



象山花岙岛

拥抱诗与远方： 宁波文旅快融合

国研经济研究院东海分院 陈旭钦 王斯佳

11月20日，全市旅游发展暨旅游国际化推进大会召开，这标志着我市文化和旅游产业融合发展已拉开帷幕，丰富提升宁波城市发展“知行合一、知难而进、知书达礼、知恩图报”的内涵。

文化和旅游产业是我市目前产业结构调整中的重点发展领域，现阶段虽与杭州、厦门、青岛等兄弟城市存在着一定差距，但有较好的资源现状和广阔的发展空间。

今年3月，国务院机构改革方案决定将国家旅游局和文化局合并，批准设立文化和旅游部。10月23日，浙江省委、省政府召开全省机构改革动员大会，宣布组建省文化和旅游厅。文化和旅游融合发展已大势所趋。

对此，我们建议：亟早从深度和广度两方面入手，挖掘文化与旅游融合发展契合点，盘活宁波文旅资源，打造具有地方特色的文旅品牌和文旅产品，为文旅产业投融资、重大项目建设，以及文旅资源整合运营推广，搭建创新平台；推动文旅产业深层次融合，构建区域经济发展新动能。

文旅融合大势所趋

在全球新一轮产业变革中，文旅融合呈现出高附加价值、高发展潜力和较强的渗透带动性。文旅融合已是世界文化旅游产业的大趋势，也是城市转型发展和品牌提升的新引擎。

巴黎、芝加哥等城市发展的经验表明，旅游与文化融合程度越高，城市吸引力就越强，城市经济越发达。巴黎以时装周和“基地+博览”为载体，推动文化创意产业和旅游产业的融合发展，成长为国际大都市，从深度和广度上促进文化旅游相互融合、良性互动、共赢发展。芝加哥在中心区打造文化旅游和基础服务配套的“中心城市”，实现由工业制造业城市向文创旅游驱动发展的现代化大都市转型。

据了解，宁波旅游要通过全域化布局与国际化引领，力争到2020年，全市旅游产业总收入超过2600亿元，旅游总人数超过1.6亿人次，入境游客数突破220万人次的目标。并围绕“五名五大”（即名城、名镇、名村、名街、名居和大港、大佛、大儒、大海、大山），打造多元化旅游产品体系，培育形成东方大港、佛教名山、阳明故里、宁波港湾、四明胜境等一批核心旅游品牌。

盘活宁波文旅资源， 加快融合发展

A 顶层设计，统筹规划，提升层次

聚焦全域化发展，强化顶层设计及规划引导，逐步形成文化旅游融合发展的合力。编制全市文化旅游融合发展规划，突出宁波地方特色，“一张蓝图绘到底”规划文旅产业布局，延伸文化和旅游产业链，形成“处处能旅游、时时可旅游、行行加旅游、人人享旅游”的局面，按照大平台、大产业、大项目、大企业的发展方向，建议在现有市旅投公司的基础上，新建市文化旅游集团，以文旅产业融合与开发、重大项目投资与运营、酒店管理、旅游交通与服务、文化旅游大数据应用等主要业务板块为载体，推动市县两级资源整合、优质资产上市、重大项目招商引资和投资模式创新，进一步做大、做优、做强宁波文旅产业。

B 深度挖掘，提升产业文化内涵

1、深挖古镇文旅新资源

建议借鉴北京、湖州等地成功运作经验，由财政适度引导，引入金融、上市公司等多元化资金为主，组建历史文化保护与开发专项基金，用于文旅产业培育、历史街区开发、古镇保护等领域，由品牌辐射力强、资本实力雄厚的大型企业集团牵头组建“古镇综合开发运营平台”，各大中小型文化和旅游企业加入平台联合开发运营景点、住宿、基础设施建设及相关项目，推动古镇良性开发。

从差异化角度出发，在寻求复兴宁波现有的古镇和古村落基础上，挖掘古镇和古村落的建筑艺术、布局机理等文化底蕴，融入生态艺术理念，对古镇和古村落进行深度开发，打造能够提供高品质生活品质、休闲度假功能的文旅特色小镇。

比如，充分发挥鄞州区首南街道石家村的人文、古建筑和水系资源优势，集田园、水系、街巷空间和院士等元素，构建“田园微城市带”。挖掘慈城古镇儒商文化、江南水乡等元素，塑造“江南第一古镇”品牌，打造集古建筑保护、实景演出、民俗餐饮等多种业态为一体的综合性文旅新区，既疏解城镇人口、产业交通，又提供全新的文化展现平台。

2、增强文创产品生命力

文创产品对于文化消费市场的形成和带动潜力是明显的，加强文化旅游商品的开发，整合包装，可提升旅游商品的文化内涵和附加值。数据显示，故宫博物院文创产品年收入达10亿元。

建议发挥宁波已有历史文化旅游资源特色优势，借鉴故宫开发文创产业成功经验，探索文创产品开发新思路、新模式，整合全市文博资源，推出文旅新品牌。将文化创意、高科技等元素充分融入纪念品、游戏、动漫、影视当中，打造极具宁波本地文旅特色的超级文化IP，开发个性化的文创产品。

比如，结合天一阁古籍、海丝文化、王阳明心学文化元素等文旅资源，结合读书周、海丝文化周、阳明文化周等活动，开发文化之旅线路旅游产品和系列文创产品，组织文创产品设计大赛及发布会，也可利用AR、VR技术，开发数字博物馆等数字化文旅体验产品，及时推出中小学生学习旅行产品。