

**编者按** 在数字化与体验经济背景下，宁波积极探索文旅融合创新发展路径：微短剧兴起带来“影旅融合”新机遇，助力城市“突围”“破圈”；

乡村旅游升级注重品牌塑造与产业协同，推动乡村振兴与全域旅游发展；开发银发旅游市场，依托文化与康养资源满足多元需求；越窑

青瓷文化借数字化与跨界融合焕发新生。这些实践彰显了宁波文化传承与创新优势，为城市国际化传播与可持续发展提供了有益启示。

## 微短剧里看宁波：影旅融合助力宁波“破圈”闯世界

卢凯翔 杨娇 俞敬涛 胡萱

在国际传播中，传统的宏大叙事常因国家间的文化差异及受众接受习惯不同而引发“文化折扣”，导致传播效果不尽如人意。作为一种新兴的视听艺术形式，微短剧凭借其短小精悍、内容多元、传播高效等优势，正日益成为推动文化传播与旅游发展的重要载体。微短剧的“出海”，为破解“文化折扣”难题提供了全新思路。

### 宁波微短剧“出海”的发展现状

依托坚实的影视产业基础，近年来，宁波积极以微短剧为媒介，探索“影旅融合”的创新模式。从2020年国家广电总局正式将网络微短剧纳入影视作品分类起，宁波就已经开始关注微短剧的发展。2022年6月，宁波发布的《加快数字文化产业发展的实施意见（暂行）》，明确支持短视频等原创数字内容健康发展，并配套推出多项扶持计划，旨在推动微短剧在内的数字文化全产业链加速发展。2024年，市文化广电旅游局联合多家媒体，启动“微短剧里看宁波”创作计划，通过面向全国征集项目、清单化管理、全流程服务等方式，推动微短剧与文旅资源结合。代表性作品如《宁波144小时》《河姆渡的骨哨声》等，不仅提升了景区热度，还通过中英双语制作扩大了宁波的国际影响力。今年，宁波深化“微短剧+文旅”模式，响应国家广电总局“跟着微短剧去旅行”号召，进一步强化了宁波城市文化的传播力。

相较于其他城市，宁波在微短剧“出海”方面具备显著的产业优势，宁波象山影视文化产业

区于2025年获国家广电总局批复设立“中国（象山）视听产业园”，相比传统影视基地，视听产业园能有效控制低成本微短剧的制作预算。同时，依托全流程协拍服务，可大幅缩短拍摄周期。这一模式精准契合微短剧快速迭代的特性，助力制作企业在全球市场中抢占先机。然而，宁波在推动微短剧“出海”的进程中，仍面临诸如内容质量参差不齐、全球城市形象定位模糊、海外精准传播效能不足等多重挑战，亟须以“影旅融合”为战略支点，全面提升城市国际传播效能。

### 影旅融合驱动宁波国际传播效能的提升对策

首先，坚持政策扶持与内容筛选，夯实内容质量根基。政府相关部门需强化引导与监管职能，统筹推进政策支持与规范管理。一方面，加大专项扶持力度。可制定微短剧产业发展专项政策，设立文化创意基金，鼓励并引导创作团队积极挖掘宁波本土特色资源，将丰厚的历史文化底蕴转化为富有吸引力的视听叙事产品。尤其要依托天一阁、河姆渡等核心文化地标，着力打造一批具有高辨识度的城市文化品牌，清晰塑造宁波在全球传播中的独特形象。另一方面，健全内容审核机制。应建立科学、完善的全流程内容审查体系，覆盖剧本创作至成片发布各环节，确保作品兼具艺术价值与观赏性，同时精准传递宁波文化精髓与主流价值导向，契合国际市场审美趋势与传播规律。

其次，强化技术赋能与体验创新，塑造全球城市形象。宁波亟须把握数字技术革新机遇，深度融合虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等前沿技术于“微短

剧+旅游”场景。具体而言，可在剧集中嵌入VR交互模块，构建沉浸式体验，使观众得以“亲临”宁波核心场景，运用AR技术，在微短剧场景中动态叠加展示宁波文化元素，显著提升文化传播的趣味性与沉浸感。这些创新应用旨在让观众更直观感知、更深刻理解宁波的独特文化魅力，从而有力支撑宁波在全球传播中确立并巩固其独特地位。

最后，推动精准触达与国际协作，突破海外传播瓶颈。关键在于根据不同区域的市场需求与文化偏好，制定并实施差异化精准传播策略。在欧美成熟市场，可重点对接Netflix、TikTok等全球头部流媒体平台，推动宁波微短剧入选其全球内容库，并借助其智能算法精准推荐，有效触达目标受众群体。在中东欧和东南亚等核心市场，应着力深耕目的地本土主流平台，紧密结合当地用户的观看习惯与内容偏好，定制化输出融合东方文化底蕴与宁波地域风情的微短剧作品。在非洲、拉美等新兴市场，可探索建立战略合作伙伴关系，联合当地电信运营商或领先互联网企业，采用高适配、低成本模式，实现宁波微短剧的本土化高效落地。同时，积极拓展创新传播渠道，可与海外网红合作，策划主题直播活动，邀请国际旅行博主实地探访微短剧拍摄地，进行沉浸式文化体验并实时分享，强化宁波文化的即时互动传播效果。通过以上系统性举措，宁波有望以微短剧为战略支点，撬动国际传播能级跃升，让世界透过“小屏幕”深度感知“大宁波”的独特魅力与深厚底蕴。

（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）

付凌霄 沈世伟

截至2024年底，中国60岁以上人口已突破3亿，占总人口的22%，这一规模庞大的消费群体正在重塑旅游市场格局。根据全国老龄委数据，银发旅游人数占全国旅游总人数的20%以上，已成为文旅产业增长最快的赛道之一。“抢滩”3亿老年人旅游市场的关键不仅在于基础设施改造，更需要像经营年轻客群一样经营老年流量生态，以“文化符号化、服务精细化、传播代际化”为核心逻辑，将“养老”理念融入城市基因。

### 宁波银发旅游的资源禀赋

宁波作为国家历史文化名城与“东南佛国”，兼具深厚的文化底蕴与独特的自然禀赋，为银发旅游市场提供了多维吸引力。

历史文化与宗教资源方面，亚洲现存最古老的私家藏书楼天一阁、长江流域文明重要源头河姆渡遗址承载千年文脉，为老年游客提供文化溯源体验；天童寺、阿育王寺等佛教名刹作为“东南佛国”的核心载体，吸引国内信佛群体慕名参访；溪口蒋氏故里作为国家级5A景区，则以民国建筑群及蒋氏家族历史文化为核心，成为长三角和海外华人老年游客怀旧游的热门选择。自然资源方面，四明山森林公园的富氧环境与东钱湖平缓步道适配老年人康养需求，具有“中国三大著名温泉之一”称号的宁海天明山南溪温泉凭借理疗特性，成为老年慢性病调理的重要场景。此外，宁波美食文化兼容并蓄，宁波汤团、慈城年糕等非遗小吃深受长三角老年群体喜爱，雪菜大汤黄鱼等经典甬帮菜亦可开发为银发定制餐，兼具文化体验与适老性。

## 越窑青瓷文化与旅游融合发展的创新路径

苏勇军 宋雨蓓 王雨桐

越窑青瓷自东汉烧造出成熟瓷器以来，历经三国、两晋、南北朝、隋唐，直至唐、宋，近千年繁盛不衰，成为延续历史最久、影响最广的青瓷窗口。依托港口的便利交通，宁波从东晋时期便迎来了对外输出的高峰，远销全球近二十个国家和地区，是古代海上丝绸之路输出的最大宗贸易产品之一。越窑青瓷是宁波城市文化底蕴的物化显现，保护、传承、发展好它，既可以凸显宁波城市文化品位、城市个性，又能极大地促进宁波文化的推广和传播。

作为越窑青瓷的主要产地之一，慈溪市依托上林湖越窑遗址这一世界级文化遗产，构建了集保护、传承、创新于一体的文旅融合体系。通过考古研究、遗址保护及申遗工作，打造国家级考古遗址公园，并建成投资近2亿元的青瓷文化传承园，提供研发、展示、旅游一站式体验。同时，推动“青瓷+”跨界融合，发展日用瓷、文创产品及彩妆、茶饮等衍生品，形成30余家企业、1500余名从业者的产业集群，“慈溪秘色瓷”获国家地理标志认证。尽管宁波越窑青瓷文旅融合发展取得了明显的成效，但仍然存在数字化转型滞后、文化IP开发不足、品牌影响力有限、体验性业态薄弱、专业性人才短缺等问题，亟须着力探索融合发展创新路径。

### 加强数字化发展，创新体验形式

在数字经济时代，数字化技术为越窑青瓷文旅融合创新发展带来新机遇。首先，利用VR、AR等技术，打造沉浸式越窑青

### 宁波银发旅游的挑战分析

1、文化资源转化不足：历史底蕴与情感需求脱节。宁波的“天一阁”“宁波帮”“梁祝文化”等资源多以静态展示为主，缺乏互动性和情感共鸣。例如，针对上海老人的“寻根游”仅停留在参观老宅、祠堂等表层，未结合深度体验；“上海人的外婆家”这一IP缺乏具体载体，未将散落的历史记忆，如“宁波帮”故事、移民文化等，串联成可体验的旅游线路，难以满足上海老人的情感需求。

2、产品同质化严重：缺乏对银发群体的创新设计。如宁海天明山南溪温泉仍以单一的“泡汤”为主，未结合中医理疗、健康监测等康养服务，难以满足潜在客群对于“疗愈+社交”的综合需求。

3、区域竞争激烈：长三角“银发目的地”同质化内卷。宁波的南塘老街、东钱湖与同处长三角的苏州、杭州等地同类景区重叠度高，且后者在品牌认知度、服务成熟度上更具优势。

### 宁波银发旅游的突围关键

1、打造“乡愁+”沉浸式体验链，破解文化资源转化不足  
一是构建“全域寻根记忆”产品体系。联合上海、杭州、苏州等地的社区与宗亲组织，建立长三角宁波移民家谱数据库，覆盖上海、苏南、浙北等核心客源地，推出“寻根定制游”。利用VR技术还原祖辈生活场景，设置“家谱追溯与口述历史访谈”互动环节，为游客生成个性化的家族记忆纪念手册。二是活化“上海外婆家”IP载体。设计

“外婆家的味道”主体线路，串联城隍庙—月湖—鼓楼、慈城古县城、溪口蒋氏故居，突出“乡味+乡情”双重记忆。三是佛教文化跨界融合。开发“禅意民宿+抄经体验”套餐，联动天童寺、阿育王寺、雪窦山、东钱湖等景区，覆盖康养及礼佛客群。

2、聚焦“康养+社交”创新场景，突破产品同质化

一是开发“山海疗愈”复合型产品。以宁海天明山南溪温泉为核心，联合宁波市中医院等推出“温泉理疗+中医推拿”套餐，覆盖长三角老年群体及北京、广州等二级市场高净值客群。二是设计“长三角怀旧微旅行”线路。开通覆盖上海、苏州、杭州的复古巴士线路，车内复刻上世纪苏浙沪班车风格，播放“宁波帮”创业、越剧经典选段等音频，终点站设“时空照相馆”，提供民国风、知青风主题拍摄服务。开发“宁波慢旅行”小程序，为目标客群市场提供线上兴趣社群、线下活动预约功能。

3、政策协同与产业生态构建，完善全域配套

一是市场精准化。针对上海、杭州等客群，要求景区提供沪语、吴语方言导览服务，并按接待量给予商家补贴；对其他客群市场和海外市场，景区需配备普通话以及英语、日语、韩语导览，开通跨省旅游直通车，加大主要海外市场推广营销力度。二是成立“长三角银发旅游共同体”。联合苏州园林、杭州西湖等景区，推出江南文化康养通票，实现客源互通。建立信息共享平台，定期举办银发旅游论坛，分享市场趋势、产品创新及客户服务经验，促进长三角区域内银发旅游市场的协同发展。

（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）

## 宁波乡村旅游升级3.0版本的困境与破局之道

谢慧孜 周露西 吴梦婷

当前，我国正处于乡村振兴战略深入实施的关键阶段，乡村旅游作为连接城乡发展、促进农村产业升级的重要载体，其发展质量直接关系到乡村振兴战略的实施成效。文化和旅游部数据显示，2023年全国乡村旅游接待游客量已突破30亿人次，占国内旅游总人次的近40%，乡村旅游已成为旅游业中最具活力和增长潜力的板块。而宁波作为长三角南翼经济中心和现代化滨海大都市，需要发挥好乡村旅游的独特发展优势，实现乡村旅游从资源驱动向创新驱动、从规模扩张向质量提升的3.0版本。

### 宁波乡村旅游业发展基础

1、产业基础雄厚。宁波乡村旅游资源呈现“三多”特点：一是生态资源多，拥有四明山、东钱湖等优质生态资源；二是文化资源多，河姆渡文化、浙东学派、徐霞客文化等历史文化积淀深厚；三是产业资源多，特色农产品、手工艺品等产业基础良好。此外，截至2024年4月，宁波评定浙江省3A级以上景区镇120个、A级景区村1308个、金3A级景区村6家，目前已形成较为完善的乡村旅游产品体系。

2、市场需求旺盛。随着消费升级和生活方式转变，宁波乡村旅游市场呈现三个新趋势：一是从观光游向深度体验游转变；二是从单一旅游向“旅游+”复合业态转变；三是从季节性旅游向全年常态化旅游转变。近郊游、微度假正在成为浙江城

市居民的重要休闲方式，这也为宁波乡村旅游创造了新的发展机遇。

3、政策环境优越。近年来，宁波相继出台了《关于促进乡村旅游高质量发展的实施意见》《宁波市“乡旅共富路”品牌打造行动计划》等政策文件，在资金、规划、基础设施建设等方面给予大力支持，为乡村旅游发展创造了良好环境。

同时也应看到，宁波乡村旅游也存在品牌影响力不足、产业协同性不够、社区参与度不高等问题，亟待多方施策、积极破解。

### 宁波乡村旅游破局之道

1、深化文旅融合，打造品牌认同  
打造多元化载体，推动资源整合与展示。在重点乡村旅游区设立非遗展示体验馆，吸纳村民进行展示以增加真实性，并提供互动体验项目；通过科技赋能文旅，开发VR/AR沉浸式体验，如通过虚拟场景还原传统渔村生活，增强游客参与感；串联产业与生态资源，将地方特色文化与资源进行绑定，配套开发品牌衍生产品以及旅行线路。

深挖特色文化，打造特色IP。系统梳理文化资源，建立文化数据库，对宁波的节庆（如象山开渔节）、饮食（如慈城年糕）、技艺（如余姚草编）等进行普查，形成《宁波乡村资源目录》，明确品牌开发重点和统一的品牌核心，“以点带线”再以“线带面”。

2、完善产业链条，促进协同发展  
建立跨产业协作平台。搭建

“旅游+文化+农业”等产业联盟，设立乡村旅游发展协调机构，统筹农业农村、文旅、商贸等部门资源进行管理。建立乡村旅游产业信息共享平台，实现农产品生产、文创开发、旅游营销等环节的数据互通。

构建产业生态圈。挖掘与传承地方特色民俗文化，将特色农产品、手工艺品开发为旅游纪念品进行销售。打造主题化旅游廊道，串联分散的农业观光点、文化体验点和休闲体验设施，设置特色传统项目展示、农特产品市集。此外，开发四季全时态旅游产品，形成农耕体验、非遗研学、生态康养的互补业态。

3、推进景村共建，实现主客共享

景村共建，主客共享，以旅游景区的标准建设美丽乡村，同时以旅游景区建设带动乡村发展。明确乡村景区的主题形象，塑造文化特色，营造核心旅游吸引物，以景带村发展。完善步道等设施，串联生态山水与乡村美景，集合古韵民居、生态田园与工坊，游客能够沉浸式体验乡村及其智慧化设施与文旅新业态。完善公共服务设施，村民、游客的生活与休闲需求得以满足，实现主客共享公共服务设施与旅游资源，进而推进“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的乡村景区建设。

此外，立足自身特色，进一步挖掘乡土资源与民俗文化，延伸产业链条，依景布局村庄、推动景村融合，推动村民从“被动受益者”向“主动经营者”转变，以实现集体经济高质量发展和村民持续增收致富。

（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）

### 加强区域联合，打造精品文旅线路

整合慈溪、余姚、上虞、东钱湖等地青瓷文化资源共同推出秘色瓷文化体验走廊，串联上林湖越窑国家考古遗址公园、上虞凤凰山窑址群、浙东越窑青瓷博物馆、东钱湖旅游度假区等核心节点，形成“遗址探秘—工艺研学—生态休闲”的全链条线路，将“秘色瓷”文旅线路打造成具有较高知名度与美誉度的文旅品牌。此外，推动长三角陶瓷文化联动发展，与江苏、安徽等瓷系合作，开发“陶瓷文旅游”跨省线路，共同申报世界文化遗产，提升越窑青瓷在全球陶瓷文化版图中的话语权。

### 加强专业人才培养，提升可持续发展能力

加强与宁波大学、宁波大学科学技术学院、浙江万里学院等院校合作，开展与越窑青瓷相关的学历教育与职业培训，培养创意设计、经营管理、制作工艺等复合型人才；建立“非遗大师+青年创客”协作平台，打破传统传承的封闭边界，促进越窑青瓷技艺的创新性发展与创造性转化；通过名师带徒、技能大赛、培训讲座等形式，搭建多元的技艺传承平台，培养多层次人才队伍，为越窑青瓷文旅融合创新发展提供人力支撑。此外，建立青瓷文化智库，邀请考古学家、文化学者、文旅专家组成顾问团队，为产业规划、项目开发提供智力支持。【本研究受宁波市文化研究工程项目（WH24-1-3）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）