

## 编者按

书藏古今，港通天下。宁波作为海上丝绸之路的始发港、宋韵文化的重要传承地，正聚焦推进新时代文化高地和现代化滨海旅游

## 文旅深度融合发展 赋能东方滨海时尚之都建设

王磊 王琨 鹿兆玲

全力打造东方滨海时尚之都，是宁波建设现代化滨海大都市的重大战略部署。作为中国东海岸的重要城市，宁波拥有丰富的滨海资源和深厚的文化底蕴，具备文旅融合发展的资源基底。文旅深度融合作为助推城乡高质量发展的重要引擎，将多方面赋能宁波东方滨海时尚之都建设，通过营造文化创意环境，厚植海洋文化底蕴，建立文旅跨界联盟，不断提升城市时尚品质，激发滨海休闲活力，激活都市发展动能，打造宜居、宜业、宜游的全域旅游地，助力宁波实现高质量发展。

### 营造文化创意环境， 提升城市时尚品质

通过举办丰富多样的文化艺术活动，营造时尚和富有美学特征的高品质空间场景，吸引年轻创意群体聚集，为城市发展注入时尚与活力。

一是培育文化艺术品牌。进一步推广“考古宁波”“阿拉非遗”“我们的节日”等文旅品牌，加快并创新“阅读之城”“艺术之城”建设，打造“一人一艺”全民艺术普及示范区。以科技创新和数字变革为突破口，积极推进文化基因解析工程，塑造具有吸引力的宁波文化品牌标识，促进宁波优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，打造独具地方特色的宁波文化名片。

二是落地艺术家驻地项目。邀请国内外优秀艺术家进驻宁波开展艺术创作，并与当地文化机构合作举办艺术展览和工作坊，吸引更多文化创意人才和游客在甬聚集。进一步更新打造文化艺术街区，特别是提升滨海文化艺术街区的品质与特色，营造独具魅力的艺术氛围，提升宁波在国际文化艺术领域的知名度和影响力。此外，有计划地孵化地方性文化艺术节目，支持本地艺术家和团体创作并演出具有地方特色、高水准的文化艺术节目，丰富完善宁波的文化艺术生态系统。

三是建设文创产业基地。在基地内设立艺术工作室、创意办公空间、展示中心等基础设施和工作场所，为文化创意企业和艺术工作者提供良好的创作环境。在此基础上，推动宁波文创产业的蓬勃发展，进一步提升宁波市范围的空间品质。

### 厚植海洋文化底蕴， 激发滨海休闲活力

依托得天独厚的海洋生态与文化资源，积极拓展滨海运动休闲空间，加快发展海洋运动休闲项目，充分激发滨海休闲活力。

一是布局滨海休闲与时尚消费新业态。根据“全球海洋中心城市”“国际滨海运动中心”等发展定位，充分发挥港、海、城一体化以及生产、生活、生态融合共生的独特优势，围绕运动休闲、时尚潮流布局新业态，全力建设宁波海洋中心城市的标志性区域。

二是开发海洋文化体验项目。依托亚帆中心，充分利用宁波丰富的海岸线资源，大力发展海洋运动。培育宁波专属的城市赛事品牌，积极推动以桅杆、钓竿为代表的“两杆经济”，为游客创造多元化、沉浸式的海洋运动体验项目，让宁波焕发“更年轻、更时尚、更海洋”的休闲活力。

三是打造海洋文化创意街区。沿海岸线打造以海洋文化为主题，集文化创意、艺术展示、特色美食和购物体验于一体的海洋文化创意街区，旨在让游客在休闲购物的同时感受海洋文化的独特魅力。通过互动展示和虚拟体验，使游客身临其境地沉浸在奇妙的海洋世界中，加深对宁波海域海洋生态环境的了解，从而强化海洋保护意识。

### 建立文旅跨界联盟， 激活都市发展动能

整合多元力量，建立宁波文旅产业联盟，开展跨界合作，打造文旅创新研究与人才孵化平台，系统

推进宁波城市环境、人文、产业和市场多层次发展，协同支撑东方滨海时尚之都建设。

一是建立文旅产业合作联盟。整合文化、旅游和商业资源，开展跨界合作项目，创造更具吸引力和竞争力的文旅产品和服务。支持和引导文旅产业联盟成员协同合作，推动文化活动与旅游线路、商业品牌与旅游景观有机融合，为文旅产业注入新活力。

二是打造文旅创新研究平台。联合各成员单位共同策划和举办文旅主题活动，提升宁波的知名度和影响力，吸引更多游客参与、更多投资者投资。同时，组织开展文旅产业发展的前沿课题研究和实践探索，及时掌握文旅市场的新动态和新趋势，为宁波文旅产业提供科学指导和战略规划。

三是建立文旅人才孵化平台。组织开展相关研讨会和交流活动，促进文旅产业人才开展交流与合作。积极引进国际文旅和时尚产业人才，提高宁波文旅和时尚产业的国际化水准，为宁波文旅从业者提供学习成长机会，推动文旅和时尚产业的人才储备和创新发展。

四是联合开展文旅品牌推广和营销活动。完善文旅业态布局，加强品牌传播，打造宁波滨海时尚之都品牌形象，通过引进文化艺术与商业相结合的策展活动，提升消费者体验，通过广告、社交媒体、文旅展会等多种方式，提升宁波在文旅市场的知名度和美誉度。

总之，宁波以打造东方滨海时尚之都为目标，持续推进城市全面发展，勾勒出一幅产业与城市互动、多元产业跨界融合，人与自然和谐共生的生动画卷。未来，宁波需加快文旅深度融合发展，提升人居环境之美，彰显滨海风情之美，展现时尚活力之美，塑造都市形态之美，不断为宁波打造东方滨海时尚之都赋予新内涵、注入新活力、增添新动能。【本文系浙江省教育厅一般科研项目（Y202249022）阶段性成果】

（作者单位：宁波大学、宁波市文旅融合发展与国际传播基地）

名城建设新目标，文化先行、旅游领航、融合蝶变、创新赋能，不断丰富文化和旅游新产品与新业态的供给，让更多人“顺着运河来看海”。

## 主题研学旅行 促进“宁波帮”精神历久弥新

王岩 沈世伟

### “宁波帮”主题研学旅行发展的意义

今年是邓小平同志发出“把全世界的‘宁波帮’都动员起来建设宁波”号召四十周年。四十年来，广大“宁波帮”人士积极响应号召，持续造福桑梓，倾力襄助宁波发展成为长三角南翼的经济中心和港通天下的名城。

开发“宁波帮”主题研学旅行产品，一方面可丰富宁波研学旅行产品的类型，使宁波深厚的历史文化底蕴、多样的自然景观、扎实的教育基础得到有效挖掘和综合利用，另一方面可使研学者深入了解和感受“宁波帮”精神，进而对宁波产生情感上的认同，带动人才等多种资源的集聚，助推宁波发展。此外，对于海外“宁波帮”及其后裔来说，结合研学旅行开展乡土教育、爱国主义教育可增强他们对故土和祖国的归属感和认同感，巩固新老“宁波帮”和“帮宁波”人士与宁波的情感联结，有利于维护我国“一国两制”方针。

### 推进“宁波帮”主题研学旅行发展的基础

目前，宁波全市各类“宁波帮”文化遗存有数百处，以镇海为例，仅300余米长的庄市老街两侧弄堂里就密布60余处“宁波帮”遗迹，骆驼桥等地也曾云集商帮世家。部分遗存陆续得到修缮、恢复或展陈，如包玉刚故居、邵逸夫旧居、赵安中故居、郑氏十七房等“宁波帮”人士故居，成为广大市民和游客凭吊“宁波帮”遗韵的去处。同时，“宁波帮”新生代及文化新地标也不断涌现。占地2250亩的宁波

东方理工大学(暂名)，堪称“宁波帮”的文化新地标，与包玉刚等老一代“宁波帮”捐建的宁波大学交相辉映，连接2009年落成的宁波帮博物馆及其毗邻的宁波帮文化公园，共同构成天下“宁波帮”的情感地标和精神家园，是青少年学生汲取“宁波帮”文化滋养的重要教育基地。

此外，“宁波帮”人士数量众多、社会影响大，所生产的无形遗产不胜枚举。当代“宁波帮”双子星包玉刚、邵逸夫夫妇孺皆知，“宁波帮”开山鼻祖严信厚、“五金大王”叶澄衷、香港宁波同乡会创会会长李达三、希望工程“超级富豪”赵安中、“世界毛纺大王”曹光彪、“蛟龙号”总设计师徐芑楠……名闻海内外。这些“宁波帮”杰出人士的创新创业故事、勤俭持家事迹、爱国爱乡义举是“宁波帮”精神的生动诠释，是开发研学旅行产品的雄厚基础。

### “宁波帮”主题研学旅行发展的对策

一是拓展“宁波帮”史料和现状研究。“宁波帮”的形成，最早可追溯至明朝后期到清朝初期在北京创设的鄞县会馆和浙慈会馆。已建成开放多年的宁波帮博物馆，很好地展示了“宁波帮”发展历程中的一部分事迹和资料，但对早期和当下的“宁波帮”以及上海、香港等传统重镇以外的“宁波帮”的研究、挖掘和呈现还有待加强。

二是加强“宁波帮”文化资源普查工作。进一步加强“宁波帮”文化资源普查，在弄清家底的基础上对其实施大力保护和科学利用。对于“宁波帮”遗存丰富的街区和村落可采取整体保护的方式。同时，要重视研究和保护承载“宁波帮”文化底蕴

的各类非物质文化遗产，构建“宁波帮”文化记忆，持续更新、合理重塑“宁波帮”文化内涵。让陈列在博物馆中的“宁波帮”文物、深藏在巷陌村头的“宁波帮”旧居、沉睡在老宁波人记忆中的“宁波帮”往事活起来，成为让老一辈宁波人回味、让新一代宁波人自豪、让海内外“宁波帮”后裔共鸣、让外来游客惊艳并且可观、可赏、可亲近、可沉浸的文化IP和文旅产品。

三是完善研学旅行路线设计。系统规划“宁波帮”文化展示线路、廊道和网络，力求让市民在日常生活中、在不知不觉中接受、体悟“宁波帮”文化，也为研学旅行提供了多景点、多路线选择。如打造“宁波帮”文化长廊，以镇海“宁波帮”文化核心区为起点，串联三江口、老虎滩、庆安会馆、钱业会馆等承载和再现“宁波帮”文化记忆的空间场所；打造“宁波帮”文化IP，加快老街历史地段改造升级，完善“宁波帮”文化旅游线路。

四是健全研学旅行各项保障机制。通过加大与各个“宁波帮”企业或机构的合作，以宁波帮博物馆为龙头，加强基础设施建设、提高管理服务水平，树立“宁波帮”研学旅行品牌，打响“宁波帮”研学旅行品牌知名度。积极发展研学及相关产业融合项目建设，鼓励引导全市各地结合研学要素和“宁波帮”资源，打造一批集教育、住宿、餐饮于一体的综合性研学旅行基地，提供教学、接待、作坊、住宿、餐饮、体验等一站式服务，形成完整的产业集群。【本研究受宁波开放型经济研究院课题(KFJ2022010)资助】

（作者单位：宁波大学、宁波市文旅融合发展与国际传播基地）

## 数字技术为文旅深度融合注入新动能

王玉欣 郑媛媛

数字化浪潮下，大数据、数字虚拟人、元宇宙、人工智能等新技术的发展受到越来越多的关注，对文化旅游融合发展产生着深远的影响。近年来，宁波灵活运用数字技术赋能文化旅游产业，为文旅深度融合工作积累实践经验。

### 文化体验多元化， 打造沉浸式旅游新业态

借助增强现实(AR)、虚拟现实(VR)、混合现实(MR)等数字科技并融合文化创意等元素，沉浸式文旅为游客提供身临其境的场景体验，增强游客的参与感、互动感和新奇感。这一模式可以促进地方文化旅游新场景构建，对于文化旅游产业发展具有重要的推动作用，正在成为国内市场主流的文旅新业态。

2023年3月，文化和旅游部组织开展了智慧旅游沉浸式体验新空间试点培育工作，涵盖沉浸式演艺、沉浸式夜游、沉浸式展览展示、沉浸式街区/主题娱乐四大领域。随后，文旅部公布第一批24个全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单，宁波方特主题公园(女蜗补天、致远致远、飞翔)智慧旅游沉浸式体验新空间入选，成为浙江省内唯一入选试点。宁波还积极打造了其他数字文旅创新项目。象山《渔光之城》滨海场景演艺秀通过光影、艺术与科技的多维融合，结合周边一系列滨海文旅场景，打造出全国首个文旅元宇宙项目。这些文旅项目运用数字技术“活化”文化旅游资源，打破传统的文化旅游产业边界，创新演绎了中国传统文化与地方特色文化，给

游客提供了更多元和丰富的沉浸式文化体验，打造线下体验和线上体验连接的特色文旅场景，推动文化旅游深度融合、创新发展。

### 科技推动数字化， 引领文化旅游消费新升级

发展智慧文化旅游，需要建立由数字媒介、消费者与文化企业等多方主体组成的数字化文化旅游平台，建成智慧景区，以提升文化旅游信息化服务效率，助推智慧文化旅游生态体系完善。

宁波文旅机构积极开拓数字文博、云展览、网络直播等服务，推动线上线下融合创新发展，激活文旅消费升级。其中，天一阁博物院紧跟数字化的时代潮流，实施了数字化转型的深入实践。开展天一阁数字孪生项目，参观者可以观看到经过数字化处理后的天一阁文物藏品的“数字孪生体”，该项目获评全国首批虚拟现实先锋案例。天一阁博物院还开设线上虚拟展厅，联动线下展览，更高效地实现文化旅游数字内容的传播。在文化旅游消费的整合营销上，宁波文旅企事业单位积极发挥社交媒体的作用，促进信息流动，以满足消费者在文化旅游活动中互动和分享的需求。2024年3月，宁波博物院通过微信公众号等渠道，面向公众先后进行了名称征集、LOGO投票，得到了各界广泛关注。这一举措充分利用了社交网络渠道信息作用，给宁波博物院带来了“天然流量”，促进文化旅游参与主体之间的数据信息交互。

### 产业发展集聚化， 突出特色文化旅游品牌

文旅深度融合需要增强文化旅

游与其他产业间的联动性发展，培育具有特色文化基因的文化旅游集聚区和示范区。

市文化广电旅游局提出“实施龙头企业、骨干企业、新锐企业梯队培育计划，引导有条件的文旅企业实现跨界合作，支持本市文化企业跨界发展旅游业，支持本市优质成长型旅游企业做大做强”。在实践中，宁波聚焦文旅经营主体培育和新质生产力发展，打造了甬江软件园、民和数字经济产业园等一批数字文化园区。民和文化产业基地重点打造文旅金融服务平台，服务领域涵盖动画、影视、广告、直播电商等文化产业，组建千万级文化创意产业基金和小额贷款服务，推出20余款创新金融产品，为企业提供菜单式金融服务。此外，积极鼓励文旅企业加强自主创新和研发能力，加大数字化技术应用力度，开发具有自主知识产权的文旅技术产品。例如，宁波市龙头企业音王集团、大丰实业获评全省仅有的文化和旅游部技术创新中心。音王电声集团的沉浸式技术与大丰实业的智能舞台系统集成能够推动文化旅游重大项目，助力打造文旅新业态、新场景，是科技企业赋能文旅产业的示范案例。

宁波紧扣文化和旅游深度融合高质量发展思路，以数字技术赋能文旅产业，取得了一系列成果。在未来发展中，宁波应继续加强文化资源的挖掘和旅游产品的开发，应用数字技术彰显文化魅力，进一步激活宁波市的商帮文化、藏书文化、慈善文化、海洋文化等文化资源，提升旅游品牌影响力。

（作者单位：宁波大学、宁波市文旅融合发展与国际传播基地）

## 让影视剧热潮催开宁波文旅“繁花”

刘佳琪 沈世伟

### 一部剧带火一座城 现象频现

2023年年底，《繁花》掀起新一轮收视热潮，大量剧粉前往上海和平饭店、国际饭店、峇圣园酒家等剧中出现的场景地打卡，上海私家团和跟团游产品的预订单量环比分别增长75%和30%。美团外卖数据显示，在剧集播放期间，排骨年糕和泡饭的外卖订单量环比激增300%和150%。在此之前，《狂飙》作为2023年第一部爆款剧，不仅获得了CCTV-8收视率峰值破3的佳绩，“打卡《狂飙》取景地广东江门的”话题也冲上微博旅游热搜榜第三位，江门相关景区消费人次环比增长近5倍。可见，一部影视剧带火一座城的现象早已屡见不鲜。

诸多研究均显示，不少观剧者会在热播影视剧的推动下前往取景地打卡，试图以某种方式沉浸到他们热爱的影视场景中，与剧中人共情，进而与取景地在情感身份上产生某种程度的联结、认同乃至依恋。这种由热门影视剧引致的旅游消费行为蕴藏惊人的爆发力，可促成所在城市或区域前所未有的现象级旅游热潮，带动周边产品的热销，给当地带来巨大收益。

### 一部热播剧为何 未能助宁波文旅出圈

“宁波帮”蜚声海内外，但鲜有人知在邵逸夫之外，还有120余位宁波籍名人在中国百年影视史上熠熠生辉，开了中国影视的诸多先河。近20年来，宁波凭借优越的自然条件与日臻成熟的影视全产业链服务链吸引大量剧组纷至沓来，成为《神雕侠侣》

《长江七号》《搜索》《琅琊榜》《芈月传》《大江大河》《三体》等一大批优秀影视剧的主要取景地。然而一部又一部热播剧却始终未能助力宁波文旅整体出圈。

究其原因，从根本上说，是文旅产业在宁波地方经济中的地位相对较低，缺乏发展影视旅游的系统谋划，文旅产业与影视产业融合发展不足等。最显著的近例莫过于《长安十二时辰》。近两年来，《长安十二时辰》让本已网红的西安文旅火上加热。吸引千万游客前往西安打卡的名为“长安十二时辰”的文旅体验空间，是由陕西文化产业投资控股(集团)有限公司依据电视剧《长安十二时辰》开发运营的“中国首个沉浸式唐风市井生活街区”，该主题街区迅速爆红，成为影视剧IP转化文旅项目的全国样板。实际上，2019年首播的《长安十二时辰》拍摄于象山影视城，可惜宁波未充分利用该剧大做文章，却给西安做了嫁衣。

《繁花》为观众“复刻”了1990年代的上海，个性十足、韵味独具。《去有风的地方》处处体现“有一种生活叫大理”。反观宁波，在取景地借热播剧出圈之前，确实不乏展现宁波元素的《搜索》等佳剧，而近几年拍摄于宁波的热播剧却难以彰显宁波元素；大多是在象山影视城里以长安等古都为背景拍摄的古装剧，让剧组想到的是别处而非宁波；而在宁波市井街头或旧厂房、货仓、码头等地取景的现当代剧，却都隐去了宁波(如《大江大河》中的“东海市”)，也不体现“宁波帮”“宁波菜”等鲜明的宁波元素，难以让外地观众辨识宁波、迷上宁波。

### 培育宁波影视旅游的 “繁花”

让影视旅游的“繁花”绽放

宁波，助推宁波文旅腾飞，建议从以下两方面着手：

一是市级层面可汇聚文旅、影视、餐饮、交通、传播等各界专家学者和产业精英的智慧，系统谋划影视旅游，研究出台促进宁波影视旅游发展的政策。科学制定宁波影视旅游发展规划，注重相关举措的精度和效度，以期充分利用宁波优越的文旅资源、深厚的影视文化土壤、日臻成熟的影视全产业链服务链，加快推进文旅产业与影视产业融合，保障宁波影视旅游快速健康发展。

二是宣传及文旅等部门可加紧搜集国内外影视旅游目的地建设和营销的成功案例，深入学习、虚心借鉴。在继续吸引影视制作单位来甬取景拍摄的基础上，可引导其着力彰显宁波元素，为热播剧带动宁波文旅出圈奠定良好基础；同时结合剧情和场景尽早做好营销方案，并鼓励经营主体精心设计、及时推出文旅及其周边产品。“得青年得天下”已是文旅市场的广泛共识，宁波要紧紧把握当代青年的文旅体验趋势，用心打造青年友好型的文旅目的地，在食、宿、行、游、购、娱以及休憩、社交等方面充分考虑年轻人的消费偏好与支付能力。还可基于深入调研，推出更能吸引年轻人的城市形象IP，更能令其怦然心动的旅游营销口号，更能令其蜂拥而来、群起参与的体验活动。通过树立以最具活力和行动力、最能催生爆款的青年群体带火整体文旅市场的理念，在热情“追求”年轻人的同时，细心聆听和兼顾亲子、银发等其他群体的期盼和需求，从而带动文旅市场整体发展。【本研究受宁波开放型经济研究院课题(KFJ2022010)资助】

（作者单位：宁波大学、宁波市文旅融合发展与国际传播基地）