

□ 本报记者 郭存举

# 宁波宁海 解码县城文旅新玩法

前不久,随着一架塞斯纳208飞机腾空而起,浙江省宁波市宁海机场正式投入运行。作为宁波市首个跑道型通用机场,游客可以在这里乘坐直升机,从空中俯瞰宁海湾、浙东大峡谷等美景。

“五一”假期,宁海县全域累计接待游客55.18万人次,其中过夜游客24.12万人次。宁海背山面海,当地结合独特的“山海”资源,开发更多低空观光线路,解码县城文旅新玩法。

## 乡村游日益红火

“100平方米小店,开业100天,营收100万元!”无事庭院是一家主营特色菜和咖啡的融合餐饮小店,位于宁海县梅林街道河洪村。小店创始人朱璐冰告诉记者,村里文旅业态越来越成熟,客流量也越来越多。

“路很通,心很松,慢生活来河洪!”村口古树上悬挂的这句标语,成了众多游客的真实感受。素有“宁波长寿第一村”美誉的河洪村,近年来火爆出圈。村里经过翻新改造的四合院,化身非遗打卡地。特色美食、非遗文创、潮流营地等多元融合,吸引多地游客慕名而来。

“10多年前,村里青壮年大多外出务工,只剩下留守老人,房屋闲置、冷冷清清,压根没有游客愿意来。”河洪村党总支书记干云说,河洪村立足长寿文化与优质山水生态资源,大力招引、培育青年创客,打造特色化、差异化乡村文旅业态,一步步盘活闲置资源、凝聚乡村人气。

像河洪村一样的村子,在宁海还有不少。秉持慢运营、深沉淀、重品质的发展思路,拒绝快餐式网红流量套路。小村庄的探索,正是宁海县红乡乡村旅游的缩影。

以花为媒,以旅兴农。“桃醉春光·趣享胡陈”桃花文旅季已经连续举办17届。宁海县胡陈乡围绕“童游”“潮玩”“乡约”等内容,精心打造13项精品活动,深耕乡村新业态,沿着轻量化、精品化的发展之路,扎实推进农文体旅融合发展。

宁海深甯镇采用“1+7+N”的组团布局,打造南溪楠温泉文化大院、清潭进士文化大院、柘坑戴党建联建文化大院、大里妙食集文化大院、沙地艺术体验文化大院等多个主题院落,以小切口撬动了大流量,壮大了村集体经济,拓宽了村民增收渠道。今年“五一”假期,深甯镇各乡村文化大院累计接待游客超3万人次。

5月19日,2026年“5·19中国旅游日”浙江省分会场活动暨第24届徐霞客开游节在宁海开幕。其中,特别举办子活动2026宁海乡村文旅“青村CEO”招募大会暨“青村,宁好!”品牌发布会,旨在搭建乡村运营人才与资源方的对接平台,以“运营前置”思维,为乡村引入一批懂乡村、爱乡村、会运营的“新乡人”,推动乡村资源从“沉睡资产”向“共富资本”转化。

## 跟着赛事去旅行

3月初,2026宁海马拉松比赛举办,从徐霞客大道的人文绵长到天明湖公园的湖光山色,从城隍庙的古色古香到西子国际的现代繁华,42.195公里的赛道,串联起这座浙东小



上图 在宁波市宁海县南溪楠温泉文化大院举行的乡村歌王大赛,吸引了大量游客。尤才彬摄(中经视觉)



右图 在宁海湾畔,游客乘坐休闲渔船在蓝湾绿岛之间畅享假日慢时光。尤才彬摄(中经视觉)

城的古韵与新颜。

“宁海不仅环境好,运动氛围也好,有美食、有美景,是一个让人跑了还想跑的城市。”上海体育大学新闻与传播学院副教授陈国强说。

一场成功的城市马拉松,既需要专业的赛事组织,更离不开有温度的服务。马拉松这场全民参与的体育盛事,展现了宁海的综合实力、人文底蕴与生态禀赋。

除了马拉松,宁海村跑同样火热。4月份,2026宁海岔路村跑大赛开跑,160支跑团队伍的近800名跑者齐聚于此,用脚步丈量乡村美景。该赛事通过将体育赛事与田园风光、乡土文化深度绑定,探索农文体旅融合发展新路径。

历经400多年的霞客古道,濒临浩浩白溪,两夹巍巍青山,已成为全国首条国家级登山步道。四时松影,景色绝佳,古道承载了全年诸多赛事。其中,已经举办了11届的宁海越野挑战赛,2025年参赛人数达到6500名。还有作为浙江省重点培育品牌体育赛事,“千里走宁海”国家登山健身步道徒步穿越活动,从2012年起举办,已成为拥有广泛群众基础和影响力的户外运动品牌。

天下旅游,宁海开游。1613年5月19日,明代地理学家和游记文学家徐霞客从宁波宁海出发,开启了游历神州大地的传奇经历。2001年,宁海率先提出倡议,将5月19日设为“中国旅游日”,并举办徐霞客开游节。2011年,国务院决定将5月19日确定为“中国旅游日”。

宁海县文化和广电旅游体育局局长张芳告诉记者,今年开游节宁海将举办主题日、主题周、主题月多场活动,其中会特别发布“跟着赛事游浙江”主题内容,旨在推动文旅消费、促进文旅融合,探索文旅+百业发展新模式,吸引更多国际游客体验。

## 金融

## 及时雨

周保丰收

近日,由天津市农业农村委主办的“金融助农 贷动振兴”银企对接会议提出,要着力构建纵横联动、高效协同的常态化银企对接体系。天津市农业农村委副主任王学忠介绍,今年,天津市各级农业部门将继续毫不放松抓好粮食生产,坚持产量与单产一起抓,加大实施新一轮千亿斤粮食产能提升行动,奋力夺取粮食和农业丰收。

农业生产关键期,资金是重要保障。在天津市西青区杨柳青镇大柳滩村的田间地头,金色麦浪家庭农场负责人李文斌在为资金发愁,今年农资价格和土地流转成本有所上涨,他的资金压力明显加大。中国农业银行天津西青支行在走访中了解到这一情况后,开辟绿色通道,仅用数日时间便将447万元贷款发放到位,及时解决了资金难题。“这笔贷款来得太及时了,不仅解了燃眉之急,也让我们对今年的收成更有信心。”李文斌说。

围绕粮食生产这一重点,农行天津市分行加大对种粮大户、家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体的支持力度,在担保方式上,弱化抵押依赖,更加注重信用与经营能力评估;在期限设置上,贴合农业生产周期,灵活安排还款计划,推动金融资源精准投向粮食生产关键环节。在服务粮食生产的同时,农行天津市分

行还聚焦区域特色农业发展,推动金融资源向特色种植领域延伸。在天津市宁河区岳龙镇,红瑶红薯种植正进入备耕关键期。作为红瑶红薯种植的带头人,张立军原计划扩大种植规模、升级滴灌设施,但资金缺口让计划一落千丈。“农行客户经理直接到田间了解情况,贷款很快就批下来了。”张立军说,针对特色农业资金需求特点,农行天津宁河支行量身定制金融服务方案,简化流程、压缩时限,仅用3个工作日就完成300万元贷款发放,为种苗采购、设施升级和农资储备提供了有力支持。

在保障春季农业产业链条方面,天津市多家金融机构同步加大农机设备的支持力度,推动农业生产向机械化、规模化方向发展。在加大支持力度的同时,农行天津市分行坚持统筹发展与风险防控,结合农业生产周期性特点,持续完善风险管理机制,确保涉农信贷业务稳健运行,为金融支持农业发展提供长期保障。

截至目前,农行天津市分行在粮食重点领域农户贷款较2026年初新投放约2亿元,余额超8亿元;种业重点领域农户贷款余额约5000万元。相关资金持续投向粮食生产核心领域,为稳面积、提单产提供了有力金融支撑。

## 丰富沉浸式体验

近年来,宁海县积极策划一系列文旅活动,打造多元消费新业态、新场景,进一步推动文旅消费。

戏曲惠民周、无人机光影秀、惠民游、文旅消费券发放、“花漾宁海·四季有约”春季文旅促消费活动启动仪式暨“桃醉春光·趣享胡陈”第十七届桃花文旅季、正学文化艺术嘉年华、宁海白枇杷文化活动和、雁荡山文化旅游季、前童古镇“五月豆香”老街长桌宴等活动吸引游客慕名而来……

前童古镇在深耕非遗内核的同时,侧重沉浸式体验。开游节期间,“村秀”活动以“织梦前童·游你好看”为主题,邀请前童古镇非遗推广人、村秀设计导师、“当代徐霞客”特邀嘉宾等代表人物,现场分享人生经历和创作故事。并通过将地方传统服饰与现代时尚元素相结合进行创意服装设计,由本土村民担

任模特,开展“古镇风情”前童村民时装周、“草木作色”国风少女时装周、“石窗新裁”时装周3场主题秀,推动打响非遗助推乡村振兴的创新文化品牌。

游海岛、品船餐、逛渔村……每逢节假日,强蛟镇“浪漫海岸”便会游人如织,八方来客欢聚宁海湾畔,亲海戏水、登岛览胜、乐享海趣,在蓝湾绿岛之间畅享假日慢时光。

漫步在蓝湾特色街区,咖啡店、甜品店、特色餐馆、渔家客栈沿街排布,形成烟火浓郁的文旅消费风景线。渔家特产店内,虾干、鱼鲞、蟹糟等本地海味备受青睐,游客围着纷纷选购。火热的旅游市场背后,是当地持续深耕滨海资源、完善旅游配套的不解努力。

“为满足多元需求和提升文旅体验,宁海县联动景区、酒店、平台等推出惠民举措和促消费措施,组织推出门票减免、折扣套餐等系列惠民措施,营造全民出游、乐享文旅的浓厚氛围和推动消费扩容提质,持续释放文旅消费新活力。”张芳说。

# 载着“银发”赴山海

本报记者 臧潇



“银发”游客在“桂行天下”列车上参与互动。卜锡龙摄(中经视觉)

了现在的加长护栏、爬梯,卫生间加装L形扶手和无障碍设施……

上午11点,互动活动准时开始。“答对问题有奖品!”国铁南宁局文旅公司旅游事业部工作人员侯晓颖作为活动的主持人,展示起铁路文创产品,精心设计的红包、定制款棒球帽,全场老人跃跃欲试。“请问,什么东西不能带上列车?”侯晓颖话音刚落,张谦就举手示意:“易燃易爆物品,管制刀具,还有酒精!”

“您觉得这个票价贵吗?”现场氛围越发热闹,记者也和身旁的老人聊天。“单独看票价,你肯定觉得不便宜,但要看整个服务,它还真的不算贵。”游客印兴德指着身前的证件,示意记者瞧瞧。证件上姓名、电话、铺位号写得清楚,而最后一行,是趟列车随行医生的电话号码。“这多让人放心,而且票价里已经包含了列车、酒店和景点门票,不用再费心盘算,这钱花得值!”印兴德说。

日前,山西开通了今年首班旅游专列Y202次,其适老化改造与一站式服务点燃文旅市场热情,与新疆新东方快车、成都熊猫专列等共同构成国内专列旅游的热门矩阵。这类产品精准切中亲子家庭与老年群体需求,一跃成为文旅消费新宠。

旅游专列的走红,本质是踩中了游客对“省心游”“主题游”的需求痛点。它以“一站式”服务免去换乘、购票的繁琐,用主题化车厢营造沉浸式氛围,契合了当下游客对“轻量化出行”与“深度体验”的双重期待。新疆专列将沙漠、草原、古城串联成线,让游客在移动中感受西域风情;成都熊猫专列以萌趣元素打造车厢场景,精准吸引年轻客群。这种“交通+文旅”的融合模式,成为激活区域文旅资源的新引擎。

但热潮之下,旅游专列的共性短板也愈加明显。首先是体验割裂感,不少专列仍停留在“景点串联”的初级阶段,将“一票到底”简化为“赶场式打卡”,游客在景点停留时间被压缩,难以深入感受文化内涵。其次是服务同质化,多数专列的主题设计仅停留在表面装饰,缺乏对地域文化的深度挖掘,比如有的“文化专列”仅张贴几张风景海报,却未设置互动体验或文化讲解,让“主题”沦为空壳。此外,灵活性不足也是受不少游客诟病的点,固定的行程安排难以满足游客个性化需求,想在心仪景点多停留片刻成了奢望,与“慢游”的初衷背道而驰。

破解这些共性问题,旅游专列需从“流量思维”转向“用户思维”。一方面,可将“文化内核”贯穿全程,例如在车厢内设置文化分享会、非遗体验区,让游客在旅途中触摸文化脉络,还可在景点安排专属讲解与互动活动,让“打卡”变为“深度沉浸”等。另一方面,可以引入“弹性机制”,例如在固定路线中设置“自由活动站点”,允许游客根据需求选择停留时长,兼顾效率与个性。同时,利用数字化手段打造“线上+线下”联动体验,比如通过AR技术还原历史场景,让游客在车厢内就能“云游”景点背后的故事。

旅游专列的“热”,是文旅市场需求升级的缩影,但只有跳出“景点搬运工”的定位,真正以游客体验为核心,才能让“移动的风景”成为“难忘的记忆”。从山西到全国,旅游专列的破局之路,不仅是产品的升级,更是文旅理念的革新——唯有从游客体验出发,让“便利”与“深度”共生,才能让这股热潮持续升温。

本版编辑 周颖一 李润泽 美编 夏祎