

编者按：

文旅提质增效是“十五五”旅游强国建设的重要命题。作为海上丝绸之路的关键枢纽与中东欧合作的重要门户，宁波文旅兼具藏书、青瓷、甬剧等稀缺文化IP与赛事、过境免签等发展红利，也面临文旅载体价值挖掘不足、涉外服务精

细化程度不高等现实难题。本期专题组织刊发的4篇文章，立足宁波城市发展实际，从票根文创产业培育、数字文旅场景实效重塑等维度，对标国内标杆城市探索创新路径，为宁波文旅实现从流量增长到内涵提质提供系统性建议。

以票根文创联动拓宽宁波文旅消费新空间

魏辛纯 沈世伟

《旅游强国建设“十五五”规划》明确提出，推动赛事票根联动景区参观、餐饮消费和商业购物。2025年宁波举办演唱会与音乐节41场、音乐会超80场，推出“有票就GO了”城市营销活动，入境过夜游客增长12.5%，旅游综合收入增长9.6%。“有票就GO了”2.0版已将票根范围扩展至交通票和入境游凭证，持票可享29家景区半价、33家酒店折扣等消费权益，东航也在宁波机场推出城市主题登机牌，票根经济的基础设施已初步搭建。但当前票根运营仍以消费折扣为主，票根用完即弃，文化价值远未释放。放眼国内，已有多个城市在票根文创化方面进行了有价值的探索。西安将门票设计为可收藏的通关文牒，票根收藏率超60%，带动文创销售增长45%；成都将熊猫基地门票与熊猫邮局联动，成为入境游客喜爱的伴手礼；苏州博物馆每期特展推出限量票根明信片，形成了稳定的收藏社群。宁波拥有河姆渡文化、海丝文化、天一阁藏书等IP资源，将票根转化为文创产品具备得天独厚的条件。

以交通票券为入口，打通游客来甬的第一触点

一是确立交通票根的文创起点地位。“有票就GO了”2.0版已将交通票纳入票根范围，但权益仍以消费折扣为主。建议将交通票根作为票根文创体系的起点：游客凭高铁票或登机牌，即可在车站和机场的文旅服务终端领取首张地标票根文创卡，每张对应一座宁波地标——天一阁对应书香票根，老外滩对应江景票

根，河姆渡对应文化票根。二是在登机牌和高铁票上叠加AR互动功能。票根和登机牌的AR互动尚属空白。建议在已有城市主题登机牌的基础上嵌入AR识别图层，游客扫描票面即可预览地标三维动画，在抵达前完成情绪预热。对于入境游客，可在国际航班登机牌上印制英文版地标集章地图和二维码，让境外游客在飞行途中即开始建立对宁波的文化期待。三是将交通枢纽打造为集章打卡的第一站。建议在栎社国际机场到达厅和铁路宁波站出站口设置宁波文旅集章首站，布设首枚限定到达章，游客凭高铁票或登机牌即可自助加盖，无需消费门槛。

以消费票根集章打卡为纽带，构建城市探索的游戏化体验

一是打造宁波文旅集章体系。上海世博会期间，各国馆印章引发排队热潮，至今仍有收藏者活跃于二手市场，其经验表明集章成本低、门槛低，但情感黏性极强。宁波可借鉴这一模式，由文旅部门统一制作宁波文旅集章册，免费发放至主要景区游客中心、机场和高铁站服务台。首批可选取八处代表性点位作为试点：天一阁、老外滩、秀水街、南塘老街、东钱湖、河姆渡遗址、奉化溪口、象山石浦。这八处兼顾了文化地标、历史街区、自然山水、人文景区和古镇渔港五种类型。各点位布设统一规格纪念章和自助盖章台，凡到访即可盖章，不设消费门槛。集章册每页对应一处地标，下方印有该地标的简短介绍和交通指引，兼具收藏与导览功能。二是将集章与消费票根联动。游客在合作商户消费后，凭小票可加盖限定款消费纪念章，形成免费引流、消费增值的良性循

环。三是以社交分享驱动集章传播。在抖音、小红书等平台发起收集宁波话题，形成收集、分享、种草、引流的传播闭环。对于入境游客，在国际社交媒体平台开设Collecting Ningbo专题，以东方港城的十张文化名片为叙事主线，吸引全球票根收藏爱好者。

以票根文创产品为出口，将消费记忆转化为城市文化名片

一是开发多层次的票根文创产品线。围绕收集、纪念、分享等需求构建差异化产品矩阵：宁波地标集卡册，游客可将十张票根卡集结为精装收藏册，附赠城市文化导读手册；票根封印礼盒，游客可将票根火漆封印、亲手装订成册；票根冰箱贴、明信片、手账贴纸等日常文创，让宁波记忆融入日常生活；票根盲盒，可以随机开出不同地标的限定款，适合作为伴手礼。二是以音乐节与赛事票根为文创突破口。音乐节和体育赛事是票根文创最具爆发力的两大品类，音乐节手环票根本身就是佩戴数日的身份标识和社交货币，建议为每场音乐节设计专属手环，融入宁波文化元素并形成系列化收藏品。赛事方面，为每场赛事设计限量编号票根，将赛事元素与城市文化融合，推出宁波赛季年度集票计划。三是培育票根文创的收藏社群。以票根为纽带建立收藏社群，定期举办交换市集和设计大赛，将个体收藏转化为群体连接。在国际社交媒体平台开设账号，展示宁波票根的设计美学和文化故事，让境外票根爱好者成为宁波文化传播的民间力量。

（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基地）

于文晋 王磊 王学基

《旅游强国建设“十五五”规划》将“发展智慧旅游”列为培育旅游业发展新动能的重要任务，提出推动数智技术和数据要素在旅游场所深度应用，提升旅游行程规划、导游导览、沉浸式体验、流量预警、安全监管等全链条技术水平，同时要求出台智慧旅游场景建设标准和服务效能提升指南。这些部署表明，数字文旅建设应更加重视技术应用深度、服务链条贯通和实际效能。对宁波而言，关键在于把政策要求转化为游客能够感知、经营主体能够运用的具体服务。

把数字服务做到旅程关键处

数字服务的成效，首先体现在旅程是否更加顺畅。宁波正在实施入境旅游三年倍增计划，可将境外游客“抵甬第一小时”作为优先突破的场景。入境游客从机场、车站进入城市，常会遇到交通换乘、移动支付、预约购票、语言沟通、网络接入和临时求助等困难。应在交通枢纽和重点旅游区域统筹多语种导引、实时翻译、接驳查询、支付指引、场馆开放信息、线路建议和人工咨询，形成简明统一的服务入口。对国内散客，数字服务还应提供有效的行程决策支持。针对东钱湖半日游、天一阁·月湖雨天游览、三江口至老外滩线路延伸等需求，系统可综合时间、天气、客流、交通和个人兴趣，提出切合实际的游览安排，并同步提供活动场次、场馆余票、交通变化及沿线餐饮、体验项目等信息。

激活本土声韵资源赋能文旅深度融合

左佳静 M·索蒂利亚迪斯

习近平总书记指出，文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展。在这一战略指引下，文旅融合发展持续走向纵深，大众旅游消费不断升级，游客的出行需求突破传统观光模式，更加注重沉浸式、在地化、特色化的文化体验。地域独有的方言、戏曲等活态非遗资源，承载着城市历史与人文根脉，是打造城市差异化文旅品牌的宝贵资源。

宁波方言与本土戏曲的共生文脉

宁波文脉源远流长，孕育了特色鲜明的本土声韵文化。甬剧、宁海平调两大原生戏曲扎根于此，依托地域方言孕育成形，历经数百年传承生生不息，构成城市独有的声音记忆。长期以来，宁波文旅开发重点聚焦山海风光、古建筑遗产、海丝文化等可视资源，相关产品体系较为成熟。与之相比，对方言、本土戏曲这类声韵资源的挖掘转化仍有提升空间。盘活用好方言与传统戏曲资源，补齐文旅听觉体验供给短板，推动乡音戏韵深度融入城市旅游发展，是丰富文旅内涵、彰显城市文脉特质、提升文旅竞争力的有效路径。同时也要看到，当前声韵文化与文旅场景的融合发展仍处于起步阶段，尚未形成系统化、产品化的文旅体系。方言文化展示形式偏浅层，多以标识展示、线上科普为主，缺少沉浸式、互动式、可持续参与的游客体验场景，难以形成深度文化记忆。精品戏曲演出的轻量化驻场演出偏少，游客观

让宁波文化讲得准、听得懂

宁波已形成一批数字展示项目，今后应在视觉呈现之外，增强文化解释和互动能力。天一阁、河姆渡、上林湖越窑、阳明文化和海丝文化都有独特而深厚的知识背景，模板化、同质化的讲解难以充分呈现其价值。以天一阁为例，智能讲解可根据儿童、古籍爱好者和境外游客的不同需求调整内容层次，支持游客围绕藏书制度、古籍修复、范氏家族等继续追问，并将相关回答与展品、建筑空间和参观路线联系起来。智能交互必须建立在可靠内容之上。历史文化类智能讲解应依托场馆权威知识库，由馆方和相关领域专家审校，注明资料来源，并保留人工讲解和纠错渠道，防止通用大模型生成失实、空泛或相互矛盾的内容。河姆渡的稻作文明和干栏式建筑、上林湖越窑的制瓷工艺，也应与遗址、文物和参观动线紧密结合。

让小微业态进入游客行程

宁波旅程的吸引力，既来自景区和场馆，也来自街巷中的小店、小剧场、非遗工坊、文创空间，以及乡村中的民宿、村咖、农创市集和自然教育活动。这些业态丰富了城乡旅游体验，有助于延长游客停留时间，但不少经营主体难以独立承担数字系统建设和多语种内容运营的成本，数字文旅建设应降低小微经营者的参与门槛。政府应提供公共数据、统一信息规范和共享接口，行业协会或专业运营机构帮助经营者完善产品展示、在线预约、多语种介绍和客群分析，避免重复建设系统。城市漫游线路

推动乡音戏韵赋能文旅融合的实施路径

依托宁波本土文化资源，顺应沉浸式文旅消费新风向，想要持续激活本土声韵资源活力，需要坚持守正创新、场景赋能，在守住文化本真性的前提下，推动方言、戏曲资源从文化保护向多元化文旅体验转化。

一是盘活街巷文旅空间，推动古戏台活态利用与戏曲展演共生互助。在南塘老街、月湖等开放式文旅街区设置小型流动表演点，编演经典折子戏选段，匹配游客碎片化游览节奏；城乡古戏台是甬剧、宁海平调原生演出载体，鉴于村级宗祠戏台与城区景区古戏台的管护标准、配套条件存在差异，可实行分类运营：天一阁秦氏支祠、宁海城隍庙、前童古镇等景区化运营且客流量密集的舞台，在严格遵循文保规范前提下，常态化上演折子戏；乡村硬件条件有限的宗祠戏台，仅在节庆组织小型民俗展演，合理控制演出强度。适度的戏曲专场展演既能激活古戏台原生价值，破解古建筑“重保护、轻利用”的闲置困境，也能推动甬剧、宁海平调走出专业剧场、回归原生舞台，游客漫游街巷古镇即可沉浸式感受地道乡音戏韵。

二是优化适配文旅场景的

内容供给，提升游客体验感。结合普通游客、亲子群体的体验需求，对甬剧、宁海平调经典剧目进行精简改编，保留核心剧情、特色唱腔与标志性技艺，打造适配旅游场景的精品小剧目。同时通过方言传唱、民俗讲解等互动项目，弱化专业门槛、强化参与体验，让传统非遗从专业艺术范畴转变为大众可观、可玩的文旅内容。

三是串联全域声韵资源，打造特色文旅动线，搭建协同运营体系。梳理整合李家坑童谣村落、城乡开放古戏台、城区戏曲展演阵地，规划形成主题清晰、动线完整的“甬城声韵”特色体验线路，为游客提供古建观光、戏曲观赏、方言体验互动等多重文化体验。与此同时，加强文旅部门、非遗院团、传承人、景区运营主体的协同合作，打通展演、创作、运营、宣传各环节；搭建常态化驻演与创作平台，推动非遗人才深度参与文旅产品开发，让声韵文化传承与文旅产业发展互促共进。

四是深耕全媒体传播渠道，面向青年群体扩大声韵文化影响力。顺应新媒体年轻化的传播趋势，跳出传统展演与宣传思维，依托短视频、播客、社交平台持续输出短小精悍的文化内容，围绕甬剧、宁海平调表演绝活、宁波方言民俗、乡土童谣开展素材挖掘，采用年轻化叙事方式进行包装传播。积极策划线上话题挑战赛、戏曲片段直播、云游古戏台等活动，打通线上宣传与线下展演通道，依托网络流量引导年轻游客走进街区、古村观演。同时鼓励青年创作者参与二次创作，拉近新生代与本土传统戏曲的距离，实现受众群体的代际接续。

（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基地）

提升宁波入境旅游高质量发展的实践路径

李思敏 周春波

“China Travel(中国游)”热度持续走高，240小时过境免签政策口岸扩容至65个，助推入境旅游热潮持续升温。《旅游强国建设“十五五”规划》提出，服务扩大高水平对外开放大局，加强国际传播能力建设。在此背景下，宁波入境旅游发展态势上升，2025年数据显示，宁波入境过夜游客达32.3万人次，同比增长14.8%。但相较于国内一线文旅城市，宁波仍存在产品适配性弱、国际传播薄弱、服务体系不健全等短板。宁波需打造具有地域辨识度的入境旅游高质量发展路径，推动入境旅游从规模增长向高质量提质转型。

全方面提升入境旅游服务水平

宁波出台的《入境旅游三年倍增行动计划（2025—2027年）》提出，打造“in Ningbo，Enjoy”城市中英文旅游形象。为此，需从出行、游览、住宿、消费四维度提升入境旅游服务水平。

从“可出行”变为“易出行”，升级城际及市内公共交通标识，开通票务系统多语种购票功能，开发宁波内部出行App和高德地图的“主题盘点”、携程的“攻略/景点”等功能联动，核心功能是搜索目的地，智能生成路线方案，并展示沿线在景点点、特色美食。迭代景区智慧游览体系，依托“智能终端+线上平台+服务码”，对东钱湖等景区及天一广场商圈增设多语言智能导览设备、语音机器人等，回

答景点预约、文创产品等常规问题；上线多语种线上预约、智能互动讲解，智慧服务平台——“海游”（Zhejiang Travel）上线“Easy go”服务码，供境外游客在住宿、入园等众多场景下快捷使用。酒店应积极引进外语服务人员，多语种接待、多语种导览指引，持续优化境外游客入住体验。宁波税务上线“Tax Refund Map”，整合全市离境退税商店与“即买即退”服务网点，有效解决境外游客退税找店难、流程繁琐的问题，进一步升级离境退税服务。

丰富入境旅游产品与线路

打造有宁波特色的旅游产品。第一，宁波汤圆、奉化千层饼、梁弄大糕等甬式特色美食，是外籍游客体验在甬烟火气息的首选；第二，金银彩绣、越窑青瓷烧制等沉浸式非遗手工艺体验项目，让游客近距离感受传统工艺魅力；第三，感受乡村气息，推出采摘杨梅、制作梁弄大糕与青团等传统农趣体验项目，打造全天候、沉浸式的特色游玩体验。

培育传统与现代交融的特色旅游线路。一是打造文脉研学线路，可挖掘优质国际研学资源，联动在甬高校，如宁波大学昂热大学联合学院的外籍研学交流，参观天一阁，前往宁波院士中心，感受宁波新锐开放的现代学术氛围。二是打造滨海休闲线路，开发象山滨海资源，前往沙塘湾渔村赶海，去山野咖啡厅休闲打卡，全方位感受宁波魅力。迭代景区政策扶持下，让外国游客从“被吸引”到“入甬游览”，推动宁波特色文旅产品走出国门。一是细分客源地市场，宁波是中国一中东欧国家博

览会永久举办地，可重点开拓中东欧客源市场；二是支持宁波本土文旅经营主体主动开拓入境旅游市场；三是常态化搭建境内外文旅对接交流平台；四是拓宽海外分销渠道，宁波入境游产品入驻Viator、TourTiger等全球主流旅游预订平台，同步上线Klook、KKday等境外游客来华高频使用的垂直文旅预订渠道。

健全旅游对外推广体系

宁波要持续运营Facebook、Instagram、X等海外主流社交平台，面向中东欧受众定向推送本地化文旅内容。

丰富传播方式，一方面邀约iShowSpeed（甲亢哥）等全球知名旅行博主、中东欧本土文旅创作者走进宁波，拍摄短视频，开展城市形象线上微展播；另一方面鼓励入境游客自发分享旅途见闻，依托普通游客相互推荐的传播方式，增强宣传内容的感染力。在Klook、Viator等境外预订平台上线面向中东欧市场的专属旅游线路，定向推介给参会境外客商与海外旅行商。利用本地涉外资源网络，依托宁波大学、宁波诺丁汉大学等在甬高校的国际合作渠道，以学术为纽带进行海外宣传，外籍师生来甬教学、研学，能够实地感受宁波城市风貌，成为文旅传播的天然使者。在华法语国家学生协会、与东钱湖会奖旅游推广联盟签署战略合作协议，围绕法语区文旅市场推广、文创产品研发等方向深化合作，加快构建国际化文旅传播新格局。

（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基地）