

宁波日报

NINGBO DAILY



中共宁波市委机关报
国内统一连续出版物号 CN 33-0003

2025年10月9日
星期四 农历乙巳年八月十八



雨派客户端 中国宁波网

第7版

在赓续传承中 推动文化进步 ——习近平文化思想的 生动实践系列述评之一

- 厚植民族复兴的文化根基
- 激荡文明进步的创新活力
- 更好担负起新的文化使命

汤飞帆专题调研文化传承发展和假期“两不停”工作 统筹高质量发展和高水平安全 全力以赴决战四季度夺取全年胜

本报讯（记者黄合）昨日下午，市委副书记、市长汤飞帆前往高新区、江北区调研文化传承发展和假期“两不停”工作。他强调，要深入学习贯彻习近平总书记重要讲话重要指示精神，认真落实党中央、国务院和省委、省政府决策部署，以尊重历史、传承文化的理念推进城市更新，以时不我待、全力以赴的状态开足马力，高效统筹高质量发展和高水平安全，奋力“决战四季度、夺取全年胜”。

传统文化游，已成为广大市民长假出行的重要选项之一。作为国家历史文化名城，宁波文化底蕴深厚，历史文化名城、古镇、名村和古建筑星罗棋布。汤飞帆前往保

国寺古建筑博物馆、高新区梅墟历史文化街区，听取我市历史文化名城保护、城市更新、历史建筑修缮维护和焕新利用等情况。他强调，历史文化是城市的灵魂所在。要全面贯彻中央城市工作会议精神，不断完善历史文化保护传承体系，积极构建“保护+更新”活化利用机制，一体保护宁波特有的历史文脉、人文地理、自然景观，让历史文化地标成为城市链接历史和未来、沟通传统和现代的生动缩影、情感纽带。

假期黄金周，也是抓项目、抓招商的大好时机。金融绿谷科创产业园项目位于姚江新区启动区，总投资约8.296亿元。汤飞帆来到施

工现场，听取项目建设、运营方案汇报，了解项目进展和招商引资等情况，并看望慰问一线施工人员，勉励项目团队高质量抓好施工建设和后期运营，充分发挥区位优势，更好撬动优质资源，打造宁波都市经济的新亮点。他强调，各级各部门要牢固树立“项目为王”的理念，完善项目全生命周期动态化管理机制，压实责任、明确节点、提高质效，进一步掀起“双招双引”和大抓项目热潮，特别是要面向“十五五”，加强重大项目的谋划，夯实宁波长远发展的支撑。

国庆中秋长假的最后一天，也是高速公路全面承压的高峰阶段。汤飞帆来到市公安局交警支队情报

指挥中心看望慰问值班民警，听取假期返程客流交通保障工作和今年以来全市交通安全总体情况汇报。他说，每逢假期，交通出行呈现总量大、自驾出行占比高等特点。希望广大民警始终坚持“生命至上、人民至上”，发扬连续作战的作风，用好数智化管理手段，圆满完成长假交通保畅任务。要加强全市交通安全管理的统筹，提升智能管理、精准管理、科学管理的能力和水平，持续加大重点交通安全问题治理力度，加快推进重大交通基础设施项目建设，让人民群众有更多获得感。

金彦、奚明、王顺大等参加调研。

巡礼重大工程

桥塔日均“长高”80厘米 建成后将是世界第一高的海中桥塔



五号主塔日均“长高”八十厘米。

（张高峰 摄）

记者 沈莉
通讯员 晋旭俊 姚峰

昨日上午，记者从中铁大桥局甬甬铁路项目部了解到，甬甬铁路全线关键控制性工程之一的西堠门公铁两用大桥5号主塔建设高度突破250米，计划今年年底实现封顶。

西堠门公铁两用大桥共有4号、5号两座主塔，均为“A”字形钢筋混凝土结构，塔高294米（含塔座），建成后将是世界第一高的海中桥塔。主塔塔身共划分为50个施工阶段，其中下塔柱8节、中塔柱22节、上塔柱20节。

“5号主塔目前已施工至第43节段。进入上塔柱施工后，主塔平均以每天80厘米的速度向上‘生长’。”中铁大桥局甬甬铁路项目部指挥长李永旗介绍，为实现年底封顶目标，150余名建设者假期坚守一线，安装钢锚梁和绑扎钢筋，确保施工进度不落下、质量不打折。

此外，4号主塔也在紧锣密鼓施工，建设高度已突破120米。国庆中秋假期前，西堠门公铁两用大桥刚刚完成两侧边跨钢梁的

架设，为后续主塔斜拉索区大节段钢梁架设积累了宝贵经验。施工过程中，项目部通过北斗定位传感器、倾角仪等智能设备，实时监测钢梁姿态，实现全桥最大节段钢梁毫米级精准就位。

西堠门公铁两用大桥是甬甬铁路及甬甬高速公路复线跨越西堠门水道的共用跨海桥梁，连接舟山金塘岛和册子岛。

除了拥有目前世界第一高的海中桥塔，大桥全长3118米，采用主跨1488米的斜拉—悬索协作结构体系，桥面宽68米，是世界最大跨度的公铁两用大桥、世界最大跨度斜拉—悬索协作体系桥梁和世界最宽跨海大桥。

据了解，大桥选取“公铁平层”布置，中间为铁路，两侧为公路。铁路为双线客运专线，设计时速250公里；公路为双向6车道高速公路，设计时速100公里。整条甬甬铁路计划于2028年通车。届时，将填补浙江“市市通高铁”最后一块“拼图”，实现舟山“高铁上岛”的梦想，对完善浙江铁路网布局、推动宁波舟山一体化发展等具有重大战略意义。

50家相关样本企业 假期8天揽金11.49亿元 同比增长9.74%

本报讯（记者孙佳丽 通讯员商舞）国庆中秋双节同庆，宁波各地人潮涌动，节日氛围浓郁，消费市场呈现热度高、体验新、活力足的良好态势。昨日，市商务局发布的统计数据显示，假期8天，全市50家重点监测样本企业合计实现销售额11.49亿元，同比增长9.74%。

分商品来看，汽车市场在置换补贴政策落地和车企交付能力提升的推动下表现不俗，13家样本企业实现汽车销售额共计2.84亿元，同比增长89.26%。

烟酒、饮料类商品在节日聚餐、礼品消费需求拉动下，分别实

现销售额1621.82万元和2865.46万元，同比分别增长40.23%和16.99%。

新机型发布带动智能手机市场持续火热，通信器材类商品实现销售额3326.15万元，同比增长13.52%。

餐饮行业也在婚礼宴请、餐饮消费券等带动下表现活跃，相关样本企业实现营业收入6923.18万元，同比增长6.89%。

近期国际金价波动，消费者购买热情高涨，金银珠宝销售额达8132.63万元，同比增长6.9%。

今日推荐

特别家宴，暖胃更暖心

博物馆里过佳节

第2、3版

非遗传承不是复制过去，
而是创造未来

第4版



乐享“慢生活”

国庆中秋假期，慈溪灵湖湖畔风景如画，人气颇旺。在掌起镇任佳溪村露营基地内，游客们或寄情山水，用画笔记录乡村美景；或散步拍照，用镜头定格“浪漫一刻”；或参加拔河比赛，体验户外运动的乐趣。在远离都市喧嚣的乡野间，他们共赏湖光山色，乐享“慢生活”。（陈章升 阮凯妮 摄）

同山脚下，邂逅诗意“桃花源”

乡村新“沸”点

记者 陈章升

国庆中秋假期，奉化青创客乐玲飞在“向野而森”营地推出的“文旅大礼包”吸引近万名“打卡客”。在那里，人们围炉煮茶、观看露天电影、欣赏“美人鱼”表演、与十余种“萌宠”亲密接触，在远离都市喧嚣的乡野间放飞心灵。

“这里空气新鲜，四周青山环绕，碧水映衬，宛如一幅天然的水墨画。”昨日上午，家住鄞州区的魏晓刚驱车来到“向野而森”营地，度过了假期最后一天的休闲时光。他打算与家人在营地体验“小

猫钓鱼”“七彩皮划艇”等娱乐项目，品尝奉化农家菜，并到周边农场采摘时令水果。

如何将自然禀赋转化为发展动能，让传统村落蜕变为诗意栖居的“增收园”？这是乐玲飞在同山脚下的西圃村建起“向野而森”营地后时常会考虑的问题。

“西圃村风景优美、物产丰富，是奉化水蜜桃产区之一。”她告诉记者，去年上半年的一个清晨，她开车经过这片“桃花源”时，萌生了打造户外休闲基地的想法。

经过数月筹建，“向野而森”营地于去年5月开门迎客。此后，乐玲飞在营地开辟了露营区、咖啡区、儿童活动区等功能区，人气指

节节攀升。“每次来这里，我都有不一样的体验。”家住江北区庄桥街道的陈波说，国庆中秋假期，营地推出的“萌宠互动”项目让人眼前一亮，“草坪上的栅栏里有小香猪、柯尔鸭，还有羊驼，乡土气息浓郁”。

游客所向往的“诗和远方”，也是乐玲飞打造“向野而森”营地的方向。一年多来，她不仅带领员工在营地建起围炉煮茶木屋、富有童趣的“霍比特小屋”，还聘请奉化大厨研发菜品，让游客体验“舌尖上的奉化”。

“这几年，宁波乡村颜值高了，人气旺了。在西圃村，村民们利用闲置庭院、房前屋后空地发展

休闲旅游产业，使零星小院变成增收的“聚宝盆。”乐玲飞透露，她打算与村里的其他青创客设计推出新的旅游项目、研学线路。

如今，一幅“共富共美”的乡村画卷正在西圃村徐徐展开。今年以来，该村加快推进“艺术绿动创富圈与庭院文化经济集群”项目，大力发展乡村旅游，积极探索“多元合作+整体开发”模式，点燃乡村振兴“新引擎”。

“西圃村吸引乐玲飞等青创客携新项目入驻，加快发展乡村新业态。”村党支部书记汪善均介绍，近年来，该村已招引“向野而森”农文旅融合、壹陶壹物民宿等项目，累计引资额超过3000万元。

甬城晨笔

王琦

国庆中秋假期，不少游客发现，一些高速公路服务区不但提供丰富的购物选择，还在设施完善、文化传播、服务升级等方面下足功夫。如沈海高速慈城服务区的宁波老字号主题店，兼具老字号展销、非遗体验、IP文化传播等功能，成为集文化体验、旅游休闲和商业

乐见服务区转型文旅打卡地

消费于一体的打卡地。服务区的转型，本质上是文化价值的觉醒与重塑，让游客在短暂的停留中就能完成一场“微缩之旅”，通过触摸地域文化的脉络，获得情感上的共鸣与精神上的满足。

服务区的转型，关键在于场景的重构与创新。随着自驾游、亲子游、银发游等崛起，游客对服务区的需求已从“基础保障”升级为

“品质体验”。一些服务区通过引入机器人餐厅、裸眼3D动画等科技元素，设置儿童游乐区、母婴室等人性化设施，精准对接游客的多元化需求。

服务区的这种“蝶变”，为公共设施的转型升级提供了可复制的范式。首先，文化是灵魂，需要深挖地域特色，将无形的文化转化为真实的体验；其次，场景是载

体，需要通过业态创新与空间重构，打造“非目的地的目的地”；最后，服务是根本，需要以人性化需求为导向，实现从“功能满足”到“情感共鸣”的跨越。

当越来越多单纯的“过境客”转变为“文化体验者”，服务区不再只是旅途中的歇脚点，还将成为文化传播的驿站、产业联动的纽带和美好生活的缩影。