

专版

宁海探寻乡村旅游的时代答卷—— 共富之道，在山水与青春之间

5月19日，第16个“中国旅游日”如期而至。

“中国旅游日”发祥地宁波宁海，再度成为焦点。2026年“5·19中国旅游日”浙江省分会场活动启动仪式在宁海举办。5月18日，宁海发布了《乡村旅游三年行动计划》，其中几组数据尤其抢眼——

到2028年，实现乡村旅游年接待突破400万人次；乡村旅游直接间接就业超1.5万人，带动村民增收致富……

这不仅是数字目标，更是一份关于“共同富裕”的实践答卷。

五年前，浙江被赋予高质量发展建设共同富裕示范区的重任，一颗关于“共同富裕”的种子在这片沃土悄然种下。共同富裕难点在乡村，潜力也同在广袤的田野间。如何唤醒沉睡资源，激发内生动力，让农民成为共同富裕的直接受益者和积极建设者，成为浙江乃至全国共同的核心命题。

宁海县委、县政府的解题思路很清晰：以“千万工程”为牵引，将乡村旅游这一“美丽经济”作为缩小城乡差距的金钥匙，重新解构人与土地的关系。

数据显示，宁海乡村旅游贡献了全县60%的旅游人次。2025年，宁海城乡居民人均可支配收入比值缩小到1.63。



在宁海湾，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

■ 陈醉 蒋攀 吴帅 陈亚茹

激活乡村“引力场”

5月18日，2026宁海乡村文旅“青村CEO”招募大会上，宁海发布全新的乡村旅游品牌：“青村，宁好！”52个乡村文旅重点村庄不约而同喊话全国：等你来当“青村CEO”！

“413年前那个26岁从宁海出发的徐霞客，青春昂扬，步履不停。今天，宁海要寻找的，正是当代的‘徐霞客’，那些愿意投身乡村、用新理念新技术激活乡村的年轻人。”宁海县文广旅游局相关负责人道破深意。

一句“青村，宁好”，不仅是求贤若渴的英雄帖，更是宁海在推动共同富裕实践中精准锚定的人才发力点。

乡村振兴，人才是关键。然而，乡村对人才的需求并非一成不变，而是随着发展阶段、产业结构、治理模式的演进，对人才的规模、结构和质量提出了动态变化的需求。因此，建立一套灵敏高效的人才培养与区域发展需求动态适配机制，至关重要。

这盘棋，宁海早已落子。早在2019年，宁海便在全省率先启动“艺术振兴乡村”行动，将青年设计力量导入乡村的毛细血管。中国人民大学“小裤脚教授”团队等青年艺术家长期驻扎，赋能乡村。

在此基础上，四年前，一份更大范围的青春召集令发出。宁海首创全国联合毕业设计行动，一纸邀约，百所高校、千余名大学生将毕业设计“写”在宁海山水

间。“真题真做”，真切地影响着一个村庄的未来，许多学子因此从“做客”转变成“创客”。

这套“把青年之水引进来，把扎根之土培厚”的逻辑，如今在宁海普通的村庄里遍地开花。

刚刚过去的周末，河洪村“无事庭院”内人潮涌动，食材架上的东西被抢购一空。庭院主理人大冰曾是驻唱歌手，回到河洪村，她将100多平方米的3间农房改造成一站式休闲庭院，手工汤包、长寿咖啡、泰式薄饼等创新“混搭”业态，在短短100天内带来超百万元的营收。

“以前村里冷冷清清，压根没有游客愿意来。近几年，我们大力招引、培育青年创客，打造特色化、差异化乡村文旅业态，一步步盘活可用资源、凝聚乡村人气。”河洪村党总支书记于云亚说。如今，河洪村已汇聚了20多名像大冰这样的青年运营官，他们带来了莫奈式树坞营地、柴火窑烤面包等十余种新兴业态，全年游客量达到50万人次。

从艺术驻村到青年运营，从毕业设计到乡村创业，宁海正在构建一个从吸引、培育到扎根、反哺的完整人才生态链。这条链上，每一个青年都成为乡村“引力场”中的核心，用创意激活资源、用青春点亮乡村。

重塑运营“新逻辑”

夜色四合，宁海深口镇清潭村“进士文化大院”内，一群身着古服装的游客



游客在宁海雁苍山瀑布打卡

围坐在泥炉火锅旁，谈笑风生，身边游客来来往往。

去年，小村接待游客超2万人次，经营性收入突破百万元，木雕窗棂间，跳动着互联网时代的商业脉搏。而三年前，张芝铭这名英国布里斯托大学毕业的经济学硕士，第一次走进清潭村时，这片院落群仰仗单个民宿或景点的自由生长，一片寂静。

资源碎片化，竞争同质化，这是全国乡村普遍遇到的困境。

宁海率先提出“整村运营”的思路，以“1座院落运营实体+1个整村运营概念”的顶层设计，发出招贤令，希望通过“引进第三方专业运营团队”和“培育村民合伙人”的方式，实现乡村资源流动和增值。张芝铭成了小村的“首席运营官”。

很快，这片近6000平方米的院落群摇身一变，成为一座“进士文化大院”。以大院为支点，一系列“文化磁石”般的项目陆续开发，宁波首个爱国主题沉浸式实景剧本《清潭往事·破晓》，串联起周边纪念馆、古戏台，形成完整文旅动线。

泥炉火锅中，翻滚着村民孔智春精心养在竹林间、跑够300天的走地鸡，汤底用的是村口张能军30年手工艺晒制的羊耳笋，每一口都带着山野的清甜。帮厨的村民陈杰月，端着现摘的青绿时蔬往桌边走。张芝铭将这份售价498元的火锅收益拆解成详细的分配公式：村民食材分成113元，非遗展示补贴20元，文化体验成本占30元……

“一锅‘泥炉进士宴’火锅，我能分到98块钱哟！”孔智春笑呵呵地说。这名昔日守着村头小卖部的农妇，如今已是第一个“村民合伙人”，重新申请执照，签下每年供应200余只竹林鸡的订单。

60多岁的同济大学退休教师张伟达，将自家新装修的宅院改造成“品乐居”民宿，注册了公司；村民自制的进士糕、

肉焖饭、望海茶、竹笋等“土菜”登上了“文化大院”的美食清单……

3名本土创业村民、5个返乡青年团队、3家新注册公司——清潭村交出了一本亮眼的共富账本。这不仅仅是经济上的考量，更是思维和观念的深刻嬗变。

如今，在宁海全域的版图上，已有近20家这般充满活力的“文化大院”群星闪耀：“温泉文化大院”依托“南溪嫂”品牌打造美味休闲市集，单日最高接待游客3000人次；大里村的“妙食集文化大院”，将散落民间的十八般传统小吃和特色农产品整合成“共富货架”，带动周边农户年均增收2000元……这些蓬勃发展的文化大院“串点成线”，片区组团，形成一张全域合营菜单，两年来，共同达成40万人次客流、超500万元营收的成绩。

锻造乡村“识别度”

“癸丑之三月晦，自宁海出西门。”《徐霞客游记》开篇便与宁海深度绑定。

5月19日，宁海西门城楼广场，“自宁海出西门”仪式如期上演：演员身披明代衣冠，跨上白马，从复建的古城门下缓缓而出，再次踏上那段400多年前的伟大旅程。

眼前，“徐霞客”脚下的西门土地，正是全国首条500公里国家级登山步道的入口。

步道的前身是徐霞客古道，沿途散落着108座古村落、18条溪涧和7座低

矮山峰。虽数量众多，却无传统意义上的“名山大川”，唯有寻常峰峦、寻常溪流、寻常阡陌。这种“普通”，恰恰是中国大部分乡村的真实底色。乡村振兴一个无法回避的命题浮现：如何从“普通”中生长出“独特”？

宁海的回答是：用一条古道，下一盘文化大棋。1613年5月19日，明代地理学家和游记文学家徐霞客从宁海出发，开启了游历神州大地的传奇经历。2001年，宁海率先倡议，将5月19日设为“中国旅游日”，并于2002年举办首届徐霞客开游节。2011年，国务院决定将5月19日确定为“中国旅游日”。近年来，宁海以“徐霞客”为文化支点，进行资源整合和业态创新，让文旅成为日常生活的一部分，景城共建，主客共享，打造出独特的旅游IP。

“单个乡村的价值或许有限，但当它们被置于一个更大的叙事结构中、共享同一个精神坐标时，分散的节点便可互为注脚、彼此赋能，拧成一股绳。”

徐霞客，因此从史书中的名字，变成了串联起“精神路标”。

宁海相关负责人介绍，沿着这个“路标”走下去，每一片寻常山水都被赋予了灵魂；梁皇山的石阶，回响着“游圣”的足迹与自然禅意；前童古镇的溪流，倒映着明匠人的精巧与乡愁；强蛟群岛的潮汐，吞吐着千

年渔舟的沧桑与海风的自由；深口镇的温泉，蒸腾出当代人的疗愈与宁静……一步一履间，似乎都能踩到400年前旅行者的喘息与心跳。

由此，便不难理解步道背后的一连串成绩：接待游客300万人次，每年仅步道经济带来直接收入2亿元以上，带动农产品销售6亿元。宁海举办24届的徐霞客开游节，也已从最初的文化纪念活动升级为综合性节庆品牌。2025年开游节期间，活动直接经济影响超1亿元，拉动效应超2.3亿元。

今年“中国旅游日”的主题是“乐享品质旅游，共赴美好山河”。“品质”二字，放在当下的宁海语境中，正是在最朴素的土地上，看见最深厚的文化根脉。

如今，宁海锚定“长三角全域乡村旅游首道地、全国乡村农文旅融合创新地”的目标，其底气，正源于此。而这盘棋，才刚刚开局。

本版图片除署名外由宁海县委宣传部提供



越野挑战赛选手跑过宁海霞客古道。



宁海县梅林街道河洪村“树坞”营地受游客青睐

胡余灶 摄

共富先行
浙里探索

高质量发展建设共同富裕示范区