

佛山市顺德区清晖园博物馆

清晖园博物馆 2023 年度工作报告

2023 年，清晖园博物馆在上级部门的正确指导下，顺应文旅业复苏大趋势，结合“百千万工程”、打造最友好制造业强区和“岭南潮品顺德”等中心主线工作，积极谋划，聚焦创新，推出多样化活动品牌，积极推动传统岭南文化创新性转化。

经不懈努力，今年我馆进馆量超 260 万人次，为历年新高，成为名副其实的顺德文旅地标。我馆党支部获区直属机关工作委员会评为首批“区直机关‘四强’党支部”；获评顺德区儿童友好示范点；入选为佛山市中小学生研学实践教育基地（营地）；成为第一批广东省研学旅行实践基地（营地）。



一、夯实党建工作基础，以学促干激发活力

（一）深化主题学习教育

为深入贯彻落实党中央关于开展主题教育的决策部署及各级相关部门工作要求，我馆党支部按计划开展主题教育学习相关工作，通过“三会一课”学习、“政治学习日”研学、主题党日活动、到附近红色教育基地开展党性教育等形式，抓好理论学习；通过开展揭榜挂帅、党员社区“双报到”、为群众办实事好事等形式落实党员先锋工程。



同时，支部围绕执行上级组织决定、严格组织生活、加强党员教育管理监督、联系服务群众、抓好自身建设等方面进行检视分析，并组织党员要对照习近平新时代中国特色社会主义思想，对照党章党规党纪，对照群众提出的意见建议，从政治觉悟、党员意识、为民服务、遵规守纪、道德操守、作用发挥等方面进行党性分析，进一步查不足、找差距、强担当、抓落实，把主题教育成果体现到高质量发展的成效上、体现到促进中心工作上。

（二）注重支部人才培养

为提升组织凝聚力，不断壮大党员队伍，为党组织注入新鲜血液，我馆党支部于今年 6 月按程序接收一名同志为中共预备党员。今年 9 月，我馆党支部根据人事调动安排，完成党支部委员增补选举，不断促进支部往年轻化、专业型、骨干型转化。

（三）开展丰富多彩的党员教育及党建活动

2023 年，我馆党支部扎实推进“三会一课”学习教育常态化制度化，积极开展形式多样的党员教育活动和党建活动，包括观看《南粤先贤》《新时代文化》视频；到中山博物馆、南海区九江镇廉洁文化教育基地、顺德区优质草鲩产业园智慧渔业展厅、北滘镇黄龙村、勒流富裕幸福龙舟馆等开展主题党日活动；引进《曙光·伟业》红色教育主题展览；与区老干大学支委会开展结对共建活动等。



二、2023 年度概览：文旅市场强烈复苏，打造火热流量平台

（一）相关数据喜人

2023 年全年入园人数为 260 万人次，为历年进馆量之

最；全年游客量呈现稳步增长，节假日流量吸睛：全年各法定节假日 26 日共计接待人数 35.2 万人次，日均 1.35 万人次，位列佛山市 A 级景区中秋国庆双节客流榜前三，全省博物馆中秋国庆假期客流量首位；暑假期间人气高涨，7-8 月入园人数约有 67 万人次，日均人流量约 1.2 万（人次）；良性口碑效益形成，长期位列抖音、美团、大众点评、高德地图、百度地图等热门出行生活平台佛山市旅游必选榜前列。



（二）数据分析

2023 年，我馆游客量呈现出较快增长，与全国旅游业快速复苏等背景相关，主要表现为以下几个特点：

游客群体年龄结构呈现年轻化趋势。来我馆参观的游客年龄结构年轻化趋势明显。亲子游、团队游成为日常出游的主要形式。以今年暑假为例，暑假研学旅行热潮兴起，我馆

的自然园林资源及科举历史文化受到亲子家庭游的欢迎，也为我馆带来较大旅行社团队流量；**地铁交通红利带来客流高峰**。随着 2022 年底佛山地铁 3 号线的开通，串联起广州、狮山两个大学城，游客出行条件愈发便利，多种因素促使我馆保持全年的高接待量；**传统元素个性化标签吸引八方来客**。根据我馆近两年游客调查报告结果，来清晖园博物馆参观游览游客是出于到顺德旅游打卡知名地标的目的，或是慕名“中国十大名园”“广东四大名园”等标签而来。**旅游消费体验方式更加多元化**。年轻群体喜爱 city walk、古风旅拍、探店拔草，主动在自媒体分享传播，带来新鲜流量。银发族则以退休休闲娱乐为主，对于手信特产、餐饮、住宿、购物等有很强的品质追求倾向。亲子游则看重各类便民配套设施以及孩子参观过程中的各类教育元素。

（三）展览项目精彩纷呈

我馆 2023 年全年共开展了 18 场展览，展览内容涵盖陶塑、玉石、中国画、版画、瓷器、粤剧、摄影、岭南建筑等丰富的艺术形式，展现岭南深厚文化底蕴。其中，《凤城百年零食铺·李禧记专题展》《妙手神韵——2023 潘柏林陶塑作品全国巡回展（清晖园站）》《玉见匠心——卢联生玉雕展》《华彩“瓷”语——顺德区文博协会彩瓷展》等精品展览深受广大市民游客喜爱，这些展览从不同角度展现了佛山非遗文化传承脉络，梳理了佛山当代工艺名家代表作品，

向外传递出顺德与佛山多元的岭南名城形象。



（四）社教活动创意领先

我馆 2023 年全年共开展了 110 余场社会教育活动，累计游客参与约 3.5 万人次。除了持续开展较为成熟的“清晖学堂”社教活动品牌外，今年我馆结合清晖园资源特色，新推出了“古园夜话”“夜探清晖”等活动品牌，为不同年龄群体提供丰富的园林体验活动。在全国弘扬非遗文化大背景下，我馆将非遗文化引入社会教育活动，如鱼灯体验、花丝镶嵌工艺、剪纸、染整技艺、冷珐琅工艺、榫卯家居等。这些活动备受游客朋友喜爱，活动名额从招募通知发布即迅速抢空。种类繁多、形式新颖、内容丰富的社教活动，拉近了青少年与博物馆之间的距离，也为外来游客提供了亲近岭南文化的窗口。



三、勇立潮头创争先，研学文章做出特色

近两年来，我馆靠前创新，主动探索古园林与研学旅行融合发展之路。**2022**年，清晖园博物馆被评为顺德区首批中小學生研学实践教育基地，**2023**年先后被评为佛山市中小學生研学实践教育基地、广东省第一批研学旅行实践基地（营地）。今年，我馆立足自身园林资源，“菜单式”进行研学课程开发，目前已完善“少年造园家”系列原创研学课程，同时，我馆主动与专业研学机构合作，围绕“视听味嗅触”五感开发多体系的园林研学体验课程。目前，“少年造园家”研学课程设计实现了从幼儿到高中各年龄段全覆盖，现已完成幼儿园、小学两个学段社会招募试课，可落地推广。



同年7月，我馆在园区举办“学在途中 博物致知——顺德区首届研学成果发布会暨**2023**年清晖园暑假研学季启动仪式”活动，联合全区**14**家研学基地发布全区**2023**年暑假研学课程清单，成为顺德向外界展示文旅与研学良好融合的成果舞台。



四、聚焦合力同频共振，提供平台共赢互利

（一）凤城百年零食铺·李禧记专题展

今年 4-6 月举办的凤城百年零食铺·李禧记专题展，是我馆深度开展馆企合作的一次重要实践，我馆提供专业的展览场地和策展人才，本土老字号品牌李禧记提供展览筹备资金、展品及配套文化活动，双方实现资源共享，精诚协作。开幕式当天即获光明日报、南方日报、广州日报、羊城晚报、香港文汇报等 13 家主流媒体报道。



五、用好文博“小切口”，串联旅游“大行业”

（一）顺德潮物集——清晖潮墟

“顺德潮物集——清晖潮墟”，是一个以岭南文化为主

题的年轻市集，于周末和节假日在园区内引入顺德非遗、手工艺、创新创意文创展示和互动摊位若干个，以季度为单位招募摊主，优先遴选非遗传承人、手工艺人、文创从业者、学校青年学生创意产品、特殊群体公益机构进驻，以“**免收场地费用、反哺免费社教活动**”的方式开展。该活动深受热捧。摊位产品类型多样，涵盖香云纱、大漆、扇子、花丝镶嵌、玉雕、醒狮、园艺、陶艺、香道等工艺行业，**已形成可持续发展、可复制的优质公益活动模式**；带动更多的手工艺人灵活就业；每季度至少预留 2 个摊位供区内社会福利机构，摊位收入用于福利机构各项工作开展，进一步弘扬了社会主义核心价值观；手工艺人通过每周末在园区开展非遗讲解、手工授课等形式，向公众提供公益互动体验活动，拉近群众体验多元文化服务，助力打造“顺德潮物集”品牌良好口碑，共同推动顺德文旅事业发展。



六、联动兄弟单位资源，共续城市悠久文脉

2023 年，我馆与顺德区博物馆携手举办了多场大型文化活动，实现资源互补，如：**518 国际博物馆日**、**519 中国旅**

游日系列活动——岭南潮 品顺德 | 黔山绿水·情浓凤城活动；“行走顺德·古韵今风”文化探寻系列活动启动暨伦教龙田龟苓膏文化体验馆启用仪式；“畅享非遗·与你同行”——2023 年顺德区“文化和自然遗产日”系列活动启动仪式等。



七、做好流量 IP 大平台，讲好城市营销故事

（一）成为多级媒体热门取景地

我馆经过多年在文旅行业的深耕细作，累积了丰富的园林资源和服务经验，成为吸引国内外游客流入的重要景点，是顺德一张地标性文化名片。2023 年，各级主流媒体纷纷选择清晖园为顺德热门取景地，多个文旅节庆分站点也选设在此。我馆累计接待了大小近 60 次央媒、省级、地市级媒体取景拍摄活动：5 月，我馆作为在 519 中国旅游日广东省分会场迎来八方游客参观并参与表演互动。6 月，央视频人气主持王冰冰推广岭南非遗文化短片在清晖园多处取景，岭

南园林与粤曲艺术完美交融，助力佛山非遗火“出圈”。9月，我馆作为2023年大湾区曲艺周分站点，隆重接待了曲艺名家刘兰芳先生，园区内点缀着广绣、大良鱼灯、龙舟说唱、粤曲等顺德非遗元素，刘兰芳先生当场主动为清晖园的保育和顺德非遗打call；明星云集的湖南卫视沉浸式美食轻推理真人秀《中国有滋味》、深圳卫视《大湾区玩家》综艺节目更是将万千流量引入顺德，城市营销力拉满。11月30日，由央视摄制团队出品的《文脉春秋·佛山》纪录片在CCTV1综合频道播出，清晖园的彩色玻璃窗优雅出镜，将岭南园林的中西合璧之美展现在全国人民面前。



八、抢抓多条宣传线路，拓宽自我宣传矩阵

1、创新官方微信公众号内容传播

我馆现官方微信公众号订阅粉丝量 45 万+，较 2022 年翻了一番，微信传播指数位居全省同类博物馆媒体号前列。一年来，我馆不断丰富微信公众号运营形式，推出“强科普、宜观赏、有趣味”的图文视频内容，如说园、云赏清晖、清晖馆藏、楹联赏析、他们眼中的清晖园等，除了推广清晖园园林文化外，进一步扩展顺德文史相关内容，挖掘清晖园与顺德社会生活的联结点，为推动顺德城市营销贡献好故事。



原创日历海报

2、孵化小红书官方媒体账号

小红书作为一个正在崛起的年轻人社交平台，我馆拥抱新兴的宣传方式，将小红书作为推广宣传的新阵地。出行指南、拍照打卡、盖章热，成为清晖园在小红书上最受年轻群体喜爱的内容。结合小红书用户的兴趣点，策划开展小红书专场活动，例如招募小红书达人拍照打卡征集活动，利用 518 国际博物馆日节点邀请达人入园参与“幸运锦鲤”早鸟场投喂活动，加强文博爱好者线上线下的联动，推动鼓励自媒体

对清晖园进行自发宣传。



3、创造话题情景积极引流

今年，我馆积极挖掘园林特色元素，我馆推出一批特制行李牌及清晖十二花辰特色印章，通过创造游客感兴趣的话题情景，实现低成本的引流营销。每月上旬上线新品的策略，吸引了一大波博物馆爱好者蹲守打卡；与本地大品牌酒店喜来登酒店合作，接待多位旅游博主到清晖园拍摄宣传大片；此外流量叠加的效应形成，不少大小网红、港台老戏骨、斜杠青年 V 主等在工作、出差、旅游计划中选择清晖园，并进行了视频传播，例如抖音千万级大 V “小黑诸鸣” 拍摄的探园短视频播放量近 10 万，使得更多人了解清晖园，为我馆引流一批几乎零成本的传播量。



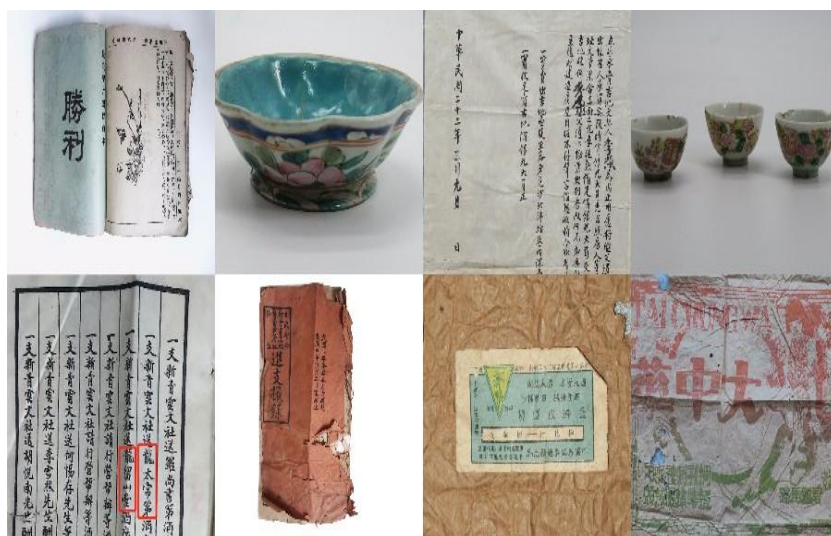
4、持续做好主流媒体平台高品质内容输出

2023 年，我馆多次荣获学习强国平台录稿,以清晖馆藏、楹联赏析、园林欣赏为主的图文信息深受用户喜爱，并登上学习强国全国平台。

九、担好文物守护人角色，丰富园林馆藏内涵

（一）文物征集获得新成效

2023 年，我馆共征集藏品（含辅助展品） 95 件/套。所征集藏品类别涵括家具、陶瓷、书画、纸质等，其中不乏意义重大的新增藏品。



（二）馆藏文物预防性保护工作

启动馆藏文物预防性保护工作，为馆藏文物配置“隔板式储藏柜”、“抽屉式储藏柜”、“抽屉式恒湿储藏柜”、文物囊盒、温湿度检测仪、便携式照度与紫外合一检测仪、温湿度记录仪等，创造稳定的微环境。

（三）馆舍文物安全保障全年无休

我馆是全国重点文物保护单位，馆舍多为木构建筑，消防安全保障一直是我馆工作的重中之重。今年我馆开展智慧消防安全项目，在园区配置了无线烟感火灾报警系统，用电设备探测器可实时监测园区用电情况，完善配电箱接地地网，全套项目与园区监控系统兼容，实现安消一体化。

安全防护经验成为推广案例。10月，佛山市古建消防安全标准化管理现场会在我馆举办，全市消防部门及各级古建单位齐聚一堂共同探讨古建消防安全行之有效的方案经验，我馆作为古建消防安全标准化示范单位，在园区为兄弟单位实地介绍相关工作经验。

