

0 听潮

友城之行 为宁波城市建设提供“他山之石”

记者 徐展新

宁波和厦门，同处东南沿海、走在开放前沿；作为计划单列市，在政策上有着得天独厚的优势；

它们，个性鲜明，存在天然的互补关系。宁波制造业基础扎实，孕育了一批埋头苦干的优秀企业家；厦门则是中外闻名的旅游目的地和“网红城市”，两者“一文一武”、相得益彰。

两年前，厦门成功举办了金砖国家领导人第九次会晤，一时风云际会、光芒四射。时下的宁波，即将迎来首次升格的国家级展会——中国-中东欧国家博览会暨国际消费品博览会。

积水成渊，蛟龙生焉。一场国家级乃至国际级大型展会的成功举办，与当地的产业基础、配套设施、开放活力和创新理念息息相关。厦门金砖会议的“他山之石”，正是宁波做好城市建设、办好国家级展会的灵感源泉。

5月25日至27日，包括宁波日报在内的全国15家副省级城市党报的总编、编委和全媒体记者共聚厦门，感受几十年来的沧桑巨变，了解厦门城市建设的实践成果。

三天时间，虽然远远不够深刻地了解一座城市，但行走厦门，听到的、看到的“城市故事”，已经为宁波城市的现代化建设和国际化推广提供了宝贵的“他山之石”。

举办国家级展会，宁波蓄势待发

谈起2017年的那场金砖国家领导人第九次会晤，厦门人无不骄傲。

国家领导人在会议上如此介绍厦门：这里自古就是通商裕国的口岸，也是开放合作的门户。30多载春风化雨，厦门脱胎换骨、凤凰涅槃，已经发展成一座高素质的创新创业之城和高颜值的生态花园之城，是一块实实在在的“金砖”。

开放的血液，早已融入厦门的“肌体”。

厦门是典型的出口型城市，是中国首批经济特区之一，随后相继成为深化两岸交流合作的综合配套改革试验区、“一带一路”建设的重要节点城市和福建自贸试验区组成部分。

记者还从厦门国际邮轮母港了解到，厦门已开辟62条“一带一路”航线，覆盖全球21个国家的48个港口，其中包括34条“丝路海运”航线，一步步建起陆海内外联动、东西双向互济的国际贸易通道。正是这些开放领域的创新实践，让厦门一跃成为全球瞩目的焦点。

宁波也受益于长三角出众的区位优势，早早成为通商口岸。如今，它倚靠广阔的经济腹地，依托货物吞吐量全球第一的宁波舟山港通达世界。全球各地都有宁波商人



全国15家副省级城市党报采风团走访厦门沙坡尾古港。（厦门日报社 供图）

的身影和足迹，在“一带一路”建设和“17+1”合作方面，宁波也走在前沿。

从数字上看，厦门2018年合同利用外资465.9亿元，实际使用外资107.3亿元，进出口总额6002.1亿元，外贸综合竞争力位居全国第五。横向比较，宁波的三组数据分别为73.5亿美元、43.2亿美元、8576.3亿元，外贸综合竞争力则排在全国第七。由此可见，双方的外贸产业体量不相伯仲，均有承接国家级展会的扎实基础。

城市外向型经济的硬指标，厦门和宁波都很出众。走访调研期间，副省级城市党报的代表们对宁波不吝称赞：“在做涉及对外贸易的报道时，常常会以宁波为标杆，你们在这一领域取得的成就毋庸置疑。”称赞固然可喜，也需要警惕和自省。三天走访，记者看到了厦门城市有机更新与精细化管理的卓越成果，看到了厦门对外推介宣传的热情与决心。友城“珠玉在前”，宁波道阻且长。

平衡城市的“旧貌”与“新颜”

一艘由民间筹款、各级文化部门共同出资打造的仿古官船，矗立在厦港海洋文化展示厅门前，与周围成片的老建筑和数百米外的厦门“双子塔”相映成趣，展现了厦门古代、近代、现代融合共生的奇妙场景。

“这里有浓厚的历史感，也有

满满的现代元素，它们互不冲突、相辅相成，的确招人喜欢。”来自杭州日报的新闻编辑如此感叹。

时间回溯到两年前的金砖会议，参会、游玩的外籍友人想必也有过相似的感受。

沙坡尾是古代厦门港的发源地，也是现代厦门城市有机更新的典型案例。这里的老建筑大多被保留下来，成为文创品牌的驻点，成为各类影视剧的拍摄地。清华大学建筑学院院长庄惟敏教授曾如此评价：“整治一新的沙坡尾旧貌换新颜，文化多元、创意无限，成为一座具有生活气息、萦绕着乡愁的‘活态博物馆’。”

在厦门，这样的老街、老铺子并不少见，但鲜有“大拆大建”，更多的是保护基础上的改造、修缮和提升，平衡城市的“旧貌”与“新颜”。

记者了解到，从2018年10月起，厦门开展市容环境卫生整治提升重点治理工作，建立联席会议制度、清单销号制度和巡查管控制度，通过精细化管理实现城市的整洁和有序。今年的目标，是集中治理违规停车、乱扔垃圾、随地吐痰、占道经营、违规携带犬只参加户外活动等不文明行为，让老建筑保留原始形态。

由此，我们可以看到，曾经鱼腥味满满的鱼市“猫街”布局了文化创意基地和新潮餐饮业态，陈旧의星鲨鱼肝油厂“摇身一变”，成了厦门首个闽南小吃聚集地，食客们一边品尝厦门味道，一边观赏当地的非遗技艺展示；翔安的一幢幢

“古厝”则成为践行乡村振兴战略的园地，建起一座座屋顶翘着漂亮“燕尾”的特色民宿，组织一场场引领潮流的先锋艺术展，引得游人流连忘返。

宁波的建城历史可以追溯到一千多年前，鼓楼沿、老外滩、月湖都不乏历史悠久的老建筑、老街道。当国家级展会吸引来大批国内外的嘉宾和游人时，宁波能否对标厦门，答好城市有机更新与精细化管理这道命题？

城市“自我介绍”不妨动人些

副省级党报代表团收获的第二条“厦门经验”，是不遗余力地提升城市的品牌形象和知名度。

驱车从火车站进入厦门市區，沿途草木葱茏，各类植物搭配种植，连地下隧道也布置了景观，俨然是一座都市大花园。从摩天大楼俯瞰全城，海边的机动车道、自行车道、人行观光道交错纵横，既合理分配了车流人流，又搭建出漂亮的城市景观。

没有长三角或珠三角的“光环”笼罩，立足于一个面积有限的海岛，厦门却能一跃成为知名的旅游城市，成为金砖国家领导人第九次会晤的东道主，得益于这座城市“宣传自己”的魄力。

以此次厦门行为例，厦门市委宣传部和厦门日报不仅召集了全国15家副省级城市党报的总编辑和记者，就相互支持、尊重保护原创达成共识，还组织首届新媒体粉丝

节，在官方APP上开辟语音新闻板块，展示媒体融合最新成果。一边投入线上技术升级，一边通过线下活动影响普通市民，这一段动人的“自我介绍”，让厦门的形象日益丰满。

同为交通便利的滨海城市，宁波也有很多潜力可挖。这里有更广阔的土地，坐拥滨海、山地、乡村、都市、湖泊等各类旅游资源，有条件在加大投入、完善规划的基础上发展壮大旅游产业。2018年，全市接待游客突破1.25亿人次，同比增长15%；实现旅游总收入突破2000亿元，同比增长15%以上，蹄疾步稳、奋力向前。

同时，借着“一带一路”倡议和“长三角一体化”战略推进的契机，宁波组织记者队伍探访“一带一路”沿线古港古城，本地官方新闻客户端“甬派”参与发起长三角移动新媒体联盟，在更大的舞台上推介宁波、展现风采。中东欧博览会的升级，更是为城市的宣传和推介创造了绝佳契机。

“现在城市之间的竞争，很大程度上是城市知名度的竞争。”这是省委副书记、市委书记郑栅洁的判断，也是他对宁波的期许。

他山之石，可以攻玉。如今的厦门并非一日建成，大街小巷的点滴细节都蕴藏着城市建设的智慧。因此，在埋头做好实业、努力实现经济高质量发展的同时，宁波需要主动参与城市知名度的竞争，引导社会各界发出宁波声音、讲好宁波故事，让经济发展的累累硕果转化为游客的一声声称赞。

美国更新婴儿推车标准 甬企莫忘产品优化

近日，美国材料与试验协会ASTM颁布了关于婴儿卧式和坐式推车安全性能规范新标准。新标准主要对托盘或扶手杆的保护罩作出了规定。宁波海关提醒相关出口企业做好产品的优化调整。

托盘或扶手杆的保护罩是为了防止下层可接触泡沫材料暴露而设计的部件。保护罩材料包括机织、针织、涂层、层压、挤压或压延的纺织材料和皮革。此次发布的新规要求托盘或扶手杆不含有泡沫材料，同时，带有可拆卸保护罩的托盘或扶手杆必须标明特定警告。

婴童类推车是宁波的传统优势出口产品，现已形成小星星、神马、妈咪宝等一批本土品牌；相关产品出口生产企业近250家，出口额8亿美元。然而，近年来国外针对该类产品的技术性贸易措施越来越严。其中，欧盟提高了对儿童自行车鞍座高度及平均负重上限等方面的要求，对车辆的锁定和刹车装置也提出严苛的安全指标。同时，各国对婴童类推车产品的有害化学物质监管也日趋严格。

宁波海关相关工作人员提醒我市童车出口企业，要密切关注出口国新版标准的修订和生效动态，尽早消化应对。同时，抓紧完善安全质量控制体系，建立健全风险评估，严格按照新标准进行设计、生产检测。此外应尽快更新内部检测方法，将产品送至权威认证机构检测认证，获取相关证书，以保证出口贸易顺利进行。（董娜 程杰 马康）

宁波迎来零售“新势力”

9米高楼层、3米宽过道、1500个停车位、儿童双座购物车、上千种新奇产品……昨天上午，山姆会员店宁波门店在江北清河路一开业，付费会员制购物模式便吸引了众多市民的目光。

据了解，“山姆”设立了准入门槛，市民必须办理会员卡、缴纳年费才能进场购物。为此，“山姆”面向全球30多个国家采购优质商品，替消费者做好第一轮筛选，同时提供免费试吃和物流配送服务，核心城区的部分区域可以做到生鲜商品一日一送乃至一日两送。

这是“山姆”在中国的25家门店。2018年，“山姆”销售额同比增长8%，其中深圳福田门店连续11年获得全球销售冠军。按照计划，2020年底，“山姆”将在中国拥有40家开业及在建门店，宁波的第二家门店也将在今年年底开业。

山姆会员商店中国业务总裁文安德表示：“宁波的经济和消费水平一直保持着良好增长，市民也非常乐于接受新鲜事物，这与我们的目标相一致。相信通过差异化商品和独家会员权益，宁波市民一定能感受到独特的购物体验。”

（徐展新 吴雨萱 张君丽）

迪士尼欢乐屋 走进妇儿医院



昨日下午，迪士尼吉祥物“米奇”出现在宁波妇儿医院，与患病儿童一起游戏，共度快乐时光。这标志着上海迪士尼在浙江的第二座主题游戏空间——迪士尼欢乐屋在宁波正式运营。

据介绍，上海迪士尼的志愿者们将定期探访宁波妇儿医院，为患病儿童带来战胜困难的信心。（张正伟 管梦莹 摄）

最多跑一次 银保“甬”向前——中国信保上门服务客户微纪实

记者 俞永均 通讯员 王一圣

从宁波诺丁汉大学毕业的小杨今年刚入职中国信保宁波分公司。“现正加紧学习业务知识，每天跟业务老师去企业上门服务。从应对中美贸易摩擦到开拓‘一带一路’市场，从承接新订单到跟海外老客户谈更大的合作，从发生风险业务的减损指导到给企业提出优化风险管理的建议，希望我今后也能成为出口信用保险管理的行家里手。”他自豪地说。

作为实习客户经理的小杨，对第一份工作有自己的理解：“中国信保是由国家出资设立，专门支持对外经贸合作的政策性保险公司，无论职能定位还是工作内容，都跟

国家战略紧密联系在一起，这是一份面向宏伟蓝图、富有挑战性的工作。”

出口信用保险面向出口贸易、对外投资和工程承包等业务，交易主体间的空间跨度较大，目的国或东道国的政治、经济、文化、宗教、法律等因素互相交织，出口企业对保险风险保障功能的个性化需求较强，而且由于企业经营管理和风险偏好的不同，对出口信用保险的认识和理解有一定差异。“不作当面深入沟通，很难为企业提供具有针对性、有效性的风控及融资解决方案。”中国信保宁波分公司相关负责人表示，2002年成立以来，公司一直延续客户经理上门服务的传统，让客户“零跑腿”。

近日发布的《中国对外贸易形势报告（2019年春季）》明确提出，要扩大出口信用保险覆盖面。在宁波，鼓励和扩大出口信用保险规模是一项常规性的外贸政策支持政策。为落实政策要求，中国信保宁波分公司的客户经理每人每月上门服务企业30余次，为企业出口业务的信用风险咨询、出口各环节信用保险操作指导等服务。

“我们算是中国信保的老客户了，从最初的挑海外买方投保到现在的全面统保，我们对出口风险的认识在加深，出口市场日渐多元，出口规模也得到了稳步增长，这些都得益于信保客户经理一次次上门培训，给我们分析出险案例，还提

出非常具体的建议。”宁波金瑞国际贸易有限公司相关负责人表示，“这几天我们新招聘的外贸业务员入职，已经安排信保客户经理上门给他们作相关培训了。”

“不管客户在哪里，我们都会定期上门服务，与企业相关负责人沟通订单形势等。”中国信保宁波分公司一名客户经理表示，“有些客户的工厂在较为偏远的乡镇，一个来回就要花一天时间，但这可能换来客户多接一个订单，年产出增幅多一个百分点，我觉得很值。”

据悉，今年中国信保宁波分公司将根据宁波银保监局的统一部署，以“数据多跑路，快递少跑腿”为目标推进“最多跑一次”改

我们的故事
中国信保与宁波外贸同行

