

# 二〇一八年工作年报

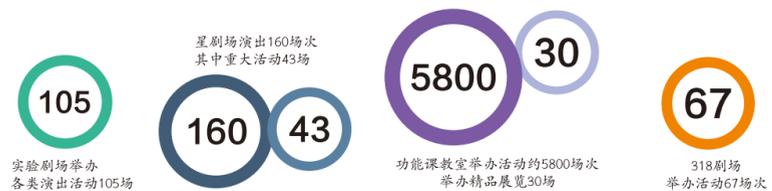
2018年是中国改革开放40周年，是东莞升格为地级市的30周年，也是东莞市文化馆成立65周年。2018年，东莞市文化馆深入学习贯彻党的十九大精神和习近平总书记视察广东重要讲话精神，以满足人民群众日益增长的美好生活需要为宗旨，在东莞市文化广电新闻出版局的正确领导下，贯彻落实《中华人民共和国公共文化服务保障法》，坚持“开门办馆、多元办馆”的发展原则，围绕数字化、均等化、社会化、品牌化、精品化的发展思路，进一步优化平台、整合资源、创新服务，现代型文化馆的作用和影响力大大增强。

## 一、完善平台建设，建立东莞文化服务中枢

2018年，东莞市文化馆着力发挥平台功能作用，以东莞市民艺术中心为主阵地，大力推进基层服务阵地建设，扩大线上服务平台辐射面，搭建供需对接大平台，通过多元平台汇聚整合全市乃至珠三角区域优质资源力量，提升东莞公共文化服务效能。

### （一）升级市民艺术中心功能规划

2018年是东莞市民艺术中心启用第三年，东莞市文化馆强化场馆功能规划和运营管理。在功能规划上，改造建成了“会合点”当代艺术空间，4月22日首展引入了东莞本土著名当代艺术家李景湖的《久别重逢——李景湖个展》，吸引了各界的关注；规划建设了东莞市文化馆馆史馆，在东莞市文化馆成立65周年之际梳理东莞市文化馆65年来的发展历程，展示全市群文事业发展成果；完成了非遗展览馆外楼梯灯光，场馆周边绿化、市民休闲空间、黑匣子剧场等方面的升级改造，市民艺术中心环境功能得到全面优化。在服务运营上，通过自主举办、精品采购、社会合作等方式，实现场馆“天天有展览、日日有培训、周周有演出”，2018年举办精品展览30场；星剧场演出160场次，其中重大活动43场；实验剧场举办活动105场次，318剧场举办活动67场次，功能课室举办活动约5800场次。东莞市民艺术中心成为市民群众文化生活的重要阵地。



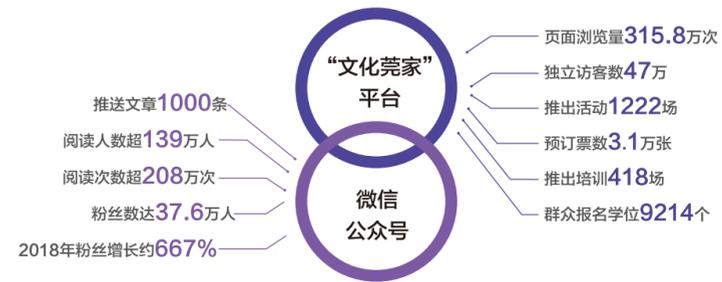
## （二）推进文化馆总分馆制建设

2018年4月，东莞市文广新局、东莞市财政局联合出台了《东莞市文化馆总分馆制建设实施方案》，明确了东莞市文化馆总分馆制的建设规划和实施步骤，因地制宜采取“平台联盟式”“业务派驻式”“管理委托式”“品牌连锁式”“共享文化馆”等多种建设模式，形成“一核多元、分类推进”的文化馆总分馆制。2018年东莞市文化馆继续发挥市总馆龙头作用，加快推进总分馆制建设。一是**加强分馆建设管理**，建立了文化馆总分馆馆长联席会议制度，加强对建成分馆的管理，对总分馆制建设工作的研究；持续推进镇街分馆和社会分馆的建设，建设了道滘、塘厦、大岭山、东坑、樟木头、南城、石碣、莞城第二批8个镇（街）分馆和桥头青少年活动中心、东莞外国语学校、广东省东莞监狱、东莞市长安镇乌沙社区等4个社会分馆。二是**加强总分馆体系联动**，打通总分馆上下“资源共享、人员互通、服务联动、品牌共建”的渠道，推动优质资源向基层倾斜。2018年向分馆配送演出、展演50多场。此外，在市镇共建项目、文艺培训、艺术展览等各方面，总馆向分馆进行重点倾斜。三是**承办2018年中国文化馆年会“文化馆总分馆制的探索创新”主题论坛**。这是本届文化馆年会四个主题论坛之一，来自全国各地的专家学者、文化主管部门负责人、文化馆馆长及相关人员、媒体记者等300多人参加了论坛。东莞市文化馆创新了论坛内容和形式，通过分板块展示、案例分享、专家点评、交流互动、未来展望等环节，在全国范围内有效宣传了文化馆总分馆制建设的“东莞模式”，为全国总分馆制建设带来了新思路。本论坛得到文化和旅游部公共服务司司长、时任全国公共文化发展中心主任、中国文化馆协会常务副理事长李宏的高度评价，“东莞模式”还被北京大学教授、国家公共文化服务体系专家委员会主任委员李国新誉为近两年来国内文化馆总分馆制建设的标志性进展。四是**开展东莞市文化馆总分馆制建设课题研究**，课题在全国70项课题结项中脱颖而出，被评为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。

## （三）拓展“文化莞家”数字服务平台

2018年，东莞市文化馆继续巩固强化数字文化馆建设，提升文化馆现代化服务水平和效能。一是**扩容升级“文化莞家”数字服务平台**。根据市文广新局的统一部署，

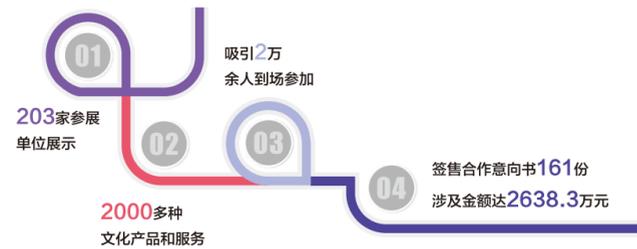
“文化莞家”一站式平台及微信公众号进行了扩容升级，全面涵盖了市文广新系统各直属单位和全市33个园区、镇（街道）文化单位的内容，提前实现了东莞公共文化服务数字化的全市总分馆全覆盖，“文化莞家”成为一站式东莞市公共文化数字服务平台。二是**充实丰富数字文化资源库**。完成了文化部共享工程地方资源建设慕课项目——粤剧、书法等慕课课程的制作。三是**开发启用走进艺术云课堂平台**。尝试探索“线上学习+线下补充教学”混合教学模式，进一步开拓“互联网+文艺培训”方式。目前云课堂已推出了少儿粤剧、书法密码、东莞新编广场舞、少儿流行音乐唱法、带你走进水彩画等5个慕课。全年“文化莞家”平台页面浏览量315.8万次，独立访客数47万；推出活动1222场，预订票数3.1万张；推出培训418场，群众报名学位9214个。微信公众号共推送文章1000条，阅读人数超139万人，阅读次数超208万次，粉丝数达37.6万人，2018年粉丝增长约667%。2018年10月19日，原广东省文化厅对我省第一批国家数字文化馆试点建设工作开展了预验收，专家组一行对东莞市数字文化馆试点建设给予了肯定。



## （四）创办东莞公共文化产品采购会

为贯彻落实党的十九大和习近平总书记系列重要讲话精神，着力解决文化产品供需不对等、公共文化服务不精准等问题，策划推出了2018首届广东东莞公共文化产品采购会（简称“文采会”）。文采会由东莞市文广新局主办、东莞市文化馆承办，于

2018年9月14-15日在东莞市民艺术中心举办。此次文采会是东莞在推进公共文化服务供给侧结构性改革方面的创新之举，是一个供需无缝对接的崭新平台，吸引了众多社会力量参与公共文化服务供给，实现公共文化服务供需双方的面对面洽谈，受到社会各界广泛好评。在两天展期中，203家参展单位展示了2000多种文化产品和服务，吸引了2万余人到场参加，签署合作意向书161份，涉及金额达2638.3万元。



## 二、创新项目策划，引领提升东莞文化品质

2018年，东莞市文化馆积极创新公共文化服务内容和形式，致力满足现代东莞市民群众日益增长的精神文化需求，助力提升东莞城市品质和区域竞争力。

### （一）围绕重大主题，讲好东莞故事

根据市文广新局部署，围绕中国改革开放40周年、东莞建立地级市30周年的重要时间节点，东莞市文化馆精心组织策划了多个重大主题活动，致力讲好东莞故事。一是举办大型声乐组歌《时代交响——献给产业工人之歌》音乐会及研讨会。为庆祝改革开放40周年，在东莞市委宣传部、市文广新局的部署和指导下，东莞市文化馆组织了以东莞一流人才为主的创演班底，以基层一线产业工人的故事和情感为内容，创作了系列精品歌曲，并于2018年5月8日在东莞市玉兰大剧院首演。广东省委宣传部巡视员、省文明办主任顾作义，东莞市委书记、市人大常委会主任梁维东，东莞市委副书记、市长肖亚非，东莞市委常委、宣传部部长杨晓棠等省市领导，中国群众文化学会音乐专业委员会主任、著名作曲家顾春雨，广东省音乐家协会名誉主席、著名作曲家郑秋枫等国家省

级专家出席了音乐会，与现场近1500名产业工人、市民共同聆听这场音乐盛宴。组歌歌颂一线产业工人的故事，展现改革开放40年来的辉煌历程和巨大成就，激励全市人民以昂扬的精神状态迈入新时代、踏上新征程、创造新作为。“文化莞家”“国家公共文化云”“南方+”等平台对音乐会进行实时直播，演出平台在线观看人数总计超过50万人次。二是协办东莞纪念改革开放40周年大型图片展览。以改革开放40年的成就为背景，用生动的图片展示东莞改革开放的全景，让广大市民了解我市改革开放的光辉历程，在回味东莞40年巨变的同时，体味东莞人敢为天下先的激情岁月。三是策划推出“东莞作用”大型艺术展览。在2018东莞文化四季之视觉艺术季期间，东莞市文化馆在莞城街道鳧鱼洲工业遗址策划推出了《东莞作用——大型艺术展览》，充分运用历史图片、实物场景和艺术装置等艺术手段和元素，共展出超过2000件东莞制造记忆主题实物和老图片，突出展示东莞改革开放40年来人民群众生活发生的伟大变迁，回顾改革开放的伟大历史进程，梳理东莞制造的发展脉络，完善东莞制造的历史档案，展示东莞制造在中国改革开放进程中的历史意义和现实意义。展览于2018年11月24日启动，持续三个月，接待了众多机关单位，以及国家、省、市团队和社会各界人士的参观，良好的社会影响力还在持续扩大中。

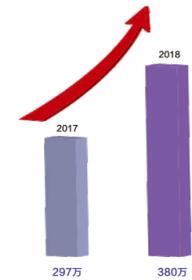
### （二）围绕文化素养提升，持续开展全民艺术普及

积极履行文化馆的职责使命，东莞市文化馆务实创新推进全民艺术普及行动计划，开展“学、演、展、诵、谈”五大类23项文化服务项目。2018年全民艺术普及行动计划共举办精品演出337场，镇街自主演出335场；开办公益文艺培训班205个，招收学员超过5500人，为历年之最；东莞市民艺术大学堂镇街教学点共举办培训1480场次。全民艺术普及行动计划进一步调整完善，服务效能大大提升：一是实现公益艺术培训班次翻一番。公益培训投入从2017年297万元新增至380万元，培训班增至200个，实现班次翻一番；各镇（街）培训的经费补贴增加，每个镇街补贴从2万元增加至3万元，镇（街）分馆的镇（街）补贴增至4万元，镇街培训场次大大提升。二是为精品演出进镇街注入本土元素。在引进省级以上精品剧目的同时，安排约25%的场次用于采购本土优秀艺术家或艺术团中的精品项目，以推广本土优秀的剧目。2018年全年投入400万元，采购精品演出38场配送到全市各镇街，包括广东省粤剧团的《八和会馆》、广东省木偶

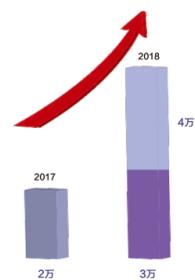
剧院的《木偶奇遇记》、广东珠江交响乐团《音乐会》等省级精品剧目，以及本土优秀剧目东莞长安粤剧团的《浴火凤凰》、崔臻和名家工作室《音乐会》等。三是提升社会文艺团队参演水平。完善2018年城市艺术空间演出评选标准，设置了初评、复评两轮评选，按照“方案评审——指导修改——专家复评”的环节进行评审；加强演出指导、丰富艺术类型，提升业余文艺团队的演出水平。2018年城市艺术空间全年演出137场。四是强化特殊群体公共文化服务。策划举办爱心文化馆系列活动：举办“星星联盟”系列活动，引进各机构特色项目长期进驻东莞市文化馆“爱心馆”项目，包括鼓动星扬、坦途计划、星星园培训班、绘本阅读等特色培训课程，全年共计开展培训课程224期，参与星星儿约9200人次；举办东莞心目影院活动，全年共举行21期讲电影活动，参与视障人士、群众约1000人次；组织心目影院进社区8次，参与的社区群众及工作人员约400人次。



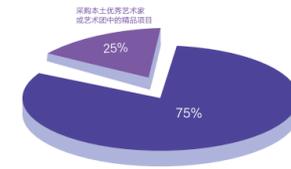
◆ 2018年全民艺术普及行动计划举办场次



◆ 2018年公益培训投入情况



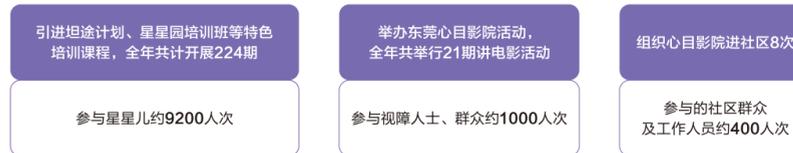
◆ 2018年对各镇（街）公益培训经费补贴情况



◆ 精品剧目采购全年投入400万元，共配送38场



137 2018年城市艺术空间全年演出137场



### （三）围绕现代文化艺术，创新策划东莞文化四季

在延续青少年艺术季的基础上，创新打造2018东莞文化四季，分别是：3到5月的“音乐季”、6到8月的“青少年艺术季”、9到10月的“城市文化交流季”以及11到12月的“视觉艺术季”。全年共推出了100多场艺术演出、30场精品展览、及3个大型品牌赛事，通过线上和线下参与活动的市民达10万余人次，东莞文化四季成为了东莞市民享受公共文化服务的重要载体。其中，音乐季举办了包括陈小奇、高翔等名家讲座，太阳之子、东莞音乐家等主题精品音乐会和“东莞声音”歌唱大赛。青少年艺术季重点推出了“我要上时装周——‘东莞杯’2018中国少儿超模大赛”，该活动是东莞市文化馆与服装行业机构进行跨界合作的新尝试，备受市民与各界媒体的关注，100多家知名企业、培训机构、媒体等参与其中，直接参与人数3200余人，大赛期间“文化莞家”公众号粉丝增加将近20万人次，取得了较大的社会效益。对外文化交流季举办了粤港澳大湾区城市影像联展、粤港澳大湾区城市非遗项目、东莞文化精品节目走出去、夏冰语言艺术大师班、徐瑞祺合唱指挥大师班等12项文化艺术交流活动，促进大湾区文化交流。视觉艺术季以“东莞·这座城”为主题，打造了“东莞作

用”——大型艺术展览等8大活动，围绕改革开放40年来东莞这座城留给当下的视觉演变记忆，讲好东莞故事。



#### （四）围绕传统文化习俗，深化打造传统文化品牌

2018年东莞市文化馆深化“东莞文化年历”品牌打造，围绕全年30个传统节日，深入策划开展春节、元宵、清明、父亲节、世界地球日、五一劳动节等重大节日活动，社会反响热烈。其中，“缅怀革命先烈、传承东纵薪火”清明节活动设计制作了网络献花平台，吸引了近10万人参与；“五一”期间，携手市总工会发动全市20多个工会联合演出，宣扬“用勤劳成就梦想，用创造续写荣光”的精神；在都市彩虹剧场举办的父亲节专题演出，引起5000多名现场观众的共鸣。丰富2018年家庭美育系列活动，推出万千风华、人生雅事、千古语音、阳光心路4个系列，包含了形象美育课程、点茶及插花等中华优秀传统文化技艺、民族乐器赏析、实用心理课程等内容。2018年共举办了40期活动，惠及群众3900人次。



◆围绕全年30个传统节日，深化“东莞文化年历”品牌打造。

#### （五）围绕岁末年初时间点，精心打造“莞邑春晓”品牌

在整合和创新文化馆岁末年初文化惠民活动的基础上，精心策划推出“莞邑春晓”新年系列文化活动。2019年推出16项活动，既有全新打造的文化馆日系列活动、新年诗会、草坪音乐会等，又有延续往年的新年舞会、挥春送福公益活动等。文化馆日展示新时代文化馆发展理念。文化馆日系列活动结合东莞市文化馆成立65周年系列活动进行，在冬至当天，邀请文化馆新老馆员回馆团聚，为馆史馆揭牌，共同回顾群文奋斗之路，畅谈未来发展之路；同时，策划举办10多项文化活动，吸引市民走进文化馆，了解文化馆，在文化馆过冬至。草坪新年音乐会彰显城市气质。草坪新年音乐会是东莞庆祝改革开放40周年“莞邑春晓”系列文艺活动中的高规格项目之一，旨在庆祝改革开放40周年，全面展示东莞40年来的建设成就和城市巨变，向全市人民送上一份共享改革开放成果的新年礼物。活动创新形式，首创在户外草坪上举办交响音乐会，特邀了国内一流的职业交响乐团——深圳交响乐团担任主要演奏团队，并从指挥、乐手到配套音响，全部进行了高规格的配置。活动吸引了2000多名市民参加，受到了领导专家和市民群众的高度点赞，音乐会盛况刷爆了“朋友圈”。

### 三、加强群文精品推广，巩固推进东莞群文创作

2018年，东莞市文化馆着力完善东莞群文创作推广机制，在坚持以文艺赛事为主要抓手的基础上，增设巡演和培训等更具亲民性和互动性的推广手段，使优秀的群文作品融入东莞市民的生活，实现为人民服务的初衷。

#### （一）持续举办文艺赛事活动

以文艺赛事活动为抓手，持续挖掘和选拔文艺创作精品，激励全市文艺工作者积极投身创作，挖掘创作人才，推动我市群文精品创作。一是成功举办了东莞市第五届合唱节。本届合唱节由市委组织部、市委宣传部、市直工委、市文广新局、市教育局、市总工会主办，市文化馆承办，在环节和内容设计上有所调整和创新：在组别设计上，新增群众歌咏组别比赛，鼓励爱好合唱的市民自发报名参加合唱节；在赛事机制上，增设了评委现场点评环节，提升市民对合唱艺术的欣赏水平；在媒体宣传上，设置了“最受市民喜爱合唱团”线上评选，让更多市民参与其中。本届合唱节活动持续一个多月，先后举办了合唱指挥大师专题讲座暨示范演出、合唱比赛、颁奖合唱音乐会等10项活动，有157支团队共

8000余人报名参赛，20多万市民通过线上线下的方式参与了活动，是报名、参与人数最多的一届合唱节。二是成功举办了东莞市第二届群众戏剧曲艺花会。本届花会共收到参赛作品52件，7月17—20日进行了5场比赛，经评委评选、公证员公证、监审组监审，共评选出小粤剧《甜蜜的烦恼》、小品《劳动最光荣》、曲艺新木鱼歌说唱《公交车上》等12件金奖作品；小戏《抢救》、小品《局长来了》、相声《谁动了我的脸皮》等15件银奖作品；小粤剧《嬷麽的电话》、小品《清如梅香》、对口相声《我爱你，东莞》等25件铜奖作品；粤剧小戏《抢救》等25件创作奖作品。主办方对其中部分优秀作品进行了加工辅导和重点打磨，选拔出一批有新时代特色、有竞争力的戏剧曲艺作品，参加11月在广州举行的广东省第九届群众戏剧曲艺花会，并获得2金3银5铜的好成绩，在全省范围内继续保持文艺精品创作的优势。

东莞市第二届群众戏剧曲艺花会



#### （二）创作推广东莞市新编广场舞

为了进一步引导广场舞健康发展，提升东莞城市品质，东莞市文化馆策划推出了“幸福舞起来”2018年东莞新编广场舞的创作和推广项目，组织了一批东莞本土舞蹈、词曲作者历时半年多创作了6支富有莞邑风格、易学好看的新编广场舞，通过广场舞骨干集中培训、广场舞推广大使评选、“走进艺术云课堂”等途径，大力推广新编广场舞，丰富市民业余文化生活。此外还成立了广场舞协会，发布广场舞文明公约，让广场舞跳出文明范儿，推动东莞广场舞艺术的蓬勃发展。2018年10月11日，东莞新编广场舞

大串联《生活在东莞真好》作为东莞代表作品参加了“舞动南粤”全国广场舞广东省集中展演活动，并在来自全省21个地市的22支代表队伍中脱颖而出，荣获唯一奖项“十佳团队”荣誉。

#### （三）创新策划东莞文艺精品惠民巡演

为了让基层群众共享优秀文化成果，激励全市文艺工作者的创作热情，2018年东莞市文化馆组织了东莞市历年获得群星奖、省花会等省、国家级奖项的原创文艺精品，通过重新组织排演，形成一台全面呈现东莞文艺创作成绩的精品晚会：拥抱新时代——东莞文艺精品惠民巡演，配送到塘厦、石碣、寮步等6个镇街（站点），受到市民群众和群文创作者的热烈好评。

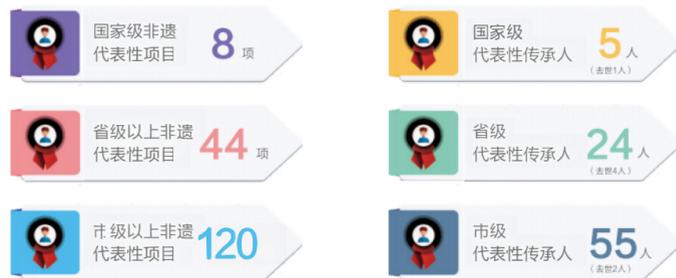
### 四、开拓非遗传承方式，全面推进非遗工作现代化

2018年，东莞市文化馆进一步完善制度设计，继续加强各非遗项目服务管理，促进非遗保护与各行业融合发展，以各项品牌活动为平台，以互联网+数字化为手段，以考评监督为抓手，全面开启东莞非遗保护工作的现代化之路。

#### （一）完善非遗保护机制

完善非遗传常态化保护工作机制，落实好各个环节。一是积极申报非遗保护名录，2018年东莞有3名项目代表性传承人被评为国家级非物质文化遗产项目代表性传承人，5个项目入选广东省第七批非遗代表性项目。目前，全市共有市级以上非遗代表性项目120项，省级以上44项，国家级8项；国家级代表性传承人5人（去世1人），省级传承人24人（去世4人），市级传承人55人（去世3人）。二是做好非遗项目影像资料制作保存，持续推进口述东莞非遗历史项目，全面启动6个国家级非遗项目的口述史抢救性拍摄工作，为东莞非遗留存珍贵的历史资料；举办“发现东莞非遗之美”影像展，展示了非遗项目之美，为积累非遗影像资料奠定了扎实基础。三是办好非遗理论期刊《润物》，出版了《润物·非遗进校园》。四是形成较完整的培训体系，分别针对非遗专干、非遗代表性传承人、市非遗专家开展“第六批省级非物质文化遗产项目代表性传承人申报工作培训班”“全市非遗专干与传承人培训班”“东莞市非物质文化遗产从保护工作委员会专家培训班”等系列培训。承办了“2018年全省非遗管理人员培训提高班”，全省各地70名非遗管理人员参加，得到了省领导、各兄弟城市的一致肯定。五是完善东莞非遗展览馆运营，面向社会招募志愿讲解员，逢周末为市民提供免费讲解服务，全年接

待预约参观团体超过50场次，平均每月接待超过3000人次。



◆2018年非遗保护名录简报

## （二）打响东莞非遗品牌

巩固深化东莞非遗活动品牌，提升东莞非遗的知名度和影响力。一是“非遗进校园”活动提质增量，推出了5大板块活动：非遗走进校园活动、学生走进非遗实践基地、“我是小小传承人”系列活动、非遗进校园示范性项目评选、非遗课程研发等；并与东莞市中小学体育艺术联合会、东莞银行、东莞康辉旅行社、东莞阳光网等社会企业单位合作，全年举办63场“非遗进校园”，总数量是2017年的3倍。二是“非遗墟市”项目提档升级，开通线上非遗墟市，引入文创产品进驻，开发“新”形式的专场墟市，如片区专场、城际专场、节庆特色专场、粤港澳大湾区城市非遗墟市专场等；与市内旅游团队打造非遗旅游新专线，促进了非遗墟市的影响力；组织“东莞非遗墟市”走出东莞，参加了中央广播大赛总台和广东省人民政府主办“21世纪海上丝绸之路中国（广东）国际传播论坛”活动，以及第五届中国非物质文化遗产博览会等。“东莞非遗墟市”全年共举办了70余场。三是策划推出了“莞香节”“腊味节”，大力宣传和推广东莞莞香文化、腊味文化。在农历小雪之日，举办莞香采香日文化活动暨莞香文化博物馆开馆仪式，不断擦亮“莞香文化”品牌。举办东莞市第二届腊味节，吸引了众多社会力量参与，18个腊味品牌齐聚东莞非遗墟市展销，并开展了“秋风莞味”东莞腊味影像展、腊味文化与红酒文化对话等活动。

## （三）推进非遗跨界融合

大力推动非遗跨界融合发展，拓展非遗项目现代化发展空间。一是举办第二届非物质文化遗产创意大赛，吸引了东莞市国贸中心、莞信手礼、腾讯网东莞等社会力量支持，大赛通过线上征集主题为“城市礼品”的非遗创意作品348件（套），最终评选出68件获奖作品（金奖1件、银奖9件、铜奖11件，优秀奖20件、入围奖27件），赋予东莞非遗新的生命力。二是开展非遗原创服装设计作品镇街巡演，让非遗转化的精品成果走近百姓，让非遗转化的精品成果走近百姓。三是推动“东莞非遗墟市”进驻国贸城，在国贸城“莞邑故事”主题文化街区设立了“东莞非遗墟市”，水乡经典腊肠“矮仔祥”、传承千年“庾家粽”、东莞小吃、谢岗荔枝柴烧鹅等非遗项目，东莞非遗墟市项目得到整体提档升级。此外，国贸城“东莞非遗墟市”还配置了东莞非遗文创产品孵化中心和非遗广场，未来将有多种形式的非遗活动在此举办，推进东莞非遗的宣传推广和传承。

## 五、深化内部运作管理，凝聚激活长远发展力量

### （一）落实全面从严治党

深入贯彻落实党的十九大精神及推进“两学一做”学习教育常态化制度化要求，推动市文化馆党支部党建工作深入开展。严格执行“三会一课”制度，精心组织召开党员大会，定期组织党员上党课。积极完成市直机关党员“大学习”微教育的任务，组织党员在网上进行考学、知识测试，组织全馆党员干部观看了纪录片《厉害了，我的国》、电影《钱学森》以及中共党史教育电影《大会师》，组织集中收看马克思诞辰200周年纪念大会，提高了全体党员干部的爱国热情。贯彻落实主题党日制度，组织全体党员参观“信念永恒——凝聚奋进力量”东莞党建主题展、开展了党员干部纪律教育月活动、参加《战争时期的中国摄影》主题讲座、参观了“东莞庆祝改革开放40周年大型图片展览”等，进一步丰富了主题党日形式和内容。策划开展系列主题文艺活动，宣扬社会主义核心价值观，包括举办“缅怀革命先烈、传承东纵薪火”清明节系列活动、承办并参加了“心中有党”——市文广新局直属机关党委庆“七一”学习教育活动，在东莞市文化馆“文化莞家”平台发起“心中有党”党员群众朗读红色经典活动，展现广大党员干部群众爱岗敬业、报效党和国家的精神风貌。

严格执行“三会一课”制度

01

02

“两学一做”学习教育

贯彻落实主题党日制度

03

04

策划开展系列主题文艺活动

◆落实全面从严治党“四步走”

## （二）严明规章制度

2018年东莞市文化馆重点做好了单位公务用车改革、人员出勤管理、公共办公空间改造、场馆安全管理等工作，严明并落实相关制度。开展公车改革，印发了《东莞市文化馆车改后公务用车出行保障管理办法》，规范了公务用车管理、妥善安置公务用车司勤人员，顺利完成了公务用车改革任务。加强工作人员出勤管理，严格执行请休假制度，组织人员到各部门开展出勤情况抽查，强化了员工的纪律意识。开展办公用房整改，根据上级部门的部署，对办公用房进行清理整改，利用公共空间改造成两个多功能会议室，提升办公空间使用效能。完善和落实场馆管理制度、安全生产管理制度和应急事件处理制度，抓好场馆安全管理。4月中旬，组织开展了为期一个月的安全检查月行动，对场馆开展全面安全隐患排查，并将安全巡查制度化，每月定期组织开展，及时发现问题并督促物业进行整改。此外，星剧场共完成了12次维修检修，完成了主楼及外围场馆监控点的增设、星剧场1号门升级改造、非遗墟市供电系统改造，进一步完善场地消防设施设备，及时更新和添置消防器材。

## （三）加强人才队伍培育

完善公共文化服务人才队伍培育体系，扩大公共文化服务人才培育覆盖面，强化基层公共文化服务人才、业余文艺团队、社会文艺团队的建设，进一步提升公共文化服务底气。一是加强基层群文业务人才培育。结合基层工作实际，推出了镇街文广中心主任高级研修班、舞蹈编导高级研修班、文化活动策划主持高级研修班、材料撰写高级研修班，覆盖文广中心主任及骨干、文化馆分馆负责人及骨干、基层综合性文化服务中心人员等。二是加强馆办业余文艺团队建设。在原有东莞合唱团、东莞民族乐团、东莞舞蹈团的基础上，新组建东莞市文化馆室内乐团、东莞古筝乐团、东莞戏剧曲艺团等，丰富馆办团队的类型，充实馆办业余文艺团队的力量。定期开展培训，组织团队参加国内

外活动。其中，东莞民族乐团参加由广东省文化厅、黑龙江省文化厅主办的“春雨工程”——广东省文化志愿者龙江行暨粤龙文化交流活动，演奏的民乐合奏《粤韵飞扬》作为此行唯一一个被选上的地级市节目，在哈尔滨、黑河、漠河连演三场，受到领导和观众的一致好评。东莞舞蹈团喜获广东省舞蹈最高赛事之一——岭南舞蹈花会金奖大满贯，将表演金奖、最佳作曲奖、创作金奖、作品金奖四个奖项全部收入囊中。三是引导文化志愿者队伍发展。做好文化志愿者队伍建设管理和培训，创新“文化志愿者大舞台”活动形式，成立东莞市文化志愿者演艺联盟，引导和扶持文化志愿者团队参与演出，目前吸引了超过100个团队进驻，代表着东莞市文化志愿服务工作进入了一个新的阶段。目前，东莞市文化志愿者服务队及团体有366个，其中各镇（街）服务队33个，市各场馆服务队9个，登记在册文化志愿者约3.7万人，服务项目超过1万个。四是增强文化馆团队凝聚力。举办东莞市文化馆2018年工作推进会，开展员工篮球、羽毛球、乒乓球等俱乐部活动，每月举办一次员工生日会，每月组织一次退休干部职工活动等。

## 附录

### 媒体报道情况

2018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。各大媒体也对东莞市文化馆各项工作争相报道，特别是系列重点活动，例如东莞市文化馆总分馆制、东莞文化四季、东莞文化年历、莞邑春晓系列活动等，成为媒体关注的焦点。据统计，2018年全年国家、省、市各级媒体发布关于东莞市文化馆的报道约4808条。

### 一、社会媒体报道情况

#### （一）媒体来源

国家级媒体：《中国文化报》《中国文明报》、中新社、网易等；

省级媒体：《南方日报》《南方都市报》《羊城晚报》《广州日报》《信息时报》《新快报》、南方网、腾讯大粤网、金羊网、奥一网等；

市级及其他媒体：《东莞日报》《东莞时报》、东莞电视台、东莞阳光网、东莞时间网、东莞文明网、一时半刻等。

#### （二）报道统计表

2018年各级媒体发布东莞市文化馆相关报道统计表

| 媒体级别    | 国家级媒体 | 省级媒体 | 市级媒体及其他 | 全年报道数量 |
|---------|-------|------|---------|--------|
| 报道数量(条) | 54    | 720  | 951     | 4808   |

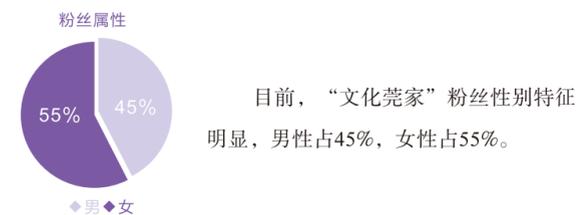
注：全年报道数量包含媒体、网站、微信推送等。

### 二、自媒体建设和运营情况

在微信公众号刚刚兴起之时，东莞市文化馆紧随传播媒介发展趋势，于2014年4月26日注册上线官方微信公众号“东莞市文化馆”。平台初期运营较为缓慢，近三年得到快速发展。



截至2018年12月28日，粉丝总数为376680人。



#### （一）粉丝增长情况



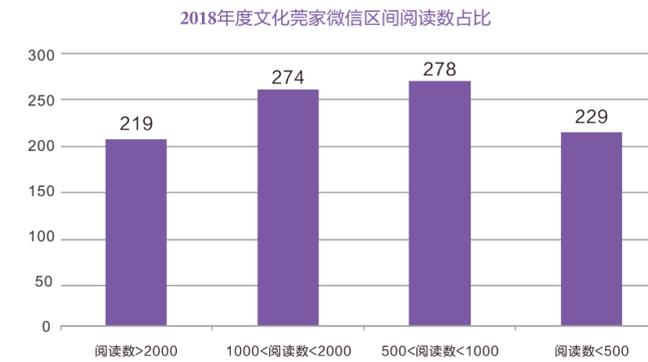
2018年粉丝快速增长，净增粉丝327546人，增长667%，平均每月增长粉丝27295人。



截至2018年12月28日，文化莞家公众号推文发布天数共计322天，发布条数共计1000条。

2018年3月起，文化莞家根据要求整理发布直属单位文化活动资讯，发布量增大。其中，从五月份起，文化莞家逐渐将直属单位零散的资讯分类整合，并增加部分镇街大型文化活动资讯发布，在原有【一周资讯】【全民抢票】的基础上进行内容丰富，与直属单位合作，将活动资讯宣传覆盖面逐步拓宽。另外，文化莞家同时增加了【莞展地图】【人物故事】【百名党员朗诵红色经典】等栏目，主要达到了内容合理分类发布的成效。

### (三) 推文阅读情况



文化莞家全年阅读量区间分布相对平均，其中阅读数大于2000的内容主要为大型活动以及抢票信息，如东莞文化四季、东莞第五届合唱节、戏剧曲艺花会展演、东莞市青年艺术家圆梦行动、“莞邑春晓”文艺系列活动以及部分大型演出等；阅读数小于2000则多为工作动态资讯以及常规活动内容预告及花絮的发布，如党建活动、东莞星星联盟、家庭美育、一见你就笑、星星儿童剧场等。

总体而言，文化莞家2018全年阅读较为理想，阅读群体逐渐扩大，呈年龄段分布平均、职业特点多样、兴趣爱好广泛的特质，为文化莞家新一年的运营奠定坚实基础。