

宁波怎么样？请你来说。

4月24日，宁波市文明办联合宁波晚报正式发起“城市文案共创计划”，面向全国征集城市公益传播文案。

宁波14块城市地标户外大屏同步点亮，向市民与四方来客发出诚挚邀约：为宁波写一句你心中的文案！

连日来，网友投稿纷至沓来，寥寥短句，描摹各自心底最真切的宁波。

宁波，如何接纳万千视角的温柔注解？



2023年，“在宁波，看见文明中国”拍客团成立。



市民在打理“共享花园”。

“宁波怎么样？请你来说。”

## 万千视角下的宁波，等一句你的答案

### 1 一脉开放底色，深耕城市表达

长久以来，在城市气质的塑造与传播路上，宁波始终保有一份包容与开放。

“书藏古今，港通天下”——这句宁波人耳熟能详的城市形象口号，诞生于2009年的一次面向全国的公开征集。在4万多条应征作品中，组委会选择了来自湖南的作者兰继红提供的“书·藏古今，港·通天下”。

从那时起，让公众来“定义”宁波，就成了这座城市的一种习惯。

这些年，宁波持续深耕城市品牌塑造，在文明传播与城市表达的路径探索上，始终坚持着同一种开放姿态：不再局限于官方视角的单向输出，持续为社会大众搭建表达窗口，让更多人参与对城市气质的书写与诠释。

2023年，“在宁波，看见文明中国”拍客团成立，镜头交给市民和专业创作者，城市的文明细节开始通过普通人的视角被看见；

2025年，市文明办发起“家风传家·福满乡村”——喊你来拍全家（村）福活动，向全体市民征集意愿，为他们拍摄全家福和全村福，把记录家庭温度与乡土记忆的镜头，交给每一个普通人；

同年，“文明宁波，e起出发”城市文明共建系列行动启动，“晒一晒你的有礼订单”请市民晒出自己在使用外卖服务中的文明小选择，让每一份日常善举都有被看见的机会；

每年度公益广告征集展示活动，都面向全社会公开寻找“文明好声音”和“文明好画面”，把创作城市公益作品的机会，向每一个有创意、有感受的普通人敞开……

从视觉记录创作到公共表达参与，不同领域、不同主题的活动，都在持续拓宽城市表达的边界，让民间视角、个体感受，成为城市宣传不可或缺的组成部分。

如今，行走宁波街头，各大商圈、交通枢纽、城市地标户外大屏，常年刊载城市形象宣传、文明公益标语，构筑起城市公共传播的重要阵地。

时代不断向前，大众对城市的感知愈发细腻立体。

城市公益传播，更需要接地气、有温度、有烟火气的表达。正是基于这样的考量，全市14块户外地标大屏同步刷屏，以一句温柔发问发出全民邀约。

此次“城市文案共创计划”聚焦城市公益传播创作，不设身份门槛，不限行文风格，邀请每一个生活在宁波、路过宁波、牵挂宁波的人，提笔写下心中的宁波模样。

文案不用高大上，可以聊聊身边的日常小事，“挖”出宁波藏在烟火里的温度。

### 2 一百个人眼中，有一百个宁波

活动启动不久，后台就被各种走心的妙语金句填满——

远道而来的“新宁波人”，以“遇一人白首，择一城终老”倾诉扎根的眷恋；

青年学子写下“山海不远，此地为宁”“四明有信，岁岁长宁”，把青春期许与城市生长紧紧相连；一句直白的“在宁波，挺好的”，不加修饰，道尽普通人安稳度日的踏实；

一句“爱上宁波，只需要来一次宁波”，更是一见倾心、一眼难忘的由衷赞叹……

翻阅这些来自五湖四海的投稿，可以清晰地感受到，每个人心中都藏着独属于自己的温暖与感动。

有人看见宁波的“善”。

“宁波，把善意过成了日常”

“在宁波，善良不稀有”

“一城书香半城海，万般温暖在宁波”

……

这份全民感知的善意，不止于榜样的光芒，还有融入烟火人间的市民自觉。

宁波是“尚德甬城”的爱心热土——

自1999年起，“顺其自然”连续27年匿名捐款，累计1796万元，这个名字早已化作宁波的精神符号；

虞仁荣捐赠300亿元创办宁波东方理工大学，书写了桑梓情怀的当代华章；

“雷锋茶亭”30年免费供茶，200余家“道德银行”存取善行，124名“中国好人”、2000余名省市道德模范……

点点微光，铸就了“爱心宁波，尚德甬城”的金名片。

有人看见宁波的“静”。

有人说，宁波不是一座张扬的城市，低调，安静，沉得住气。

“一城敛风华不语，崇文存善，静默容纳人间”——

坐拥千年书香文脉，胸怀山海大港胸襟，却从不靠繁华流量博眼球，始终安静温和、沉静自守，以慢节奏的姿态，容纳人间烟火，安放平凡日常。

“大港泊梦，老街听雨，心归宁波”——

一刚一柔的反差画面，勾勒出宁波的双面气韵；东方大港，承载着奔赴世界的远方梦想；老街藏着江南巷陌的温润。一壮阔一温婉，皆是宁波本貌。

有人看见宁波的“细”。

“把花园种在楼道里，是宁波的浪漫”

如今的宁波，“共享楼道”“共享花园”“共享书屋”遍地开花，全市已建成“席地而坐”城市文明示范区135个。

文案将目光投向最寻常的楼道口、老小区墙角。在方寸之间种出春色，也种出邻里和睦的温情。

“一座城市的文明高度，从来不看广场有多宏大，而要看离家最近的角落，是否有绿意、有光亮、有人情照拂。”投稿者写下一句走心感悟。

### 3 让普通人有机会做“烟火气”告白

多元的个体感知，打破了千篇一律的城市表达。现在，越来越多的城市开始尝试“把话筒递出去”——

上海推出“上海留言簿”全球征集活动，以问答形式面向全球征集城市印象，将个性化体验打造成城市“名片”；

佛山发起“有功夫来佛山”网络作品征集，全网投稿超6万条；

威海持续数年的#一起遇见威海#话题，累计征集作品超过2万件，创造了“全民共创”的典范。

“宁波这次‘城市文案共创计划’，不只是一次公益传播的创新尝试。”浙大宁波理工学院副教授李义杰说，“它把公共表达的权利真正交给了市民、游客和所有关心这座城市的人，既体现了精神文明建设以人为本、共建共享的理念，也拓展了城市公益传播的参与边界，每一句来自真实生活的表达，都是对城市气质的细腻补充，也是对文明宁波最生动的注解。”

在李义杰看来，更深层的改变在于：它推动市民从“被感动”走向“去表达”，从旁观者变为城市故事的共同作者。

“这种参与感会转化为归属感，进而催生更自发的文明行为。当一座城市把表达权交到普通人手中，文明就不再是墙上的标语，而是流动在每个人心里的温度。”

“‘城市文案共创计划’让每一个关心宁波、热爱宁波的人有机会做‘烟火气’的表达，这是深入践行城市文明建设主体性与参与性要求的有力举措。城市文明是共同参与‘大合唱’，是‘有温度的共同体’。”宁波城市文明研究基地刘友女教授表示。

值得一提的是，“城市文案共创计划”只是宁波公益传播体系化升级的一个起点。

下一步，宁波将建立公益传播基础元素库，系统汇集城市符号、地标、文化遗产等核心视觉元素，为公益内容创作提供开放共享的设计底座；同时，通过举办年度公益传播大赛，面向全国公开征集涵盖平面、视频、文案、音频等类别的公益广告作品，持续产出系列化精品。

与年度大赛相配套的，是贯穿全年的“四季共创”活动，每个季度围绕不同城市主题发起公众创作，让公益传播不局限于一次征集、一个节点，而是融入城市的日常呼吸。

“宁波以开放包容的城市气度，把公益传播拓展到‘全民共创’阶段，既提升了城市文明传播的温度、广度和辨识度，也为新时代精神文明建设探索了更具群众性、参与性和持续性的实践路径。”李义杰说。

记者 袁先鸣 朱琳