑞娟/美编 蓝海/校对 李红伟

东莞 文采会让文化产品“破圈”出彩

文/王康

今年中秋节前夕，东莞“中华老字号·岭南园林实景秀”一场精彩、实景秀震撼了四围主人。张敬恭邀请众多文人名家齐聚同日的场景，还原了一场穿越百年的“中秋家宴·诗画雅集”。

其实，“中华老字号”与文采会的渊源由来已久。相关统计数据显示，自2018年以来，东莞通过文采会已累计吸引约590家企业和机构参展，在搭建超过1443家企业和机构的“展品展销区，这些展品成交达1.6亿元”。2022年全国文采会“东莞站”——2022粤港澳大湾区公共文化和旅游博览会（东莞）采购会（简称湾区文采会）将如期举行，继续搭建区域供需对接和互动交流平台，丰富大湾区文化旅游“菜单”。

助力提升本土文化企业知名度

“东莞是商贸奔涌的出海城，最重要的就是跨境电商的崛起，跨境电商是东莞的支柱产业。跨境电商和实体经济是相互促进、相互融合、共同发展的。”在东莞，跨境电商已经渗透到各个行业，成为推动东莞经济高质量发展的重要引擎。文采会作为连接传统文化与现代商业的桥梁，为本土文化企业提供了展示平台，助力其提升知名度，拓展市场。



▲2021年全国文采会“东莞站”期间，在东莞国际会展中心举办的“中华老字号·岭南园林实景秀”活动现场，吸引了众多市民和游客参观。

搭建文旅行业供需精准对接平台

作为粤港澳大湾区重要节点城市，近年来，东莞在文化领域取得长足进步。文采会作为搭建供需精准对接平台，吸引了众多文化企业参展，促进了文旅产业的融合发展。通过搭建这个平台，企业可以更好地了解市场需求，实现供需精准对接，推动文旅产业高质量发展。

今年文采会即将开幕，期待值拉满

2022年全国文采会“东莞站”——2022粤港澳大湾区公共文化和旅游博览会（东莞）采购会定于10月10日至12日在东莞国际会展中心举办。本届文采会以“展示、交流、合作、共赢”为主题，旨在搭建供需精准对接平台，促进文旅产业高质量发展。本届文采会吸引了众多文化企业参展，期待值拉满。



▲今年文采会期间，主办方举办了多场交流活动，吸引了众多文化企业代表参加。

A17 02 东莞观察 教育
黄国良 李海 范海娟 刘洪涛 采访
2022/04/08 星期五

南+日报

“非遗进校园”的东莞实践

校园土壤涵养文化根脉

在东莞非遗进校园活动开展10多年的实践检验下，非遗进校园已从单纯的非遗展示，发展为一种常态化的校园文化。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。



东莞市外国语学校非遗课堂上，学生在进行学习研讨。

培育传承大举，让非遗活态地生根

非遗进校园，不仅是非遗的展示，更是非遗的传承。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。

坚守在地文化，推动非遗教育纵深发展

非遗进校园，不仅是非遗的展示，更是非遗的传承。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。

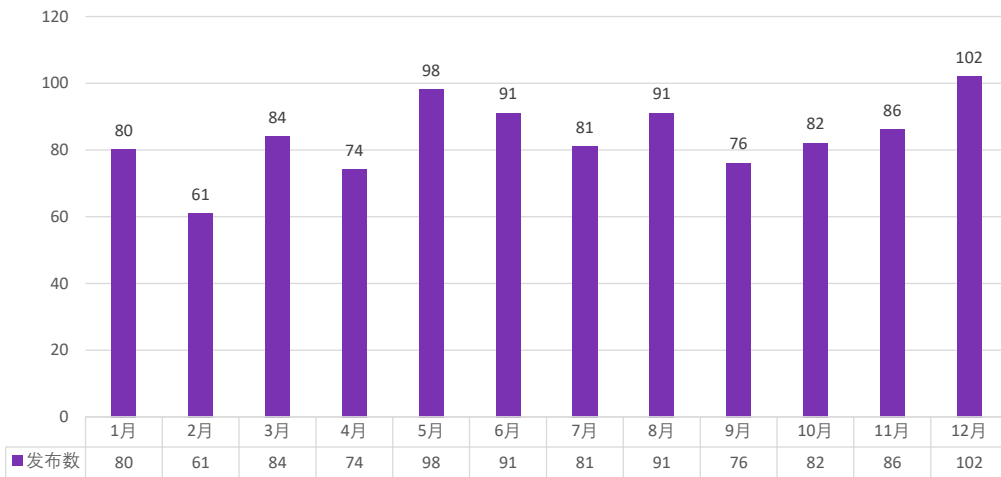
品牌与创新是活力之源

非遗进校园，不仅是非遗的展示，更是非遗的传承。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。通过进校园，非遗项目得以在校园土壤中生根发芽，成为校园文化的重要组成部分。

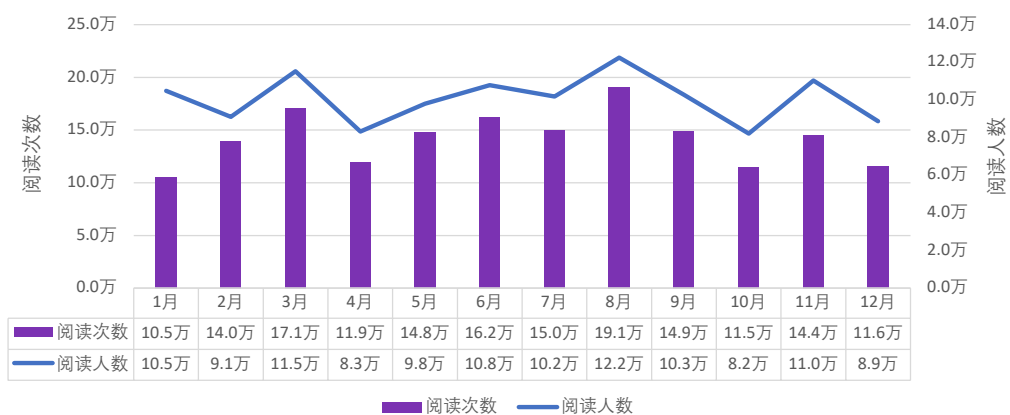
2022 年新媒体运营情况

2022 年，文化莞家微信公众号、视频号、抖音号等新媒体平台运营情况稳中有进。据统计，截至 2022 年 12 月 31 日，微信公众号粉丝数 47.5 万人，比去年同期增长 2.3 万人，共发布 1006 篇文章，阅读次数超过 170.7 万次，阅读人数超过 117.2 万人。文化莞家视频号、抖音号各发布视频 598 条，合计阅读量 452.6 万次；各平台直播 59 场，累计观看人次达 3266.2 万。

2022 年文化莞家微信公众号每月推文发布情况



2022 年文化莞家微信公众号每月推文阅读情况

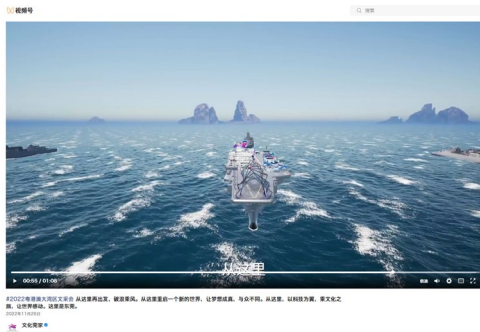




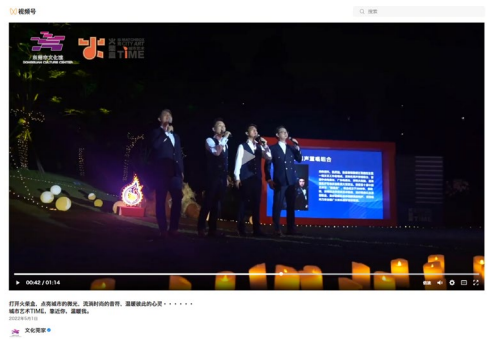
热闹! 农历五月初一, 东莞龙舟第一景
开扒从万江开启, 26条龙船英姿飒爽渡东江!
#江湖山海 (播放量 12.4万)



传播红色文化, 致敬艺术经典! 由东莞
市文化馆副馆长何超群主讲的《红色经典歌
曲歌词赏析》第一、第二季陆续上线。



2022 粤港澳大湾区文采会 从这里再出发,
破浪乘风。从这里重启一个新的世界, 让梦
想成真, 与众不同。从这里, 以科技为翼,
乘文化之旅, 让世界感动。这里是东莞。



打开火柴盒, 点亮城市的微光, 流淌时
尚的音符, 温暖彼此的心灵……城市艺术
TIME, 靠近你, 温暖我。

2022年省级以上奖励、表彰情况（集体）

级别	序号	获奖者	获奖作品	奖项名称	等次	颁奖单位	时间
国家级	1	东莞市文化馆	音乐作品《岭南雨巷》	第十九届群星奖	入围奖	文化和旅游部	2022年7月
	2	东莞少年合唱团	《[新]清平乐·村居》《卖报歌》	第八届中国童声合唱节	E组金奖	中国合唱协会等	2022年8月
	3	东莞市文化馆		2022“最受欢迎公共文化空间”		文化和旅游部全国公共文化发展中心、中国文化馆协会	2022年12月
	4	东莞市文化馆（东莞市非物质文化遗产保护中心）	东莞市非遗进校园实践案例	2021年“非遗进校园”实践案例征集展示活动	全国十大优秀实践案例	文化和旅游部非物质文化遗产司等	2022年12月
	5	东莞市文化馆		“云享国乐风华”2022年全国群众性民族器乐交流展示活动优秀组织单位	优秀组织单位	文化和旅游部全国公共文化发展中心、中央民族乐团	2023年1月
	6	东莞市文化馆民乐团	《春到田间》	“云享国乐风华”全国群众性民族器乐交流展示活动总评优秀作品	优秀作品	文化和旅游部全国公共文化发展中心、中央民族乐团	2023年1月

2022 年省级以上奖励、表彰情况（集体）

级别	序号	获奖者	获奖作品	奖项名称	等次	颁奖单位	时间
省级	1	东莞市文化馆（东莞市非物质文化遗产保护中心）	从“非遗进校园”到“非遗进校园”——东莞市莞脉传承之非物质文化遗产进校园实践案例	2021 年度广东省“非遗进校园”优秀案例征集	精品案例	广东省非物质文化遗产工作站（振兴传统工艺工作站）等	2022 年 3 月
	2	东莞市文化馆（东莞市非物质文化遗产保护中心）	《东莞非遗原创服装展演》	2022 年广东非遗服装服饰优秀案例评选	优秀案例	广东省非物质文化遗产工作站（服装服饰工作站）等	2022 年 8 月
	3	东莞市文化馆		广东省第十六届美术书法摄影作品联展优秀组织奖	优秀组织奖	第十六届美术书法摄影作品联展组委会	2022 年 11 月
	4	东莞市文化馆	相声《天下无“邪”》	第四届法治文化节“寻迹·法治故事”语言类法治文化作品评选活动	优秀奖	广东省普法办公室、广东省司法厅	2022 年 12 月
	5	东莞市文化馆	快板《国家安全重于山》	第四届法治文化节“寻迹·法治故事”语言类法治文化作品评选活动	优秀奖	广东省普法办公室、广东省司法厅	2022 年 12 月
	6	东莞市文化馆	相声《法律漫谈》	第四届法治文化节“寻迹·法治故事”语言类法治文化作品评选活动	入围奖	广东省普法办公室、广东省司法厅	2022 年 12 月
	7	东莞市文化馆	小诗人沙龙	2022 年广东省十项诗歌大事	优秀案例	广东省作家协会诗歌创作委员会	2022 年 12 月

2022年省级以上奖励、表彰情况（个人）

级别	序号	获奖者	获奖作品	奖项名称	等次	颁奖单位	时间
国家级	1	崔臻和、齐雅男、覃妮、刘洪	《岭南雨巷》	第十九届群星奖	入围奖	文化和旅游部	2022年9月
	2	崔臻和、叶美英	《兄弟姐妹》	第十九届群星奖	入围奖	文化和旅游部	2022年9月
省级	3	叶美英		广东省“三八”红旗手		广东省妇女联合会	2022年3月
	4	汪慧敏	儿童剧《我的飞天梦》	2021年度广东省群众文艺作品评选	一等奖	广东省文化和旅游厅	2022年5月
	5	崔臻和	歌曲《中国就是中国》	广东省第十二届精神文明建设“五个一工程”	优秀作品	中共广东省委宣传部	2022年6月
	6	崔臻和	歌曲《叹早茶》	广东省第十二届精神文明建设“五个一工程”	优秀作品	中共广东省委宣传部	2022年6月
	7	崔臻和	歌曲《新时代的中国红》	喜迎二十大唱响新时代原创歌曲征集	优秀奖	上海市音乐家协会、上海音乐出版社	2022年11月
	8	崔臻和、古婕莹	表演唱《滥竽充数》	2022广东省群众艺术花会（少儿艺术）决赛		广东省文化和旅游厅	2022年12月
	9	刘洪	摄影作品《奋进路上》	广东省第十六届美术书法摄影作品联展	银奖	广东省文化和旅游厅	2022年11月
	10	唐安东	群口相声《我和“我”》	2022广东省群众艺术花会（少儿艺术）决赛		广东省文化和旅游厅	2022年12月
	11	汪慧敏	儿童小品《书房奇遇记》	2022广东省群众艺术花会（少儿艺术）决赛		广东省文化和旅游厅	2022年12月
	12	陈翔	《高质量发展背景下的数字文化馆服务创新策略探索》	2022年度广东文化馆年会学术论文征集	三等奖	广东省文化馆联盟	2022年12月
	13	黄凤琼	《浅析疫情时代下的非遗现代传播模式——以东莞非遗IP案例为例》	2022广东文化馆联盟优秀案例	优秀案例	广东省文化馆联盟	2022年12月



东莞市文化馆
2022 年大事记

一月

1月21日，东莞市文化馆召开了2021年度工作总结会，传达学习市第十五次党代会、市委十五届二次全会和市两会精神，落实市文广旅体局工作要求，立足“双万”新起点，聚焦“品质文化之都”建设目标，全面总结2021年工作，并部署2022年工作。

1月26日，我要上“村晚”——“喜迈双万 庆享莞年”东莞市百村迎春联欢晚会通过国家公共文化云的直播平台进行接力云展播。活动以“欢乐过大年·喜迎冬奥会——喜迈双万 庆享莞年”为主题，以东莞村民表演为主，突出地方文化特色，彰显乡村振兴的勃勃生机，助力营造冬奥会热烈氛围。据统计，活动线上直播浏览量达25万。

1月31日（除夕），东莞国家级非遗项目千角灯亮相央视除夕特别报道《一年又一年》，向全国人民展示东莞年味。该栏目是中央电视总台一档除夕大型直播特别节目，是每年春节联欢晚会的有力铺垫。

二月

2月15日（元宵），2022年“东莞文化四季之流行音乐季”启动。启动仪式邀请了众多本土乐团以及流行音乐人登台献艺，同时举办非遗墟市、灯谜游园、非遗课堂等系列活动，为市民送上了别具特色的元宵之夜。启动后，流行音乐季围绕“一起向春天·我在东莞等你”主题，在2-4月期间举办六大流行音乐主题活动。

2月15日（元宵），2022年“时令东莞”东莞文化年历线上开启，首期在元宵节走读“老莞城”。2022东莞文化年历以“二十四节气”为主线，开启“走读东莞24小时”系列，用镜头和文字记录东莞各镇街的日夜，深入挖掘城市文化底蕴，推广和宣传城市文化元素，树立与东莞经济地位相适应的城市文化形象，让市民深入感受城市的生命力。

2月18日，东莞市文化馆组织学习贯彻落实“扎实推进文化强省建设大会”会议精神。市文化馆党支部书记、馆长黄晓丽主持。会议强调，全馆要深入学习贯彻习近平总书记关于文化建设的重要论述，高度认识文化强国、文化强省、文化强市建设意义，紧紧围绕上级发展部署，着重高层次人才培养，加强高品质文化供给，以“六个融合”推进文化馆高质量发展，在文化强市建设新篇章中勇担新使命、展现新作为。

2月23至25日，广东省参事室（文史馆）调研组一行7人，来莞开展“水乡文化生态保护利用”专题调研，为水乡文化（东莞）生态保护实验区申报奠定坚实基础。

三月

3月，东莞市文化馆援疆干部叶美英被广东省妇女联合会授予“广东省三八红旗手”称号。

3月10日，东莞市文化馆召开2022年总分馆工作视频会议，对2021年全市文化馆总分馆工作进行总结，部署2022年重点工作。会议宣讲了2022东莞“优享文化年”系列活动并发布首份《东莞市文化馆总分馆质量发展（数据分析）报告》。各镇街（园区）分馆工作人员通过线上参与了本次视频会议。

3月13日，东莞市文化馆党支部落实党组织和在职党员到村（社区）“双报到”要求，下沉一线，与“双报到”社区联系，组织25名党员志愿者分两批驰援坝头社区核酸检测工作，并组织演出慰问小分队录制视频MV为抗疫鼓舞打气。此后，文化馆党支部与坝头社区保持常态化联系，在社区抗疫工作中持续发挥作用。

3月25日，广东省文化和旅游厅公布了2021年度“非遗进校园”优秀案例征集活动评选结果，共评选出10个精品案例及10个优秀案例。其中，有3个精品案例来自东莞，分别是东莞市文化馆（东莞市非物质文化遗产保护中心）从“非遗进校园”到“非遗在校园”——东莞市“莞脉传承之非物质文化遗产进校园”实践案例、中德技工学校麒麟舞案例、樟木头实验小学传承客家麒麟传统文化案例。

四月

4月14日，“新时代中的‘她’力量——东莞巾帼风采影像展”在东莞市文化馆举行开幕式，市人大常委会副主任、市总工会主席罗军文，市妇联党组书记、主席黄伟青，市文化馆党支部书记、馆长黄晓丽等出席了开幕式。展览通过影像展示各行业各领域涌现出来的自强不息、奋发有为的杰出女性风采。

4月15日，东莞市文化馆组织传达学习全市宣传思想工作会议精神，研究部署贯彻落实工作。

会议要求，全馆要深入贯彻落实全市宣传思想工作会议精神，统一思想行动，站在东莞“双万”新起点上，紧贴市委要求和市文化广电旅游体育局部署，坚持“思想引领+文化供给”，担当作为，积极发挥文化馆力量和作用，全力助力文化强市建设，提升东莞城市的文化形象、文化影响力，提升千万人口的文化供给质量和文化认同感、归属感。

4月29日，“双万新起点 映像新时代——2022 粤港澳摄影季暨首届全国群文影像大展”开幕式在东莞市文化馆举行，这是2022 东莞文化四季的第二季。活动依托中国文化馆协会摄影委员会专业策展团队，联动市镇两级优质展览资源，精心设计“映像·融合”“映像·本土”“映像·共享”“映像·教育”四大主题板块，推出8个高规格影像展，以及17个镇街特色专题展览，于4月至6月期间，在市文化馆、共享文化空间、岭南美术馆以及多个镇街分馆展出。

4月29日，“时代·文化·传承”首届群文影像大展在东莞市文化馆开幕。“时代·文化·传承”首届群文影像大展是中国文化馆协会摄影委员会成立以来承办的首场活动，经过全国征稿及评选，共有摄影作品200件（群文组100件，公开组100件）、视频作品10件正式入展。东莞首展结束后，将分别赴浙江杭州、广州、厦门、成都、青岛等城市巡展。

4月30日晚，“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 在东城黄旗南香遇走廊开启，全市各镇街同步启动。该项目是由市委宣传部指导、市文化广电旅游体育局主办、市文化馆承办的创新项目，突出青春、时尚、亲民风格，通过小型、精致的户外演出，营造小而美的公共文化空间，打造潮流文化新 IP。活动启动后，将在市镇各小广场、绿地、商业区、景区等公共空间常态化开展演出，并将持续到12月。

五月

5月8日，“江湖山海”非遗系列活动暨龙舟月启动仪式在万江滘联正丫起龙广场举办，市委常委、宣传部部长武一婷，市府办二级调研员黄福泉，市文化广电旅游体育局局长司琪、万江街道党工委书记袁丽群等出席启动仪式。仪式现场进行“江湖山海”活动推介、万江“正丫湾龙舟民俗文化村”授牌、东莞非遗口罩发布、“江湖山海”非遗巴士发车等，并配套举办非遗课堂体验、“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 演出、东莞龙舟文化记忆展、广东省龙图腾摄影展等。

5月30日，东莞市文化馆召开传达省党代会精神扩大会议，东莞市文化馆党支部书记、馆长黄晓丽主持会议，传达会议精神、部署下一步工作。会议强调，全馆要深刻领会省党代会丰富内

涵和精神实质,全面加强党的领导和建设,始终把党的政治建设摆在首要位置,切实把忠诚拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”贯穿文化馆工作全过程各方面。

六月

6月10日,“双万新起点 非遗新精彩”2022年东莞市非物质文化遗产工作会议在东莞市文化馆召开。会议总结了2021年东莞市各级非遗保护单位在非遗保护传承工作方面的经验、做法与成效,并围绕建设“品质文化之都”要求,对2022年非遗保护工作进行谋划部署。

6月17日,2022东莞“优享文化年”暨第二届“品质文化”创投大赛正式发布启动。作为2022年度东莞市政府十件民生实事之一,优享文化年对准高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等四类群体的文化需求,精准开展“四大计划”系列活动,沉淀产生400个文化社群。活动现场发布了优享文化年全年2000多项文化服务项目清单。

6月26日晚,东莞市第十一届少儿艺术花会颁奖晚会暨优秀节目汇报演出在东莞市文化馆星剧场举办。本届花会自1月份启动,分镇街初赛和全市决赛两个环节,最终共350件作品进入全市决赛。决赛设置了8场少儿舞台艺术专场比赛(音乐、舞蹈、戏剧、曲艺各2场)、1场少儿美术书法展览以及1场颁奖晚会,评选出71件金奖作品,105件银奖作品,174件铜奖作品,20个优秀组织奖。8场舞台专场比赛和颁奖晚会网络直播共吸引近5万人观看。

6月,广东省文化和旅游厅公布了2021年度全省群众文艺作品评选获奖结果,东莞共有20件作品获奖,其中一等奖5件,二等奖6件,三等奖9件,总成绩仅次于广州,名列全省第二。

七月

7月2日,“心中有党——喜迎二十大”2022年东莞市文化广电旅游体育局庆“七一”活动在市文化馆星剧场举行,局直属机关党委20个党支部组队参赛,东莞市文化馆党支部获得团体一等奖、最佳组织奖、党建知识最强大脑奖和最佳推介奖。

7月9日,“I Love Art”——2022东莞青少年艺术季暨“潮流东莞·火柴盒”“只是起点”毕业季音乐会在洪梅美术馆举行。本届青少年艺术季以“造”的精神、“潮”的姿态、“融”的

理念，打造东莞首届手造节、艺术培训机构嘉年华和“寻找最美火柴盒声音”等三大版块共 100 项活动，为青少年们打造一个充满正能量和时尚感、兼具艺术性和实用性的文化大礼包。

7 月 13 日，东莞市文化馆召开全体会议，传达 7 月 6 日广东省干部大会精神，学习贯彻习近平总书记在庆祝香港回归祖国 25 周年大会暨香港特别行政区第六届政府就职典礼上的重要讲话，并总结 2022 年上半年工作情况，部署下半年工作计划。东莞市文化馆党支部书记、馆长黄晓丽主持会议，市文化馆全体人员参会。

7 月 19 日，《东莞非遗原创服装展演》参与“时尚岭南·非遗新造”2022 年广东非遗服装服饰展示交流活动的案例征集，入围“2022 年广东非遗服装服饰优秀案例”。

7 月，由东莞市文化馆和虎门镇文化服务中心共同打造的音乐作品《岭南雨巷》入围第十九届群星奖决赛作品名单。据悉，本届群星奖决赛广东省共有 6 件作品入围，其中音乐 2 件、舞蹈 2 件、戏剧曲艺各 1 件。这是我市连续五届有作品入围群星奖决赛。

八月

8 月 3 日，由中国合唱协会、澄江市人民政府主办的第八届中国童声合唱节线上童声比赛圆满落幕，东莞少年合唱团凭借《[新]清平乐·村居》和《卖报歌》的精彩表现征服了评委，从全国 201 支团队中冲出重围，喜获金奖。

8 月 31 日，全国文化和旅游系统先进集体、先进工作者和劳动模范表彰大会在京举行，东莞市文化馆荣获全国文化和旅游系统先进集体，是 8 个广东省获奖单位之一，也是广东省文化馆行业唯一获此殊荣的单位。

九月

9 月 1 日，“强国复兴有我——全国巾帼风采主题摄影作品展”座谈会在北京中国妇女儿童博物馆举行。中国妇女儿童博物馆与东莞市文化馆签署战略合作框架协议。由全国妇联宣传部指导，中国女摄影家协会、中国妇女儿童博物馆、东莞市总工会、东莞市妇女联合会、东莞市精神文明建设委员会办公室、东莞市文化馆共同举办的“强国复兴有我——全国巾帼风采主题摄影作品展”

于9月29日至10月13日在东莞市文化馆展厅举办巡展。

9月16日，东莞市资政研究协作机制联席会议暨东莞智库联盟成立会议召开，市文化馆为联席会议成员单位。

十月

10月10日至11日，东莞市文化馆组织举办了为期两天的东莞市文化馆分馆馆长、业务骨干培训班。黄晓丽馆长作关于《新时代文化馆高质量发展的思考和探索》业务辅导报告。

10月15日，2022年东莞“江湖山海”非遗系列活动之山系列东莞麒麟文化节线上启动。山系列活动以山丘为阵、麒麟文化为旗，唱响客家山歌，带动山区镇街客侨文化特色资源，持续打造东莞文旅“新名片”。活动期间将陆续推出四期线上客家特色主题活动。

10月16日，中国共产党第二十次全国代表大会在北京人民大会堂开幕。东莞市文化馆组织全馆党员干部集中收听收看党的二十大开幕盛况的直播，学习习近平总书记向大会作的报告。

十一月

11月1日，东莞市文化馆传达贯彻党的二十大精神专题会议在东莞非遗展览馆召开，学习贯彻党的二十大精神，按照市委、市委宣传部、市文广旅体局有关要求，就做好学习宣传贯彻工作进行了部署安排。东莞市文化馆党支部书记、馆长黄晓丽主持会议并讲话，东莞市文化馆全体人员参加。

11月7日，2022年“莞脉传承之非遗进校园”活动走进莞城步步高小学，正式开启了2022年“非遗进校园”系列活动。

11月22日，“莞2022——东莞莞香节启动暨粤歌《最是女儿香》发布会”举办，正式开启2022年东莞“江湖山海”之湖系列活动的序幕。粤歌《最是女儿香》由广东粤剧院院长曾小敏演唱，拙见文化创始人、总策划田延友作词，跨界音乐人、青年作曲家陈挥之作曲。歌曲以香喻城，将莞香精神与东莞城市文化精神进行了全新的诠释与解读。

2022年11月25日，2022年全国文采会“东莞站”——2022年粤港澳大湾区公共文化和旅游

产品(东莞)采购会开幕式在东莞市文化馆星剧场顺利开幕。本届文采会注重发挥线上优势,按照“线上+线下”“馆内+馆外”“展会+活动”“传播+服务”的多元化、灵活式、长效性办会方式,线下吸引了131家重点企业(机构)和非遗项目参展,线上推出展示400多家企业(机构)的“赶大集”专区,打造为期36天的展示交流平台、文旅行业盛会、湾区文化嘉年华。线上部分,重点搭建了元宇宙线上虚拟展厅,设置大咖云逛展、拙见21直播间、中国文化馆之夜云上圆桌会、优选企业专场推介等,线下联动全市各分馆打造“非量产”生活节,举办2022广东省最美新型公共文化空间展、太空舱体验专区、喜剧快闪演出等活动,凸显科技创新、先进制造、潮流东莞特色,打造全民参与的“永不落幕”的文采会。

11月29日,第十六届在深圳市福田美术馆顺利开幕。在本届省联展中,东莞参赛作品斩获2金、3银、4铜,共摘取了53个作品奖项,东莞市文化馆连续九届获得优秀组织奖。

十二月

12月,广东省文化和旅游厅公布第八批省级非物质文化遗产代表性项目保护单位名单。全省共有115家单位上榜,东莞占据10家,占比达8.7%。上榜单位包括:莞城文化服务中心、凤岗镇竹塘村村民委员会、大朗镇文化服务中心、东莞粤剧发展中心、塘厦镇文化服务中心、东莞市华美食品有限公司、南城文化服务中心【糕点制作技艺(东莞茶点制作技艺)、中医正骨疗法(中医清宫正骨)】、虎门中医院、东莞南社创意文化旅游发展有限公司。

12月12日,由文化和旅游部全国公共文化发展中心、中国文化馆协会主办的“2022‘最受欢迎公共文化空间’短视频征集展示活动”结果公布,东莞市文化馆获2022年“最受欢迎公共文化空间”。

12月15日,东莞市市场监督管理局公布“2022年度东莞市导入卓越绩效管理优秀单位”名单,东莞市文化馆被评为42家优秀单位之一,也是本次获评的两家公共服务单位之一。

12月30日,2022湾区文采会闭幕式盛典暨潮流东莞·火柴盒“世界那么大·不也遇见你”跨年音乐会,在东莞市石龙镇滨海湾新天地盛大举行。活动唱响《新昌鼓》《第二十次重逢》等湾区原创音乐,打造出一场汇聚湾区优秀音乐人才、绽放湾区原创音乐魅力的文化盛典。



工作案例选编

| 欢庆党的二十大

2022粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会 搭建服务新场景 引领文化新趋势

2022年11月25日至12月30日，2022年全国文博会“东莞站”——2022粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会（以下简称“湾区文博会”）在广东省东莞市成功举办。

本届湾区文博会由文化和旅游部公共服务司指导，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、东莞市人民政府、中国文化馆协会、中国群众文化学会主办，中共东莞市委宣传部、东莞市文化广电旅游体育局、东莞市台港澳事务局承办，香港贸易发展局、澳门特别行政区政府旅游局、澳门贸易投资促进局、中国文化馆协会摄影委员会协办，东莞市文化馆执行。湾区文博会贯彻落实党的二十大报告的部署和要求，以“文采新视野，共享新时代”为主题，集聚行业代表，展示前沿科技，搭建文化新场景，引领文化新趋势，成功打造了文旅行业盛会、湾区文化嘉年华和文旅产品展示交流平台，为加快人文湾区、文化强省、文化强市建设，推动区域公共文化服务高质量发展培育新动能。

一、亮点特色

（一）创新办会理念，构建多元供给共享格局

湾区文博会坚持思想引领，开拓进取，按照品质优先、精准对接的办会原则，凸显文化内涵，创新宣传推介方式，挖掘东莞文旅行业潜力，探讨未来发展方向，全面提升湾区文博会在促进供需信息对接和行业交流互动的价值。

一是全过程突显开放理念。在2022年11月东莞疫情防控形势最吃紧的阶段，本届湾区文博会努力克服受疫情影响的巨大困难，在统筹做好疫情防控的基础上，注重发挥线上优势，创新推出“线上+线下”“馆内+馆外”“展会+活动”“传播+服务”的多元化、灵活式、长效性的办会方式，推出“1+N”分会场，并将时间跨度延长至一个月余。

二是全方位推介社会力量。前期广泛开展走访和调研，重点邀请了131家企业（机构）和非

遗项目在东莞市文化馆线下场馆精心布展，推出展示 400 多家企业（机构）的“赶大集”线上展示专区。东莞市文化馆主会场设置了 9 大专区，全面呈现公共文化服务高质量发展前沿产品和经验。联合南方+、广东抽见文化，共同走访多家东莞文旅行业头部企业，携手打造“友好企业+”微综艺，在自媒体、短视频等平台传播，探索企业家精神，展望企业发展；推出“拙见 21 直播间”，邀请东莞优质企业代表开展访谈直播；由广东省文旅宣传大使万乘齐、东莞市文化馆网红抖音号“非遗小姐姐”开展特色大咖云逛展，对特色主题专区进行实时互动直播；在“文化莞家”微信公众号推出“璀璨的珍珠”系列报道，精选优质社会主体进行深入推介。

三是多渠道促进供需对接。湾区文采会前期举办“言而友信，文采 YOU 你”——全民信件征集活动，在东莞 33 个镇街（园区）100 个新型公共文化空间收集到 1000 多位市民的来信，了解群众对美好生活的需求和向往。全面征集公共文化旅游行业的单位、机构的采购需求，并对外发布，有利于供给方按需定制产品服务。并将供需对接平台直接“搬”进企业内，为企业提供更加便捷、贴心的服务，组织有采购需求的单位进行走访、采购和集中签约活动等。

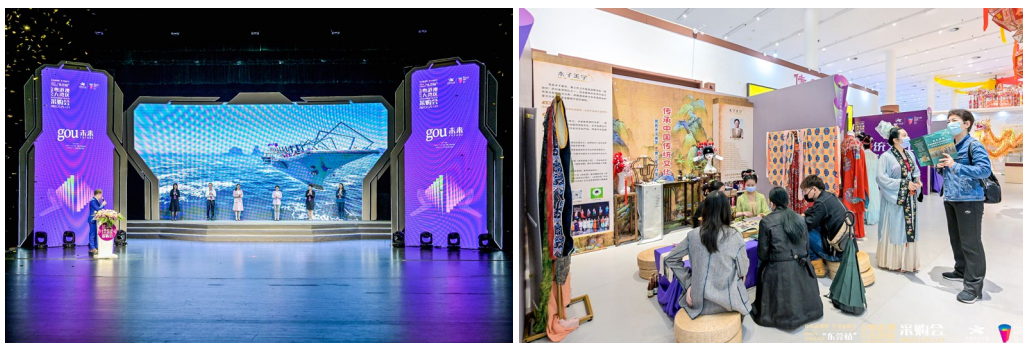
（二）突显科技特色，搭建公共文化服务新场景

大力凝聚湾区文旅产业的优质供应商，彰显东莞“科技创新+先进制造”城市特色，深入走访、推介东莞及湾区文旅头部企业，关注湾区新文化产业发展前沿，选出一批引领潮流的公共文化服务产品，搭建公共文化服务体验新场景。

一是科技赋能文化，推出元宇宙展示新手段。借助 5G、VR（虚拟现实）、云渲染等技术，精心搭建线上虚拟展区和数字化展览场景，推出元宇宙“文化航母”虚拟展示空间，打造“永不落幕的文采会”，全面升级湾区文采会的创意表达、系统呈现和体验模式。该虚拟展示空间汇集众多湾区优质企业（机构），内嵌线上文采会商场和互动类体验游戏，开展线上文创及商品交易，实现云体验、云推介、云展览、云交易等一站式、沉浸式云服务，吸引了众多为文旅产业提供创新技术、信息网络建设、智能装备的头部企业参展。该专区的线下实体展示区域人气爆棚，吸引不少现场观众排队参与体验。

二是挖掘“专精特新”，汇聚先进文旅智造新产品。湾区文采会吸引了哈一代、领秀光电、三基音响、乳圆智能、斯波阿斯体育等一批品牌知名度高、市场影响广泛、产品研发力强的行业代表性企业参与展示，为文旅行业和广大市民展示了各自的龙头产品和企业经验。此外，湾区文采会还引入企业搭建了太空舱、静音舱、新型 KTV 房等文化空间样板，结合户外露营特色和全屋高科技智能控制技术，集产品展示和娱乐休闲为一体，让市民感受新颖多样的文化体验。

三是丰富多元供给，搭建城市文化新场景。湾区文采会聚焦新型公共文化空间建设、时下潮



流生活需求，整合各类空间资源、吸引市民群众积极参与。在开幕式上，省文化和旅游厅正式公布“2022 广东省最美新型公共文化空间”案例入选名单，并举办专题摄影展，搭建实景体验展位，展示湾区新型公共文化空间建设新成果。东莞市文化馆与企业联手打造出“拙见部落”这种具有可复制性、可持续运营的音乐主题营地新型公共文化空间，成为市民争相体验的网红文化打卡地，引领大湾区未来生活及公共文化空间建设新方向。

（三）聚焦行业发展，打造公共文化嘉年华

湾区文采会坚持聚焦公共文化服务高质量发展的主线，关注公共文化未来发展方向，紧扣时下市民群众多元文化需求和潮流文化新趋势，以精彩纷呈的文化活动，打造区域文化盛宴，彰显湾区文化特色和内涵。

一是奏响公共文化交响曲，打造“中国文化馆之夜”品牌 IP。举办“临境 2022·中国文化馆之夜”，以云上圆桌会的形式，由东莞市文化馆分别连线来自北京、上海长宁、广州、四川成都、贵州毕节的五位文化馆馆长与李国新、刘平云、贾江宏三位专家学者，在云端举行主题为“时代城市、文化未来”的圆桌会，交流各地公共文化服务经验，探讨未来公共文化发展方向，并开展优秀群文节目线上汇演，吸引线上观看人次达 340 万，成功奏响公共文化服务交响曲，打造成为全国公共文化汇演盛会、公共文化服务交流平台。

二是联动湾区文化力量，打造粤港澳文化盛宴。举办粤港澳非遗（东莞）墟市，汇集广东省民间艺术之乡和优质非遗项目现场展销交流，在抖音平台开展“粤港澳非遗墟市”话题互动活动，征集群众最爱的非遗项目，现已吸引 2116 万人次点播。首次联合广东省戏剧家协会推出“非凡十年·湾区有戏”展位，向观众展示了粤剧、潮剧、广东汉剧、雷剧等 13 个剧种的精彩内容，举办了“非凡十年·湾区有戏”广东省中青年戏剧演艺大赛优秀演员折子戏专场，选取了粤剧《盘丝洞》、潮剧《穆桂英招亲》、西秦戏《临江会》、广东汉剧《痴梦》等经典戏剧节目中的精彩

片段，群英荟萃、粤韵悠扬、雅俗交融，让观众充分感受到岭南文化的魅力。

三是擦亮“潮流东莞”城市名片，引领文化生活新趋势。着力打造活力、时尚的湾区文采会视觉呈现，聚焦潮流时尚文化供给，突出东莞城市青春潮流气息，持续擦亮“潮流东莞”城市文化新名片，引领新时代美好生活潮流趋势。凸显东莞潮玩产业优势和特色，吸引多家潮玩文化企业参展，布置潮玩 IP 形象 Laura，以东莞本土潮玩文化赋能湾区文采会。联动文化馆 33 个镇街（园区）分馆，全面开展首届潮流东莞·2022 拙见“非量产”生活节的系列活动。其中，在主会场火柴盒 1 号营地，结合“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 品牌，于 11 月 26 日晚推出“不也遇见你·火柴盒”湾区原创音乐畅享会。12 月 30 日晚，在东莞市石龙镇举办 2022 湾区文采会闭幕式盛典暨潮流东莞·火柴盒“世界那么大不也遇见你”跨年音乐会，以独具匠心的精彩策划和创意呈现，回顾湾区文采会精彩历程和显著成效，唱响《新昌鼓》《第二十次重逢》等湾区原创音乐，打造出一场汇聚湾区优秀音乐人才、绽放湾区原创音乐魅力的文化盛典，当晚吸引超过 1514 万人次观看直播。

二、活动成效

（一）进一步提升了区域文化交流平台的影响

本届湾区文采会通过线下精心布置，线上广泛传播，开展线下活动 61 场，开展直播互动、微综艺宣传等线上活动 21 场，线上总流量超过 5060 万，各方达成意向签约总额 3307 万元，搭牢了公共文旅产品服务供需对接的桥梁。通过线下与线上联通互动，为文旅行业和广大群众提供了更加有效、精准的服务，成为区域重要的文化交流平台。湾区文采会受到中央、省、市各级媒体，以及港澳等地主流媒体的广泛关注和报道，直接报道超过 200 多次，并得到了其他网络媒体、自媒体的关注和大量转载，在互联网信息量超 2 万条，影响力大、传播性强。文化和旅游部公共服务司负责人陈彬斌盛赞“活动从策划到组织，都非常出彩”。文化和旅游部全国公共文化发展中心主任白雪华表示：“东莞市文化馆赋予湾区文采会科技创新的元素，为供需双方搭建沟通互动、精准对接的平台，呈现公共文化更加多样的服务场景和发展可能，为区域文化交流增添活力生机。”

（二）进一步凝聚了公共文旅行业的力量

湾区文采会不仅联动了粤港澳文旅行业的机构开展展示交流，还与北京、上海、成渝、贵州等地的代表性文化馆机构开展联动，为国内公共文化服务机构的交流合作提供了样板经验。湾区文采会深挖文旅行业中的明珠，发挥企业潜力，改变企业“墙内开花墙外香”的难题，让企业的实力和魅力被更广泛认可，为湾区公共文化服务的多元供给作出贡献，切实提升湾区文采会价值。

如参与湾区文采会之后，来自东莞的领秀光电与三基音响两家企业在闭幕式音乐会上联袂带来大型震撼音乐灯光秀，首次在本土文化活动中参与亮相。

（三）进一步培育了公共文化服务高质量发展动能

湾区文采会紧扣时代脉搏，围绕新时代公共文化服务高质量发展的新要求、新任务，立足东莞“双万”新起点，以科技为驱动、以文化为内涵，通过创新策划与丰富活动打造了文化共享新场景，成为展示“双万”新东莞城市形象的重要窗口，为推动东莞文化强市建设、区域公共文化服务高质量发展、人文湾区和休闲湾区建设注入澎湃的动力。湾区文采会着力发挥平台效应，注重建立长效机制，牵引带动了各方文化要素高效流动、精准对接，取得丰硕成果。如成立了湾区文采会新文旅产业联盟，引导企业共同探讨未来城市文化的新方向、新视野、新观点，打造全民参与的“永不落幕”的文旅行业盛会。推动了“广东省流行音乐传播中心”成立并落户东莞，打造大湾区原创音乐传播中心，以全新平台联合广东省流行音乐协会、B站、酷狗音乐等，升级“火柴盒”等文化品牌，推广湾区原创流行音乐，实现“潮流东莞，音乐先行”的目标，助力东莞城市良好形象传播。

三、下一步计划

下一步，东莞市文化馆将持续推动湾区文采会策划创新，巩固湾区文采会品牌IP打造成果，完善工作机制，建立健全湾区文化机构和社会力量的沟通联动机制。打造线下常态化的“文采四季”，每季设立不同主题行业专场，邀请企业家开展深入的思想文化交流分享等活动，共同探索“城市、文化、商业”未来融合发展；着力发挥湾区文采会新文旅产业联盟、广东省流行音乐传播中心的桥梁作用，推出文旅行业企业黄页，更好地挖掘和链接优质企业，助力企业文化建设，深度融合企业、空间、教育、文化、经济等多元领域，更好地展现东莞乃至湾区城市的文化底蕴和城市魅力，为加快人文湾区、文化强省、文化强市建设作为更大的贡献。

全民舞蹈季

全民欢舞，奋进新时代



为喜迎党的二十大胜利召开，深入贯彻落实习近平总书记关于文化的重要论述和指示批示精神，传承弘扬中华优秀传统文化，不断赋予中华优秀传统文化新的时代内涵和表达形式，坚定文化自信，增强家国情怀，加快“品质文化之都”建设，推动公共文化服务高质量发展，满足东莞市民日益增长的美好生活需要，助力乡村振兴，建设美丽东莞，奋进“双万”新征程，2022年，东莞市文化馆围绕“喜迎党的二十大”主题，策划举办了东莞文化四季之全民舞蹈季活动。

基本情况

2022年东莞全民舞蹈季活动由中共东莞市委宣传部指导，东莞市文化广电旅游体育局主办，东莞市文化馆承办，东莞市舞蹈家协会、东莞市文化馆各镇街（园区）分馆、东莞市广场舞协会共同协办。全民舞蹈季以“喜迎党的二十大”为主题，利用新媒体、短视频等平台开展广场舞视频大赛、《大中国》MV拍摄、全民舞蹈大会、“火柴盒”潮流舞会、“幸福客家”舞游活动及

舞蹈小知识课堂等丰富的全民舞蹈活动。活动覆盖全市各镇街各社区，致力于提高市民对中华优秀传统文化的认同感和自豪感，培养市民对优秀国风家风的传承意识，增强市民对美的领悟，倡导全民健身，推动城市文明发展，为党的二十大胜利召开营造喜庆热烈美好的氛围。

主要做法

一、以“国风新韵”为题，开展广场舞创编推广

继2018年“幸福舞起来”和2021年“红心向党齐舞莞邑”的主题系列舞蹈创编以来，2022年，全民舞蹈季以“国风新韵 潮舞东莞”为主题，开展第三届广场舞的创编与推广，内容从满足广场舞群体健身舞蹈的需求到主题艺术性的审美提升，借鉴武术太极、书法和戏曲等元素，融入当代舞、现代舞、爵士等风格，音乐选取从禅意古琴音乐到耳熟能详的网络歌曲，创编了6支刚柔并济的新古典系列舞蹈。新编广场舞内容难易适中，具有一定的艺术审美及观赏性。教学视频涵盖每支舞蹈的整体介绍，以及主题动作分解、单一节奏练习、音乐整体配合、正反面完整示范等循序渐进的教学步骤，让广大舞友们轻松地跟随导师翩翩起舞。

二、滚动热播，打造线上广场舞盛会

广场舞大会是2022年全民舞蹈季的重头戏。作为东莞市文化馆“喜迎党的二十大”的重点活动，广场舞大会以“舞动新时代”为主题，通过线上的方式举行。7月，启动了2022年东莞全民舞蹈季广场舞视频大赛，发动各镇街推荐优秀广场舞作品参赛，合计收到参赛作品63个。经过专家评审，最终评选出10个《大中国》最佳舞蹈MV、10个最佳团队和10个优秀团队。这些获奖的作品和团队通过线上广场舞大会上进行公开展示。10月1日，“舞动新时代”线上广场舞大会正式举行，并通过文化莞家、南方+、东莞+、知东莞等线上平台同步直播。除了线上精彩演出外，互动投票也在线上同步启动，投票评选出了“十大网络人气奖”。华丽优美的舞姿、整齐划一的动作、昂扬向上的风采……东莞全民舞蹈季活动在热烈的氛围中拉开帷幕。一个个来自基层的舞蹈片段快闪，凸显了“让舞蹈融入市民生活”的理念，展现出全民共舞、欢度国庆、喜迎党的二十大大的热闹氛围。

三、创新多样舞蹈体验，推动文旅融合

为进一步推动文旅融合，本届舞蹈季活动特别策划了凤岗幸福客家舞游活动，邀请全市优秀舞者及时装表演艺术家齐聚凤岗，在凤岗镇著名文化历史生态特色景点，开展了南门山森林公园“绿水青山带笑颜”、篆香书院“书香古韵”、江屋古村“排屋婚俗风情服装秀”等主题的舞游艺术活动。活动以现场创意艺术拍摄、后期短视频展播的形式，以舞蹈为载体，融合旅游的形式，让市民体

验感受舞蹈与文化历史的时空对话，感受客家生态山水风光之美、书香文化古典之韵、多视角看江屋古村婚俗与现代模特走秀演绎。

四、打造群星舞台，搭建全民参与桥梁

为给全市广大舞者及团队提供优质的舞蹈赛事平台，2022 年全民舞蹈季还举办了全民舞蹈群星大赛。赛事不分舞种，以年龄划分少儿 A 组（6—16 岁）、青年 B 组（17—39 岁）、中老年 C 组（40 岁以上）的群舞，另设不分舞种、不分年龄的独舞、双人舞、三人舞 D 组，合计四组共四场赛事。全民舞蹈季启幕当天，全民舞蹈群星大赛视频作品线上征集活动也同时启动。大赛吸引了众多热爱舞蹈的市民参与。截至 10 月 30 日，共收到参赛作品 180 余件。其中，既有学习、改编作品，也有原创作品。参赛作品时代感强、特色鲜明、生活味浓、积极向上。参赛作品的舞种包括古典舞、芭蕾舞、街舞、国标舞、广场舞、现当代舞等，参赛选手有中小學生、学校老师、离休干部、企事业单位职工等，年龄跨度从 7 岁至 70 岁不等。经过专家团队反复筛选，最终评选出总决赛入围作品 35 件。其中，单双三组入围作品 17 个，群舞组入围作品 18 个。

工作成效

在“双万”城市新征程上，东莞市文化馆大力落实“文化强市”建设的工作部署，坚持“思想引领+文化供给”的主线，推出 2022 东莞文化四季之全民舞蹈季，让舞蹈融入市民生活，增强城市文化活力，打响“潮流东莞”名片，为喜迎党的二十大召开营造了良好的氛围。

本届舞蹈季活动参与面广、规模大，体现了全民舞蹈的特点。全民舞蹈季自 5 月启动以来，在全市各镇街开展了超 200 余场线下培训、演出等活动，参加人数超 6000 人次，该项目线上活动在文化莞家、南方+、东莞+、知东莞等线上平台开展及播出，活动累计观看人次超 23 万。

| 文化服务新场景

“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time

打造潮流文化新现象新体验

2022年，在市委宣传部和市文广旅体局的领导下，东莞市文化馆策划推出“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time，以流行音乐为内容，每周在全市各特色空间场景举办小型、灵活、精致、时尚的音乐活动，并结合短视频、直播等传播方式，打造出现象级的公共文化服务，成为风靡全城、全民热议的音乐体验盛宴。



基本情况

火柴厂是东莞在改革开放大潮中勇于走自主研发、重视质量之路的一个缩影，而一个小小的火柴盒更是承载了众多东莞人美好的集体记忆。2022 年，东莞策划推出本土潮流文化品牌——“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time。该项目由中共东莞市委宣传部指导，东莞市文化广电旅游体育局主办，东莞市文化馆承办，全市各镇街联动，以青年群体为重点服务对象，组织本土音乐团队每周在全市各特色空间场景，举办小型、灵活、精致、时尚的音乐活动，营造潮流、青春的东莞城市气质和生活方式，助力东莞“潮流文化之都”建设。活动于 2022 年 4 月启动，全市推出有编号的火柴盒共 41 个，开展 254 场演出，线上线下受惠 1874 万人次。活动得到各级媒体报道 61 次（其中国家级媒体 6 次），制作发布短视频 180 多个。

创新做法

一、全市联动，打造文化新体验

2022 年，在上级部门重视和各镇街（园区）联动下，“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 升级打造为全市性潮流文化品牌。一是采用常态化巡唱模式。“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 通过市镇两级联动，快速在全市范围铺开，所有镇街（园区）已点亮“火柴”，文化服务延伸至末端，遍及每一个寻常角落，把服务送到市民身边。该活动贯穿整年，每周在多个镇街为市民呈上精彩演出，建立起了常态化的演出机制。二是搭建特色化音乐空间。“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 走向室外，走入市民生活，打造小而美的舒适音乐空间。每周在全市各大草坪、商圈、文创园、街区等人流聚集场所，以各镇街（园区）特色场景为背景，用草坪、展板、火柴盒标识搭建起小型舞台，摆放克米特椅设置出观众区，让观众近距离沉浸在音乐氛围中，带给市民一个轻松愉快的周末音乐会。三是打造互动式服务场景。根据当场活动主题，现场摆放有意义符号的物件，勾连起市民的集体记忆。通过与音乐和场景的互动，观众融入于活动中，提升服务体验感、融入感。如 9 月 7 日“潮流东莞·火柴盒”但愿人长久 城市艺术 time 活动在莞城藿舍文创园举办。活动现场把归侨、侨眷等聚在一起，摆上东莞过中秋特有的食物，打造“莞味”中秋。场景化的装饰和故事性的氛围与火柴盒音乐巧妙结合，表达对家乡亲人的思念与祝福。

二、精心策划，紧抓时下“潮”元素

一是 VR 设计元素青春多彩。在品牌标志设计中，“‘火柴盒’城市艺术 time”和英文“MATCHBOX CITY ART TIME”巧妙组合布局，突出城市都市文艺气质和潮流文化的时尚感。摆放于舞台一侧的火柴盒标志用简化的音符和火柴盒图形组成一个橙色的“火”字，配以霓虹灯

管元素，表达了时尚、年轻、活力的品牌特征。演出现场发放的手持荧光棒、气氛牌，跟随着音乐挥动，为活动增添了几分青春色彩。二是演出主题紧贴热点。依据当下年轻群体关注的热点确定演出主题，设置活动流程和内容。如在香港回归 25 周年之际，结合当下热门的经典香港流行音乐，推出了“潮流东莞·火柴盒”粤语金曲之夜城市艺术 time，多首歌曲引发全场大合唱。此外，还根据不同的特色节日，推出特色的主题活动，让市民在音乐中感受节日的氛围。如开展了五一劳动节、五四青年节、母亲节、父亲节、儿童节、建军节、七夕节等多场节日主题音乐会。三是音乐风格潮流多样。活动演出包含多种音乐形式，呈现多样音乐风格，包括精致小型艺术的流行音乐、民谣说唱、小型交响乐、室内乐、铜管乐、木管乐、阿卡贝拉、轻摇滚、爵士乐、民谣说唱、流行新民乐等，彰显青春主题。

三、多层传播，搭建宣传大矩阵

一是借助多平台提高品牌热度。重大节日主题演出前，在“文化莞家”微信公众号多次发布预告宣传，联合新华网、南方+、东莞日报、知东莞等多家知名媒体全面预热。活动演出中，抖音、视频号及联合媒体频道同步参与直播，实现线上线下“双线参与”。还联合南方+举办最美火柴盒大“晒”评比、“乐队线上巡演”等活动，增加项目的网络人气，形成基层“比学赶超”的氛围。二是运用二次传播扩大影响力度。对活动现场演出视频和图片进行排版、剪辑、编辑和美化，在各大媒体平台进行二次宣传。同时，活动充分利用抖音、快手、小红书、微信公众号、视频号、朋友圈等新媒体广泛传播，用年轻、潮流的传播话语方式与年轻人进行深度沟通。三是通过品牌故事拓展宣传深度。深入挖掘品牌“火柴盒”背后的价值理念，传播它承载的历史故事，宣传中多次对“火柴盒”进行全面解读，让市民对“火柴盒”理解更深刻。同时，邀请知名团队制作演唱主题曲《微光》，歌词“星星之火，点燃你我，就算前方还有波折”朗朗上口，为“火柴盒”品牌故事增添亮点。

工作成效

一、形成城市文化热点

“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 活动自推出以来，受到市民高度关注和赞誉，网络话题热度不减。如 6 月 23 日晚推出的“潮流东莞·火柴盒”粤语之夜城市艺术 time 活动线上线下共 31 万人次观看。如高校学生毕业之际，在洪梅、虎门、松山湖等地连续开展了“只是起点”毕业季音乐会，与高校联合开展毕业歌会，引发年轻群体的共鸣。周末去听一场演唱会，已成为东莞市民群众周末生活常态，成为东莞的一个文化热点、潮流现象。

二、创新服务思路

“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 在全市范围随时随处搭建一个帐篷、一块展板、一套音响设备，即可为市民呈上音乐大餐，真正实现了贴近群众的文化服务，是新时期文化馆服务的一次创新探索。亲身参与的群众可感受到现场演出直接带来的愉悦和震撼，未参与现场的群众也可在线上直播的互动评论区表达想法，共同融入到活动中。如七夕前后，以“浪漫七夕”为主题连续几天轮流举办音乐会。在莞城、道滘、东坑、虎门、沙田等镇街，“火柴盒”分布在草地、商圈等城市角落，路过的市民和游客纷纷驻足聆听，随时偶遇一场音乐会。让大家感受到青春东莞、潮流东莞的魅力。

三、培养岭南流行音乐人才

“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 挖掘出众多本土优质演艺团队，并搭建了多个成长展示舞台，有效提升团队演出服务质量。8月11日，“潮流东莞·火柴盒”百星孵化计划启动，100多位音乐人参与了为期两天的专业培训。主办方邀请知名专家线下开班授课，培训课程从行业从业准则到技巧运用，内容充实，进一步加强了“火柴盒”舞台表演及创作，精准提升演艺团队的综合素养，激发演艺团队的创作活力。

“江湖山海”非遗系列活动

打造莞邑文化新 IP

活动背景

为深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，认真践行习近平总书记关于“深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，让中华文化展现出永久魅力和时代风采”等重要论述，结合东莞市《“十四五”文化和旅游发展规划》《广东省加快推进文化和旅游融合发展三年行动计划（2020-2022）》，2022年东莞市策划推出“江湖山海”非遗系列文化活动，深入挖掘东莞市非遗和区域文化形态，通过文化和旅游工作各领域、多方位、全链条深度融合发展，推动资源共享、优势互补、协同并进，为文化建设和旅游发展提供新引擎、新动力，助力提升万亿 GDP 城市的文化地位、文化形象、文化影响力，让千万人口与城市深度融合、共生共荣。

基本情况

非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明绵延传承的生动见证。历史文化底蕴深厚的东莞，积淀了丰厚的非物质文化遗产资源。保护好、传承好、利用好这些凝聚了东莞儿女共同记忆的非物质文化遗产，对于延续莞邑文脉、坚定文化自信、建设文化强市、提升城市形象具有重要意义。

2022年“江湖山海”非遗系列活动以水乡功能区、松山湖功能区、银瓶合作创新区、滨海湾新区“四大战略平台”为依托，结合水乡文化、疍家文化、客侨文化和香文化的文化特色，整合龙舟月、采香节、麒麟节和腊味节等文旅系列活动，打造龙舟、莞香、麒麟、腊味等“莞邑文化”品牌，发动东莞市33个镇街（园区）参与其中，市、镇联动全面铺开，举办线上线下活动56场，参与人次超过2100万。

主要做法

2022年东莞“江湖山海”非遗系列活动，立足“双万”新起点，秉持“创造性转化、创新性发展”理念，整合打造了四大板块活动，包括：“东江潮涌龙腾水乡”——2022年东莞龙舟月系列活动、

“麒麟生威 山歌嘹亮”——2022 年东莞麒麟文化节、“千年莞邑 一城莞香”2022 年东莞采香节、2022 年东莞腊味节暨岭南开腊日“云推荐”活动，通过深化文化区域形态的历史文物、古村落和生态等内涵，以独具特色的形式来呈现东莞非遗的文旅导览，打造东莞文旅“新名片”。

一、打造“江湖山海”莞邑文化新 IP

项目以“江湖山海”四字为主题，大气磅礴、朗朗上口，易于传播，同时契合了东莞水乡、丘陵、山区、沿海四个区域片区，对应东莞水乡文化、疍家文化、客侨文化和香文化四种莞邑特色文化形态，对传统的东莞非遗项目进行整合，整合塑造了全新的传播 IP。此外，项目从活动标识、动漫形象等方面着手，设计了一套具有鲜明辨识度的视觉形象系统，致力打造新的莞邑文化 IP。

二、首次整合全市资源开启非遗大巡礼

2022 年“江湖山海”非遗系列活动，涵盖了龙舟、莞香、麒麟、腊味等极具本土特色的非遗项目，联动了全市 25 个镇街的地域特色，发动 33 个镇街（园区）参与其中，通过整合现有资源，下好全市非遗项目一盘棋，首次集结了全市非遗力量，开启莞邑文化大巡礼。

三、推动非遗产业稳步发展

项目通过整合全年的重点非遗项目活动，结合活动的各个时间节点，持续推出粤港澳（东莞）非遗墟市，创新探索墟市夜经济新模式，释放“文化+”效能，推动非遗文化产业蓬勃发展。项目根据水乡、丘陵、山区、沿海等不同区域的文化特色，推出 16 条文旅体验路线，推动文旅融合发展。腊味节期间，联动全市 30 多家腊味生产企业，创新推出“腊味地图 2.0”，打造腊味文化介绍、产品销售和客服一体化线上平台。

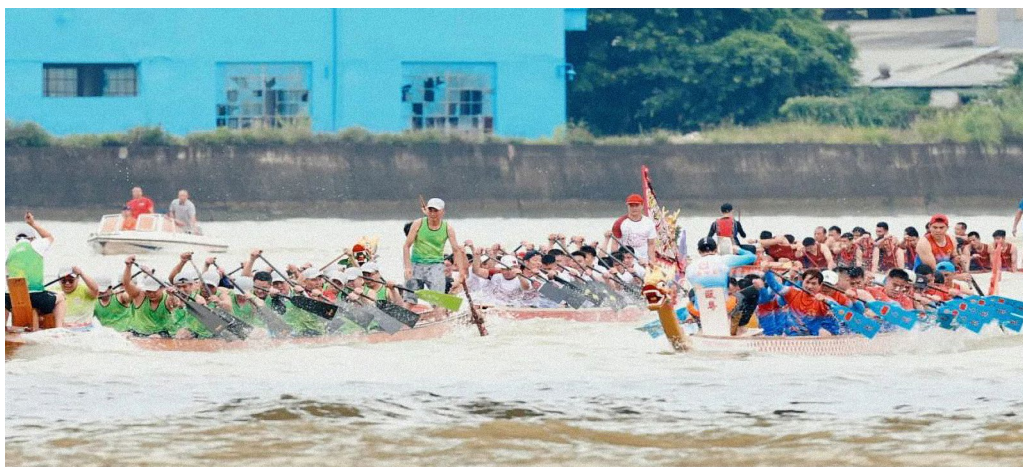
四、创新“线下+线上”互动结合宣传模式

适应疫情防控常态化需要，活动将采取“线下小规模+线上大规模”的举办模式，线下活动在减少人群规模的同时，以多点散发的活动形式推进，确保参与度，线上多平台合力宣传形成全城话题，增强影响力。

项目成效

“江湖山海”非遗系列活动，打造了莞味十足的非遗品牌，传承和弘扬莞邑优秀传统文化，让广大市民共享文化发展成果，增强了人民群众的文化获得感、认同感和归属感，凝聚了城市向心力，项目成效显著。

一、东莞非遗的一次集中检阅、精彩体验、美丽绽放。活动打造了 16 条东莞文旅体验路线，实现一个主题搭配多个景点，形成“1+1>2”的新型文旅模式。项目融合了 25 个镇街的地域特色，



形成了独具特色的东莞非遗文旅导览，打造了东莞文旅“新名片”。

二、探索非遗资源优势向产业优势转化，助力经济发展。项目放大“文化+”对东莞经济的助推作用，以文化价值创造经济价值，持续举办粤港澳（东莞）非遗墟市，积极探索发展非物质文化遗产夜经济；结合东莞文创产业发展，扶持更多非遗项目及相关企业，以培养新兴文化与传统文化产业业态，助推区域经济发展，实现文化、经济价值有效结合。

三、依托非遗资源，实现文化旅游的真融合、深融合。项目充分挖掘东莞非遗内涵，推出东莞龙舟月竞渡、青少年麒麟舞大赛、东莞非遗巴士和非遗在校园等主题活动，覆盖全市32个镇街，穿梭东莞400多条公交线路，进入超过100间学校，实现以文促旅、以旅彰文，推动文旅深度融合发展，持续打响“江湖山海”品牌，以新发展理念为引领，按照高质量发展要求，持续嚼热东莞非遗。

四、传统与现代碰撞，绽放文旅新火花。项目依托引擎矩阵资源优势，搭建全民抖音话题，整合红人团宣发资源，号召头部达人拍摄示范视频，传统与现代碰撞，让传统文化绽放新火花。例如，龙舟月期间，深度推荐东莞龙舟文化及营造比赛氛围，打造亿级话题讨论热度，实现过亿的线上阅读量及点击率，使其深度嵌入到本地用户的生活中去，引导线上用户到线下打卡观赛，从而强化了东莞龙舟文化IP的影响力。

五、创新宣传载体，彰显文旅新特色。“江湖山海”非遗系列活动宣传覆盖面广，社会关注度和市民参与度高。活动依托新兴媒体创新宣传方式，推出超过15场以上的非遗小姐姐直播、5条“江湖山海”系列宣传片和东莞非遗腊味地图2.0。同时，邀请50家主流媒体参与活动宣传，对活动进行全方位、多角度、立体化的宣传报道，达到了流量过亿的宣传效果。

东莞文化年历

传承优秀文化，构建时令潮流

基本情况

站在“双万”城市的新起点上，如何提升东莞这座城市的文化供给质量和文化认同感，是东莞文化馆人的新使命。2022年“时令东莞”以“二十四节气”为主线，开启“走读东莞”系列。随着时令的更替，重走城市传承之路，用镜头和文字，记录不同镇街的夜晚，记录人们的生活，于街头巷尾，在城市的烟火气里，感受城市的生命力。“时令东莞”项目每期聚焦一个东莞传承人，传承一项技艺，讲述一段东莞故事，重温一段文化记忆，最终以文字与视频的方式呈现，沉淀出一套关于东莞优秀传统文化的深度记载。

主要做法

一、手绘潮流：推出“寻光东莞”电子年历

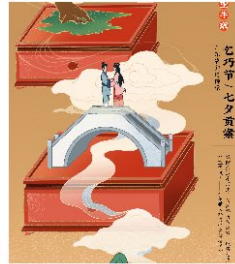
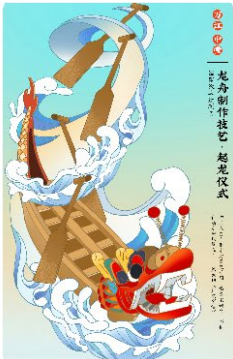
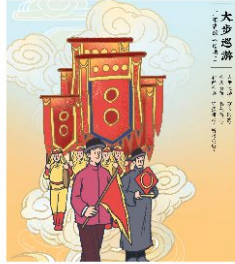
传承和弘扬优秀传统文化，是“时令东莞”文化年历项目的目的和任务。2022年，项目进一步创新，着力推动东莞传统文化和潮流文化的融合，结合中国传统节气和东莞市非物质文化遗产，以手绘作品为表现形式，设计推出“寻光东莞”电子文化年历。在设计上适应手机屏保尺寸，便于传播推广。后续还结合微信推文，在电子年历上设置二维码，扫码即可查看对应推文的内容，通过电子年历，让市民重走东莞，进入城市的百年历史时空。

二、新旧交融：以年轻的视角重构镇街美学

项目以文图和视频作为载体，以重走镇街传承之路为依托，用镜头和文字，记录不同镇街的夜晚，记录人们的生活，记录当地人物之间的新旧传承，梳理东莞各个镇街于悠长岁月里的文化传承之路。结合时令节气和非遗传承，全年合计推出了14期精品推文+14条短视频，对包括大步巡游、康王宝诞、灯笼仔、白沙油鸭等在内的传统内容进行重新演绎。此外，2022年“走读东莞”系列的每期推文和短视频，都从年轻人的视角出发，寻找城市文化之根，为东莞各镇街非遗进行美学重构。

三、文化寻根：线下文化体验活动沉浸联动

2022年“时令东莞”线下活动贴合潮流文化进行升级，更加突出线下活动的时尚感、体验感。



活动以非遗项目为基准线，以时令为背景，选取最具代表性同时又能与东莞特色紧密融合的节日举办相关线下活动。2022 年先后举办了“百舸争流 童心启航——水乡端午龙舟文化体验行”、“披星戴月的想你”艺游七夕文化体验、“得闲赏月”中秋野游会、“我的秋收日记”岛屿食时游记等等。活动融合时下流行元素和传统习俗，吸引更多年轻人参与，受到市民喜爱。比如，在七夕前后，在南城莞香印巷连续两天举行了七夕文化体验活动。活动融合非遗项目七夕供案，将传统供案置身于潮流市集当中，围绕关于爱情的“陪伴”“时光”“味道”等关键词，完成一场穿越时空的七夕之约。活动当天除了潮流、手作集市外，市民还可通过互动体验艺游地图进行打卡，参与团扇、香氛蜡烛、花灯等的 DIY 制作。现场还策划了“潮流东莞·火柴盒”“分分钟需要你”城市艺术 time 演出，营造了浪漫的节日氛围。又如“得闲赏月”中秋野游会，于中秋前夜，在万江龙湾乐跑公园，将团圆主题与露营活动相结合，在黄昏时分，邀请 20 组亲子家庭一起品茶点、赏明月，回味与中秋有关的诗歌和东莞民俗，共同创作月亮主题长卷绘画，完成一场传统与潮流相结合的中秋野游会。

工作成效

2022 年“时令东莞”东莞文化年历项目以“走读东莞”为主题，循着岁时节令的线索，为繁忙的城市生活按下慢速播放键，通过人物和故事、活动和市集，一起探索东莞文化，寻找能够点亮生活的光。

一、扩大了传统文化的年轻群体覆盖面

项目采用了创意手绘、短视频记录传播等年轻化的表达方式，尝试从年轻人的视角挖掘和传播东莞优秀传统文化，让年轻群体更加容易接受，让传统文化也能潮流起来。每期推文和视频，通过“文化莞家”公众号、视频号、东莞发布、南方+、东莞+、小红书、抖音号等年轻群体易于接受的渠道进行传播，扩大了年轻群体的受众面。据统计，2022 年文化年历项目线下参与 510 人次，线上浏览量达 24 万人次。

二、沉淀了一套关于城市文化传承的深度记载

项目围绕“走读东莞”的主题，深入到城市的街头巷尾和城市的烟火气之中，聚焦城市的个体——人，尝试用崭新的视角再一次踏上寻找属于东莞自身文化符号之路，将镜头对准城市的细微处，通过文字和视频，让市民近距离感受这座城市的性格，沉淀和整理了一套关于东莞城市文化传承的深度记载。

东莞市民艺术夜校

精准对标市民艺术培训需求



项目背景

夜校曾广泛流行于二、三十年前，许多上班族利用晚上的非工作时间参加再教育学习，实现自我提升的目的。如今随着时代的发展，上班族有多种渠道接触各类零基础入门课程，丰富自己业余生活。如何持续提升艺术教育的质量效能，提升艺术教育的精准性和成为了当前的痛点。

2022年，为推动实现千万人口与城市深度融合、共生共荣，东莞市文化馆及各镇街(园区)分馆基于东莞市年轻群体、产业工人占比高的基本市情，特增设“东莞市民艺术夜校”项目，利用晚上7点到10点的“黄金三小时”开设相关艺术课程，重点向上班族和产业工人群体倾斜。

基本情况

“东莞市民艺术夜校”在总结“走进艺术”公益培训班的机制建设经验基础上，严格落实疫情防控措施，采取市镇联动、同步教学的方式进行，每年分上、下两个学期，每学员每学期限报一个课程班的学制管理，让更多中青年能参与夜校学习。为更好地满足市民需求，镇街部分夜校课程还采取了线上教学的方式进行。

据统计，全市全年提供“东莞市民艺术夜校”培训 1988 课时，受惠市民 21.6 万人次。其中，在东莞市文化馆总馆举行的“东莞市民艺术夜校”开设了书法、舞蹈、器乐、声乐、写作、朗诵等 11 个课程班，每班人数 20 至 40 人不等，全年培训 616 课时，培训市民 9100 人次。

主要做法和工作成效

一、以市民需求为导向，催生市民艺术夜校

随着时代的发展和网络便捷生活的普及，人们有多种渠道接触各类艺术类入门课程，如何持续提升艺术素养成为市民的一大文化需求。为切实满足东莞市民利用业余时间持续学习、持续提升的需求，东莞市文化馆创新策划举办了“东莞市民艺术夜校”项目，精准对标市民对更高质量的艺术培训的需求，让上班族和产业工人群体，也能有机会平等地参与公益艺术培训班的学习，有利于市民便捷参与，丰富他们的业余生活，提升市民的整体艺术素养。

二、依托总分馆体系，市镇联动全市铺开

东莞市文化馆充分利用总分馆体系，调动全市文艺资源与力量，以接地气又兼具实用功能的学习内容，将“东莞市民艺术夜校”项目顺利普及到全市。据统计，2022 年全市合计举办夜校培训班 95 个（其中线下班 91 个，线上班 4 个），提供培训 1988 课时，受惠市民 21.6 万人次。

依托文化馆总分馆体系，“东莞市民艺术夜校”通过在全市范围内推行，同期招生、同步开课的教学模式，方便市民通过“文化莞家”微信公众号一站式报名参加不同镇街的免费课程。让更多市民享受到优质的夜间公共文化服务，东莞市文化馆总分馆也创新了面向千万人口的城市文化生活新场景，更好地满足市民、尤其是上班族和产业工人的精神文化生活新期待。

三、充分利用“黄金三小时”，为职场充电

从 2012 年起，东莞市文化馆就利用“走进艺术”公益培训班项目，进行了“8 小时工作时间以外”的公益培训尝试。今年，东莞市文化馆全新启动“东莞市民艺术夜校”项目，吸取了“走进艺术”公益培训班的机制建设经验，利用晚上 7 点至 10 点的“黄金三小时”，既满足了中青年群体的文化生活需求，受到了市民欢迎，又有效提升了公共文化空间的服务效能，让东莞市文化馆总分馆

体系持续实现高效运转。

四、师生齐心教学相长，教学成果丰硕喜人

12月16日，2022年东莞市文化馆公益培训班教学成果展示活动在东莞市文化馆举办，市文化馆举办的11个艺术夜校课程班均参与了展示，各培训班学员以自己精心准备的舞蹈、器乐、声乐、朗诵、作文等作品，汇报自己一年来的所学所得，为市民呈现了一场内容丰富多彩、艺术水准高的群众文化盛宴。

全要素、全体系、全流程

数字化赋能东莞文化馆高质量发展

基本情况

为进一步提升公共文化服务效能，为市民提供更便捷的公共文化服务，自 2015 年起，东莞市文化馆以成功申报国家第一批数字文化馆试点单位为契机，以数字化推动文化馆现代化、高质量发展，以数字化系统平台建设为体，以文化馆管理理念革新、传播推广创新、服务模式创新为翼，“一体三翼”推动文化馆全要素、全体系、全流程的数字化，带动基层公共文化服务向均等化、普惠化、精准化和便捷化发展。截至 2022 年 12 月 31 日，“文化莞家”公共文化数字服务平台共有注册用户数 16.2 万人，累计浏览量 1690 万次，累计访客 300 万人，累计发布内容 6.3 万条；“文化莞家”微信公众号关注量共计 47.5 万人、累计推送内容 6908 篇，累计阅读量 1170 万次；“文化莞家”抖音号、视频号发布视频 1742 条，累计浏览量 2556 万次。

主要做法

一、一体建设：搭建覆盖全网的数字化服务网络

东莞市文化馆以“文化莞家”数字平台为核心，围绕“一个核心，多点发散”的工作思路，搭建了覆盖全网的数字化服务体系。

一是建设一站式服务平台。东莞以数字化推进文化馆总分馆制建设，整合了全市 34 个基层分馆和 11 个市级公共文化服务机构的资源，建设“文化莞家”平台，实现一站式服务。“文化莞家”平台由前端网页和微信两大渠道和后台数字平台管理系统组成。市民可以通过平台，查询全市公共文化服务资讯，进行活动报名、签到、评价以及享受线上文艺服务、实现个人文化生活管理等，获得便捷丰富的文化生活体验。同时，在“文化莞家”平台的基础服务功能上，还搭建了东莞非遗数字化平台以及非遗墟市小程序，为非遗数字化管理和推广奠定了基础。其中，线上墟市汇聚了广东 21 个地市的非遗好物，集中进行展示和销售，是广东省唯一的非遗产品线上集散平台。

二是丰富多元化数字资源。多渠道丰富数字资源，通过全市征集、策划录制和购买合作三大方式进行数字资源建设。丰富数字资源类型，在“文化莞家”开设魅力东莞、艺术普及、文艺演出和非遗传承等四大栏目，推出线上慕课、云课堂在线课程等，满足群众多元化文化需求。



文化莞家
DONGGUAN CULTURE CENTER

总站 [切换场馆]
DONGGUAN CULTURE CENTER

活动 ▾ 搜你喜欢的,例如 活动、书法、国画、民族舞..... 搜索

热门搜索: 粤剧 抗疫 戏曲

- 首页
- 活动预订
- 培训报名
- 场馆预订
- 非遗保护
- 数字资源
- 艺术展厅
- 艺术团队
- 云资讯
- 用户中心

您所在的位置: 数字资源



数字资源

查看更多

- 东坑合唱团《满江红》
栏目: 文艺演出
- 东莞市道滘镇2023元宵佳节——“灯火阑珊...”
栏目: 魅力东莞
- 市“两会”隆重召开,高质量发展的主旋律更加...
栏目: 魅力东莞
- 建设高质量文化文艺人才队伍,注入新兴业态 #...
栏目: 魅力东莞

东莞文化网络电视
DONGGUAN CULTURE IPTV

文化 非遗 艺术 健康 书香
活动 传承 普及 天地 东莞

云课堂

- 时尚搭配
- 书法密码
- “朗艺特色课堂”艺术...
东莞市高埗镇 “艺术云...”

查看更多 >

直播回放

查看更多 >

- 潮流东莞·火柴盒”墟展城市艺术TIME
- 启航新征程 幸福中国年——我要上“...”
- 2022湾区文采会闭幕式盛典暨潮流东莞...
- 东莞全民舞蹈群舞大赛暨全民舞蹈...

直播回顾

查看更多 >

- 视频直播 图片直播

[文艺演出] “潮流东莞·火柴盒”墟展城市艺术time 元...

[文艺演出] “麒麟祥瑞闹元宵”2023年塘厦镇庆祝元宵...

[魅力东莞] “花开正当时”2023年桥头镇新春赏花行暨...

[文艺演出] “奋斗有声音”——2023年东莞创业者音乐...

[文艺演出] 为东莞歌唱 东莞“群音会”原创音乐暨202...

三是打造全渠道传播矩阵。在渠道合作方面，与权威媒体平台合作，提供多渠道的数字资源获取方式，拓宽了市民获取文化资源的路径。例如：入驻拥有 6500 万用户的“南方+”客户端，打造“南方+东莞云上文化馆”；开通抖音号、视频号，上线文化艺术短视频；与东莞官方媒体“i 东莞”“知东莞”等合作，并将资源推送到中国文化网络电视、国家公共文化云、学习强国等平台。

二、理念革新：创新数据赋能的现代化管理手段

数字化不仅仅是服务方式的数字化，也包括管理方式的数字化。东莞市文化馆高度重视数字化管理理念的树立，充分利用数字化管理平台，以大数据推动业务效能提升。

一是健全机制，创新管理。设立专门部门——信息技术服务部，统筹数字化工作，负责平台搭建、日常维护管理和技术支持。各部门、各分馆分层级设置管理和内容上传权限，安排专人对接平台工作。总分馆定期召开会议、开展培训，并将平台数据纳入服务评价指标，让数字化融入文化馆工作的全过程、全体系。

二是积淀数据，系统分析。“文化莞家”数字平台管理系统，可以对前端运作信息进行获取和收集，实时形成用户情况、各场馆活动信息发布数量、活动预订率和签到率等数据，为大数据分析提供支撑。2021 年起携手巨量引擎城市研究院东莞研究中心，推出“巨量引擎城市研究中心·东莞文旅数字基地”，共同研究和输出文旅体行业大数据内容，为行业发展提供数据动能。

三是定期发布，倒逼成效。在大数据分析的基础上，制作月度运营报告。通过数据分析、横向对比、每月通报，为总分馆服务策划和开展提供真实有效的需求导向，同时倒逼各分馆积极提升公共文化服务水平，形成比学赶超的良好服务氛围，提升全市公共文化服务的均等化和精准化水平。据统计，在动态监督和年终大数据考评倒逼下，各分馆干事创业的积极性和主动性明显提升，2022 年“文化莞家”平台全市总分馆发布内容超 2 万条，比 2020 年发布总数增长达 272%。

三、聚焦传播：打造顺应趋势的文化品牌 IP

2020 年受新冠疫情倒逼，数字文化服务迎来新的机遇，也面临新的考验。东莞市文化馆因应时势谋求创新，以高辨析度的文化传播 IP 为目标，推出东莞非遗形象大使“非遗小姐姐”，开辟了非遗线上传播的新路径。

一是传播 IP 融合传统文化与互联网思维。“非遗小姐姐”不同于以往非遗给人的传统、老旧的刻板印象，形象定位年轻、风格活泼欢乐，以青春活力的形象带出东莞非遗项目。借 2020 年东莞文化和旅游体育产品云上采购会的契机，“非遗小姐姐”上线，首秀广受社会和业界好评，初步形成了 IP 影响力。

二是短平快传播拓展文化品牌影响。“非遗小姐姐”上线后，迅速适应抖音、视频号等平台

传播特点，分阶段、分主题推出一系列短、平、快的非遗短视频，趁势延续、拓展影响力。近年来先后推出“非遗达人”系列、“玩转东莞龙舟月”系列、“玩转七夕”系列、非遗新青年系列、非遗过大年系列等。据统计，2020年至今，“非遗小姐姐”合计推出了8个系列共95个视频，累计观看量达890万。

三是现场直播带货化流量为成效。为实现IP价值的进一步转化，“非遗小姐姐”配合东莞“龙舟月”、“非遗购物节”、“采香日”、文采会等大型活动，累计开展线上直播29场，观看量超过1337万，宣传推广东莞非遗的同时，为东莞非遗产品带货，巧借流量东风，带动传统文化消费、助推非遗项目产业化发展。

四、双线驱动：形成互动结合的服务新模式

在数字化的建设过程中，重视线上线下服务模式的创新，打造系列线上线下联动活动，以线下体验促进线上发展，以线上流量带动线下参与，形成公共文化服务的新模式。

一是以线下体验促进线上参与。2021年春节期間策划推出“dou在东莞过大年”短视频征集大赛，抓住“春节”这个最大的IP，紧扣就地过年的主题，号召市民用短视频记录身边的精彩瞬间，通过抖音话题进行展示，让市民从数字文化服务的参与者变成数字内容的生产者。全民话题成功吸引了社会各界的广泛参与。此后，陆续推出“探索共享文化空间”“出发，文采会！”“抖in湾区文采会”等，也均获得不俗的成绩。

二是以线上流量带动线下发展。2020年东莞整合市镇资源，策划推出“东莞文旅融合计划”，通过“照亮东莞”手机摄影大赛、“有礼东莞”镇街创意手信征集活动、“打卡东莞”网红经典评选等系列线上活动，带动市民参与线下体验，线下体验也进一步提升了线上活动的影响力。此后，线上线下联动的活动模式不断完善，2021年又先后推出“红心向党·齐舞莞邑”东莞舞游季、2021东莞非遗季、“时令东莞”东莞文化年历文旅路线推荐等活动，线上线下相互融合、相互促进，带动了当地文旅事业的发展。

三是以活动直播实现云端共享。尤其是大型演出、精品展演等活动，线下举行的同时，开通线上直播，突破时间、空间限制，拓展活动的影响力和覆盖面。此外，视大型活动实际需要，与国家公共文化云平台、南方+、抖音等权威媒体平台合作，引入新流量。通过共享，实现平台和资源效益最大化。

工作成效

一、推动公共文化供给体系进一步完善

创新探索“一核多元、分类推进”的文化馆总分馆制建设模式，利用数字化手段解决了城乡资源配置不均衡的难题。数字化平台系统率先实现全市基层全覆盖，实现了总馆搭建平台、各分馆共享共建，全市一体化运作和一站式管理，有效丰富了公共文化服务供给内容和供给方式，提升了全市公共文化服务的均等化、信息化和精准化水平，进一步完善了全市公共文化服务供给体系。

二、推动文化馆服务效能进一步提升

数字化改变了以往的传统文化服务内容和方式，着力打造和推广一站式公共数字文化服务平台，推出“线上平台+线下空间+数字资源库”的服务框架，形成了完全不同于传统方式的总分馆数字化运作模式。通过统一平台、整合资源、汇集服务信息保障了群众享受公共文化服务的知情权，对接供需关系，使公共文化服务重心下移，让群众多渠道、多形式地享受便捷、均等的公共文化服务，有效提升了公共文化服务效能，更好地满足了市民的文化需求。

三、推动文化馆管理模式进一步革新

通过数字化手段的改革创新，改变了过去手段单一、内容匮乏的弊端，推动实现了从单一到多元、从线下为主到线上线下相结合、从传统到现代的转变和跨越。数字文化馆的建设和应用，切实改变了文化馆的服务意识和管理运作模式，数字化手段贯穿文化馆的活动组织、业务管理和绩效考核，彻底改变了文化馆人的服务理念和工作方式，推动了文化馆的科学发展和现代化建设。

四、推动城市文化影响力进一步增强

数字化传播手段突破了时空的限制，大大拓展了城市文化传播力和影响力，树立并传播东莞的文化服务品牌。例如，“非遗小姐姐”IP有效促进了我市非物质文化遗产保护资源的宣传和推广，加深了市民对东莞非遗资源的认识 and 了解。又如，2021年东莞“龙舟月”启动仪式线上直播点击量高达650万次，让更多群众了解东莞传统文化活动。2021年春节策划推出的“dou在东莞过大年”系列活动话题点击量超过13.4亿，2022年湾区文采会线上流量达5000多万，在疫情的大背景下，营造了浓厚的节日氛围，也宣传了城市文化形象。

| 社会合作新跨越

“优享文化年”创投大赛

优化供给能力，聚焦精准服务

活动背景

为进一步鼓励社会力量参与公共文化服务，丰富公共文化供给，推动“品质文化之都”建设，繁荣发展文化事业、提高文化软实力要求，提升城市品质和文化影响力，不断满足人民群众对美好生活的期待，2021年，东莞市举办了“共享文化年”暨第一届“品质文化”创投大赛，为市民群众送上2000多场公共文化服务，受惠人次近300万。2022年，东莞市立足“双万”城市新起点，进一步贯彻共享理念，在“共享文化年”活动的基础上，继续创新机制，策划举办了2022东莞“优享文化年”暨第二届“品质文化”创投大赛，全力整合联动优质社会力量，盘活社会公共文化资源，不断优化公共文化服务供给质量，提升服务精准度，为加快“文化强市”建设，实现千万人口的精神共富接续奋斗。

主要做法

一、建立揭榜机制，精选供给主体

2022东莞“优享文化年”暨第二届“品质文化”创投大赛（以下简称“优享文化年”活动）被纳入2022年东莞市十件民生实事之一，继续采用创投大赛的形式，广泛征集优秀社会服务主体参与活动，鼓励社会力量踊跃揭榜、参与全市优质公共文化服务产品的研发、定制和配送。本届大赛保留第一届创投大赛中孵化、培育的合格主体的扶持资格，对不达标的主体进行末位淘汰。通过基层分馆积极发动、初选和推荐，组织报名参赛的主体进行路演筛选、优选补充，最终形成了覆盖全市各镇街（园区）的“共享文化空间”“共享文化活动”“志愿代言团队”等“三个100”服务主体。市文化馆组织优选出来的主体进行入库培育、开展轮训，推动社会主体提升服务能力。通过市镇两级财政的经费保障，大赛继续对入选的社会主体给予大力扶持，确保活动经费，激发社会主体参与公共文化供给的积极性。

二、强化跨界联动，培养文化社群

东莞市文化广电旅游体育局、东莞市文化馆积极与市民政局等部门协调联动，跨界合作打造“四大计划”，即开展高层次人才文化知心计划、产业工人文化暖心计划、青少年文化悦心计划和城市长者文化关心计划。为确保服务供给的精准抵达，市文化馆创新推出培养文化社群的做法，由各镇街（园区）分馆结合活动开展，深入挖掘、主动服务，组建、培育若干高层次人才文化社群、产业工人文化社群、青少年文化社群、城市长者文化社群各 100 个，合计 400 个文化社群。文化社群的产生，既可通过各镇街（园区）进行社群挖掘、考察后分别推荐；也可在“四大计划”系列活动的开展过程中产生。通过培养文化社群，凝聚一批热爱文艺、参与公共文化服务积极性高的群众，为有共同兴趣爱好或人群特征的群众搭建相互交流学习的平台，为基层分馆提前了解社群的具体文化需求，分门别类、有的放矢地提供公共文化服务提供重要抓手。

三、实现“五个优化”，提升供给质量

一是优化与群众文化需求的对接。通过供给侧的精选、需求端的精准定位，让文化更精准抵达市民身边，为群众提供喜闻乐见、人气满满的公共文化服务。二是优化服务城市中心工作的功能。紧贴城市中心工作、重点活动，与各民生部门跨界联动形成乘数效应，围绕城市最为关注的四大群体开展覆盖服务，强化文化赋能，提升服务效能。三是优化创投大赛成果的品质。延续和发展第一届创投大赛的培育成果，继续优选和充实“三个 100”服务主体，引导各主体围绕四大群体继续提供新颖、特色的公共文化服务产品，成为公共文化服务“最后一公里”的延伸触角与基层支点。四是优化公共文化服务供给的能力。发挥东莞市公共文化服务社会组织孵化中心的作用，组织系统化、专业化的培训，全面提升“三个 100”服务主体的政策法规理解能力、活动策划执行能力、活动项目输出能力、活动宣传能力，优化提升公共文化服务供给质量。五是优化活动评比与考核的形式。除对活动承接单位进行路演筛选之外，市文化馆建立活动过程常态督导机制，活动结束后对各参与主体的活动成效进行高标准考核评估，对各项项目的十佳主体进行表彰，实行激励机制和末位淘汰机制，确保活动的质量和成效。

成效评价

一、多样供给丰富了东莞市民的文化大餐

东莞市文化馆统筹各社会主体提供的活动资源，发布了全年文化服务项目清单，全年推出 2100 多场文化活动，精准对标 400 个文化社群需求，线上线下受惠 35 万人次。其中，高层次人才文化知心计划开展了寻找东莞高层次人才艺术大咖、“走进艺术之美”赏析课、申时茶会；产业



工人文化暖心计划开展了先进制造之光——东莞企业之歌创演大赛、产业工人大学堂、百变达人秀；青少年文化悦心计划开展了“青少年艺术季”“文艺少年”素养培训、骄子风采展；城市长者文化关心计划开展了东莞城市长者文艺团队影像展、长青文艺团队孵化项目、银发文艺课等丰富内容。这些丰富的“文化大餐”让东莞广大市民群众的文化生活更加多姿多彩，备受市民青睐。比如，非遗木偶戏展演、科创运动会、绘画作品展、国潮亲子故事会、户外陶艺体验等实操型、亲近自然类的活动吸引了众多青少年社群热情参与。

二、创新机制实现了公共文化供需精准对接

创新机制、精准服务是“优享文化年”活动的最大追求、最大特色。项目建立服务点单对接机制，促成服务主体按需供给，大大提高了公共文化服务的有效性和适用性。东莞市文化馆、各镇街（园区）分馆积极发挥穿针引线的作用，搭建起社会主体定制公共文化服务产品的重要平台。全市33个镇街（园区）分馆陆续举办了点单对接交流会，提前摸底了400个文化社群的文化需求，协调分馆、300个文化服务主体、文化社群进行三方沟通。一方面协助解答有关活动的政策和实施要求，引导社会主体更加高效地策划活动内容；另一方面为四大文化社群推出个性化需求定制服务，实

行文化服务点单，并进行签约，促成文化大餐精准配送。新颖的活动形式、丰富的活动内容、传统文化与现代城市生活的碰撞融合，深化了活动的文化内涵，呼应了不同群体的多元文化需求，为参与活动的市民提供了公共文化服务新体验、新场景，切实提升了人民群众的文化体验感、获得感和幸福感。如由东莞市创意谷实业投资有限公司（大家艺术区）提供的东方美学服装设计与科技交融展，营造了传统文化与现代科技融合交流的空间。圣心糕点博物馆推出的中国农作物科普展、中国农作物与二十四节气展蛋糕 DIY 活动，将二十四节气作为传统文化记忆符号，激发起社群对于中华民族传统农耕社会的生活经验认知。

三、共建共享促成了多元主体参与的良好格局

激发社会力量参与热情是丰富公共文化服务供给的重要抓手。东莞市文化馆利用创投大赛、孵化中心和粤港澳大湾区文采会三大平台联动的良性循环机制，深化公共文化服务供给侧结构性改革，通过建立行业服务标准、加强资源共享、优化服务模式，推动对全新的城市文化服务主体的孵化、培育，为形成公共文化的多元参与格局提供了有力支撑。共建共享机制的建立健全，市镇两级财政有力的经费保障，扶持了社会主体的良性发展，有效扩大了公共文化服务资源池，在供给端形成了以政府为主导，300 家社会力量共同参与、星罗棋布的布局，进一步织密了全市公共文化服务网络。菜单式、订单式、一站式的公共文化服务对参与主体提出了更高的要求，有效推动了服务主体大胆创新，提升服务能力和水平，确保了服务质量。

东莞艺术培训机构嘉年华

联动社会力量共舞，绽放少儿艺术之花

项目背景

自 2016 年以来，东莞市文化馆已连续举办了六届东莞青少年艺术季，精准对接青少年群体需求，策划了超过 500 项形式新颖、内容健康的文化活动，受益人数近 50 万人次，深受家长和青少年的喜爱。

2022 年，立足“双万”城市新起点，结合近年来我市少儿艺术学习需求持续旺盛，培训机构参与全民艺术普及成效明显的实际情况，东莞市文化馆策划推出了“I LOVE ART”2022 东莞青少年艺术季，以“造”的精神、“潮”的姿态、“融”的理念，给莞邑青少年送上干货满满的暑期文化大礼包，丰富青少年的假期生活，促进莞邑青少年健康快乐成长，也为培训机构和孩子提供一个展示才艺的舞台，助力打造“七大文化”“四张城市文化名片”，促进千万人口与城市共生共荣。

基本情况

2022 年 7 月 22 日至 8 月 27 日，2022 东莞青少年艺术季艺术培训机构嘉年华在东莞市文化馆举行，期间联动了 33 个社会机构共同参与，向广大市民提供超过 5000 个公益演出和培训的名额，为丰富多元文化供给、扩大全民艺术普及受惠面探索新路径。

主要做法

一、深入调研，精心策划

东莞是一座平均年龄约 34 岁的年轻城市，全市小学生数量近年两度超过上海市，少儿艺术学习需求持续增加，推动众多艺术培训机构涌现，凝聚了优质的艺术培训师资，催生了许多优秀少儿艺术作品，培育了众多少儿艺术人才。同时，少儿艺术花会等全市各项少儿文化艺术活动项目、各类少儿艺术赛事也备受家长和孩子们的欢迎。东莞市文化馆安排业务骨干，依托历届粤港澳大湾区文采会、共享文化年、优享文化年创投大赛和东莞市公共文化服务社会组织孵化中心等社会化参与平台，盘点各类艺术培训机构资源，积极与各艺术机构密切沟通，了解机构参与意愿，总



结往届活动经验，创新策划 2022 艺术培训机构嘉年华系列活动。

二、广泛发动，严选优选

本次艺术培训机构嘉年华自 2022 年 7 月 8 日起开始对外广泛征集，同时重点针对往届粤港澳大湾区文采会参展商、参与社会力量孵化培训的团队，以及参与过往少儿艺术嘉年华活动的团队进行定向邀请。经过广泛邀请、资质审核和严格评选，共有 33 个机构成功入选本次嘉年华。

三、搭建平台，整合资源

本次嘉年华由市文化馆统筹协调，为各艺术培训机构团队提供策划辅导，免费提供剧场、排练室、综合培训室、展厅等场地，并提供整体宣传推广支持等，大力调动社会力量积极参与。鼓励各艺术培训机构调动各方资源，负责活动培训的落地执行，认真策划展演展示，推出公益惠民艺术普及体验课程，为市民提供优质艺术培训资源，共同为少儿群体带来暑期精彩的文化盛宴。

主要成效

一、推出惠及少儿群体的文化惠民大礼包

本次艺术机构嘉年华的演出和课程内容涵盖了古典舞、拉丁舞、街舞、声乐、架子鼓、管弦乐、魔术、素描、主持等多个少儿艺术类别，门类众多、内容丰富，期间共推出 30 场公益演出和 59 场公益课程，超过 5000 多个公益演出和公益课程名额，受到市民热捧，场场爆满。活动为参与艺术学习的孩子们提供了一个集中展示学习成果的舞台，通过以演促学、以赛促学，激发孩子学

习艺术的动力。同时鼓励众多艺术培训机构提供优质体验课程，让更多爱好艺术的孩子受益，激发更多少儿走进艺术的海洋。

二、搭建促进艺术培训机构展示交流的大平台

文化馆积极发挥穿针引线、搭建平台的作用，挖掘更多优质艺术培训机构，让艺术培训机构得以相互学习交流、同台竞技，搭建起互动沟通的渠道和集中展示的舞台，推动艺术培训机构之间资源共享、优势互补。不少培训机构的负责人表示，通过参与活动，可以学习其他机构的活动策划和执行落实，进一步加强了同行交流，有助于提升自身的策划和教学能力。参与本次嘉年华的机构非常珍惜难得的专场演出和课程展示机会，在节目编排、摄影摄像、灯光音响、服装道具等方面都加大投入，让少儿学员呈现更好的表演结果，为市民观众带来更好的观演体验。

三、探索全民艺术普及社会力量参与的新路径

社会力量参与是文化馆推进全民艺术普及工作的重要路径之一。东莞艺术培训机构嘉年华是市文化馆鼓励社会力量参与，统筹和盘活社会各方艺术普及资源的创新举措。此举得到全市众多机构的热烈响应，更得到参与活动的少儿和家长的广泛好评。通过多方合力，推动形成全民艺术普及服务多元均衡供给的良好格局，拓宽了文化馆与社会艺术培训机构密切合作、多方共赢、共生共荣的创新路径，让更多市民群众共享文化发展成果。

构建三大运营平台 打造资源循环系统

社会力量参与公共文化服务的东莞模式

基本情况

习近平总书记强调，高质量发展必须坚定推进供给侧结构性改革。近年来，东莞市文化馆开拓进取，锐意创新，坚持开门办馆，拓宽渠道，搭建“品质文化”创投大赛、社会组织孵化培育和粤港澳大湾区文采会等多个平台，建立健全优选、培育、输出三大环节的良性循环机制，形成推动社会力量积极参与公共文化建设的良好格局，探索出东莞丰富公共文化服务供给的成功模式，促进公共文化服务提质增效，满足群众精神文化生活新期待。

主要做法

一、打造创投大赛平台，优选社会主体丰富公共文化服务“菜篮子”

2021 年以来，东莞市文化馆连续两年策划举办了 2021 东莞共享文化年暨“品质文化”创投大赛、2022 东莞优享文化年暨第二届“品质文化”创投大赛活动，精选优质社会主体，大大丰富公共文化服务供给。

一是创新文化惠民项目策划。站在“双万”城市的发展新阶段，东莞市文化广电旅游体育局、东莞市文化馆对标全市千万市民的多元文化需求，努力破解社会力量参与渠道有待拓宽等难题，创新策划，连续举办共享文化年、优享文化年两届“品质文化”创投大赛活动。活动贯彻共享理念，强化政府主导，市镇两级每年统筹 1075 万元的补助经费，采取直接补助的方式，通过赋能公共文化空间、共建公共文化空间、激活公共文化团队、推广公共文化产品，推动各社会主体利用各自场馆、空间、品牌、产品、服务等资源，为群众提供精准的公共文化服务。

二是健全社会力量参与机制。健全优选机制。在全市广泛发动征集，由市文化馆各分馆组织路演展示、初评推荐，市总馆开展专家复评、实地考察和终评审定，确保遴选出合格、优质的社会主体。健全监督考核机制。由总馆、分馆和第三方机构进行多次实地检查、现场督导和考核评分，对各项目进行严格督导考评，保证活动质量和影响力。健全奖优汰劣机制。开展年度考核，通过项目自评、分馆考评和总馆复评，对各入选项目的服务效能进行综合评价，评选出四类“十佳”项目，评定不符合活动要求的主体，实行末位淘汰。次年继续精选优质主体，保证参与主体的整

体质量。

三是丰富公共文化服务供给。2021年发动各社会主体共推出2600余项红色主题强、活动数量多、覆盖范围广、活动“莞”味足的免费文化惠民活动，让广大市民共享更多优秀文化资源，享受高品质的公共文化服务。2022年与市民政局各部门跨界联动开展优享文化年系列活动，对准高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等四类群体的文化需求，精准开展“四大计划”系列活动，培育400个不同服务群体的文化社群，有效提升公共文化服务的均等化和精准化水平。

二、打造孵化中心平台，精准培育提供社会主体专业成长“营养剂”

2020年11月，东莞市文化馆成立了公共文化服务社会组织孵化中心，打造“培训+交流+实践”的孵化平台，加快推动社会主体专业化发展。

一是实现全覆盖培育。2020年，通过公开报名招募，严格择优评选，孵化中心遴选了第一批37家社会组织参与为期一年的孵化和培育。2021年，依托孵化中心平台，组织参与创投大赛的300个社会主体开展多次专题培训、交流会，以讲座、交流、实践案例点评等形式进行轮训。

二是提供精准化培训。孵化中心为社会主体提供常态化、系统性、精准化的专业培训。目标精准，结合社会主体的产品特点、发展方向和存在困难，培训注重全面提升社会主体的政策法规理解、活动策划执行、活动输出、活动宣传等方面的能力。内容丰富，广泛邀请专业人士开展培训，讲解公共文化服务、社会组织建设管理、文化创意策划等内容。形式多样，培训除了专业理论知识讲座，还结合案例点评、现场观摩，实践成果展示等进行研讨交流。

三是强化全链条赋能。依托东莞市文化馆多个国家级平台的优势，在场馆阵地、活动策划、品牌建设、项目实践及宣传推广等方面给予大力扶持，变以往的“放养”为孵化“精养”。如每年为社会主体提供多次免费使用文化馆场地的机会；安排专人定期走访，建立台账，协助社会主体解决实际困难；在活动创意、策划、组织、实施等环节精准指导；利用数字文化馆及自有新媒体平台提供宣传支持，提升社会组织的影响力。

三、打造文采会平台，汇聚优质社会主体搭建供需对接的“大舞台”

2018年以来，东莞市在全省率先举办文采会，打造了粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会品牌，成为全国重点区域文采会之一，为广大社会力量提供了展示交流和供需对接的良好平台，为进一步挖掘优质社会主体提供了渠道。

一是多方合力搭建区域顶流平台。坚持高位推动，稳步提升文采会规模，承办了2020年全国云上文采会广东专区暨粤港澳大湾区文采会、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，持续举办粤港澳大湾区文采会，2021年起被列为全国重点区域文采会之一。将参与孵化

培育和创投大赛的数百个社会主体作为优质社会力量代表，精选推介到文采会中，与来自大湾区乃至全国的一大批优秀文旅产品同台展示、同台竞技，为更多的需求方提供丰富的文化供给。同时，通过文采会的集中展示，挖掘、筛选更多优质主体，推荐参与下一届创投大赛的评选，为社会力量提供更多参与公共文化服务的实践机会，为全市公共文化供给提供新鲜血液。

二是多措并举推动社会力量展示交流。文采会以现场展示、路演推介、惠民服务等方式，为参展的社会主体提供了良好的展示推广机会。在线下，社会主体通过实物展示、产品演示、路演推介等，吸引现场采购方和观众关注了解。在线上，将产品同步在国家公共文化云平台线上展示，2021年打造了“抖 in 湾区文采会”，并推出嘉宾推介及网红直播同步展销的方式，直播点击量、抖音话题曝光量近1亿人次。动员社会主体参与文采会文旅嘉年华活动，开展超过1000场次的文艺展演、展览和培训，让市民群众亲身体验文化服务。

三是多边互动促进服务供需对接。一方面做好参展社会主体的多维度展示，另一方面实现采购主体的广覆盖、总动员。大湾区文采会吸引了各采购主体积极参与，广东省21个地级市及港澳地区均派代表参会。主办方提前收集东莞市基层文化单位的采购需求，整理并发布清单，让参展的社会主体提前了解，做好对接准备。还邀请了东莞的各市直部门、各园区、镇（街），各学校等积极参与文采会采购，促成公共文化服务产品的供需对接。五年来，共有1021家企业（机构）、非遗项目线下参展，1587家参与线上展示，线上观看直播、参与互动等超过2.73亿人次，签订意向合作688单，累计总额2.12亿元。

工作成效

一、构建了公共文化开放多元的供给格局

“品质文化”创投大赛以少量的政府资金投入，撬动了海量的社会文化资源参与公共文化服务，实现了活动场次倍增、活动质量大幅提升的效果。2021共享文化年活动以社会力量为主体，打造“四个100”共享文化项目（文化空间、文化活动、志愿代言团队、共享服务产品），进一步织密了文化馆总分馆基层服务网络，推出超过2600场公益文化活动，惠及市民群众超过310万人次，为群众提供更具特色、更加丰富的文化供给。2022年优享文化年活动已完成超过2185场的文化服务点单。

二、助推了社会主体适应需求的专业发展

通过孵化培育和服务共建，促进社会主体对公共文化服务“做什么”、“要什么”有了更加清晰的认知，了解提供服务的内容需求、准入门槛、参与路径和标准要求，对自身发展方向有了

更加科学的规划，自我建设、自我管理、自我发展能力进一步提升，供给产品打磨更加精准，切实提升了自身专业化水平，拓展了发展空间。参与孵化后，部分社会主体成功承接了东莞相关文化场馆设施的运营管理，或与省内知名文旅景区合作打造文旅项目，推动了企业发展。

三、形成了社会力量深度参与的良性循环

东莞建立了以创投大赛、孵化中心、文采会等多个平台为主的互动机制，提供全链条服务，形成上升式良性循环，为社会力量提供全方位、多渠道的参与路径，成功探索出丰富公共文化服务产品供给的东莞模式，进一步激发了社会力量的积极性和主动性，催生、凝聚了一批优质的公共文化服务社会供给主体，为东莞乃至大湾区的公共文化服务高质量发展注入了强大动力，更好



地满足了广大人民群众对美好生活的新一期待。

经验总结

一、坚持引领带动是推动社会力量壮大成长的有效路径

立足新时代公共文化服务高质量发展的新形势新任务新要求,东莞市坚持文化引领、实践带动,激发社会力量参与文化共建的积极性,引导社会组织坚定文化自信,提升适应公共文化服务高质量发展的产品竞争力。

二、打造良性循环是构建多元供给格局的重要举措

东莞切实发挥政府主导作用,注重平台打造、多管齐下,有效形成了优选、培育、输出的良性循环,建立了吸引社会力量参与公共文化服务的创新模式,着力补齐社会主体专业性不强、对接不精准等短板,推动形成开放多元、充满活力的公共文化服务供给体系。

三、坚持共建共享是激发公共文化服务活力的必然选择

公共文化服务的高质量发展离不开社会力量的深入参与。东莞坚持完善共建共享机制,引导社会力量在服务人民、服务社会中与城市共生共荣,持续壮大社会力量的发展,为丰富公共文化服务供给提供了有力保障。

| 文艺创作新成绩

东莞市第十一届少儿艺术花会

艺术蓓蕾，绚丽绽放

东莞市少儿艺术花会，由东莞市文化广电旅游体育局、东莞市教育局、东莞市妇女联合会主办，东莞市文化馆承办，是我市群众文艺创作三大花会之一，每三年一届，旨在丰富少年儿童精神文化生活，挖掘培养少儿艺术人才，繁荣少儿艺术创作，推出少儿文艺精品，为全市少年儿童提供展示艺术才华的平台、艺术交流的媒介和成长的阶梯。

经过三十多年的沉淀，少儿艺术花会已发展成为我市规格最高、规模最大、门类最全、影响最广的少儿艺术活动，也成为我市最具代表性、示范性、导向性的群众文化活动品牌之一。



基本情况

2022 年是东莞市第十一届少儿艺术花会的举办之年。本届花会，分为镇街初赛和全市决赛两个环节，前期由各镇（街）、市直属学校自行组织选拔赛，经过层层选拔，优中选优，最终 350 件作品（美术类 132 件，书法类 55 件，音乐类 66 件、舞蹈类 45 件，戏剧类 28 件，曲艺类 24 件）、近 2100 名选手进入到全市决赛。

6 月 17 日—24 日，本届少儿艺术花会舞台作品决赛在市文化馆星剧场进行。与此同时，主办方组织专家对少儿美术书法作品进行了评选，并精选了部分优秀作品制作成展览在市文化馆星剧场一楼大堂展出。

经过评选，最终 71 件作品获得金奖，105 件作品获得银奖，174 件作品获得铜奖，20 家单位获得优秀组织奖。6 月 26 日晚，主办方在市文化馆星剧场举行了颁奖晚会暨优秀节目汇报演出。当天的颁奖晚会以“阳光下的我们”为主题，精选了 12 个在本届花会中获奖的优秀作品进行展示，精心编排的节目，童真童趣的表演，展现了少年儿童在党的阳光雨露滋润下幸福生活、茁壮成长的动人景象，表达东莞少年儿童听党话、感党恩、跟党走，努力成长为祖国的栋梁之才，创造祖国美好未来的信心和豪情。

主要做法

一、深入调研了解需求，用心细心服务基层

为更好地指导各镇街参赛，年初，市文化馆组织相关人员分片（区）赴镇街开展了少儿花会调研工作，广泛动员各镇街、市直属学校参赛，深入了解参赛筹备工作和作品创作情况，根据镇街实际需求，协助做好创作题材规划，指导基层作者了解新时代少儿创作发展趋势，创作具有东莞特色的优秀少儿艺术作品。

二、加大创作辅导力度，提升参赛作品质量

赛前，市文化馆策划组织了少儿戏剧、少儿歌曲创作高级研修班，邀请了著名剧作家、原中国儿童艺术剧院院长欧阳逸冰，剧评家、《剧本》月刊副主编武丹丹，一级作曲、湖北省音乐家协会副主席周曼丽等全国知名专家开设创作课程、点评学员作品，受到了全市少儿作者的热烈欢迎和一致好评。两期研修班共吸引了近 500 余名少儿艺术作者参与，收到了良好的效果。同时市文化馆还充分发挥专业职能，组织业务骨干深入镇街、学校辅导节目创作和排练。在花会比赛结束后，特别设立了 4 场作品点评会，组织每个艺术门类的评委和参赛节目主创进行面对面交流，专家们专业细致、富有针对性的点评和指导，为作品进一步的修改打磨指明了方向，也大大提升

了作者们对少儿创作的理解和认识。

三、多种载体集中宣传，展示少儿艺术风采

本届少儿艺术花会充分利用网络新媒体技术，多渠道、全方面、多角度对赛事进行宣传。比赛期间，通过“文化莞家”视频号对8场舞台艺术专场和1场颁奖晚会进行全程直播，吸引了近5万人次观看，近30万点赞。此外，在“文化莞家”公众号集中推出宣传报道9篇，视频报道11条，上万人次点击观看，并得到多家媒体的转载，关注人数再创新高，花会的影响力进一步扩大。

工作成效及亮点

本届花会规模盛大、内容丰富、精彩纷呈、关注度高，相较往届，参赛覆盖面进一步扩大，作品质量进一步提升，组织工作更加周密完善，得到了评委专家和参赛队伍的一致好评。

一、参与人数多，参赛覆盖面进一步扩大

本次花会经市文化馆精心组织、广泛发动，全市各镇街、直属学校积极响应、踊跃参与，全市33个镇街文化中心、教育管理中心，27个艺术创作基地，12所市直属学校，11个市属、镇属校外机构，共83个单位参与推荐报送，初赛、决赛两个环节，近8万名少年儿童参与，涵盖幼儿园、小学、初中三个年龄段，参赛覆盖面进一步扩大，充分反映出东莞少儿艺术蓬勃发展的良好态势。

二、作品质量高，专家评委高度肯定

本届花会参赛作品在内容上贴近时代、贴近生活、贴近儿童，在表现形式上丰富新颖，从童真的视角记录成长的心路历程，展现孩子内心的童话世界，反映出新时代少年儿童的新风貌。同时在创作视角和题材选择上广阔多元，注重对儿童心灵和精神世界的深入挖掘，涌现出了不少的优秀作品，获得评委专家的高度肯定和点赞。

曲艺类评委、广东省文联副主席、广东粤剧促进会会长倪惠英表示，东莞少儿花会参赛的曲艺作品中出现了不少可圈可点的节目，题材内容积极向上，充分表现少年儿童的纯真童趣，其中不仅有展现爱国主义情怀，歌颂英雄的节目，还有从孩子视角认识、理解世界，反映少年儿童真善美的优秀作品，从这些参赛作品中可以看到东莞少儿艺术培养的杰出成绩。

“少儿花会舞蹈比赛现场气氛热烈，充分展现出东莞少儿舞蹈创作的繁荣局面。”舞蹈类评委、广州芭蕾舞团团长兼艺术总监邹罡表示，此次少儿花会舞蹈比赛佳作频出，小演员表现力极强，各组别的舞蹈节目创排各具特色，可见东莞的少儿舞蹈创作已走在全省乃至全国前列。

音乐评委、广东省音乐家协会顾问、暨南大学艺术硕士学位导师、研究馆员杨湘粤盛赞本次花会音乐作品数量多、质量高，而且非常接地气，有不少节目角度新颖、结合本土特色、贴近少

儿生活，涌现出了许多有分量、有水准、有竞争力的作品。

“题材广、立意深、构思妙、导演棒、演员好、擅细节”，戏剧类评委、广西壮族自治区群众艺术馆党委副书记、研究馆员、广西戏剧家协会理事孙红兵认为戏剧作品新颖别致，寓教于乐，作品有人物、有情节，部分作品十分感人，充分展现出东莞少儿戏剧创作的深厚功力。

三、组织工作周密细致，参赛队伍一致认可

本次花会，演出人数众多且全部为少年儿童，全体工作人员在做好疫情防控的前提下，以高度的责任心和贴心细致的服务，做好各项工作，确保本届花会圆满完成，得到了参赛队伍的一致认可。

优秀组织奖代表、莞城文化服务中心主任方树贵表示，本届花会 8 天的连续比赛，非常感谢主办方提供的平台，感谢市文化馆工作人员的辛勤付出。八天没日没夜的连续加班加点，从专业的舞台音响、舞美的布置，真正能学到东西的专家点评会，以及工作人员各个环节细致周到的跟进和服务，无一不体现了用心二字，真心感谢市文化馆给孩子们提供这么好的展示和学习的平台。

金奖节目、东莞外国语学校小学组音乐作品《光盘行动》领队刘丽欣表示，少儿艺术花会不仅为原创作品提供了展示的平台，也为孩子们创造了展现的机会，让少儿美育润物无声。感谢主办方精心妥善的安排、周密有序的组织，及工作人员的贴心服务。

群文创作高级研修班

群文精品创作的“发动机”和“孵化器”

为加强我市群众文艺创作队伍建设，提高我市群众文艺创作队伍的综合素质和业务水平，更好地肩负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，推出更多满足人民文化需求和增强人民精神力量的优秀作品，2022年，东莞市文化馆举行了东莞市群众文艺创作系列高级研修班。高研班以专家授课、作品点评以及交流互动相结合的形式进行，全年累计点评、辅导作品近300件，4000多名学员参与学习和培训，收到了良好的成效。

主要做法

一、围绕基层需求，精准策划实施

东莞市群众文艺创作系列高级研修班是在原东莞市文艺创作沙龙项目的基础上优化升级而来。文艺创作沙龙在内容上以作品点评、稿件修改为主，时间多为半天，不少基层作者提出希望更加全面系统地学习各门类艺术理论和创作规律，增强理论修养，提升创作水平，市文化馆积极回应基层期盼，针对作者们提出的实际需求，策划实施了群文创作高研班。

高研班全年共举行6期，涵盖音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、美术、策展等艺术门类，每期3-5天，吸引了全市文艺创作者和爱好者的热切关注和踊跃参与，学员不仅有来自各镇街文化服务中心的群文骨干，更有来自企事业单位、中小学校、美术馆、博物馆的创作人员和社会文艺爱好者。值得一提的是，本次系列高研班中，特别设置了策展培训的内容。近年来，随着东莞文化强市建设的深入推进，各镇街对文化建设的重视和投入力度也越来越大，不少镇街陆续修建了功能齐备、配套完善的新文化中心、文化大楼，其中不少都配备有展厅、展览室，镇街和群众对于高质量展览的需求日益增加，也对基层群文工作者的策展水平提出了更高的要求。策展高研班通过策展理论、展陈设计和精品展览案例赏析相结合，为基层策展拓宽了思路，切实地满足了基层群文工作者的实际需求，是市文化馆落实“我为群众办实事”的一项具体举措。

二、师资力量雄厚，课程设置科学

本年度高研班门类齐全，内容丰富，课程科学，安排合理，名家荟萃。在课程设置上，安排文艺政策解读、艺术理论、技法指导、创作实践、经典作品案例赏析、学员作品点评等内容，涵盖文艺创作各个环节的方方面面；在师资阵容上，著名舞蹈编导、教育家、理论家、北京舞蹈学

院资深教授肖苏华，中国当代著名舞蹈编导、艺术家、艺术教育家、文艺理论家张继钢，中央美术学院美术馆副馆长、著名策展人、批评家王春辰，四川美术学院教授钟飙，一级编剧、剧作家、戏剧评论家，原中国儿童艺术剧院院长欧阳逸冰，中央党校教授、博士生导师李媛媛，中国戏剧家协会《剧本》杂志副编审武丹丹，著名剧作家、江苏省戏剧文艺创作院院长罗周，著名作曲家、湖北省音乐家协会副主席周曼丽，国务院特殊津贴专家、国家一级作曲、词作家罗晓航，原中国曲艺家协会副主席、中国文艺评论家协会副主席崔凯，国家一级编剧孙晨等 18 位国内知名艺术家、行业领军人物，为高研班学员进行专题授课。

授课老师学识渊博，素养深厚，经验丰富，无论是理论课、技法课，还是实践课、作品点评课，均深入浅出、娓娓道来，通俗易懂、妙语连珠。同时，各位老师对专业的纯粹热爱，对艺术的执着追求，让东莞学员赞叹不已、深深佩服，都表示在加强创作学习的同时，更要努力提升自己的修为，朝着成为德艺双馨的文艺工作者的目标踔厉奋发。

三、线上线下授课相结合，4000 多名学员参与

受疫情影响，高研班采用线上与线下相结合的灵活授课方式，如舞蹈高研班在市文化馆 318 剧场设置线下会场，还通过腾讯会议、文化莞家视频号进行全程直播。全年高研班共吸引了 4000 多名学员参与学习和培训。



高研班每期人气爆棚，良好的口碑和高质量的课程内容，不仅受到东莞的文艺创作者们热情追捧、踊跃参与，更是吸引了来自广州、深圳、佛山、湛江、惠州等省内城市以及北京、上海、吉林、内蒙古、辽宁、湖南、江苏、广西、河北、山西等省外艺术爱好者全程旁听，影响力和覆盖面进一步扩大。外地学员对东莞市群众文艺创作高级研修班给予了高度的评价，一位来自内蒙

古的戏剧高研班旁听学员表示，“非常感谢东莞市文化馆举办这么优质的创作研修班，也感谢东莞市文化馆无私分享这么好的课程，让我们这些外地学员也可以跟着一起学习，从高研班中感受到了东莞海纳百川的胸襟和气度，也感受到了东莞文化建设的实力”。有不少东莞学员连续参加了6期高研班的学习，他们表示，“群众文化工作要求一专多能，在旁听其他专业的课程中，打开了创作的另一扇窗，思路更加开阔，对于今后开展群众文化活动、策划各类展览也有了新的认识和感受”。

项目成效

创作系列高研班的举行，进一步夯实了东莞作者们的理论功底，开拓了创作视野，启发了创作思路，提升了创作技巧，更增进了作者们对于各门类艺术创作规律的认识和理解。在高研班的举行过程中，学员们不断地汲取创作养分，同时学以致用，将所学运用到实践当中，创作出了不少优秀作品，其中部分作品还在市级以上赛事中取得了优异成绩。

比如，戏剧高研班学员李科在聆听了王丽鹤老师的课程后，深受启发，在其创作、导演的儿童剧《全向奔未来》和《元宇宙少年》中，尝试将全新的导演手法运用到作品当中，作品更加流畅、灵动，充满了现代气息，得到了专家们的高度认可，均获得东莞市第十一届少儿艺术花会金奖。学员刘军岗的作品《选美大赛》、学员李丹的作品《半月湾》参加了高研班的点评辅导，按照高研班导师武丹丹、孙晨老师的意见进行了修改，在2022年广东省群众文艺作品评选东莞作品选拔中，被评为优秀作品，将代表东莞参加广东省群众文艺作品评选。另外，还有多个学员作品在广东省第十六届美术书法摄影联展、广东省2022年群众艺术花会决赛、东莞市第十一少儿艺术花会、东莞市社会主义核心价值观作品征集、2022年度广东省群众文艺作品东莞作品选拔等赛事中获奖。

未来，东莞市文化馆将继续办好东莞市群众文艺创作系列高级研修班，努力为全市群文创作者打造常态化、高质量的学习和交流平台，满足各门类作者的学习需求，推动全市群文创作者不断自我提升，深入生活，深入群众，潜心创作，描绘新时代新征程的恢弘气象和人民精神风貌，创作出无愧于时代、无愧于人民的优秀作品。

《岭南雨巷》角逐群星奖

健全创作选拔机制，催生群文精品力作

群星奖是文化和旅游部为繁荣群众文艺创作，促进社会文化事业繁荣与发展而设立的全国社会文化艺术政府奖，是我国群众文化政府最高奖，每三年一届，参赛作品均由群众文化工作者和群众文艺爱好者创作和表演。

基本情况

第十九届群星奖决赛共有 112 件作品入围，音乐、舞蹈、戏剧、曲艺各 28 件。广东省共有 6 件作品入围，音乐 2 件，舞蹈 2 件，戏剧、曲艺各 1 件，由东莞市文化馆和虎门镇文化服务中心共同打造的音乐作品《岭南雨巷》经过层层选拔，最终脱颖而出，顺利入围决赛。至此，我市连续五届有作品入围群星奖决赛。



《岭南雨巷》以岭南人文风貌为题材，描绘了一派黛瓦青砖、烟雨长廊、氤氲旖旎里的岭南雨巷场景，旋律采用岭南音乐曲调，以女声小组唱的形式呈现，好似清泉入喉般韵味悠长；又像绵长的记忆、尘封的玲珑心事，抒发了游子的思乡之情；或者是不忍撩拨思绪的帷幔，只在婆娑

的花雨中徜徉。当曼妙的身姿漫步在岭南雨巷，当雨滴洒落在芭蕉伞上，那一川烟雨、一缕芬芳、一抹乡愁、一席怀念，既柔婉又绵长。9月初，第十九届群星奖音乐决赛以云展演的形式进行，《岭南雨巷》以清幽唯美的旋律和浓郁的岭南风情，备受广大群众好评。

此外，东莞市文化馆援疆干部叶美英参演、新疆生产建设兵团第三师图木舒克市文化馆演出的音乐作品《兄弟姐妹》也入围本届群星奖决赛。

主要做法

一、建立层层选拔、优中选优的筛选推荐机制

我市历来高度重视群星奖作品参赛和选拔工作，为了确保真正的优秀作品能够脱颖而出，我们建立了作品选拔机制，通过制度化的赛事挖掘和优秀作品积累；设立了与广东省群众艺术花会对接的东莞市群众艺术花会，每年举办一届比赛，分为东莞市群众音乐舞蹈花会、东莞市群众戏剧曲艺花会，东莞市少儿艺术花会三种类别。如近年来举行的东莞市第三届音乐舞蹈花会和第三届戏剧曲艺花会，组织创作了137个作品，并进行了舞台展示，评选出金、银、铜奖等一批优秀作品。在此基础上，我市积极组织专家集中力量打磨获奖作品，推荐优秀作品参加省音乐舞蹈花会和戏剧曲艺花会，并在省两大花会中获得了优异成绩。我市从两届省花会获奖作品中挑选了获得金奖、银奖排前的10件作品作为我市推荐参评群星奖候选作品，组织专家辅导作品打磨提升，并在文化馆星剧场对候选作品节目视频进行重新录制。经过省厅两轮评审以及文旅部初评、复评，《岭南雨巷》最终顺利入围决赛。

二、开展各种常态化的创作赛事和活动

除了群众艺术花会之外，我市同步开展各种常态化的创作赛事和活动，为参与群星奖评选提供另一个作品生产渠道。一是组织开展全市性的社会主义核心价值观主题创作征集活动。社会主义核心价值观主题创作活动每年一届，已经连续举办了8年，极大地激发了广大作者的创作热情，创作和生产出一批优秀的文艺作品。尤其是2020年举行的抗疫专题、2021年举行的庆祝中国共产党成立100周年专题、2022年音乐舞蹈专题创作活动，更是受到了全市文艺创作者和爱好者的热烈欢迎和积极响应，三年共征集到主题作品400余件，组织开展了抗疫专题和庆祝中国共产党成立100周年专题作品展演，在社会上引起了广泛反响，并编印了《东莞市社会主义核心价值观优秀作品选》。二是组织开展年度文艺作品评选活动。我市高度重视全省年度作品评选这一省级创作赛事，提早规划、提早行动，每年提前半年即召开创作动员会、题材规划会，发动全市作者积极创作作品。近年来，每年征集到年度作品评选参评音乐、舞蹈、戏剧、曲艺作品100余件，并有多件作品在

省年度作品评选中获奖，为我市参加群星奖作品初赛积累了丰富的作品资源。

三、重视群文创作队伍建设

我市高度重视全市重点作者队伍建设，每年年初，组织全市重点创作人才召开全市音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、摄影、美术、书法等艺术门类的作者座谈会、创作题材规划会等，提前做好全年重点作品的创作规划。为进一步提升创作者的业务水平，每年组织开展多期不同形式的创作培训、沙龙、高研班活动，邀请知名专家前来东莞，讲授作品创编技巧。近三年，先后开展各类创作沙龙、线上线上高研班近 40 期，辅导作品近 1000 件，对于培养创作人才、打磨文艺精品起到了重要而切实的作用。为进一步开阔作者眼界，拓宽创作思路，组织全市群文作者紧紧围绕时代主题，深挖本地文化资源，深入基层积累素材。先后组织作者们深入虎门太平手袋厂、东江纵队纪念馆、道滘叶美公祠、茶山寒溪水村、大朗镇荔香湿地公园、中堂镇陈伯陶纪念馆、潢涌黎氏大宗祠、潢涌陈列馆等地开展创作采风活动，集中创作出一批反映新时代发展变化和东莞人民精神风貌的作品。

四、切实保障文艺精品创作和生产

我市每年都将群星奖参评工作列入我市群文创作的规划和财政预算，并安排了专项经费用于群星奖作品的参赛、打磨、提升，做到了年年有计划，年年有投入。在创作经费上，对群星奖、省级花会、市级花会、年度作品评选、核心价值观主题作品评选以及创作高研班等给予保障，确保了各项创作赛事和创作活动的常态开展，有力地推动了全市群文创作的繁荣发展。

五、积极开展优秀文艺精品展演

我市十分重视优秀文艺精品的推广，多次组织文艺精品进行线下演出和线上展播等宣传推广，为基层老百姓提供优质文化服务。此外，还先后在东莞市文化馆微信公众号“文化莞家”、南方+“东莞云上文化馆”上开设精品作品展播专栏，让更多的群众欣赏到东莞的精品文艺作品，共享文化成果。

党的二十大报告提出：“坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品，培育造就大批德艺双馨的文学艺术家和规模宏大的文化文艺人才队伍。”市文化馆将深入贯彻落实党的二十大精神，深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作的系列重要讲话和论述精神，进一步加强高品质文化供给，继续以常设性文艺赛事为平台，加强文艺创作骨干队伍建设；坚持把握时代主题，立足岭南大地，深入挖掘现实题材，努力打造一批具有时代气息、体现岭南特色、富有感染力和影响力的群众文艺精品，为助力东莞文化强市建设、推动东莞在“双万”城市新起点上加快高质量发展贡献更多的智慧和力量。

| 平台建设新篇章

高质量推动文化和旅游研究基地 (东莞市文化馆)建设

文化和旅游研究基地是文化和旅游部适应新时代文化建设和旅游发展新形势在各地设立的全国性理论研究基地。2019年，东莞市文化馆作为文化馆行业唯一代表，与北京大学、清华大学、北京师范大学等25家高校、研究所和公共服务机构共同被授牌为“文化和旅游研究基地”。三年来，文化和旅游研究基地（东莞市文化馆）紧紧围绕国家省市中心工作展开研究，坚持理论与实践探索、资源整合与协作联动相结合，取得一定成效。

基本情况

2019年12月14日，文化和旅游研究基地（东莞市文化馆）揭牌仪式在东莞市文化馆318剧场举行。文化和旅游部全国公共文化发展中心主任（原文化和旅游部公共服务司副司长）白雪华在揭牌仪式上表示，选择东莞市文化馆作为研究基地是基于三个考虑；一是对东莞作为国家公共文化服务体系示范区的充分信任；二是东莞位于粤港澳大湾区的地理几何中心，毗邻港澳，具有对外交流的地域优势；三是东莞市文化馆理论与实践探索的双重实力，及在推进区域公共文化服务供给侧结构性改革的优秀经验成果。

在文化和旅游部、广东省文化和旅游厅等上级部门的信任和支持下，作为全国25个研究基地中唯一的文化馆单位和粤港澳地区唯二基地之一，东莞市文化馆基地明确发展定位，充分发挥自身优势，采取内联外引、协作联动的方式，成立了领导小组、专家学术委员会和10个实验基地，围绕文化和旅游供给侧改革、文化馆领域公共文化服务、粤港澳大湾区人文交流等议题，开展多个国家省课题研究和市级专题调研项目，致力实现在文化馆领域理论研究、决策咨询和人才培养方面的快速发展，成为全国在文化和旅游研究领域具有影响力的研究基地，成为国家文化和旅游研究的重要平台、重要智库，并服务于东莞经济社会发展和粤港澳人文湾区建设。

主要做法

一、聚焦中心工作，重点开展咨政项目研究

东莞市文化馆基地把握国家文化和旅游发展战略部署，立足区域需求和自身特色，以文化和旅游供给侧改革、文化和旅游社会化发展、文化馆领域公共文化服务为主要研究方向，开展 5 个课题项目和 3 个专题调研，包括文化和旅游部公共服务司委托的《文化和旅游公共服务产品采购机制研究》、广东省文化和旅游厅委托的《广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究》、2022 年文化和旅游部部级社科研究项目《文化馆公共文化服务数字化建设研究》、2022-2023 年度广东省公共文化和旅游公共服务体系制度设计研究课题《粤港澳大湾区公共文化服务社会化发展模式研究》等，参与东莞乡村振兴、东莞碧道文化建设和东莞市新型公共文化空间建设等本土专题调研和座谈研讨，为相关部门工作方案制定和政策出台提供理论依据和智力支持。

国家文化和旅游研究基地（东莞市文化馆）研究项目一览表

序号	科研项目名称	研究领域	研究状态	成果
1	东莞乡村振兴在路上	文化发展助力乡村振兴	完结	文化和旅游部政策法规司内刊《研究动态》《工作交流》（2020 年第 3 期）刊发。
2	东莞市文化馆总分馆制研究	文化馆总分馆制建设	完结	文化和旅游部公共服务司 2017-2018 年度国家公共文化服务体系制度设计课题优秀等次，在全国 10 个优秀项目中排名第二。
3	广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究	公共文化服务社会化	完结	广东省文化和旅游厅委托课题
4	文化和旅游公共服务产品采购机制研究	公共文化服务社会化	完结	文化和旅游部公共服务司委托课题
5	人文湾区的互鉴和合作——粤港澳大湾区公共文化服务社会化发展新模式研究	公共文化服务社会化	在研中	2022-2023 年度广东省公共文化和旅游公共服务体系制度设计研究课题
6	文化馆公共文化服务数字化建设研究	公共文化服务数字化	在研中	2022 年文化和旅游部部级社科研究项目

二、坚持内联外引，不断完善多方协作联动机制

东莞市文化馆基地成立了领导小组和学术委员会,由东莞市文化馆馆长黄晓丽担任基地主任,国家文化和旅游公共服务专家委员会首席专家、北大教授李国新担任基地学术委员会主任委员,并聘请了14名国家省市专家任学术委员会委员,根据课题需要开展实地调研和座谈研讨;与广州、深圳、珠海、佛山、肇庆、惠州、中山、江门8市文化馆以及上海浦东新区文化艺术指导中心、东莞理工学院文学与传媒学院合作,设立了10个实验基地,协作开展相关项目,共享信息资源;作为东莞市资政研究协作机制联席会议成员单位,加入东莞智库联盟,为基地建设提供更坚实的资源、人才和实践支撑。此外,2021年11月5日,东莞市文化馆基地携手巨量引擎城市研究院东莞研究中心共同推出“巨量引擎城市研究中心·东莞文旅数字基地”合作项目,依托东莞市文化馆和国家文化和旅游研究基地平台优势,结合抖音、今日头条等内容平台强大的数据处理、分析能力,共同研究和输出文旅体以及各行业大数据内容,助力提升城市品牌影响力,为行业发展提供数据动能。2021年,巨量引擎城市研究中心联合东莞市文化馆发布“湾区抖音大数据”,为相关湾区研究提供重要信息资料。

三、发挥平台优势,大力促进理论实践双互转化

东莞市文化馆基地依托工作实践基础,着力开展公共文化服务发展的热点、难点研究,以实践推动理论创新,以理论引领实践发展。基地深入参与粤港澳大湾区文采会策划实施,结合工作实践,对文化和旅游供给侧改革进行相关探索,包括开展文化和旅游公共服务产品采购机制、公共文化服务社会化发展等课题研究。经研究发现,社会力量参与公共文化服务在规模、数量、专业性、合法性及对公共文化服务的认识和参与度都存在较大局限,严重影响服务品质和社会效益。针对这个痛点,东莞市文化馆基地开始思考公共文化服务社会组织孵化和培育的问题,在不断优化文采会运作机制基础上,推动东莞市社会组织孵化中心建立和“品质文化”创投大赛项目策划,搭建起“优选+培育+输出”的社会力量参与东莞市文化馆公共文化服务的良性循环机制,探索出丰富公共文化服务供给的东莞模式。此外,东莞市文化馆基地积极鼓励基层公共文化服务部门机构开展工作总结研究,2022年开展“东莞市公共文化服务创新案例征集”项目,评审出11个创新案例。

主要成效

一、发挥建言咨政作用,相关成果获上级部门组织采用

东莞市文化馆基地顺利完成文化和旅游部公共服务司、广东省文化和旅游厅委托的《文化和



《旅游公共服务产品采购机制研究》《广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究》课题项目，并成功结项。相关研究成果转化成文章和建议，获得上级保部门组织的采用，其中《广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究》在文化和旅游部政策法规司内刊《文化和旅游研究动态》（2021年第2期）发布；与中共广东省委党校（广东省行政学院）法学教研部合作，形成《关于我省引导社会力量参与公共文化惠民工程的建议》，得到相关领导批示；东莞乡村文化振兴系列文章《完善文化馆总分馆制，激发基层文化活力》和《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》分别发表在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）。

二、指导推动工作实践，促进东莞公共文化服务社会化发展

基地推进开展的东莞市公共文化服务社会组织孵化中心、“品质文化”创投大赛和文采会等

项目，为社会力量了解、学习、参与公共文化服务提供机会和平台，取得良好成效。2020年成立的东莞市公共文化社会组织孵化中心，从文博会参展商中优选出37家坚持正确导向、具备一定发展潜力、有志于参与公共文化服务的社会组织进行为期一年的孵化，通过业务培训、考察交流、实践锻炼，最终考核评选出优秀组织11个，合格团队13个。为进一步鼓励引导全市社会力量参与公共文化服务，2021年和2022年分别推出“东莞共享文化年”和“东莞优享文化年”活动，通过创投大赛的方式，评选出100个共享文化空间、100个共享文化活动、100支志愿代言团队和100个文化产品向大众提供公共文化服务，2年来共提供了4000多场活动服务，有效提高东莞公共文化服务效能和品质。

三、搭建交流研讨平台，助力文化供给侧改革探索

东莞市文化馆基地参与了2021年全国文博会“东莞站”——2021粤港澳大湾区公共文化和旅游产品（东莞）采购会策划实施，期间举办了“东莞圆桌会：社会力量参与公共文化服务机制创新”，邀请全国各地行业专家学者和广东省21个地市文旅单位等代表参加，共同研讨社会力量参与公共文化服务发展。会上，东莞市文化馆基地主任发布了《广东社会力量参与公共文化服务实践及机制研究》课题研究成果，来自广州、深圳、东莞、中山、韶关等地市的代表进行主题发言，分别从社会力量参与整体机制和模式、文化馆总分馆制建设、非遗文创孵化等角度切入，为创新社会力量参与机制、推动公共文化服务高质量发展带来启发。

中国文化馆协会摄影委员会

搭建全国专业交流平台，推动群文摄影艺术发展

基本情况

2021 年，中国文化馆协会摄影委员会（以下简称“摄影委员会”）由东莞市文化馆牵头，联合广东省文化馆、成都市文化馆、广州市文化馆、厦门市文化馆、上海市浦东新区文化艺术指导中心共同发起成立，成为中国文化馆协会下属的群众摄影艺术领域工作机构。摄影委员会自成立后，积极开展群众摄影领域的品牌策划、活动组织、人才培育、影像收集及惠民服务等活动，着力通过联合全国各级文化馆（站）、联动整合社会摄影人才和资源，积极提升群众文化摄影水平和影响力。

2022 年，摄影委员会重点举办了“时代·文化·传承”首届群文影像大展全国巡展和“双万新起点 映像新时代——2022 粤港澳摄影季”等活动，推动区域文化和文化馆摄影专业的交流互动，备受行业同仁和社会各界好评。

主要做法

一、举办首届全国群文影像大展

为积极发挥摄影委员会的作用，推动全国群文摄影事业发展，摄影委员会策划举办“时代·文化·传承”首届群文影像大展，先后收到来自全国 22 个省、4 个直辖市和 4 个自治区的近 20000 幅作品。经评审委员会多轮评选，共评出入围影像作品 200 件（群文组 100 件，公开组 100 件），入围短视频作品 10 件。2022 年 4 月 29 日，“时代·文化·传承”首届群文影像大展在东莞市文化馆顺利开幕。该展览以影像的记忆追溯了群众文化发展历程，也展示了多年来我国公共文化服务的成果和群文人的风采，展现多姿多彩的地方民俗与繁荣多元的公共文化服务场景。该展览先后在杭州、广州、厦门、青岛、重庆等地进行全国巡展，让各地的群文骨干和群众近距离接触和了解影像的力量，推动了各地群文摄影交流。

二、打造粤港澳摄影艺术盛宴

“双万新起点 映像新时代——2022 粤港澳摄影季”是 2022 年东莞文化四季的第二季。活动依托中国文化馆协会摄影委员会专业策展团队，联动市镇两级优质展览资源，精心策划，推出了“映像·融合”“映像·本土”“映像·共享”“映像·教育”四大主题板块，举办 25 个展览及



采风活动等共 34 项活动，覆盖全市、联动粤港澳大湾区、走向全国。活动广泛联络粤港澳摄影名家，邀请中国文化馆协会摄影委员会柴选、崔波、李志良、孙成毅、胡国庆、张宗国、等专家策展，采用策展人负责制，完成了“广东省入选‘第 28 届全国摄影艺术展览、中国第 18 届国际摄影艺术展览’作品展（东莞站）”和“掀起你的盖头来”——大画幅摄影在广东（第二季）巡展，粤港澳摄影名家作品展，粤港澳非遗传承影像展等五大主题展。此外，还举办了“从东莞出发”东莞摄影十人展、“少年派”东莞市青少年摄影展，展出风格各异的摄影作品，全方位展现老中青本土影像力量，充分体现了东莞影像创作水平。以“在地”影像讲好东莞故事，在东莞 17 个镇街举办本土特色专题展览，推动全民影像艺术普及。

三、举办群文摄影名家系列讲座和采风活动

为加强群文摄影骨干之间的交流、学习，进一步推进全民摄影艺术普及，首届群文影像大展在全国巡展期间组织举办了系列群文摄影培训，邀请国内著名的摄影大咖，为各地群文摄影骨干、摄影爱好者讲授摄影知识和摄影技巧，搭建起文化馆摄影领域学习交流的平台，通过理论学习、导赏分享、观摩实践等方式，有效提升了群文摄影骨干的业务能力和水平。粤港澳摄影季期间，主办方特别邀请柴选、张宗国、刘智宁、阳丽君、何东安等中国文化馆协会摄影委员会委员开展 5 场线上讲座，吸引业界摄影骨干和广大摄影爱好者在线观看、学习。同时，面向青少年群体还举办了 4 场的线下摄影讲座，包括《手机摄影模式解密》《东莞市青少年摄影展作品解读》《如何看一场展览》《漫谈策展》等。此外，还组织中国文化馆协会摄影专业委员会部分委员、首届全国群文影像大展群文组部分入展作者、市内外摄影爱好者等 100 余人参加了 2022 大美东江“沿江看风景”东莞摄影采风活动。

四、创新摄影展览传播方式

首届群文影像大展以超大幅、跨区域、长展线的形式呈现，并融合数字化手段，利用灵活方式，着力在人流密集的城市角落开展落地推广。东莞首展期间，在东莞黄旗南香遇走廊、东莞市黄旗山城市公园、虎英郊野公园、东莞人民公园、龙湾湿地乐跑公园、水濂山森林公园、水濂水库公园、东莞市植物园、同沙生态公园等各大公园户外公共空间装置优秀作品展示海报，吸引市民群众扫码线上观展。粤港澳摄影季在东莞地标性的东莞市中心广场策划举办东莞你好“莞邑风景线”影像打卡展，展出了东莞本土的网红古村落、东莞模范人物、标志性动植物及历史老街旧巷影像，以影像装置的形式，创新视觉效果，吸引了广大市民群众现场打卡。

项目成效

一、有效搭建首个全国群文摄影交流展示平台

在中国文化馆协会的指导下，摄影委员会积极开展摄影作品征集、影像巡展和系列培训讲座，成功搭建起了全国性的群文摄影交流平台，填补了多年来全国群文系统摄影创作征集方面的空白，有效促进各地的群文业务交流。首届群文影像大展成为全国群文摄影人关注的焦点，通过在全国范围内开展作品征集，完成了首次全国群文影像资料收集和梳理，形成了首批群众文化影像档案库资料，点燃了群文摄影人的创作激情，激发了全国广大群文摄影人爱工作、爱生活、爱摄影的人文情怀，引导摄影家继续深入基层、走进群众，用镜头展示文化之美、历史之美和城市之美。文化和旅游部全国公共文化发展中心主任白雪华对此给予充分肯定，认为大展是一次全国性群文活动和群文摄影的大检阅，体现了群众文化摄影专业化、规范化、品牌化的发展方向。

二、大力促进公共文化事业的繁荣发展

摄影委员会坚持以公共文化服务高质量发展为主线，以摄影艺术为手段和渠道，凝聚更多摄影家关注群众文化，推动群众文化摄影创作和推广，进一步推动群众摄影艺术普及。首次全国性群文影像展览的举办，让广大摄影家、摄影爱好者通过镜头展现全国群众文化事业的历史变迁，以地方非遗或代表性民俗为切入点展现各地多元的地方民俗与公共文化服务场景，呈现城市文化发展与文化惠民成效。摄影委员会致力于凝聚全国文化馆行业摄影人才，关注群众文化事业发展，关注新中国文艺事业的前进步伐，关注与时代同频共振的基层公共文化的鲜活事迹和基层文化工作者的感人形象，让新时代群众文化事业成就的绚烂影像精彩绽放。进一步推动高端文化资源要素在各地“请进来、走出去”，以此激发更多文化馆人以群众的文化需求为导向，创作出更多有力量、有温度、有筋骨的优秀群众文艺作品，以文化的力量展现新时代、新征程的磅礴伟力、盛世之景。

中国民族音乐（东莞市文化馆）普及推广中心

推动中国民族音乐普及，弘扬中华优秀传统文化



项目背景

中国民族音乐在东莞拥有深厚的群众基础、浓厚的艺术氛围，彰显着地方文化特色，从市一级到镇（街）、村（社区）一级，市民广泛参与到中国民族音乐的学习、表演、交流中，全市中国民族音乐活动蓬勃发展。2013年，东莞市文化馆组建东莞民族乐团，在多年的坚持发展中不断壮大，成为了岭南地区的中国民族音乐乐团的新秀，不仅多次在国家、省级赛事中捧金夺银，还多次代表东莞乃至广东参与各类演出、展示活动，已成为了东莞群众文化活动蓬勃开展的的真实剪影。

2021年，为传承中华优秀传统文化，弘扬中国民族音乐，中央民族乐团、文化和旅游部全国公共文化发展中心达成战略合作，立足各自职能，以全国各级文化馆（站）为主要阵地，联合共建中国民族音乐普及推广中心，推动中国民族音乐的传承、普及、创新，助推公共文化服务高质量发展。自2021年度中国民族音乐普及推广中心遴选工作启动以来，东莞市文化馆迅速响应，积极申报，最终成功入选，成为全国十家首批入围单位之一。

基本情况

2022 年，中国民族音乐（东莞市文化馆）普及推广中心（以下简称“东莞推广中心”）以东莞民族乐团为基础，积极开展了多项相关工作，包括推荐选送了 114 件作品参加“云享国乐风华”全国群众性民族器乐交流展示活动，在全市范围内评选认定了一批中国民族音乐（东莞市文化馆）普及推广中心创排基地，参加并成功通过了由中央民族乐团、文化和旅游部全国公共文化发展中心组织的 2022 年工作计划线上评议会，入驻了国家公共文化云等。同时，东莞推广中心还组织东莞民族乐团积极参与省、市重要演出和交流活动，丰富了东莞市民业余文化生活，夯实了东莞推广中心艺术基础，营造了中国民族音乐艺术在东莞良好的发展氛围。

主要做法和成效

一、坚持思想引领

东莞市文化馆坚持以人民为中心，坚持正确导向，以社会主义核心价值观为引领，传承中华优秀传统文化，弘扬中国民族音乐。充分发挥文化和旅游部全国公共文化发展中心和中央民族乐团各自资源和平台优势，依托发展中心面向全国的全民艺术普及公共文化服务体系和国家公共文化云，主动对接中央民族乐团的音乐作品资源和顶尖人才队伍，致力于推动东莞的民族音乐艺术的普及、推广、创新发展，让市民更好地参与文化活动，享受文化生活，增强基层群众的文化获得感和幸福感。

二、以合作育新人

东莞推广中心积极联合中央民族乐团、文化和旅游部全国公共文化发展中心组织开展相关工作，包括组织民族音乐相关的专家赴莞开展讲座，聘请国家一级指挥定期指导我市优秀团队排练，协调邀请中央民族乐团赴莞交流演出事宜，推选一批东莞优秀民族音乐作品视频及普及推广线上课至国家公共云平台、文化莞家平台展播，推选我市优秀的民族音乐人才去中央民族乐团挂职学习，组建东莞的民族音乐人才库等等。

三、以参展促提升

为传承中华优秀传统文化，弘扬中国民族音乐，2022 年 7 月，中央民族乐团、文化和旅游部全国公共文化发展中心联合北京市文化馆、北京市海淀区文化和旅游局、东莞市文化馆等单位举办“云享国乐风华”全国群众性民族器乐交流展示活动。东莞市文化馆积极响应，录制了展示视频。东莞老中青三代民乐团队和骨干踊跃报名，共有 114 件作品被选送参加活动初评，最终有 29 件作品在初评中脱颖而出，被选中参加全国总评选。

作为东莞推广中心的骨干力量，东莞民族乐团准备了《春到田间》《赛龙夺锦》两件作品参评，其中《春到田间》成功进入全国总评选。东莞民族乐团演奏的《春到田间》曾在中共广东省委宣传部、广东省文化厅主办的首届广东民歌民乐大赛上获金奖，参加本次“云享国乐风华”活动的是由陈婷、沈静、谢宏全、唐凡琴、刘懿莹、王德如等乐团骨干演奏的新版本。

四、以基地造氛围

为推动东莞推广中心相关工作高效运作，2022年，东莞市文化馆依托总分馆体系，在全市各分馆范围内评选认定一批创排基地。东莞推广中心将与创排基地建立线上线下相结合的工作体系，重视老中青三代团队的同步发展，合力培养一批东莞优秀民族音乐人才，同时促进地方民族音乐表演团队交流合作，推动地方民族音乐事业传承、发展，推动中国民族音乐走出去。通过各分馆的积极报名，以及市文化馆对全市各镇街民乐发展情况的摸底、调研，松山湖、寮步、道滘、南城和大朗五家分馆被评为东莞第一批创排基地，他们将于2023年被正式授牌，与东莞推广中心合作开展各项活动，在全市范围内营造良好的民乐发展氛围。

五、以活动建平台

自入选成为全国首批十家中国民族音乐普及推广中心单位以来，东莞市文化馆依托东莞民族乐团，积极开展各项活动，聚拢东莞民乐骨干，为骨干提供交流、成长的平台。2022年，东莞民族乐团多次受邀参加省、市重要活动，如参加由广东省文化和旅游厅主办的为期四个月的“放歌大湾区 逐梦新征程”2022粤港澳大湾区艺术精品巡演活动，成为唯一受邀的地方性市民业余艺术团队；参加2022东莞流行音乐季启动仪式的表演；为东莞推广中心录制民乐公开课；为“时令东莞”录制小满节气MV等。此外，东莞民族乐团还积极联动各镇街，如参加了洪梅镇原创MV《时光里的洪梅》拍摄和录音工作等。



分馆案例选编

凤岗分馆

传承客侨薪火 赓续文化宏图

项目背景

推进文化馆总分馆制建设是构建现代公共文化服务体系的重要任务，对有效整合资源、提高效能、促进优质资源向基层倾斜和延伸具有重要的推动作用。东莞市文化馆立足自身条件，积极探索数字化和总分馆制建设的同步结合，创新提出“一核多元、多种模式”的东莞思路。凤岗文化分馆遵循市馆的思路，在市馆的资源扶持下，因地制宜，按照“有阵地、有队伍、有项目、有制度、有计划”的“五有”标准，以志愿服务为抓手，整合党政、社区、社会三股力量，统筹运用现有基层公共服务阵地资源，打造理论宣讲、教育服务、文化服务、科技服务和体育服务“五大平台”，形成1个中心、12个实践站、120个实践点构成的文明实践三级阵地。依托三级阵地和五大平台，举办各项贴近群众、接地气的高质量文明实践、文化惠民活动，打通宣传群众、教育群众、关心群众、服务群众的“最后一公里”。

基本情况

东莞市文化馆凤岗分馆场馆使用面积达到3800平方米，主要宣传展示凤岗本土非物质文化遗产、凤岗“客侨文化”的特色，功能区域设有开放式客侨文化展示厅、艺术大讲堂、中央主题展示区、舞蹈、书法、美术、手工、琴房等功能室。东莞市文化馆凤岗分馆是凤岗数字化文化服务的重要阵地，给市民提供文化、休闲、娱乐的公益性服务平台，使越来越多的人民群众可以享受到更好更多的公益性、均衡化、免费类的公共文化产品供给，进一步推进凤岗镇公共文化资源的共建共享和服务效能提升，更好满足了广大人民群众日益增长的文化需求。

主要做法

一、文化惠民深入推进，品牌活动好戏不断

近年来，随着生活水平的提高，群众对于文化生活、文化活动的需求越来越旺盛。为更好地适应群众需求，凤岗分馆积极推动群众性文化活动广泛开展，形成了山歌汇演活动、文化艺术普及“走进艺术”公益培训、凤岗镇青少年“千人夏令营”、“艺海泛舟”凤岗镇青少年周末文化



公益培训班、特色艺术展览、凤岗客家山歌进校园、麒麟舞进校园等一系列群众文化活动项目。其中“艺海泛舟”凤岗镇青少年周末文化公益培训班开设了古筝、书法、中国舞、客家山歌等 42 个培训课程，共 960 节课时，惠及群众 57600 人次。成人公益培训面向不同需求群体分别开设了非洲鼓、尤克里里、瑜伽等 26 个培训课程，共 408 节课时，惠及群众 26500 人次。凤岗文化分馆在演出、培训数量质量上下功夫，使参与人数屡创新高，让全镇更多的市民亲近文化、热爱文化、享受文化，镇域文化内涵大幅提升。

凤岗分馆围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象使命任务，坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化事业、文化产业和旅游业繁荣发展。为此打造了凤岗客侨文化节、共享文化年暨“品质文化”创投大赛、“潮流东莞·火柴盒”城市艺术 time 活动、“我眼中的劳动者”美术摄影展评、凤岗镇“儒雅杯”中小学现场书法比赛、社会主义核心价值观主题作品征集、东莞市群文论文征集、文艺创作沙龙等一系列具有凤岗特色的群众文化活动品牌，这一系列文化品牌活动让人民群众的文化获得感不断增强，使文化乐民，文化育民这一文化惠民工程落到实处，惠及更多的广大群众。

二、传承文化赓续血脉，推动客侨振兴发展

为深入贯彻习近平总书记关于非物质文化遗产保护的系列重要指示精神，促进凤岗镇非物质文化遗产挖掘、保护、利用、弘扬，2022年凤岗分馆脚踏实地做好非遗传承活动，年内持续开展了凤岗客家山歌进校园活动，截至目前共开展了120场次，普及人数约32200人次；麒麟舞进校园开展了30场次；中国象棋（凤岗）分别在镇内三所小学开展第二课堂约1000课时，普及人数约6万人次。活动有力地促进非遗知识普及，拉近了非遗与年轻人的距离，增进学生对传统文化的了解和热爱，实现非遗在青少年一代身上的继承与发展，营造人人知晓、热爱、学习传承非物质文化遗产的浓厚氛围。同时，凤岗分馆切实做好非遗申报工作，推荐申报了多项颇具凤岗特色的非遗项目，其中成功申报了中国象棋（凤岗）代表性项目市级传承人谢启文。

凤岗分馆积极贯彻落实“围绕中心、增强实力、满足需求”的精神要求，采取有力措施，做好“客侨文化”文章，以唱响客家山歌为主抓手，面向海内外，谱写客侨深情。2012年，凤岗镇喜获“中国客家山歌之乡”殊荣，并成功入选广东省第五批省级非物质文化遗产名录。此后，凤岗镇不断夯实基础和阵地建设，积极推进客家山歌的传承和传播，并搭建海内外客家山歌文化交流的桥梁和纽带。“海峡两岸暨港澳”客家山歌（东莞·凤岗）邀请赛是由原广东省文化厅指定永久落户凤岗的重大群众文化品牌赛事，每两年举办一届，自2007年至今，已成功举办了六届，成为了联系海外华侨，传扬客家文化的品牌文化活动。以山歌为媒，广交四海宾朋，凤岗客侨文化正乘着新时代发展奋进的东风，趁势而上，唱响莞邑大地，走出凤岗，走向世界。

三、推动资源有效整合，提升管理服务水平

优质的公共文化服务是人民美好生活的重要组成部分，人民群众日益增长的文化需求就是文化工作者不竭的源泉动力。在实践文化馆总分馆制这条道路上，凤岗分馆成功打造出了“客侨文化”、“象棋文化”等诸多具有地域特色的文化品牌，赢得了广泛关注和赞誉。未来，凤岗分馆将在既有的成绩基础上不断取得新突破，进一步加强文化资源统筹规划和顶层设计，加快推进相关项目实施，在实践中探索出值得推广的好经验、好做法，逐步形成结构合理、发展均衡、网络健全、服务优质、覆盖全镇的完备的公共文化服务体系，形成具有“客侨文化”、“象棋文化”两大品牌特色的文化建设新局面，为东莞打造文化强市，贡献凤岗力量。

洪梅分馆

文化创新赋能美好生活

项目背景

立足“双万”城市，东莞将深入推进文化强市建设，把构建与“双万”城市相匹配的文化地位、增强千万人口城市的文化认同作为未来发展的重要使命。

文化作为精神文明的根基、人的全面发展的重要支撑，文化创新是丰富充盈人民精神生活和文化素养的源头活水。按照市委市政府和镇委镇政府的部署要求，在市馆的具体指引下，东莞市文化馆洪梅分馆（以下简称为洪梅分馆）始终坚持以人民为中心，不断创新文化的内容与形式，与时俱进满足市民多样化的需求，让公共文化服务触手可及，让文化惠民乐民。当前，洪梅分馆已成为市民出行的热门打卡点，“小馆舍，大服务”的运行模式受到社会各界点赞。



主要做法

一、硬件优化升级，“一站式”供给

洪梅分馆位于洪梅大道市民中心，与洪梅镇新时代文明实践中心、洪梅图书馆新馆、文化驿站一体建设，于2021年9月底投入使用。几大场馆的一体化运行，为市民提供了阅读、借书、培训、参观等“一站式”文化服务供给。而这一切，皆得益于市委、市政府和镇委镇政府的高度重视、强力引领，整合多方平台资源，优化升级文化阵地，推进文化资源的共建共享，铸造了“一条龙式”公共文化服务体系，大大提高了基本公共文化服务的覆盖面和适用性。现如今的洪梅分馆已成为

市民朋友出行打卡的热门选择。2022年，洪梅分馆共开展活动431场，线下参与群众6.2万人次，同比增长55%，开展直播10场次，观看人次达20多万。

二、高质量精准供给，把文化名家请进门

在硬件设施提升的同时，文化内涵也得到了升华。洪梅分馆立足文化需求，聚焦“精准”二字持续发力，在文化服务“对象”上做到精准，在文化推送“内容”上做到精准。以“优享文化年”项目为契机，洪梅聚焦高层次人才、产业工人、青少年、城市长者等不同群体的文化需求，围绕长青文艺团队孵化项目、银发文艺课、“发现艺术之美”赏析课、申时茶会、“文艺少年”素养培训、骄子风采展、产业工人大学堂、百变达人秀八大系列，开展86场公益文化活动，推动文化惠民实现全覆盖。艺术与文化交融，碰撞出奇妙的火花，实现文化服务与群众需求的“双向奔赴”。

为持续提供高质量文化供给，洪梅分馆与洪梅图书馆通过联合开展文化活动、展览品牌建设等措施，创新推出“洪梅大讲堂”“洪梅雅集”“科幻名家文化活动周”等精品项目，邀请了一批文化名家到“家门口”授课，让高质量文化与市民生活无缝对接。近年来，一大批文化名家相约洪梅，激扬文艺，创作精品，助力洪梅文化事业建设。在这背后，是洪梅发挥各职能部门优势，以强大合力推动文化事业高质量发展。

三、注入流行元素，文化“潮”起来

创新是中华民族优秀文化延续的力量源泉。在推动文旅融合的背景下，洪梅分馆趁势而为，进一步主动对接民众需求，注入流行时尚元素，让洪梅文化更接地气、更有生气、更有力量。

洪梅分馆依托东莞新晋打卡点——洪梅美术馆（百年国漫馆），强化主题策划，着力打造“大湾区水乡漫画名镇”，定期开展国潮动漫主题临展和举办座谈会、分享会、签售会等市民互动活动，挖掘动漫的正向社会价值，增添市民文化生活空间。其中，作为美术馆开馆展览——小林漫画展，自开展以来，便引发不少市民观展打卡，成为东莞人朋友圈的“爆款”。

为充分发挥群众的创造性和积极性，鼓励文化能人成为“群主”，成为群众文化活动的带头人，洪梅分馆积极搭建群众乐于参与、便于参与的文化平台，比如先后组织多场主题鲜明、富有创意、意涵丰富的“潮流东莞·火柴盒”城市艺术time演出，为本土音乐人搭建了展示舞台，让“诗和远方”搬到家门，并获得了参与活动领导和市民群众的一致肯定。

四、守正创新，打造特色文化品牌

文化自信是一个国家、一个民族发展中最基本、最深沉、最持久的力量。文化自信，植根于绵延不断、经久不衰的中华文明，又离不开一代又一代人的赓续文脉，接力创新。近年来，洪梅分馆坚持守正创新，高度重视非物质文化遗产保护传承工作，“洪梅花灯技艺”“盲佬话”“开灯习俗”等先后入选为市级非物质文化遗产代表性项目。今年，洪梅还新增了花灯制作技艺传承

人和开灯习俗传承人项目。

洪梅是“中国花灯之乡”，规划将洪梅花灯打造文化地标 IP，让洪梅花灯成为东莞具有代表性的文化品牌之一。在洪梅分馆的牵头下，洪梅镇组织开展了第十二届青少年花灯制作比赛、洪梅非遗季等活动，通过摄影巡展进校园、草木染美育沙龙活动等，进一步提高学生们对非物质文化遗产的保护意识，展示非遗文化魅力。为丰富花灯文化内涵，洪梅创新文化内容形式，精心打造一批洪梅花灯文创产品，如花灯文创雪糕、文创漫画花灯等，进一步擦亮洪梅花灯文化品牌。后续，将加强洪梅花灯文化与企业的融合度，深入挖掘洪梅花灯现代文化价值并加强宣传推广，将其作为政府与企业建立友好和谐关系的载体和纽带。

另外，为加大保护传承盲佬话的力度，洪梅制作《每周二话》盲佬话系列短视频，开设《趣说盲佬话》栏目，利用多媒体加强推广盲佬话，以更加生动、有趣的方式使越来越多的年轻人感受到方言的魅力，在实际体验中保护和传承方言。推动盲佬话编译成字典，并邀请语言专家以国际音标标注盲佬话发音，推动盲佬话字典规范化。

五、做深“融”文章，融出新精彩

加强文化宣传创新，是增强经济社会发展创新力的内在要求，是提升文化创造力、传播影响力、宣传引导力的必然选择。2021 年底，洪梅分馆开通了“文化洪梅”微信公众号，并以此作为新媒体宣传主阵地，克服人员紧张、任务重等困难，发挥主观能动意识，加强策划，通过图文、视频、直播等多种融媒手段，推出了《新“九大簋”》《一周盲佬话》等富有影响力的新闻专题栏目策划。2022 年，“文化洪梅”微信公众号发布推文 202 篇、视频 58 个，阅读（点播）人次累计超 12 万。

“文化洪梅”，持续深入报道挖掘洪梅文化的丰富内涵，已成为外界了解洪梅文化的重要服务窗口。以 2022 东莞“优享文化年”洪梅镇系列活动之“好戏连台”成果汇报线上汇演活动为例，该活动通过“文化洪梅”微信公众号，让市民不出门就能在家享用“文化大餐”，吸引近 20 万人次网民线上围观。线上宣传平台的有效利用，大大扩大了传播的覆盖面，激发市民的参与热情，助推“文化洪梅”获得大流量，使得市民的文化生活“触手可及”。

通过策划与传播，洪梅文化建设工作备受社会各界关注，实现了“破域传播”。洪梅文化建设工作屡获学习强国学习平台、《中国文化报》《文旅中国》等中央媒体关注报道，刊发新闻报道 9 篇；在南方+、羊城派、东莞+、知东莞、“文化莞家”公众号等省市级媒体平台、政务微信公众号刊发报道 100 多条。



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