

1957年10月1日创刊

深圳国庆假期共接待游客620.34万人次，同比增长2.81%

旅游收入69.74亿元同比增长3.3%

羊城晚报讯 记者王俊、李天军，通讯员郭颖报道：记者8日获悉，深圳国庆7天长假期间共接待游客620.34万人次，同比增长2.81%；旅游收入69.74亿元，同比增长3.3%。其中国内游客557.84万人次，同比增长3.29%；国内旅游收入62.92亿元，同比增长3.83%。

今年国庆期间，深圳各大景区举办了丰富多彩的活动吸引广大游客。其中，世界之窗举行了“国庆WOW音乐

节”，十大主题狂欢秀一世界FEEL、国庆STYLE等活动。此外，欢乐谷举办了国际魔术节暨2019欢乐谷杯国际青年魔术大赛，请来国际魔术明星零距离街头互动演出。东部华侨城则举办了“图说中国展”等七大活动，甘坑客家小镇举行了“麒麟会师颂中华”及百人合唱“我和我的祖国”快闪活动。

国庆假日期间，深圳的铁路运输也非常繁忙，记者从深圳北车站获悉，自

9月29日起至10月7日，该站累计开行动车组列车2443对，日均开行271.5对；其中，广深港线开行1256对，杭深线开行1187对。深圳北站累计发送旅客308.85万人次，累计到达旅客294.44万人次。其中，单日旅客发送最高日是10月1日，深圳北站发送旅客39.05万人次，到达旅客35.86万人次；10月7日深圳北车站全站到达旅客23.41万人次，创建站以来新高。



深圳新闻

2019年10月 9 星期三 <己亥年九月十一>

A13

## 龙岗定制文化惠民“精准服务”

市民在家门口就可以享受高品质文化生活

文/李薇 张英信



台上流光溢彩，台下气氛热烈。9月26日晚，“我爱你中国——龙岗区庆祝新中国成立70周年文艺汇演”在深圳北理莫斯科大学礼堂举行。压轴亮相央视深圳春晚、荣获广东省第十一届精神文明建设“五个一工程”奖的龙岗区原创歌曲《我们中国》点亮整场演出，勾勒出中华儿女对未来的美好愿景，展现出举国上下不忘初心、蓬勃发展的壮丽画面。

“我在深圳龙岗，向祖国表白！”9月23日晚，“人民·红·向祖国表白”快闪店在龙岗正式亮灯，全面展现了新中国成立70周年的辉煌历程，突出深圳市、龙岗区改革开放40年来取得的伟大成就，为广大人民群众提供一个抒发爱国情感的窗口。

此外，为庆祝新中国成立70周年，龙岗区推出系列公共文化活动，包括文艺汇演、缅怀先烈、“家国情怀”摄影展、国庆电影展播和“致敬祖国”朗诵比赛等，不但活跃了群众文化生活，让市民共享文化成果，还丰富了节日内涵。

### 服务供给与居民需求相通

提到文化惠民，大部分脑海里浮现的还是小广场上“送”演出的场景，谁来演、演什么都是随机的，观众也是有空就来消遣时光，热闹而稍显凌乱。而龙岗基层的公共文化服务却是另一番景象。

9月20日，龙岗的本土团体“小弹唱live”在华为员工公寓献唱，场内外一派沸腾，为理想纵情，为梦想高歌。从龙岗东北的坪地到靠西的布吉街道、从产业园区到厂区职工宿舍、从学校到商场，“小弹唱live”的足迹遍布龙岗。他们的演出面向年轻观众，不管是刚从象牙塔走出的大学生还是生产线上的普通工人，都极其享受这样的演出并积极参与互动。不少人表示，这样的演出唱出了他们的心声，是他们真正需要的精神抚慰。

以上这些便是龙岗文化进基层的片段。“创建第三批省公共文化服务体系示范区”以来，龙岗区首次编制发布了全区年度公共文化服务目录，推动公共文化服务与人民群众文化需求有效对接，推进公共文化服务和资源进一步向基层倾斜，让文化真正走进街道社区、企业园区，切实办出百姓爱接近并且容易接受的文化活动，增强人民群众的文化自信，打造龙岗“文化高地”建设。

龙岗文化广电旅游体育局相关负责人介绍，公共文化服务要做到深入人心，是一个需要细分的活。龙岗400多万人，11个街道111个社区。社区中有外来人口聚集的现代

弘扬了传统文化和民间文艺，又融入了时代的节奏和韵律，深受群众欢迎和喜爱。“文化自信是一个国家发展进步的不竭源泉，是一个民族最动人的精神底色”。在经济腾飞和文化繁荣“双轮驱动”战略下，龙岗一跃成为深圳东部“文化高地”：“高大上”的文化园区、文化创意产业、文化街区不断涌现，建设深圳文化创意产业东部中心如火如荼，还正快创建国家级文化产业示范园区，着力创建国家体育产业示范基地。2018年，龙岗区文化产业实现产值1802.30亿元，同比增长11.91%，创造增加值464.02亿元，同比增长12.50%，占全区GDP比重超过10%。体育产业总产出突破100亿元，同比增长22.6%；创造增加值35.58亿元，同比增长26.1%，高端赛事不断集聚龙岗，在家门口就可观看世界级比赛和明星已成为常态：法国超级杯足球赛、CBA联赛、2019赛季中超联赛、俄罗斯女子冰球联赛、沃尔沃高尔夫中国公开赛

等大型赛事活动持续拉升了龙岗的知名度和影响力。同时，龙岗区还立足赛事带动、共建带动、产业带动、服务带动，大力推进赛事活动和旅游产业协同发展、竞技体育和体育产业齐头并进，走出了一条极具龙岗特色的体育产业高质量发展之路，形成体育生态圈高度融合的“龙岗模式”。同时，龙岗文化惠民行动一直在“润物细无声”地进行着。今年以来，龙岗区以创建“第三批省公共文化服务体系示范区”为契机，围绕“精准服务”的核心理念和建设路径，推动精准需求与精准供给的高效衔接，“你点我送”文化服务进社区、文体公益培训近1万场次，全民阅读推广活动500多场，共惠及市民超过380万人次，并将大型文化品牌活动资源向基层倾斜，让市民在家门口就可以享受高品质的文化生活，不断提升龙岗人民群众对公共文化服务的获得感与幸福感，在潜移默化中推进改善营商环境服务实体经济。

对龙岗区来说，科创是“硬实力”，文化就是其相辅相成的“软实力”。今年以来，龙岗区加大营商环境改革力度，出台相关措施，从优化企业服务、保障产业空间、降低营商成本等方面共同发力，着力打造一流营商环境，促进龙岗实体经济高质量发展。得益于文化软实力的提升，不仅丰富了员工的精神文化生活，也成为影响硬实力发展“看得见成效”的要素。

对于外资企业而言，接订单前外商“验厂”是一个严格的程序，需要3-4天时间。今年8月，英国航空公司委托SMT审核机构前往龙岗区平湖街道明辉实业开展质量认证时，却仅用一天时间就直接予以“通过”，给企业带来了2000万元的订单。高效通过的秘密是什么？就是龙岗区开展的文化公益培训。

据介绍，“验厂”代表到企业后，通过主管手机里保存的视频，发现企业文化活动丰富多彩，和他们“企业关注员工文化，注重对员工的服务和培养”理念吻合，于是给了企业一个高效“绿灯”。营商环境看起来高级又有些虚，但通过文化这个媒介得到了真实的体现。

在龙岗文化广电旅游体育局相关负责人看来，外商看重的“企业注重员工文化”正是龙岗文化进基层和文化公益培训的成果。现在，文化软实力不仅仅关乎客户、订单，对企业留住优秀人才也不可或缺。“龙岗有很多产业园区，不少园区员工人数和社区相当，就是一个小社会。对于优秀员工来说，除了硬件上的薪水、教育、医疗等条件，他们也很看重精神文化生活，特别是年轻员工。这也是企业‘竞争力’的组成部分。这种大型的文化活

动依托单个企业工会，力量肯定是要薄弱的，投入也有限。现在纳入到我们文化进基层、文化公益培训的体系，满足员工对精神文化生活的需求，让企业留住人才，同时也提升了龙岗企业的竞争力，从而由点到面提升了龙岗区的营商环境。”

据了解，今年以来，作为文化惠民工程的重要举措，龙岗区进一步优化公益培训机制，广集民意，分期实施，做到真正满足群众和企业文化需要，面向11个街道、93个社区和27个重点企业（产业园区）提供包括国学、舞蹈、器乐、美术、书法、摄影、声乐等53项培训课程，累计达到5348课时，直接惠及约71730人次。

此外，龙岗文化广电旅游体育局根据申报情况，针对不同企业和园区人员的不同需求，制定了多个文化公益培训“精准套

餐”：比如位于龙岗天安数码城的中广核集团，他们需要的文化培训偏重于传统文化、乐器培训等，他们就针对性开展相关文化培训。此外，龙岗文化广电旅游体育局还利用现有资源，比如将职业学院的诗经传唱艺术团放到课程部供“点餐”，广受欢迎。因为精准，所以更规范化。对于文化公益培训，龙岗区还制定了打卡制和出勤率，以保证培训的连贯性效果和资源的最有效利用。

另外，有些大型园区还和龙岗文化广电旅游体育局合作，将企业的中秋晚会和区里的文化进基层活动精准对接，从本来的游个园、吃个饭、抽个奖的企业活动，延展成一场节庆文化惠民演出，充实了内涵，提升了活动的档次，让2000名员工享受了一场寓教于乐、寄托心绪的中秋饕餮大餐。

### 文化大区的“面子”和“里子”

作为文化大区，龙岗近年来坚定文化自信，弘扬客家文化，发挥文化创意产业、公共文化服务优势，从深圳东部“文化高地”进阶为粤港澳大湾区“文化强区”。龙岗力推产业与事业协调发展、高端与普惠齐头并进、设施与服务共同发力，呈现文体服务有温度、产业发展有质感的良好局面。由于政策红利和规划支撑，龙岗区文体产业发展呈现出企业竞争力强、活动影响力强、文化软实力强等独特优势。

近年来，成绩有目共睹，带着鲜明深圳印记的中国梦作品——大型交响组歌《我们就是河流》成功首演；单曲《我们中国》获评2019年广东省“五个一工程奖”；成功举办首届深圳声乐季，推出“中国声乐人才培养计划”“中国声乐高峰论坛”“全国青年歌手展演”“全国青年声乐大赛”；成功举办首届深圳大芬国际油画双年展；文博会分会场数目连续十年名列深圳第一；区图书馆荣获“全国全民阅读示范基地”；龙岗区被评为“省体育产业示范基地”；大运中心及NBA中国赛（深圳站）分别获评“省体育产业示范单位”及“省体育产业示范项目”。

高端文体活动是龙岗文化的塔尖，是“大餐”，对于400多万人的龙岗区来说，普及公共文化才是人人可以享用的“家常菜”。“家常菜”如何烹制才能适合大家的口味？龙岗文化进基层活动正在逐步将“家常菜”变得更丰盛可口，让大家在日常生活中感受到别样的温暖。

创建“第三批省公共文化服务体系示范区”，龙岗是深圳唯一参与的行政区，是一份荣誉，也是一份挑战。作为一个公共文化服务的“中等生”，龙岗希望“以创达建”，以此为契机提速标准化的公共文化服务，促进其更精准、更便捷，冲刺“优等生”水准。今年初，龙岗区开展了基层文化需求调查，针对文化供给不均衡，文化项目和基层需求脱钩等状况，从回馈需求开始，进行了文化惠民的基础制度设计、体系建设，首次编制发布全区年度公共文化服务目录，发布城区公共文化服务菜单，评价体系和目录，进行资源的精准对接，让需求方“点单”，同时对接高端资源，广泛发动基层资源，让文化惠民点点开花。据悉，龙岗区正在制作文化惠民的满意度调查和意见反馈问卷，并将逐步常态化进行。

今年以来，龙岗区继续推进“区—街道—社区—居民小组”四级文体设施网络建设，预计全年新增公共文体设施面积10多万平方米。同时，扎实推进区挂图作战的大运中心配套设施、布吉文体中心项目建设，配合推进坂田国际艺术中心市级重大文体设施项目落地，以及大芬油画村、甘坑客家小镇特色文化街区建设，不断升级完善辖区文体设施，满足居民群众文体需求。

文化惠民真正可选，优质，从满足市民需求到提升市民素质、精神文化水平，这些正切实细化为龙岗的“软实力”。蓬勃而繁荣的文化建设，彰显龙岗文化自信，不断提升龙岗人民群众的获得感与幸福感。



### 数说

今年龙岗区全年面向各街道社区、企业园区和学校将组织开展各种主题文化活动224场

▲文化进基层专项活动，深入街道、社区、企业园区

六节庆文化惠民演出 17场  
传统文化(戏曲)进基层 18场  
高雅艺术进基层 15场  
“小弹唱 live”现场音乐演出 10场  
优秀文化艺术类遴选项目进基层 60场

场

文化志愿者进基层 11场

摄影/美术作品巡演 8场

大运会艺术团现代舞剧《浮流》《忘言》

基层巡演 20场

▲大型文化品牌活动资源向基层倾斜

聂耳青少年管乐艺术周 4场

深圳声乐季 1场

“龙岗正在唱” 5场

“流行舞蹈挑战赛” 4场

戏曲艺术周 6场

管乐艺术周 7场

开心麻花惠民演出 20场

▲文化活动向特殊人群倾斜

“鹏城歌飞扬”慰问治水提质一线职工专场音乐会

2019“同饮一江水”广东打工者歌唱大赛

文化志愿者走进龙岗福利院慰问演出

“牵手夕阳红 爱心满人间”养老院专场活动 12场

“关爱建设者 戏曲进工地” 2场