

金融+文旅 交通银行宁夏区分行这出“文旅大戏”火了

黄河之畔,贺兰山下,一场关于金融与文旅的深度融合实践正在宁夏山川演绎新时代的“山海情”。

当身着民族服饰的银行员工出现在第七届中阿博览会的展台;当一部《闽宁双城记》宣传片在第八届中国国际进口博览会的聚光灯下向全球播放;当500多名全国高净值客户应一家银行之邀走进西夏陵……人们突然发现,银行,原来不只是存贷汇兑的地方。

交通银行宁夏区分行,正用一出“文旅大戏”,悄然改写金融支持地方发展的传统剧本。



交通银行“文旅大戏宁夏站”正式启动。



组织全国高净值客户来宁体验。



交通银行宁夏区分行参加第七届中阿博览会。



“文旅大戏”亮相第七届中阿博览会。



开展“文旅大戏”云游宁夏慢直播。



宁夏吴忠、福建泉州“双城记”走进第八届中国国际进口博览会。

一次主动上门,改写“银行只会放贷”的剧本

2025年上半年,宁夏文旅厅产业发展处处长熊胜跃第一次见到交通银行的拜访者时,心中闪过一丝疑虑:银行是放贷的,这“文旅大戏”是要唱哪出?

彼时,宁夏文旅产业正面临一种“富裕的贫困”。黄河、大漠、星空、西夏陵,资源禀赋优越,但知名度低、客流量不足,成为制约文旅产业高质量发展的最大瓶颈。对于众多文旅企业而言,单纯的贷款并非解决痛点的关键。如何“引人来”“留住人”

“让人消费”,才是真正的难题。

交通银行宁夏区分行敏锐捕捉到这一深层需求。该行没有选择坐等客户上门申请贷款,而是主动出击、送服务上门。分行党委经过深入调研后决定:跳出传统金融服务的“舒适区”,拒绝追逐短期信贷规模的“显绩”,转而投身于培育产业生态、提升区域品牌的“潜功”。

2024年以来,交通银行总行先后在长三角、京津

冀、珠三角等地区分行上演了“金融+文旅大戏”,重塑人们对“银行”的认知。宁夏区分行积极向总行争取政策和资金,将总行在东南省市开展文旅金融的成熟服务模式、先进产品案例与宁夏区域特色精准融合,制定了一整套完整、专业的金融服务方案。

这一步棋,促成了宁夏文旅部门与交通银行的深度对话,也悄然改写了金融支持文旅产业的传统剧本。

从“输血者”到“合伙人”:一套“四位一体”的“组合拳”

在交通银行看来,金融支持文旅产业高质量发展,不能仅做“输血者”,更要成为“合伙人”。对于地处西部的宁夏而言,如何将“文化强国”“旅游富民”的蓝图变为现实,离不开金融的深度参与。宁夏区分行不再以简单的资金供给者自居,而是转型成为地方政府不可或缺的文旅产业发展“合伙人”。围绕“引流—转化—体验—增值”全链条,该行构建起一套“四位一体”的综合服务体系。

顶层赋能,把宁夏推向全国乃至全球。因地制宜策划符合宁夏特色的文旅宣传视频,借助全国性媒体、宁夏本土主流媒体力量以及交通银行境内外2900个网点、微信公众号、手机银行等渠道,全方位、多角度地宣传宁夏风土人情及文化特色,展现宁夏独特魅力。2025年11月,第八届中国国际进口博览会期间,交通银行总行策划了一场“双城记”文旅联动活动。在央视新闻“进博新品汇”的发布平台上,一部主题宣传片将宁夏吴忠和福建泉州两个城市推上国际舞台。联合黄河大峡谷旅游景区、白寺滩民宿、吴忠知名餐饮美食及部分商户合作推出满减、“最红”等优惠活动,助力吴忠市文旅局、商务局打造“早茶节文化”“旅游节”“奶牛消费”等特色活动,聚力打造“游在宁夏,吃在吴忠”旅游品牌。联动迪拜分行,在阿联酋等地推广宁夏旅游,助力“丝绸之路”文旅交融。截至目前,该行已组织全国超500名高净值客户来宁体验,直接将“客流”转化为“消费流”。

融融融智,既给钱,更给方案。2025年8月,“文旅大戏宁夏站”正式开启,交通银行宁夏区分行与自治区文旅厅签署战略合作协议,同时为西夏陵及4家

景区提供3亿元授信额度支持,截至2026年3月,累计投放信贷超2.16亿元。

成功发行专属金融IP产品,创新推出“悦见宁夏·邂逅星空”文旅主题信用卡,累计发卡3438张,成为区域市场特色名片。创新特色产业金融服务产品,围绕宁夏“六特”产业,打造“葡萄酒庄”与“枸杞贷”小微项目制,与已有的“滩羊贷”“肉牛贷”等形成特色产品矩阵。共建高频消费生态圈,将自治区官方线上旅游平台“悦见宁夏”与该行“买单吧”App双向打通,实现双向场景营销获客,联合超过440家餐饮、住宿、零售商户构建优惠生态,提升游客消费体验与粘性。

协同攻坚,打破壁垒,内外联动。对内,分行优化“跨板块、跨条线”的内部横向协同机制,设立“文旅大戏”专班,推行“周调度、月复盘”的清单式管理,打破了前中后台、对公零售等条线部门间的沟通壁垒,推动客户信息、营销触点和服务能力的无缝共享与快速整合,形成了面向重点战略任务“一盘棋”谋划、“一股绳”发力的良好局面,成为推动分行复杂型、综合性业务高效落地的重要组织保障。对外,分行构建了银政企多方共赢的联动机制。通过参与政府合作项目、精准对接企业需求,以定制化的服务方案切实赋能产业发展,解决了项目建设、消费促进等多方面的实际痛点,从传统金融服务提供者,升级为地方产业发展的金融“合伙人”,进一步稳固了银政企合作关系,实现了金融“活水”精准滴灌产业脉络,切实履行了以金融支持地方经济高质量发展的使命。

久久为功,用数据说话。从景区门票优惠到“五折餐饮”活动,交通银行宁夏区分行在宁夏7家主要景区累计投放4200个优惠名额,在热门商圈392家餐饮门店将金融优惠精准送达消费者手中。全区5A级旅游景区合作覆盖率达83%。通过“食住行游购娱”系列优惠活动,累计吸引信用卡用户参与达23.8万人次。与本地零售龙头企业新百集团深化合作,联合打造“百县万店惠民”示范商圈等,推出一系列消费满减活动,有效激发了市场活力,带动人均卡消费额提升267%,人均季日均AUM增量提升11%。

在金融支持地方发展的赛场上,不仅有头部景区,更有千千万万的小微企业、个体工商户,他们是产业活力的“毛细血管”,也是吸纳就业、服务民生的重要主体。交通银行宁夏区分行面对单点突破易,系统提升难的课题,该行给出的答案截然不同——不是只盯着头部5A级景区“掐尖”,而是通过“文旅大戏”平台,将服务延伸至文旅产业链小微企业主与个体经营者,加大“线上抵押贷”“惠商贷2.0”等交惠惠贷系列产品的推广力度,通过小微项目制为13户小微文旅企业提供贷款5160万元,发放个人经营贷款1456万元,实现了对文旅产业链各层级市场主体的广泛覆盖。

“当前银行业对文旅产业的服务模式已打破了以往‘挑肥拣瘦’的刻板印象。服务对象从头部5A级景区延伸至广大小微企业及个体经营者,实现了对文旅产业链各层级市场主体的广泛覆盖。”熊胜跃坦言,如今交通银行已成为宁夏文旅产业真正的“合伙人”。

关注地方所需,聚焦实体实效,厚植服务根基

交通银行宁夏区分行紧抓闽宁协作30周年历史契机,把服务文旅产业作为落实黄河流域生态保护和高质量发展先行区建设的重要抓手,结合宁夏资源禀赋,一方面为宁夏域内的文旅项目和小微企业提供融资支持,另一方面利用银行资源搭平台、引客流、促消费,赋能文旅产业高质量发展,实现政银企共赢。

这次成功实践,是金融机构的一次深度探索,是从单一的资金提供者向资源整合者、平台搭建者、品牌推广者转型,交通银行以实实在在的行动,将金融资源配置到国家最需要的地方,将专业能力转化为服务地方经济社会发展的强大动力。

分行党委深刻认识到,金融机构的价值创造,根本在于对国家和地方战略的贡献。选择聚焦宁夏文

旅“知名度低、客流少”的核心短板,正是服务黄河流域生态保护、民族团结、乡村全面振兴等国家战略的有效切入点。分行在服务地方战略中也夯实了自身客户基础,实现了社会效益与商业价值的有机统一,证明了正确政绩观所带来的长远生命力。

交通银行宁夏区分行副行长陈秋表示:“从提供信贷到链接资源,从资金支持到产业运营,我们就是要通过‘文旅大戏’这个平台,探索出一条‘金融+文旅’的融合新路。实践证明,当金融的‘血脉’深度融入地方发展的‘肌体’,当金融机构将政治性与人民性贯穿于服务全过程,不仅能够激活区域产业的一池春水,更能书写出政银企共赢的高质量发展新篇章。”

一花独放不是春,百花齐放春满园。截至2026年

3月,交通银行通过全球近2900个网点、手机银行和公众号等为宁夏文旅制造传播流量近3亿次。这组数据背后,是金融机构跳出“舒适区”、甘坐“冷板凳”的定力,是“功成不必在我,功成必定有我”的担当。

证明了“功成不必在我,功成必定有我”的担当。交通银行宁夏区分行用1年时间证明:当系统发力、生态共建,久久为功,便不会出现“一花独放”的脆弱。从西夏陵到沙坡头,从“葡萄酒庄”到“枸杞贷”,金融“活水”正在浇灌出塞上文旅的满园春色。

“下一步,交通银行宁夏区分行将继续深化这套文旅综合服务‘方法论’,将其拓展至更多领域。在宁夏黄河流域生态保护和高质量发展先行区建设、铸牢中华民族共同体意识示范区创建的进程中,持续贡献更富智慧的金融力量。”陈秋说。