

首创“三大节”从职工中来，到职工中去

深圳市工人文化宫

公共文化服务体系中所作的尝试，探索开辟运营的存续之路。本节以深圳市工人文化宫为典型代表，着力解决工人文化宫在生存及运营中的难题和痛点，发掘广东工人文化宫在纳入

首创音乐节、文化节、体育节，是深圳市工人文化宫的一大特色。深圳市工人文化宫副主任刘宇星说，在市总工会的领导下，文化宫积极争取党委、政府支持，在阵地建设、功能发挥和服务升级等方面取得新突破，在职工文化、职工服务、职工培训等方面不断拓面提质取得新成效。



摄影 新快报记者 龚吉林
采写 新快报记者 陈慕媛

已完完成第一批建筑物清拆

改造 据介绍，深圳市工人文化宫始建于1953年，是深圳市唯一的市级工人文化宫，由于建设年代久远，存在整体建筑老旧、规划功能不完善、场地设施残破、资产价值高等问题，与深圳城市发展和职工文化需求严重不相适应，市总工会争取市政府和罗

湖区政府在立项、审批等事项上的支持，2021—2023年，文化宫整体改造工程连续三年被纳入“深圳市重大项目”，同时推进物业回收工作，解决有关历史遗留难题，目前已完成项目内第一批建筑物的清拆工作。

刘宇星告诉记者，未来的文化宫将

参考全国相关先进工人文化宫建设情况，结合深圳实际，重点围绕深圳和粤港澳大湾区产业发展以及职工多元化需求进行功能规划，争取在原址重建包括职工文化交流、职工体育活动、职工服务、职工创新、复合媒体、地下交通枢纽等六大功能的全新文化服务综合体。

直接参与职工上升至1.6万余人

阵地 近年来，深圳市工人文化宫聚焦公益性和服务性，紧紧围绕市总工会工作大局，提升工会组织服务职工群众的感知力、响应力、影响力和凝聚力，推进职工文化、职工服务和职工技能竞赛等重点工作再上新台阶。

在职工文化工作方面，深圳市工人文化宫以“从职工中来到职工中去”为核心理念，增强职工政治性、先进性和群众性，强策划、重创新、树品牌，2019年首创“深圳职工音乐节”“深圳职工体育节”“深圳职工文化节”职工文化品牌活动以来，通过“统一策划、统一品牌、统一宣传、统一管理”实现制度先行、标准先行，搭建起职工文化建设“六个一工程”的工作闭环机

制：推出一系列职工文化赛事、评比一批职工文化选手、策划一场职工文化盛典、制作传播一批职工文化产品、组建一系列职工文化团队、开展一系列职工文化活动，建立职工思政生态系统，开展一批既有摄影、舞蹈、游泳等传统文体项目，也有团队定向赛、电子竞技、“全民K歌”等新兴文体活动，职工喜闻乐见且方便参与的文化赛事和活动，同时开展一系列提升职工文化素养的课程培训，逐步构建起体系完整、运作规范、高效落实的职工文化活动体系。

三年同期直接参与职工人数从2600多人上升至1.6万余人，同比增长6倍，受众传播覆盖面从18万人次上

升至超1000万人次，同比增长近60倍。文化宫组建了一批富有深圳产业工人特色的高水准职工文化团队，超1000名职工文化骨干分子薪火传承，激励百万职工参与到各级工会组织的文化活动中来。文化宫还实现了职工文化工作参与面、受众面和影响力的全线突破，职工文化工作从原来的松散型、零星型活动方式向集约型、系统性职工文化建设生态圈提升飞跃，职工参与度、公众覆盖面、社会影响力等方面不断创历史新高。目前，文化宫形成百项市级重点职工文化项目，千场区级以上职工文化赛事活动，万家基层工会组织文化矩阵，千万职工高质量文化生活平台。

上半年过万名职工直接参赛

创新 “随着‘三大节’比赛开展的不断深入，我们与广大职工的联系也不断紧密，涌现了许多有意思、有意义的故事。”刘宇星说。令他印象深刻的是在2022年举办职工唱作大赛期间，有位职工因为自己的参赛作品没有评选上，特意打电话给组委会。在电话里，这位职工提到了自己原本在2019年报名参加了职工才艺（歌唱）大赛，但因为她母亲去世，最终没有参加，这成为了心头遗憾。她说自己十分在意工会举办的比赛，因为她觉得工会的比赛是十分公平公正的，所以她很希望能够参加22年的唱作大赛。

虽然最终她落选了，但是工作人员一直跟她保持联系，鼓励她继续参加各类比赛。“这个故事也一直在提醒我们，

今后在举办‘三大节’比赛的时候，评选标准一定要公平公正公开，这是我们必须坚守的底线和原则，只有这样，我们的‘三大节’才能得到更多职工的认可，才能吸引更多职工积极参与，才能真正让这个品牌深入人心。”

刘宇星还提到了去年职工摄影大赛文明风尚类一等奖的获奖者刘博，他是一名国企员工，在来到深圳的26年中，他从扎根基层的技术人员做起，亲眼见证着深圳的发展与变化。他原本是为了记录女儿成长的点滴开始接触摄影，随着女儿的成长，刘博的镜头里也逐渐出现了城市风光、人文、故事，他的获奖作品《市民中心的周末时光》记录了小孩、年轻人和中、老年人等不同人群在市民中心休闲玩耍的精

彩瞬间，“从他的镜头里，我们能感觉到深圳在蝶变，就像照片中的小孩子一样正在奔向美好和希望。”

刘宇星谈到有关成效。据他介绍，“三大节”作为职工文化建设的拳头产品、精品项目，自开展以来获得了广大职工的欢迎和认可，特别是今年创新采取了市区联动的方式以来，“三大节”的社会影响力不断扩大、基层发动面不断拓宽、职工参与度进一步加深，从发布通知以来，共收到各单位申报市级重点项目60个，经“二上二下”与各区、各产业沟通，剔除重叠、同类项目，最终确定24个市级重点项目，涵盖700余项区级以上赛事。今年上半年，“三大节”已经有2200余家基层单位工会参与赛事，10000余职工直接参赛。