

从稻浪到巨轮 限时巡回特展 “讲述”宁波与世界



『宁波与世界』限时巡回展现场。

经贸为基·从『卖产品』到『讲文化』

7000年前的河姆渡，破土而出的稻种，孕育了江南的烟火气，也为宁波埋下“向外生长”的伏笔；400多年的天一阁，书香绕梁不散，留存千年文脉，更成为宁波以文为媒、对话世界的底气。

时光流转，昔日河姆渡的稻浪已翻涌成宁波舟山港的巨轮，驶向全球；天一阁的书香也浸润着“单项冠军之城”的创新脉动，焕发新生。

始终秉持“书藏古今、港通天下”姿态的宁波，以经贸为基、以文化为桥、以民心为魂，在“制度型开放”的征程中铺展画卷，把鲜活的宁波故事、厚重的中国故事，温柔而有力地讲给世界听。

12月16日，《宁波与世界》限时巡回展在宁波香格里拉酒店正式启幕。这场承载千年港城开放记忆与当代交流智慧的展览，会怎样解锁宁波连接世界的多元密码？



海外员工体验“一米空间”图形印。

2025超级枢纽博览会上，宁波品牌“三关六码头”一亮相就火了。

新加坡樟宜机场抛来橄榄枝，香港机场同样“闻香而来”。大家看中的不只是产品，还有产品里的“宁波味道”与“非遗特色”。

早年间，从宁波出发的货轮，装的是纺织、家电、机械装备，靠“耐用”“靠谱”的口碑叩开国际市场的大门。随着全球化越走越深，宁波企业发现：光卖产品，只能赚“辛苦钱”，而且产品很难真正走进海外消费者心里。

“千企文帆”逐浪正当时！这不是让企业空喊文化口号，而是引导大家把宁波、中国特有的文化，实实在在“附”在产品上。

中国钢笔文具行业龙头企业贝发集团生产的“n9笔礼盒”，主打新中国风美学设计。消费者写下的是字，握在手里的是东方美学，备受海外采购商追捧。

中国传统彩妆文化创新引领企业瑞尔（浙江）品牌管理有限责任公司，从越窑青瓷中找灵感，做成蝴蝶青瓷妆品礼盒，让化妆品变成“能用”的艺术品。

世界高档纱线的优势供应商康赛妮集团更是将非遗技艺织进羊绒披巾里，将文化的韵味裹进温暖里……

作为外贸大市，宁波拥有2.6万家外贸企业、300多家海外工厂，涉及的行业、生产的产品更是不计其数，足遍布全球。

借企业出海的东风，把文化刻进产品里，不只是外贸的升级，更是让中国文化落地全球的“聪明办法”。还有什么比握在手里的一支笔，围在脖子上的一条围巾，户外用的一块桌垫，更能留下难忘的文化记忆呢？

就像宁波“95后”、哈萨克斯坦Shapalak玩具工厂总经理马千里说的：“文化不只是展会上的背景板，也可以是工厂墙上的一幅画，是午休时随手翻的小册子。”而他所致力的是将中国传统文化揉进小小的玩具里，征服中亚消费者。

文化为桥·从『隔空望』到『心贴心』

“以前总觉得中国文化离我们很远，可摸到这些纹样，看到宁波的影像，才发现原来传统可以这样亲切。”在位于巴西圣保罗的浙江恒沃海外仓，员工Maghaive把盖着天一阁和巨嘴鸟图案的书签塞进工作服口袋。在她身后，22000平方米的智能仓储区里，机械臂正忙着分拣来自宁波的跨境商品。

突破传统空间展示边界，创新交流与互动形式，通过轻量化的展示、多元化的内涵，将瓷器、刺绣、宁波影像“搬”进海外仓、商会活动等日常工作和生活场景。在这看似不起眼的“一米空间”里，没有解说和翻译，来自不同国家的人只要站在那里，摸一摸瓷瓶的纹路，看一看奉化布龙灵动的模样，就能感受文化的魅力。

这种崭新的国际文化交流载体已相继亮相欧洲、南美洲多地，成为海外工作、生活里的一扇“小窗口”。

“光影里的宁波”更是把视觉语言用得淋漓尽致。一年多来，它走进柬埔寨、加拿大、西班牙等19个国家，吸引近46万人次来看展。

2024年11月，“光影里的宁波”来到孟加拉国，品质管理员Daliya盯着杭州湾跨海大桥的照片红了眼：“这让我想起我们的帕德玛大桥，那是中孟两国友谊的见证，现在我对遥远的宁波充满无比的向往。”

不只是看，还有更多跨越语言的互动。英国街头的越剧快闪，让路人跟着唱腔轻晃；墨西哥“欢乐春节”上的宁波舞狮，吸引孩子追着狮子跑；加拿大教室里的木雕体验，学生艾米丽说：“摸到木头纹理，才懂中国匠人的用心。”

没人说晦涩的理论，只有实物、画面、声音这些世界共通的“语言”。宁波正是凭借这股巧劲，在方寸间搭起共鸣的桥，在光影中连起不同的人心，让宁波故事不用翻译就能走进世界心里。



宁波品牌“三关六码头”亮相2025超级枢纽博览会。

民心为魂·从『情初萌』到『意绵长』

开放的尽头，从不是货轮的远影或订单的数字，而是不同肤色的人掌心相触的温度，是心与心贴在一起的共鸣。宁波用经贸搭台、文化架桥，最终就是要让这份联结在人心深处扎下根，让合作长出繁茂的枝丫。

2024年5月，“光影里的宁波”首展走进狮丹努柬埔寨工厂。展览中雪窦山弥勒大佛的“东方微笑”，让当地员工春树阿林想起家乡寺庙的佛像：“笑容都很亲切，和我们心里的善意一模一样。”从前，他只知道“宁波是造衣服的地方”，如今提起天封塔、老外滩，春树阿林眼里满是向往。一张照片，让遥远的城市成了他“熟悉的朋友”。

萌芽正在悄悄结出硕果。孟加拉国的宁波服装工厂里，“文化茶话会”上，中国师傅教当地工人包宁波汤圆、跳民族舞，大家相处愉快。工厂负责人说：“员工心齐了，返工率降了，订单也比以前多了。”

马拉维西典国际证券交易所主席廖军华说得很实在：“文化层面的认同，能有效降低跨境合作的沟通成本，让金融合作从‘利益绑定’走向‘情感共鸣’。”摩洛哥同泽物流公司总经理陶海均也有同感：“摄影是超越国界和语言的艺术，促进海内外员工对彼此文化的了解，增强凝聚力，也让我们更好理解不同文化，提升针对不同客户的服务能力。”

如今的宁波，早已把“情”的触角伸得更远：和60多个国家的120座城市建立国际友城关系，宁波舟山港与30多个共建“一带一路”国家的港口结为姊妹港。

当“千企文帆”载文化出海，“一米空间”在海外生根，“光影里的宁波”走遍世界，宁波的开放图景愈发完整：经贸筑基，让货走出去；文化为桥，让心连起来；民心为魂，让情扎下根。

记者 石承承