

高质量发展看龙岗

龙岗观察

龙岗，就是这样「有意思」！

龙岗融媒记者 张祥

3月26日下午，龙城CC创意街区内，一场聚焦“广货行天下”的湾区T台春季发布会精彩举行。随着六位代表共同按下启动装置，2026“龙岗有意思生活年”正式启幕。

从2025年被媒体称为“有意思第一城区”，到2026年全面启动“有意思生活年”，龙岗用一年时间完成了从理念到实践、从活动到生活的跃迁。这背后，是一套环环相扣的系统性革新，更是对城市发展逻辑的深刻重塑。

当“心价比”开始超越“性价比”，当年轻人既要“有钱赚”又要“松弛感”，龙岗的“有意思”究竟藏着怎样的战略考量？让我们走进这座城区，去触摸它的“有意思”肌理。



热闹的深圳大运天地。龙岗融媒资料图

从“工业大区”到“有意思城区”

清晨六点，深圳大运中心，晨跑者的脚步声和着律动节拍。不远处，深圳大运天地的商业街区已渐渐苏醒。这里曾是2011年大运会的核心场馆，赛后一度面临“比赛完就吃灰”的尴尬局面。如今，它已蜕变为24小时不打烊的活力街区，周末人流量突破10万人次。

这一变化并非偶然。

在龙岗看来，“有意义才有意思”，让城区在活力满满的氛围中，成为年轻人的梦想孵化器、创意成真地。这看似轻松的表达，实则暗含一套完整的顶层设计。2025年1月，龙岗区七届四次党代会提出“奋力打造有意思、有商机、有得住、有品质的现代化城区典范”，把“有意思”写入城区发展基因。随后出台的三年行动方案，围绕“趣演艺”“趣文旅”“趣场景”“趣数创”“趣传播”五大板块，布局41项任务、101个项目，构建起全域沉浸式生活场景。

为何要下这么大力气去打造“有意思”街区？答案藏在时代发展的变化之中。

“当前，情绪价值驱动的消费新趋势持续升温，‘心价比’正超越传统‘性价比’，成为居民消费的核心考量。”在湾区T台春季发布会启动仪式上，龙岗区有关负责人给出了这样的答案。当Z世代成为消费与社交的主力军，城市竞争力早已不止于GDP和产业数据，更在于能否提供“可触摸、可感受、可互动”的文化体验。龙岗敏锐捕捉到这一变化，将“有意思”的品牌内涵从文旅消费延伸至城区发展的全维度。

2025年9月，在北京举行的“有意思生活方式大会”上，龙岗区委常委、宣传部部长易玉琨讲述了一个温暖故事：两名来深实习的大学生，在一家小吃店边吃边聊求职迷茫，离店后竟收到一笔意外退款，老板留言“欢迎来深圳，加油、免单”。此后，越来越多龙岗人参与进来，邀请来深打拼的追梦者们免费入住青年驿站，并热情分享本地招聘资讯。

这个故事深深打动了在场观众。当天，龙岗获评“2025有意思品牌（城区）”案例。从一个暖心的社区故事，到登上全国性舞台的城区品牌，“有意思”三个字的分量，远比想象中更重。

但仅有温暖还不够。龙岗的“有意思”，更体现在对城市空间的全新塑造。

走进坂田街道的机器人街区，仿佛置身未来世界。机器人狗与人互动嬉戏，机器人摊煎饼、制作咖啡、提供按摩服务，全球首家机器人6S店、全球首家人工智能6S店坐落于此。这个由旧工业区改造而来的街区，如今已成为科技爱好者打卡的热门目的地。

而在龙城街道，龙城CC创意街区上演着另一种“空间蝶变”，废弃的汽车修理厂被改造为艺文生活新地标，获评广东省“最美公共文化新空间”。桔子坑村的停车场楼顶“生长”出梦幻的儿童乐园，凉帽村百年围屋飘出咖啡香。这些藏在城中村里的“小而美”空间，正在重新定义“城市更新”的内涵。

龙岗的“有意思”，不是贴在表面的标签，而是长在街巷的肌理。数据显示：2025年，“趣龙岗”相关话题全网曝光量超2000万次，全年举办大型展演活动99场，演唱会承办数量、观演人次、票房均位列深圳全市第一，接待游客2537万人次，实现旅游总收入359亿元。

从“流量”到“留量”

2025年3月，“青龙湾·青年驿站”正式揭牌，龙岗区首批13家青年驿站、419张床位投入运营。无论是求职应届生、实习大学生，还是来深游玩的异地在读学生，都可享受7天至30天不等的免费住宿。这一举措看似平常，却藏着龙岗对“青和力”的深刻理解。

“安居仅是起点，乐业才是青年长远扎根的关键。”龙岗区住房和建设局主要负责人这样总结。数据显示，青年驿站80%选址于地铁枢纽1公里范围内，串联起华为等124家高新企业，形成“出站即就业、下楼即生活”的职住生态。截至2025年9月底，青年驿站累计服务青年7632名，入住青年就业转化率达51.4%，其中66.8%选择扎根龙岗。

从“一张床”到“一个家”，龙岗构建起“求职落脚一租房打拼一购房置业”的全周期住房解决方案。

这种对年轻人的“全链条”关怀，正是“有意思生活年”的深层逻辑——让“有意思”从短期活动升华为持久的生活方式。

但仅仅“住得好”还不够，还要“玩得嗨”。

“白天在深圳大运天地和朋友约饭，晚上在深圳大运中心听演唱会，周末去甘坑古镇拍古风照——这才是深圳打工的正确打开方式。”95后姑娘董诗涵的这句话，道出了许多龙岗年轻人的心声。龙岗正在构建的，是一张覆盖全年、贯穿全域、全民参与的“有意思”活动网络。

“多维化、全域化、全时化”成为“有意思生活年”的三大关键词。商业消费、文化体验、科技探索、情绪价值四大领域全面开花，11个街道、各大商圈、文旅景点串珠成链，“月月有精彩、季季有亮点”的活动矩阵正在形成。

3月28日，平湖街道山厦社区首届咖啡生活节在社区草坪温情启幕。这场以“左邻右舍，‘啡’尝一‘厦’”为主题的春日盛会，把咖啡市集搬进社区草坪，让咖啡文化融入邻里日常，以一杯咖啡串联起邻里温情与城区活力。

2026“龙岗有意思生活年”围绕六大板块展开：商业消费领域培育商圈经济、街区经济，推动文旅商旅深度融合；文化体验领域全年举办品牌活动，构建“十分钟文化圈”；科技探索领域联动数字创意产业走廊、机器人6S店，让前沿科技走进市民日常生活；情绪价值领域聚焦Z世代情感需求，打造互动活动；资源联动领域举办“有意思生活方式大会”，面向全网征集龙岗的100种“有意思”生活方式；出海行动领域借助APEC会议契机向世界讲述龙岗故事。这套组合拳，让“有意思”从活动变成了生态。

从“城区品牌”到“特区新表达”

2026年是“十五五”规划开局之年，也是深圳承办APEC会议的关键之年。在这个重要节点，龙岗全面启动“有意思生活年”，绝非一次简单的文旅推广，而是一场系统性的城区品牌重塑。

在2025年有意思生活方式大会上，易玉琨分享了这样一种城区服务生态：“我们全员都是‘店小二’，一年受理各类群众、企业诉求近40万单，有事你开口，龙岗秒级响应。”这种政府角色的转变，背后是龙岗对城市竞争力的重新定义。

当城市发展进入“下半场”，单一的经济指标已不足以衡量城区的吸引力。年轻人“用脚投票”，选择的是能提供生活松弛感、工作成就感和人生意义的地方。龙岗的“有意思”，正是对这一趋势的精准回应。

从产业维度看，龙岗手握多张王牌：连续八年位居全国工业百强区榜首，孕育了华为、比亚迪等科技巨头。这些“硬核”实力，为“有意思”提供了坚实底座。从文化维度看，龙岗2025年蝉联中国文化产业竞争力百强区第三，文博分会数量连续15年居全市首位。大芬油画村、甘坑古镇、龙岗数字创意产业走廊等文化IP，构成了“有意思”的内容富矿。从空间维度看，龙岗拥有300余座公园、深圳大运中心、龙岗国际艺术中心等高端公共设施，以及散落街巷的“小而美”特色空间。这些空间正在被重新激活，成为“有意思”的物理载体。

更重要的是，龙岗正在探索“文商旅科融合”的发展新范式。“上下楼就是上下游”——这句在龙岗广为流传的话，道出了产业生态的独特优势。从云天励飞由几人团队成长为上市公司，到区政务服务和数据管理局全国率先在政务信创环境下部署应用DeepSeek-R1大模型，龙岗的创新活力正在各个领域迸发。这种“人人皆可创新”的氛围，正是“有意思”最深层的内涵。

有观察人士指出，龙岗的转型恰是城区迈向高层次竞争力的鲜活样本，其核心在于政府角色的转变——从管理者变为服务者，从规划者变为共创者。这种转变，正是特区精神在新时代的守正创新。“因为敢开脑洞，总有新奇想法落地；因为敢于尝鲜，总能站在潮流前沿。”龙岗的“有意思”，本质上是一种“敢为人先”的改革精神在城区建设领域的延续。

2026，龙岗有意思生活年已然启幕。365天精彩不停，11个街道全域联动，六大板块花式上新。

这个春天，不妨来龙岗走走。在烟火气里遇见文艺范，在科技感中感受活人感，在街角巷尾发现惊喜，在日常生活里找寻诗意。

你会发现，有意思，原来可以是这样一种生活方式。