

宁波 推动文旅深度融合 促进高质量发展

“海陆空”联动秀出新玩法

象山创新文旅供给激发消费潜能

王陈辉 应磊



滨海玩法多样，游客体验精彩。(象山县文化和广电旅游体育局供图)

航拍山海美出新高度，多元活动秀出新玩法，千帆竞发游出新场景……“中国旅游日”当天，宁波市象山县北纬30度最美海岸线起航日主题活动启动。本次活动以“中国旅游、宁波开篇、象山起航”为主题，旨在推动象山旅游业高质量发展，推进文化、旅游、体育等多产业的深度融合，开启海陆空联动的多维度宣传推广，持续提升“象山北纬30度最美海岸线”品牌辨识度、影响力和体验感，发出“向海进发”的最强音，做大做强海洋运动产业，努力把象山打造成为长三角海洋旅游目的地和长三角海洋运动中心。

当前，象山旅游业态正从浅海到深海，从海岸到海洋，从渔船到帆船推进。象山县相关负责人介绍，“早在6000多年前，象山先民就已开启向海谋生的历程，从前每至渔汛，渔船出海，千帆竞发，起航意味着丰收满载。期待未来能有更多人积极为象山发展出谋划策，携手推动象山文旅事业蓬勃发展，让这片山海出圈出彩。”

如今，象山又推出新玩法。活动现场

，“飞一般的中国·象山站”中国无人机城市影像秀活动、“青年与海”主题驿站寻访活动、2024“周末嗨象山”品牌周末和超级周末活动、“象山十景”征集活动陆续发布。

象山正以更包容、开放的姿态，邀请更多人共同创造独属于象山一万种美好生活的可能。“周末嗨象山”品牌，通过风景和场景的搭配，为游客量身定制文旅体验。以微度假、深体验、慢生活的产品形态和微综艺的潮玩方式，传递“自由、热爱、向往”的旅行态度。

象山从“风景+场景”上下功夫。象山县文化和广电旅游体育局主要负责人表示，以“后亚运”“海岸线”为核心，当地正在着力打造“周末嗨象山”这一IP，希望在日渐升温的“周末经济”中占据一席之地。

抓住旅游来到县域新趋势，象山创新供给，给年轻人提供情绪价值。在慢节奏生活中，帮年轻人卸下满身的疲惫。

在石浦，“三个月亮”美好生活主题海岛一问世就成为“惊艳”。一幢幢白

色的建筑依山而建，与不远处的海面连成一体，海风时不时吹开树林的遮掩，圣托里尼独有的“浪漫白”一览无遗。

“它不仅是一岛一店的民宿聚落，而是通过多元的产业生态发展，打通周边岛屿资源和相关产业链，打造成为海洋生活度假的旅游目的地。”三个月亮主题村落创始人梁哲锋说。

一片大海、一块泥滩、一个海岛，象山独特海洋资源释放“惊艳”潜质。象山亚帆中心码头在亚运会后进一步“增值”。不久前，象山亚帆中心完成调试运行，正式获批由港航管理部门颁发的港口经营许可证。

象山亚帆中心已经成为华东地区首家开放式游艇港，具备140平方公里游艇巡航海域。获批港口经营许可证后，国内外游艇到象山港、到长三角能“停得进来、开得出去、玩得起来”。象山县港航管理中心相关负责人介绍。

亚帆中心获批首个港口经营许可证，游艇真正在象山海域“游”起来。宁波兰湾游艇俱乐部率先完成全市备案通航海域经营业务。船东洋振进实现

了从渔民到艇长的人生角色转换，他的游艇驶进更广阔的海洋，为游客提供海钓、休闲观光等海洋运动或娱乐活动。

海洋变得惊艳，变得更好玩，才能更具魅力。而其城市形象也在一众游客的体验中呈现出有趣多元的新面貌。

从海洋挖掘新体验，黄避岙乡聚焦大黄鱼这一特产，推出大黄鱼风情市集，上千游客涌向斑斓海岸，邂逅渔家烟火，慢品渔获滋味。活动上，黄避岙乡发布探秘海洋九大研学新业态、大黄鱼文旅IP手册、美味黄鱼宴、厨神争霸赛……八方来客在这条看得见大海、闻得到海味、尝得到海鲜的北纬30度精品海岸线上，观山海风光、品海鲜美味、享渔牧文化，体验极具海洋味、时尚感、年轻态、烟火气的耕海牧渔旅游新场景。

近年来，黄避岙乡积极打造“渔牧风情”港湾门户之乡，全力推进本地极具山海特色的“北纬30度斑斓海岸海洋运动文化产业线”建设。今年的活动，该乡更是将大黄鱼传统发展模式与新兴文旅产业相融合，除了不断推陈出新、活化产业IP外，还发出“同一片海，同一条鱼”号召，呼吁大众关注眼前的海洋。

如今，海洋已经成为象山旅游的最大特色，“海洋+文旅”“海洋+运动”发展热潮涌动不息。前不久，象山先后进行了“宁波象山文旅(上海)推广中心”和“象山旅游(上海)直通车”指定代理商授牌仪式、6家海洋运动企业入驻大目湾仪式。

值得一提的是，中国宁波一号帆船队日前落户亚帆中心母港。中国宁波一号是国内一支高水平的帆船队，在世界帆船巡回对抗赛和M32世界锦标赛等世界顶级赛事中13次获得冠军，是滨海宁波扬帆世界的一张名片。

未来，象山还将加快体育和旅游融合产品的开发，推进海上运动旅游产品的多样化，包括赶海体验、野外求生、攀岩、海岛探险等多元化户外运动项目，同时提升海钓旅游产品的品质。

小镇“跑马”撬动“农文旅体”融合

朱丽

“三面青山一面湖”，群峰环绕，碧波荡漾，这就是宁波余姚的牟山湖。

5月26日上午7点，在牟山湖畔，2024“松原杯”余姚·牟山湖半程马拉松鸣枪开跑。这也是近年来牟山规模最大的体育赛事，吸引来自埃塞俄比亚、肯尼亚等国家及全国各地的选手和长跑爱好者跑进牟山。

随着发令枪响，选手冲出起跑线，用脚步丈量牟山。本次比赛设置了半程马拉松(21.0975公里)和迷你跑(约5公里)两个项目，起终点均为牟山镇文体中心。

半程马拉松路线围绕牟山湖展开，途经滨湖新城、牟山大桥、姜山村落、古樟树群、美女池、风情水岸等，一路跑，一路感受新农村、古村落和湖光山色。

比赛沿途设置多个点位，还有啦啦队为参赛选手加油鼓劲。跑友们还能收获牟山特色伴手礼，包含餐饮、游玩、白杨梅采摘优惠券、牟山地产大麦茶等，体育赛事与文旅资源有机融合，带动牟山农文旅发展。

牟山镇地处宁波、余姚的西大门，拥有宁波第二大天然湖泊——牟山湖，风景秀丽，物产丰富，尤以西山白

杨梅和牟山湖大闸蟹闻名浙东。牟山镇交通网络发达，319省道、杭甬高铁和浙东大运河横贯全镇，城际铁路牟山站也已开工建设。牟山文化资源丰富，现存马步龙窑址、方丈碑、马家堰等遗迹文物，拥有黄鹌舞、状元糕等非物质文化遗产。

近年来，牟山镇精准定位，精准发力，农旅、商贸和工业三个产业迭代发展。2023年全镇规上工业产值达到52亿元，同比增幅为14.32%，在余姚名列第一，2024年第一季度，实现规上工业增加值2.79亿元，同比增长24.1%，均领跑余姚各乡镇。

同时，牟山镇还依托牟山湖自然风光和“夏品西山白杨梅，冬享牟山湖大闸蟹”两大农业品牌效应快速引流，以湖山露营基地建设为母体串联姜山古道、环湖绿道、历史文化古迹及农产品电商等周边资源，加快农文旅发展步伐，策划组织徒步、登山、垂钓等活动，进一步丰富发展模式，打造运动休闲特色“体育小镇”。

牟山的高质量发展充分体现了“小城镇也有大作为”，得到了各级肯定，先后获得国家卫生镇(拟授牌)、浙江省文明镇、浙江省卫生镇、浙江省小城镇环境综合整治宁波样板镇、浙江省美丽乡村示范镇、浙江省森林城镇。



2024余姚·牟山湖半程马拉松鸣枪开跑(余姚牟山镇供图)

宁波3个村成为省级“代言人” 水美乡村景色新

陈颀

手捧一杯咖啡，闲坐田野中，远眺天蓝水碧，白墙黛瓦，闭上眼，静心沉醉于烂漫花海。沿着钟家河漫步，疏影横斜水清浅，枝头绽放着期待。万物澄澈，四季治愈，入目皆风景。这片都市繁华宁静之处，便是宁波市镇海区庄市街道的永旺村。

近年来，永旺村以“甬江科创后花园，城郊融合双创村”为目标定位，依托区位优势，充分激活利用村内闲置资源，以乡村科创、文创产业为特色，联结五方共建探索投、建、管、运一体化管理，大力推行多元主体投资、专业团队运营、利益机制紧密的村庄经营新模式，倾力打造使原乡人增收致富、新乡人安居乐业、归乡人返巢创业的未来乡村美丽共富样板。

为高质量推进全域建设幸福河湖，打造高品质水美乡村典型示范，加速推进区域高品质水美乡村建设，近日，浙江省河长办公布第一批幸福河湖建设高品质水美乡村典型案例名单，宁波市鄞州区童夏家村、镇海区永旺村、象山县高泥村位列其中。

宁波市鄞州区塘溪镇童夏家村始建于明朝嘉靖年间，距今已有四百余年历史。村庄地处白岩山下、梅溪源头，古树葱绿，溪清潭碧。村民临溪而居，沿山势缓缓而上，“小桥、流水、人家”，空气里还弥漫着竹海清香，宛如陶渊明笔下的世外桃源。近年来，童夏家村坚持“绿水青山就是金山银山”理念，全力践行

“千万工程”，依托“水美乡村”的建设，着力发展休闲产业和绿色经济，通过全面提升周边环境，引入企业发展旅游业，带动村民增收，实现由水清、岸绿、景美向村富、民强的跨越。

位于象山西北角海畔的高泥村，是黄鱼、鲈鱼的养殖重镇，年产值超1.4亿元。近年来，高泥村以共同富裕为目标，大力整治河道，推进民宿和农旅产业，取得显著成效。通过积极引进专业运营人才，高泥村打造“里海荷塘海上田园综合体”项目，推出精品主题民宿“安澜别院”，发掘清军港遗址等历史文化资源，举办黄鱼风情节等文化节庆活动，吸引了八方游客前来打卡体验黄鱼文化。

“高品质水美乡村建设是新时代‘千万工程’在水利领域的再深化，是推进全域建设幸福河湖工作的具体举措。通过水环境治理、河湖生态空间价值转化等手段，不断提升沿河村庄水美、水活、民富、村强等特质，进一步促进环境美、生态优、产业兴、百姓富。目前，全市已建成高品质水美乡村20个，2024年将打造50个。”宁波市水利局河湖处相关负责人介绍道。下一步，宁波将继续聚焦“村-水”关系，通过“强基础、提颜值、增活力、促共富、河长治”等综合措施，深入开展高品质水美乡村、15分钟城乡水圈建设，构建“点、线、面”三级串联的立体幸福河湖示范网，积极打造具有宁波辨识度、示范推广性、战略引领力的全域幸福河湖建设模式样板。



象山县黄避岙乡高泥村(宁波市水利局供图)

大海的千万种声音，你听过吗

浙东沿海以声景提质赋能文旅融合发展

今年初，浙江省文旅深度融合工程专班办公室印发《关于进一步促进文化和旅游消费的若干措施》，其中提到，到2027年，全省滨海旅游接待游客总数达到4.5亿人次，旅游总收入超过2000亿元。

作为拥有全国最长海岸线和最多岛屿的海洋大省，浙江省在文旅融合工程中绕不开滨海景观资源的更新迭代。近日，宁波大学潘天寿建筑与艺术设计学院景观建筑研究团队结合一线调查，从听觉角度提出滨海文旅融合的景观提质之道。

目前滨海景观的提升成效主要集中在视觉层面，对声音景观的关注较为有限。事实上，中国传统文化偏重听觉。不同于视觉的向前聚焦，听觉是发散绵延的，因而，声景有助于补充被视觉图像切割后丢失的文化信息和集体记忆。同时，声音在时空中的律动性又能带来独特的知觉刺激、情感共振和精神疗愈。面对城市化、工业化引发的噪音污染和视觉同质化，声景的创新实践中孕育着文旅新机。

挖掘文旅资源，要基于声区规划和数智支持，保护滨海声景整体多样性。声音的流动性决定了环境中多个声源之间的互相影响，有必要先从整体性的角度出发识别声源的类型、特征和关系，对特色声景区进行标记与保护性规划。结合声景地图，从



宁海强蛟镇·渔船海浪共谱海上声景(宁海县强蛟镇供图)

“能够表征滨海区域空间地理和物候属性的生态声景”“能够唤起海洋渔业等劳作仪式中标志性事件记忆的生产声景”以及“能够勾勒滨海村落市井人烟与社会关系的生活声景”等线索入手设置特色声景保护区，并对区块范围及周边声环境进行科学测评和规划调整。此外，还可引入智慧声景区数智系统，把声音传感器与景观装置一体化设计，布设声音监测网络来辅助声景动态监管，捕捉潜在噪音源对声区特色音场的干扰并制定优化措施。

在整合现有声区资源的基础上，还需深入分析特色声景构成及其历史变迁背后的自然斑块更迭、产业结构演变和人文基因存续情况，通过多学科共治实现滨海声景的活态更新。比如，以生态治理丰富海鸟等发声生物栖息地的立体景观群落，提高自然声景扩散度和复杂度；从渔歌号子、地方志等史料中挖掘具有海洋精神的声音地标，并于以空间溯源定位；在滨海空间为船灯舞、跳灶舞、走书、唱新闻等浙东特色海洋非物质文化遗产设置剧场性的演绎节点，恢复对方言和民俗声景的听觉注意。这些声景都将成为文旅发展的新引擎。

提振文旅品质，可借助声境营造和虚实叠合，增强滨海声景体验丰富度。

根据听感生成机制，空间环境设计能够改变声音的质感、强度、情感和意象等，可用于呈现多变声境以激活身体感官，在游者的滨海体验中传达更饱满的声景语义。

一方面，空间环境中包含着创造声音的物质、途径和过程，环境发声物组成了声景的“物境”。其设计重点在于处理场景声源的结构关系，兼顾静态声境层次和动态听觉序列，协调好环境中的基调音、信号音、标志音和声音节奏。另一方面，空间的大小、高度、形状和用材等影响声波运动，空间形式会作用于声景的“情

境”。这就需要注意保留对声音形塑有特殊作用的自然海岸地形和维系传统滨海聚落社会声境的文脉肌理，增加下垫植被、铺装类型来细化听觉颗粒度，驱动情感起伏，以及借助空间声环境模拟，整改局部不利点，以免引起负面听觉情绪。同时，空间中的非声景观因素会激发聆察者的听觉联想，感官联动可以拓展声景的“意境”。滨海植被色彩、海滩沙石、鱼车虾担中的海味等非感官信息与听觉的意义互通，能够衍生更丰盈的听觉形象和文化意象。而空间中表现受限的声音信息还可依托虚拟技术补偿，在全息采集和数字建档后，利用沉浸式扩声技术重塑声音的空间感、方位感和距离感，在虚实融合中创造声景的“叠境”。

用以上四重声境来指导景观空间的精细化设计，能助推文旅体验走出视觉边界，扩展滨海环境美学表达路径，让有形的物质审美走向无形的气氛美学，把现实维度的场地上升到情感连接的场所，使游者游走于虚实交界处的听觉想象场域，在弥漫式、深层次、高品质的听声体验中构筑起对海洋文化的认同感。

塑造文旅品牌，需调动主体参与和社会共创，推进滨海声景记忆再生产。

声景理论重视人的主体感知。使用主体不是被动接受声音意义，而是参与解读和创造声音内容。因此，滨海声景提质还应关注主体作用下的听觉文化记忆再生产。

以媒介创新唤醒主体觉察。记忆是一种感官行为，声景记忆建构的感官基础是主体敏锐的听觉。然而，现代社会环境噪音量上升造成普遍的听觉钝化。麦克卢汉认为媒介是感官的延伸，那么创造媒介就如同放大听觉。正如扎达尔著名声景“海风琴”，借鉴管风琴发声原理，用“风管+台阶”组成了轻柔的听声媒介，把寻常的海浪运动通过气流转化成不断

变化的音乐，成为当地旅游的记忆IP。随着媒介技术发展，声音还能被再现为可看可触的实物艺术、电子影像等，从而占据注意中心和记忆焦点。

以互动共创带动主体参与。声景记忆不止于一种过去的记忆，而是面向未来的、多主体共有的活态记忆。一些实证数据表明，主体参与对旅游体验和记忆生成有显著正向影响，并能提高重游意愿维系文旅产业生命力。声景作为文旅资源，提高游客参与度的方式主要有两种：一是利用AR+文旅等游戏思路，增加游客在滨海声音体验过程中的探索趣味和交互激励；二是发起声景研学和工坊招募，吸引公众参与声音收集和声景提案，续写海洋记忆。

以移动产品助推主体传播。声景记忆不仅是地方共同记忆，也是游客个体的主观记忆。便于个体化记忆传播的声景能产生更广泛的文旅吸引力。滨海声景应转变固化资源的认知，开发可移动资产，渗透到社交媒介，培育潜在游客群。最大化利用滨海声音素材，开发“口袋声景、海岸线物种声音集、海浪疗愈音乐盒”等文创产品和“海洋音乐节、声音艺术展”等主题活动，从“带出去”和“请进来”双线发力，创造人文经济效益。

以声感评价关照主体差异。景观使用者的文化背景和社会语境会影响其对声景的体验效果和记忆编码。在滨海声景设计到使用的全周期，均应关注多样化群体(沿海居民、外来游客等)对听觉记忆点的不同认知反应，通过人群分布热点图、声景满意度、依恋度调查问卷等主客观结合的方式，充分获取不同使用主体的反馈，及时发现设计问题和潜在商机，推动滨海声景在多元文化下的再生产。

(撰稿：宁波大学潘天寿建筑与艺术设计学院、宁波大学空间美育名师工作室 徐入云)