

党的二十大报告指出：“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”党的二十届三中全会《决定》强调：“健全文化和旅游深度融合发展体制机制。”东海之滨的宁波是一座融通中外的文化之城，八千年井头山遗址、七千年河姆渡文化，见证了中华海洋文明

的开端。近年来，宁波积极探索文旅深度融合发展路径，通过数字化赋能、特色IP打造、时尚化转型和机制创新等策略，推动非物质文化遗产的活态传承与旅游产业的升级。同时，宁波以文旅融合为抓手，借助融媒体技术和国际传播平台，向全球展示其独特的文化魅力，提升城市国

际影响力。然而，在实践过程中，仍面临国际知名度不高、传播效能待提升、产业融合度不足等挑战，为此，宁波需进一步挖掘文化资源的内涵与价值，加强跨产业联动，优化传播策略，构建精准化、在地化的国际文旅传播体系。

宁波“非遗+旅游”深度融合策略

秦梨丹 周春波

促进非物质文化遗产与旅游（即“非遗+旅游”）深度融合，不仅能激活非遗生命力、增强文化自信，而且能推动旅游产业升级，促进乡村振兴。宁波作为历史文化名城，国家级非遗代表性项目数量在全国副省级城市中名列前茅，覆盖了非遗十大类别中的九类。截至2024年8月，全市已拥有28项国家级非遗、103项省级非遗和372项市级非遗。近年来，宁波非遗旅游市场呈现需求上升、产品多样、活动多元的良好态势，与此同时非遗与旅游融合深度仍有待提升。

数字赋能“非遗+旅游”深度融合

数字化助力非遗从“看景”向“入景”转变，推动由“存档”向“活档”升级。利用现代数字技术对非遗技艺、表演、器物等进行数字化记录与存档保存，例如，对朱金漆木雕、骨木镶嵌等濒危技艺进行3D扫描建模，建立“数字非遗基因库”。通过VR、AR、全景影像等技术打造线上非遗展馆，让用户沉浸式体验非物质文化遗产，如游客佩戴VR设备“穿越”到南宋时期的宁波，参与海上丝绸之路的瓷器贸易。利用线上直播、短视频等新媒体和电商平台，创新“非遗+短视频+直播”新形式，如邀请传承人直播展示技艺，推进直播销售一体化发展，推动非遗文创云端“出圈”。利用AI生成非遗故事、虚拟数字人讲解，或在元宇宙中搭建非遗场景（如虚拟庙会、数字非遗工坊），提供交互式体验，如象山渔港通过全息投影，再现传统开渔节的祭海仪式。对数字化建设相对滞后的非遗馆、文化馆等，加大技术指导和扶持，鼓励建设数字大屏、数

特色IP推进“非遗+旅游”深度融合

构建宁波非物质文化遗产IP，凝练地方文化符号，塑造城市品牌和形象，推动传统文化从“小众传承”走向“大众消费”。打造宁波非遗IP要聚焦资源本体，通过创意提炼、品牌化运营和商业化拓展形成具有辨识度、传播力和商业价值的文化品牌符号。利用各类文创产品、旅游商品、非遗衍生品大赛，推进宁波非遗IP库建设，如宁波“十里红妆”婚俗IP、“金银彩绣”工艺IP、手持三北藕丝糖的“汤团娃娃”（非遗美食IP）、“双蝶纹”logo（梁祝化蝶传说）等。通过品牌化运营，借助宁波各区（县、市）的地理优势或商业优势，围绕“中国旅游，宁波开篇”“宁波，来了就欢喜”，有针对性推出“非遗+演艺”“非遗+民宿”“非遗+研学”“非遗+文创”等文旅新业态，打造具有地方特色的非遗IP，形成独特文化标识。推广跨界融合，拓展IP商业化路径。与知名品牌联名合作，打造“非遗+”联名品牌，推出非遗元素时尚单品，吸引年轻消费者。

时尚转型助力“非遗+旅游”深度融合

非遗的时尚转化，本质是让传统文化以符合现代审美和消费习惯的方式重新进入大众生活。推动非遗的时尚转化发展，深入挖掘非遗蕴含的手工艺、审美理念等中华文化基因，结合当今

消费与技术变化，强化非遗的商品转化科技创新。近些年来国潮盛行，非遗产品及融入非遗元素的商品，自带“文化含量”，是消费者眼中“值得拥有”的潮品。宁波非遗应抓住国潮机遇，将非遗元素与当代的消费需求、审美取向、工业设计、时尚创意等有机结合，通过传统非遗与现代艺术相结合，推出“国潮”文创产品，如宁海平调耍牙的“獠牙面具”（潮玩手办），以此丰富旅游商品、纪念品体系，增强旅游商品的文化内涵，展现非遗的文化魅力，激发非遗传承活力。

机制创新保障“非遗+旅游”深度融合

虽然近几年宁波不断出台非遗保护政策，但在现代化、科技化的冲击下，非物质文化遗产的脆弱性不断凸显。因此，推动非遗与旅游深度融合发展，必须在深入落实代表性项目制度、代表性传承人制度、区域性整体保护制度、传承体验设施体系、理论研究体系等保护传承制度基础上，强化非遗与旅游融合发展的机制创新。可以联络邀请宁波籍海内外知名人士、宁波知名企业、景区等，筹建宁波非遗保护公益基金，用于濒危非遗项目的抢救性保护及非物质文化遗产的宣传推广。增加对非遗代表性传承人、传承基地、非遗工坊、企业等主体的政策支持，激发传承主体的非遗传承和开发活力。重点加强非遗与旅游融合发展过程中涉及的场所许可、项目投资、再创作与产品研发、创业与从业人员扶持等机制创新，统筹推进非遗研究、保护、传承、利用、传播等工作，形成政府主导、市场参与的主动保护与发展局面。

（作者单位：宁波大学中法联合学院、宁波市文旅融合发展与国际传播研究基地）

宁波如何向世界“圈粉”：文旅融合与国际传播的创新实践

王芷晴 周涵 黄克己

宁波以其悠久的海上丝绸之路历史、丰富的文化遗产和创新的传播方式，正在向世界展示中国城市的文化魅力和发展活力。其实践探索表明，一座城市要真正走向世界，不仅需要深厚的文化底蕴，更需要创新的传播理念和现代化的表达方式。

战略引领：文化自信与开放创新的时代音符

作为海上丝绸之路的重要节点城市，宁波发挥其得天独厚的区位优势和文化积淀，将历史文化资源与现代传播理念有机结合，构建了一套独特的国际传播体系。宁波舟山港作为重要载体，将港口文化与旅游体验进行深度融合，打造了一系列富有特色的文旅项目，让游客能够切身感受这座港口城市的独特魅力。宁波相继出台了一系列促进文旅融合与国际传播的政策文件，这些政策不仅注重传统文化的保护传承，更强调通过数字化手段实现文化的创新性转化和国际性传播。其中，《宁波市文化和旅游发展“十四五”规划》明确提出要打造具有全球影响力的文化标识，将宁波建设成为展示中华文化的重要窗口。同时，《关于加快推进国际传播能力建设的实施意见》则从体制机制、平台建设、人才培养等多个维度为宁波的国际传播工作提供了系统保障。

此外，宁波在文化IP方面还注重挖掘本土文化资源的国际价值。以阳明文化为例，宁波开发了一系列面向全球的数字化文化产品。余姚市投资建设的王阳明国际研究中心，与众多知名学府合作，推出了《传习录》多语种动画解说系列，让这一东方哲学思想以更简易的方式走向世界。

这些创新举措不仅让中国传统文化焕发新的生机，更使其能够以更加生动、现代的方式走向世界。

技术赋能：数字科技助力文旅融合与国际传播

在数字时代，需要紧紧把握技术变革带来的机遇。通过与科技企业合作，宁波打造了多个具有示范意义的数字化文旅项目，让优秀传统文化以更加直观、互动的方式呈现给全球观众。其中，“元宇宙宁波”项目就是一个典型案例，通过VR技术1:1还原天一阁等历史建筑，让用户能够沉浸式体验古籍修复、造纸等非遗技艺。这个项目不仅在国内引起广泛关注，更吸引了大量海外用户的参与，成为展示宁波文化的新窗口。

另外，宁波文化在海外社交媒体的多年耕耘和持续活跃，充分展现了宁波在内容创作的独特眼光。GotoNingbo自2016年登陆Facebook、YouTube等海外主流社交媒体平台以来，一直深入研究并把握社交媒体运营规律。该账号不仅保持日常推文更新，还每年策划海外定点投放，精准触达目标受众，并推出高频互动活动，增强用户参与感，如该账号制作了沉浸式创意动画系列英文短视频《玩转宁波》。这些视频巧妙融合中华文化精髓和国际化的表达方式，生动展现了宁波的城市风貌和文化特色，成为传播宁波城市形象的亮丽名片。

全球视野：构建开放包容的文旅融合和国际传播新格局

目前，宁波正以创新理念和实践构建“数字引领、人才支撑、平台赋能”三位一体的国际文化传播新格局，通过数字化转

型、青年人才培育和多维平台搭建，打造具有中国特色的城市文化国际传播体系，为讲好中国故事、促进文明互鉴贡献宁波智慧。

在数字化传播领域，宁波构建起虚实结合的新型文化交流空间，如通过“数字海丝：从明州到多瑙河”AR沉浸式展览，观众可以穿越时空体验中欧文明对话的历史场景，这种创新形式打破了传统展览的时空局限。同时，宁波打造的“中东欧文旅资源云平台”实现了全市10个区（县、市）文化资源的数字化整合与智能匹配，如推动慈溪青瓷与波兰陶瓷等跨文化创意产品的开发。

人才培养方面，宁波采取开放合作的培养模式，与国内外顶尖高校建立战略合作关系，重点培养既深谙文化传播规律又掌握数字技术应用的复合型专业人才。“全球宁波青年使者”项目正在推进实施，通过系统培训和实践锻炼，培育了一批具有国际视野和文化自信的年轻传播者。这些青年使者既了解宁波本土文化，又熟悉国际传播语汇，能够用生动活泼的方式讲述宁波故事，成为连接中外文化交流的青春桥梁。

在平台建设维度，宁波采取“活动+机构”双轮驱动策略，构建起多层次、立体化的国际文化交流网络。一方面通过举办“海洋文化节”等品牌活动，打造具有影响力的文化盛会，以“宁波之窗”展示中国海洋文化的独特魅力；另一方面积极筹建布达佩斯中东欧文化中心等实体平台，建立长期稳定的文化交流机制。通过与中东欧等重点地区的深度合作，宁波正在编织一张覆盖广泛、运行高效的国际文化交流网络，持续推动不同文明之间的对话与互鉴。

（作者单位：宁波大学中法联合学院、宁波市文旅融合发展与国际传播研究基地）

韩雨祢 沈世伟

近年来，文旅融合作为推动文化自信、促进国际传播能力建设的重要路径，被纳入我国国家战略发展框架。文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》，进一步提出“构建现代文旅产业体系，创新国际传播方式，打造具有全球影响力的文旅品牌”。宁波作为现代化滨海大都市和国际开放门户枢纽，如何依托融媒体推动文旅国际传播，不仅能为宁波市打造国际性文化标识提供新路径，也为我国其他城市在融媒体时代讲好中国故事、传播中华文化提供经验范式。

宁波文旅国际传播的现状

在多重政策的推动下，2024年宁波机场口岸入境外籍人员3.4万人次，同比增长超过100%，入境客流主要来自日本、韩国及中东欧国家，以观光旅游和商务会议为主，显示宁波丰富的文化遗产、优美的自然风光和外向型的产业结构，对游客具有巨大的吸引力。上述阶段性进展离不开宁波对文旅国际传播的大力推进。

首先，在品牌推广和传播策略方面，宁波积极分析当前文旅大热现象的深层原因，其中，社交媒体、短视频时代，舆论热点裂变式的传播方式造就了一些网红旅游城市，因此宁波实施了“叫响宁波文旅品牌”行动，线上与线下相结合，传统媒体与数字技术协同，努力提升城市形象和国际知名度。其次，宁波充分利用航空口岸144小时过境免签和单方面免签政策，加快融入长三角一体化进程，积极深化与日本、韩国、新加坡，以及中东欧国家的交流与合作，拓展入境旅游市场。再次，抓住宁波数字文旅产业快速发展的契机，通过微博、微信

文体旅融合：打造国际滨海运动名城

郑少华 郑媛媛

体育赛事对地方文旅具有明显的带动作用，已成为塑造城市形象、提升城市竞争力的重要载体之一。从“双奥之城”北京的奥运辉煌，到“大运之城”成都的青春活力，从“亚运之城”杭州的数字创新，再到“帆船之都”青岛的海洋魅力，上述城市通过举办重大体育赛事，成功地提升了自身的国际知名度和文化影响力。宁波，这座拥有深厚历史文化底蕴和独特海洋文化魅力的城市，应力促城市文体旅产业融合，以体育赛事兴业，打造国际滨海运动名城。

深化文体旅融合，打造多元体验

首先，推动“赛事+”“体育+”模式，促进产业协同。通过体育赛事的举办，串联文化展示、旅游消费等多元场景，促进文化、体育、旅游及其有关产业之间要素的流动，延伸“体育+”消费链，拉动旅游消费。例如，在举办国际马拉松赛事时，不仅设置途经历史文化地标的赛道，而且在沿途设置文化展示区，展示宁波的非物质文化遗产、传统技艺等，促进“非遗+旅游+赛事”深度融合。同时联合周边景区、酒店、民宿推出“赛事+文化体验+住宿”的套餐产品，让游客在参与体育赛事的同时，深度体验宁波的文化魅力。

实现跨领域融合，关键在于打造主题式文旅产品。相比于因赛事自行前往宁波景区游玩的游客，主题式旅游产品和服务能够形成协同效应和规模效应。如结合帆船赛事，推出“帆船文化之旅”，游客不仅可以观看比赛，还能参与帆船体验课程、参观帆船博物馆、游览海洋文化景点等，形成完整的文体旅体验链条。

此外，通过赛事期间的文化展

示和交流活动，进一步丰富游客的体验，增强宁波的文化吸引力。例如，亚运会期间，海岸线上举行的亚运火炬传递，向国际展示了亚洲最大的帆船赛事场地、背山看海的沙排场地，塑造了一个充满海洋特色的滨海城市形象。

科技赋能，创新文体旅融合体验

大数据与人工智能助力精准营销。利用大数据分析游客的兴趣偏好，结合人工智能技术，为游客提供个性化的文体旅推荐方案。例如，通过分析游客在社交媒体上的行为数据，精准推送与宁波体育赛事、文化活动、旅游景点相关的定制化信息，吸引更多潜在游客。

利用VR和AR技术，开发沉浸式的赛事体验项目。一方面，运用科技在场馆内打造VR观赛区，使得观众可以沉浸式置身赛事之中；另一方面，利用AR技术将比赛信息叠加到直播画面中，如选手数据、战术分析、慢动作回放等，增强观众的观赛体验，让观众更加深入理解比赛进程。

除了VR、AR技术，宁波还应积极探索云直播和虚拟旅游的新模式。通过云直播技术，将体育赛事、文化活动实时传输到全球各地，让屏幕前的观众也能身临其境地感受宁波赛事。同时，开发虚拟旅游平台，让游客可以在虚拟环境中游览宁波的体育场馆、历史文化景点，推动潜在游客抵达目的地。

文化IP塑造，打造滨海运动城市形象标识

滨海宁波，扬帆世界。宁波应充分利用海洋文化资源，打造具有国际影响力的文体旅IP，可以通过举办系列海洋文化节庆活动，结合帆船赛事、海洋美食节、海洋民俗表演等，形成独特的城市文化名片。

文化IP，提升“宁波故事”的全球传播力。宁波拥有深厚的文化底蕴，“天一阁”“宁波舟山港”等文化符号可作为国际传播的核心元素。应积极尝试最新数字化技术，打造具有国际辨识度的文化IP。传播过程中不仅要重视内容的广度，还要注重深度，通过情感共鸣式的故事化传播手法，展示宁波从古至今在国际贸易、文化交流中的独特地位。

其次，积极与网络意见领袖合作，增强传播内容的国际影响力。网络意见领袖能够有效地作为跨文化交流的桥梁，帮助文旅资源打破文化隔阂。因此，应当精准筛选适合目标市场的意见领袖，打造在地体验的创意活动，通过直播和短视频实时互动，并运用智能检测工具分析内容传播效果，实时调整合作策略。

最后，精准区分目标市场，优化跨文化传播适配性。一方面，针对新媒体渗透率较高的目标市场尤其是年轻群体，应依托海外社交平台紧跟新趋势、新热点、新数字技术，确保传播内容精准吸引受众群体。另一方面，新媒体热潮中也不应忽视传统媒介。不少国外游客群体，尤其作为旅游消费中坚力量的中老年游客，仍广泛接受传统推广渠道，如旅游展览、地理和旅游类杂志等，因此也应注重传统媒介的特定传播作用，并注重其内容的神、文化、艺术价值。为能精准投放传播内容，还应招揽更多媒体运营、国际传播、文化旅游、主要目标市场通用语言能力方面人才，由更熟悉海外媒体环境和目标市场旅游者消费习惯的专业人员负责内容运营，针对目标市场兴趣点定制传播内容。【本研究受宁波开放型经济研究院课题（KFJ2022010）资助】

（作者单位：宁波大学中法联合学院、宁波市文旅融合发展与国际传播研究基地）