深圳市文化馆2025年度单位整体支出绩效评价报告

单位名称：深圳市文化馆

一、单位基本情况

（一）单位主要职能

深圳市文化馆主要职能是组织艺术与文化工作，包括组织重大主题活动，开展理论研究和创作，全民艺术普及与推广，促进文化艺术交流，指导基层文化馆站；开展馆站联盟、志愿服务总队和数字文化馆建设；传承中华优秀传统文化；搜集整理民间文化艺术遗产；设计制作艺术音像作品等。

（二）年度总体工作和重点工作任务

2025 年，深圳市文化馆以党建为引领推动业务深度融合，聚焦全民艺术普及核心，深耕品牌打造、文艺创作、数字服务等工作，稳步推进新馆建设，抓实常规运营，全面提升公共文化服务效能。重点工作包括：一是筑牢党建堡垒，落实组织生活制度，以“艺术拼团”等党建业务融合案例打造示范，申报市直机关青年课题。二是深化艺术普及，开展公益培训服务超 10 万人次，做优“艺术拼团”品牌，完善“1+10+N”总分校体系，推进服务标准化建设，培育高水平群众艺术团体。三是焕新文化品牌，办好“鹏城金秋”文化节、“我们的节日”等活动，创新推出银发文化生活季，覆盖多元群体文化需求。四是升级数字服务，完善线上平台，扩大文化传播覆盖面。五是打造文艺精品，组织作品斩获群星奖等国家级、省级大奖，强化群文理论研究与课题申报。

六是壮大志愿服务，推动“文义惠鹏城”品牌与艺术普及融合，拓展服务场景。七是推进新馆建设，完成85%形象工程，同步谋划运营模式与开馆筹备。八是抓实常规工作，做好安全生产、网络防护，圆满完成首次文化艺术专业职称评审，保障各项业务平稳开展。

（三）2025年部门预算编制情况

我馆严格按照《中华人民共和国预算法》要求，根据《党政机关厉行节约反对浪费条例》及《2025年部门预算编制工作指南》等规定，科学考虑我馆年度履职需要，依法合理编制预算，重点保障基本支出，按轻重缓急优先安排我馆事业发展中关系社会民生和稳定发展的项目，严控“三公”经费及会议、差旅、培训等支出，切实优化资源配置，提高财政资金使用效益。提高财政资金使用效益。预算管理流程为各业务部门根据发展规划、年度工作目标、重点工作任务编制预算、绩效目标，报分管领导审核后，综合部汇总报馆班子会讨论研究决定后上报。我馆对人、财、物等资源科学配置，合理利用，所有履职项目均纳入绩效管理，以落实绩效指标为目标，提高预算经费的使用效率。

（四）2025年部门预算执行情况

1.资金管理

（1）预算执行情况

2025年财政拨款收入预算4,604.83万元，决算4,547.63万元，预算执行率98.8%（较2024年97.7%提升1.1%）；基本支出

预算3,730.26万元、决算3,682.16万元，项目支出预算874.56万元、决算865.47万元，较2024年均有下降，原因是2025年压减了一般性支出、取消一次性政府性基金项目等。“三公”经费决算6.94万元，完成预算59.83%，较上年下降46.7%；差旅费均按“过紧日子”要求压减，无会议费、培训费支出。截至2025年底，无财政拨款结转结余，也无非财政拨款结转结余，资金全部执行完毕。

（2）财务合规性

严格落实零基预算、压减一般性支出等财政要求，资金使用效益提升；重点经济分类支出未发现问题，非税收入（64.76万元）依规征收，新增评审费等非税收入项均合规。

（3）预决算信息公开情况

单位每年遵照上级部门要求按时完成预决算及绩效信息公开工作。

2.项目管理

重点项目（艺术拼团、鹏城金秋、公益培训等）均按年度计划完成，且获得国家级、省级奖项，项目资金随整体预算压减但仍保障核心成效；省级承办/协办项目（南粤木棉红惠民演出、文化馆服务宣传月等）顺利开展，项目资金纳入整体项目支出决算；新馆建设项目为年度重点，整体形象工程完成85%，按计划推进至2026年竣工。

3.资产管理

2025 年底资产总额 641.37 万元（银行存款 120.02 万元、固定资产净值 341.04 万元、在建工程 180.32 万元），负债 79.92 万元，资产负债均按财务制度核算。针对极端天气、传染疾病等风险，保障场馆设施安全，固定资产物理层面防护到位。完成固定资产报废事宜，资产处置流程合规。现有场馆设施（现馆）充分用于公益培训、展览、剧场等公共文化服务，全年服务超 10 万人次，公共文化空间使用效益提升；新馆在建未投入使用。

二、部门主要履职绩效分析

（一）主要履职目标

2025 年深圳市文化馆核心履职目标以党建为引领，紧扣群众精神文化需求，落实文化体制机制改革要求，全力提供高质量、普惠性公共文化服务，助力文化强市建设。一是推动党建与业务深度融合，建强党组织，以党建创新引领业务突破。二是深化全民艺术普及，做优公益服务、“艺术拼团”品牌与总分校体系，推进工作标准化，培育群众艺术团体，关注特殊群体文化需求。三是焕新本土文化品牌，创新活动形式与场景，打造特色文化活动，丰富群众文化生活。四是升级数字文化服务，完善线上平台，扩大文化服务传播与触达范围。五是提升行业影响力，承办协办省级以上项目，组织作品参与高端赛事，加强文化交流协作。六是强化文艺创作，以理论研究为引领，打造精品力作冲击重大奖项。七是壮大文化志愿服务队伍，拓展服务场景，推动志愿服务与艺术普及融合。八是稳步推进新馆建设，提前谋划运营模式与

开馆筹备，打造城市文化标杆。九是抓实安全生产、职称评审等常规工作，保障场馆运营与人才队伍建设，确保各项业务平稳开展。

（二）主要履职情况

2025 年，深圳市文化馆以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，推动党建与业务深度融合，围绕艺术普及、品牌活动、数字服务、行业影响力、文艺创作、志愿服务、新馆建设等核心工作全面发力，同时扎实做好安全生产、职称评审等常规工作，各项事业取得显著成效，公共文化服务效能大幅提升，行业影响力持续增强。以下为年度重点工作任务及完成情况：1.党建业务双融双促，筑牢组织建设根基。以党的政治建设为统领，推动党建与业务深度融合，各支部严格落实“三会一课”“主题党日”等组织生活制度，完成党支部换届选举，深入贯彻中央八项规定精神学习教育。“艺术拼团”案例获 2025 年深圳市“尖兵杯”工作创新大赛三等奖，相关案例被深圳市基层党建和社区工作典型案例汇编收录，成功申报两项市直机关青年课题，以党建创新引领业务发展。2.深耕艺术普及工作，实现多维度突破升级。免费开放创新发展：开设 85 个公益培训班，完成 1290 课时授课，2520 人报名、服务 10.1 万人次；为新就业形态劳动者子女开设 4 个专项班次，招收 102 名学员。打造“我就是主角”群众沉浸式艺术派近 10 场，超 1000 名群众登台展示；高质量举办第二届全民艺术普及推广季成果展

演。组建少儿艺术团、中青年舞蹈团等高水平群众艺术团体，为少儿艺术团成立30周年举办主题晚会及团史回顾展。构建多元办展体系，推出“公益大家展厅”，与多家单位联动办展，全年举办各类展览10余场。“艺术拼团”成效斐然：作为优质文化资源直达基层的重要举措，入选中国群众文化学会2025年度群众文化品牌创新案例、2025“感动深圳”关爱行动年度市民满意项目，获《光明日报》专题报道。“深艺通”小程序注册用户超10万人，推出23期拼团课程、382门课、5920课时，累计服务超5万人次。总分校体系持续完善：构建“1+10+N”全民艺术普及总分校体系，向15家社会服务点配送36门课程，29名教师完成620课时教学，服务近3万人次。工作标准化建设推进：优化推广人选拔机制，463份申请经筛选171人考核通过；制定推广人管理规范并开展定期培训；出版《深圳市全民艺术普及声乐教辅》，在多地举办5场教辅发布主题音乐会。3.打造特色文化品牌，丰富群众文化生活。第二十二届“鹏城金秋”市民文化节：紧扣“艺术表达、全民共享”宗旨，创新推出街头艺术嘉年华、全民粤语歌曲大赛等新板块，覆盖全市11个辖区，开展近30场活动，超3万人次报名。其中广场舞大赛25支队伍、近600人参与，线上直播关注超20万人次；原创作品大赛55支队伍参赛，评选出55个获奖作品；举办“我们走进艺术殿堂”成果展演、“湾in？街头艺术嘉年华”等特色活动，闭幕式集中呈现优秀成果。“我们的节日”系列活动：融合中华优秀传统文化与流行文化，围绕春

节、中秋举办16场主题活动，融入国风潮玩、亲子共创等元素，开展全家福拍摄、非遗体验等活动，现场参与超3.5万人次。周末剧场常态化开展：全年举办31场演出，涵盖戏曲、交响乐、儿童剧等多类别，满足不同年龄层需求，现场观众累计约1.5万人次，票位供不应求。首届银发文化生活季创新推出：11月举办深圳市2025银发文化生活季，围绕中老年需求打造特色文化项目，现场参与超1万人次，线上关注超10万人次，践行适老化改革战略。4.升级数字文化服务，拓宽传播覆盖范围。完善“深圳文化馆云”平台建设，平台入驻单位发布活动讯息1.08万条，网站浏览量975万；微信公众号发推文242条，抖音、视频号发短视频107条，粉丝共计17.6万人，短视频累计观看近142.03万人次、获赞3.4万个。近30部视频登上学习强国平台，总播放量达148.12万，以数字化手段提升公共文化服务触达率。5.提升行业影响力，积极参与省市级以上交流赛事。承办协办省级项目活动：联合多地文化馆承办2025“南粤木棉红”广东省群众文艺作品惠民演出；牵头组织各区文化馆参与全国文化馆服务宣传周、广东省文化馆服务宣传月，报送20余项优质活动，馆长在省宣传月启动仪式上发表主旨报告，推广深圳经验。精品创作和赛事参赛斩获多项荣誉：4部作品入围第二十届群星奖终评，其中《追光》《风火山》荣膺群星奖双星，《追光》为广东群星奖改革近10年音乐类“首星”；少儿舞蹈《齿齿呀呀》少儿原创舞蹈《齿齿呀呀》获省少儿艺术花会银奖、省少儿舞蹈大赛金奖及全国“小荷风采”金奖；

在广东省第十三届少儿艺术花会斩获18奖项，舞台艺术类金奖数全省并列第一；广东省广场舞大会选送作品获金奖第一名；45篇作品参加全国“东丽杯”鲁黎诗歌评选，7篇（部）获奖。6.聚焦群众文艺创作，强化理论与精品双引领 群文理论研究走深走实：举办2025年深圳市理论作品评选，征集40余篇论文，24篇推荐至省文化馆、13篇入选中国文化馆年会征文，2篇作品分获优秀案例和三等奖；编辑出版《文化天地》4期，《2024年年报》获评全国“优秀年报”；完成文化和旅游部课题并获评优秀，应邀参加全国文化馆理论交流活动；成功申报团中央青少年发展研究课题，积极参与行业交流与案例申报。7.推进文化志愿服务，壮大队伍并拓展服务场景。截至2025年底，市文化志愿服务总队注册志愿者超9.1万人、队伍224支，全年开展活动超3万场，累计服务时长超30万小时。擦亮“文义惠鹏城”品牌，推动“志愿服务+艺术普及”融合，开展3场演出，组织志愿者走进监狱、戒毒所、武警部队开展特色活动，助力双拥文化建设，惠及群众超5000人次。8.全力推进新馆建设，统筹开馆运营筹备工作。新馆建设获市领导高度重视，市长、副市长亲临工地调研指导，新馆整体形象工程完成85%，预计2026年8月底竣工、9月底试运营。馆内与市局协同，围绕运营方案、开办费编制、开馆活动策划等事项多方沟通，探索“政府主导+引入社会力量参与”模式，为新馆打造城市文化标杆奠定基础。9.抓实常规重点工作，保障馆内运营平稳有序。安全生产常抓不懈：高效应对“韦帕”等台

风及强降雨极端天气，处置安全隐患；针对基孔肯雅热做好蚊虫消杀、环境治理；顺利通过“粤盾”网络攻防演练，抵御攻击37万次，强化网络安全防护措施。职称评审工作圆满完成：正式承担深圳市群众文化与艺术专业职称评审工作，审核420份申报材料，组织343人进入专家评审，最终289人通过评审获职称证书，助力全市专业人才队伍建设。

（三）部门履职绩效情况

1.经济性

经费管控成效显著，厉行节约落到实处。

1.1“三公”经费：2025年度决算6.94万元，仅完成全年预算11.6万元的59.83%，较上年决算数减少6.07万元、下降46.7%。其中公务用车运行维护费6.94万元（保有量4辆，用于机要通信等核心公务），因公出国（境）费、公务接待费均为0万元，较上年公务接待费实现100%压减。

1.2日常公用经费：各类公用经费均按要求严格压减，差旅费支出5.23万元，较上年13.66万元减少8.43万元、下降61.7%；会议费支出0万元，与上年持平；培训费支出0万元，因2025年未安排一次性培训支出项目，较上年7.02万元实现100%压减。整体公用经费随预算优化压减，资金使用效益显著提升。

2.效率性

预算执行率提升，重点工作全部按时完成。

2.1整体预算执行情况：2025年财政支出执行率达98.8%，较

2024 年 97.7%提升 1.1 个百分点，财政拨款收入预算 4,604.83 万元，决算 4,547.63 万元，资金执行进度高效有序。

2.2 重点工作完成情况：所有年度重点工作均按计划落地，核心工作与任务目标高度匹配，无未完成事项，关键成效如下：（1）党建与业务融合：完成党支部换届选举，“艺术拼团”获市“尖兵杯”创新大赛三等奖，申报 2 项市直机关青年课题，党建引领业务成效显著。（2）艺术普及工作：完成 85 个公益培训班级、1290 课时教学，“艺术拼团”推出 23 期课程、服务超 5 万人次，构建“1+10+N”总分校体系，配送课程 36 门、服务近 3 万人次，全维度完成艺术普及任务。（3）品牌活动开展：成功举办第二十二届“鹏城金秋”市民文化节（近 30 场活动）、16 场“我们的节日”、31 场“周末剧场”、首届银发文化生活季，各类品牌活动均按计划落地。（4）文艺创作与赛事：4 部作品入围第二十届群星奖终评，2 部获群星奖，少儿舞蹈《齿齿呀呀》获全国“小荷之星”金奖，在省级赛事中斩获多项金奖，完成精品创作与赛事参评任务。（5）新馆建设：新馆整体形象工程完成 85%，按计划推进至 2026 年 8 月竣工节点，同步完成运营方案调研、开办费编制等筹备工作。（6）常规工作落实：顺利通过网络安全“粤盾”攻防演练，完成 420 份职称申报材料审核、289 人职称评审，安全生产、疫情防控等工作均按要求落实。

2.3 项目完成及时情况：所有年度项目均按时保质完成，无延期、滞后项目：公益培训、展览、演出等常态化项目按月/按季度

推进；“鹏城金秋”“银发文化生活季”等阶段性项目按既定时间节点举办；省级承办/协办项目（如“南粤木棉红”惠民音乐会）、国家级赛事参评项目均在规定时限内完成筹备与报送；新馆建设、数字文化平台运营等长期项目按年度计划推进，节点任务全部完成。

3.效果性

多元效益凸显，公共文化服务价值充分释放　无直接生态效益相关信息，经济效益、社会效益、可持续影响成效显著，具体如下：

3.1 经济效益

以公共文化服务拉动文化消费，“鹏城金秋”市民文化节创新推出“街头艺术嘉年华”，将活动延伸至商圈、广场等城市公共空间，联动文创市集、非遗展演等业态，激活城市文化消费场景，带动周边文化消费活力。

创新“政府主导+引入社会运营”新馆运营模式探索，为后续文化场馆市场化运营、降低运营成本、提升经济效能奠定基础。

非税收入合规增长，2025 年非税收入 64.76 万元，较上年增加 3.07 万元、增长 4.98%，新增群众文化及艺术专业职称评审费等收入项，拓宽合规收入渠道。

3.2.社会效益

作为公益性文化单位，以社会效益为核心履职成果，覆盖全人群、全区域，成效触达千万人次：（1）服务覆盖面广：全年公

益培训服务10.1万人次，“艺术拼团”服务超5万人次，总分校体系服务近3万人次，各类品牌活动现场参与超10万人次，线上直播/关注量超百万次（如广场舞大赛线上关注20万人次、银发文化生活季线上关注10万人次）。（2）重点群体精准服务：开设4个新就业形态劳动者子女专项公益培训班,招收学员102名；推出银发文化生活季服务中老年群体，覆盖超1万人次；打造少儿艺术团、中青年舞蹈团等团体，实现老中青少全年龄段文化服务。（3）提升城市文化氛围：通过“我就是主角”群众艺术派、街头艺术嘉年华等活动，让超1000名普通群众登上艺术舞台，推动公共文化从“专业供给”向“全民参与”转变，丰富深圳城市文化内涵。（4）助力精神文明建设：开展“我们的节日”系列活动，融合传统文化与流行元素，吸引3.5万人次参与，推动中华优秀传统文化活态传承；文化志愿服务开展超3万场，服务时长超30万小时，惠及群众超5000人次，弘扬志愿精神。

3.3 可持续影响

（1）构建长效公共文化服务体系：形成“1+10+N”全民艺术普及总分校体系、“艺术拼团”优质文化资源直达基层机制，制定《全民艺术普及推广人管理规范》，推进课程标准化建设，为公共文化服务常态化、标准化开展奠定制度与体系基础。（2）培育高水平群众文艺队伍：组建少儿艺术团、中青年舞蹈团等专业群众艺术团体，培育171名全民艺术普及推广人，注册文化志愿者超9.1万人，为深圳群众文艺发展储备核心人才。（3）打造全

国性文化品牌：“艺术拼团”入选全国群众文化品牌创新案例、深圳关爱行动市民满意项目，获《光明日报》专题报道，成为全国文化馆行业全民艺术普及的先行示范，提升深圳公共文化服务的全国影响力。（4）新馆建设奠定长期发展基础：新馆预计2026年9月试运营，将打造为城市文化标杆，后续将进一步拓展公共文化服务空间、丰富业态，为深圳公共文化事业高质量发展提供硬件支撑。

4.公平性

各项工作获市民、领导及专家高度认可，满意度较高，核心佐证如下：（1）项目获评市民满意：“艺术拼团”作为公益服务项目入选2025“感动深圳”第二十二届深圳关爱行动年度市民满意项目，直接体现群众高度认可。（2）活动获广泛好评：第二届全民艺术普及推广季成果展演、“我们的节日”“周末剧场”等活动受到市民群众和领导专家的高度赞扬和肯定；银发文化生活季、街头艺术嘉年华等创新活动引发市民聚集围观，参与热情高涨。（3）服务模式获专家认可：“艺术拼团”成为全国文化馆行业有益探索与先行示范，获专家高度肯定；馆长在省级会议发表主旨报告，推广深圳全民艺术普及工作经验，行业认可度高。（4）线上线下反响热烈：各类文化活动线上直播、短视频播放量超千万次（“深圳文化馆云”浏览量975万、短视频观看近142万人次），线下报名参与踊跃（如“鹏城金秋”超3万人次报名），群众参与度与满意度双高。（5）精准服务弱势群体：针对新就业

形态劳动者子女、中老年群体等开展专项服务，实现公共文化服务普惠均等，保障不同群体的文化权益，体现服务的公平性与包容性。

三、总体评价和整改措施

（一）总体评价得分

通过开展单位预算支出绩效评价工作，依据各项指标考核评分标准，我馆本次自评得分98.6分，整体评价为“优”。

（二）预算绩效管理工作主要经验、做法

作为公益一类事业单位，我馆紧扣全民艺术普及核心职能与履职目标，将预算绩效管理深度融入公共文化服务全流程。一是绩效目标锚定履职，围绕党建融合、艺术普及、品牌活动、新馆建设等核心工作，科学设定可量化、可考核的预算绩效目标，实现预算与履职任务精准对接。二是经费分配聚焦实效，按项目履职成效优化资金配置，重点向“艺术拼团”、群星奖精品创作等高效能、高影响力项目倾斜，强化资金对核心业务的支撑。三是过程管控动态跟进，对公益培训、赛事参赛、数字服务等重点项目，跟踪经费使用与服务产出匹配度，及时调整资金投放方向。四是结果应用闭环管理，将绩效评价结果与后续预算安排、项目优化挂钩，把群众满意度、服务人次等履职指标作为评价核心，推动预算绩效与公共文化服务社会效益深度融合。

（三）部门整体支出绩效存在问题及改进措施

1.存在的问题

下半年预算执行进度落后时序进度，我单位第三、四季度预算执行率皆因项目延迟而落后。主要原因是：大型活动集中在年底。作为群众文化服务机构，我单位的许多文艺活动具有明显的季节性特征，如“鹏城金秋”市民文化节、艺术拼团、走进艺术殿堂等品牌活动主要集中在下半年特别是第四季度举办。这种活动安排导致相关预算资金也集中在年底支付，造成预算执行的不均衡。　2.改进措施。（1）建立项目进度与预算执行联动机制。将项目实施进度与预算执行率紧密挂钩，确保预算执行的均衡性和及时性；（2）实施项目进度倒排机制。对于所有预算项目，特别是涉及资金量较大的重点项目，如“鹏城金秋”系列活动、全民艺术普及相关活动等，要求项目负责人制定详细的进度计划，明确各阶段的时间节点和资金需求，并严格按照计划推进。

2.后续工作计划、相关建议等

2026 年深圳市文化馆核心围绕新馆建设运营与公共文化服务提质扩面开展工作，重点分三大板块推进。一是新馆建设运营，全力配合确保 8 月如期竣工，敲定运营模式并报市政府审议，完成开办费报批、资产采购与开馆活动筹备，统筹建新交旧保障业务平稳过渡，结合新馆需求提升人员队伍质量。二是全民艺术普及提质，公益培训保持 85 个班级以上规模，服务不低于 8 万人次，持续开设特殊群体专项班；10 月启动新馆课程确保教室满负荷使用，推动“艺术拼团”扩面，力争小程序注册用户破 12 万、服务超 5 万人次；新增 3-5 家总分校社会服务点，配送 50+门课

程；打造“名家零距离”讲座品牌，举办8+场群众艺术派对、12+场主题展览，完善社团梯队建设，新增团员50+人，打造1—2个原创精品节目，新增推广人180+人并完善培育机制。三是文化品牌焕新升级，高质量举办“鹏城金秋”“我们的节日”等品牌活动，以新馆开馆为契机打造群众文化活动品牌矩阵，加强与粤港澳大湾区及各地文化合作，提升深圳群众文化辐射力与影响力。