

大聚焦·FOCUS

品尝宁波味道 欣赏宁波风景 感受宁波文化 精心打造一份“礼”，幸福一座城



专家评审团对30强产品进行打分。(贝思倩 孙佳丽 摄)

记者 孙佳丽 单玉紫枫

本周，在广州举行的2019中国幸福城市论坛上，宁波第十次获评“中国最具幸福城市”。

一座城市的“幸福”来自平常的点点滴滴，大到惊天动地之举，小到家长里短。伴手礼是城市文化的象征，自然也是引发市民幸福共鸣的代表。

本月初，在2019中国（宁波）食品博览会上，首届宁波伴手礼推选活动尘埃落定，十佳伴手礼名花有主。作为本次活动的联合主办方，宁波日报、甬派新闻客户端从活动伊始就高度关注，发起“我为城市代言——寻找一份伴手礼”全媒体行动，全城寻找能让人“带走”宁波的伴手礼。本次活动引发高度关注，有超过60万人次的读者参与网上评选，海内外专家学者纷纷为宁波打造伴手礼建言献策。

如今，虽然推选活动已经结束，但本报“我为城市代言——寻找一份伴手礼”活动的“初心”不改，让我们继续精心打造一份“礼”，幸福一座城，让更多人通过伴手礼品尝宁波味道、欣赏宁波风景、感受宁波文化。

“为城市‘献礼’，是很有意义的一件事”

近一个月来，宁波信丰泰盐业科技有限公司总经理胡辉一直很忙，经常会有游客慕名而来，顺便带走好几袋海盐。“特别感谢评委们对六月古法晒制东海海盐礼盒套装的认可，以及宁波日报的大力宣

传。”胡辉说，短时间内，不少老百姓对传统海盐有了新的认识，前两天，还有一位上海阿姨专门来甬，就是为了带走几袋盐。

而在老外滩，市商务局正计划联合市老字号协会，将首家宁波伴手礼旗舰店落地，通过线上线下推介宁波城市伴手礼这一品牌。同时还将搭建桥梁，让企业与高校更好对接，提升宁波城市伴手礼的“颜值”、新意和档次，让人们买得趁手、送得出手、爱不释手。

“许多人说，这次得奖将给产品打开销路，但我认为，参加这次活动的最大意义是为城市‘献礼’。”胡辉说，借助这次活动的东风，还将推出一系列六月古法晒制东海海盐组合套装，让人们更好地了解和保护这项非物质文化遗产。

宁波新紫堂水产食品有限公司负责人卢超艳也持同样的观点。选送的鄞州雪菜礼盒尽管是“下里巴人”，但公司通过独具匠心的设计，将宁波地理文化元素融入产品中，让雪菜一下子变得“高大上”。“获奖后，我们要在产品质量和设计上继续下功夫，争取让宁波老底子食品历久弥新。”卢超艳说。

“在外出差选购伴手礼，我一般先看品牌，再看包装，最后考量是否代表当地文化，但这次参加活动后，我发现要把文化放在更高的位置。”老字号“东福园”总经理张空说，城市伴手礼必须浓缩宁波历史文化记忆，打造自己的专属品牌，最起码在包装上要打上“宁波”字样。

精心打造有认同感、有文化内涵和有宁波特色的城市伴手礼，正成为广大宁波企业的共识。

“文化这么深厚，宁波城市伴手礼一定有戏”

保加利亚国家美术学院委员会主席Liubomir Karaliev还记得刚拿到伴手礼河姆渡双鸟朝阳小摆件时的惊喜，“上面神秘的图案，乍一看朴拙，再看却有莫名的感动。”

后来，Liubomir把这款伴手礼放在了书桌上，一有朋友到访，就从它开始介绍宁波。

几乎参与此次活动的专家都认为，城市伴手礼能否引发消费者主动分享，更多是因为文化、历史的触动。“宁波文化深厚，打造城市伴手礼一定有戏。”本次活动评委陈民宪说。

“7000年文明孕育出宁波这座历史文化名城，让游客和市民通过伴手礼一眼认出宁波，并通过他们把宁波文化带出去。”宁波大学中法联合学院暨中欧旅游与文化产业副教授苏勇军认为，厚重的文化底蕴、丰富的文化积淀，让宁波完全有实力送出更多独具特色的城市伴手礼，擦亮城市名片。

他建议，宁波的伴手礼可以融合独特的城市文化元素，比如藏书文化、海洋文化、港口文化等，结合非遗技艺，比如青瓷文化、象山船模、骨木镶嵌等，加入年轻人喜欢的潮流文化，并运用当代设计理念，将现代工艺、现代科技与宁波传统文化相结合，从而打造能够代表宁波城市记忆的伴手礼品牌。

而在擦亮这张城市名片的过程中，还有一些问题值得思考。比如，宁波汤圆、宁波年糕和宁波海鲜，是公认的代表宁波城市形象的

元素，但此次开发得并不到位。

在陈民宪看来，历史悠久的老品牌承载着许多人的记忆，但如果品牌故事翻来覆去都是童年回忆，缺少与当代城市精神与文化气质相契合的内容，当情怀消失后，就可能面临后劲不足的尴尬。“宁波有一批口碑好、实力强的老字号企业，缺的是本地设计人才和营销人才。”

与此同时，一些尝试做好包装设计、努力“讲好故事”的作品，却跑错“车道”，选择了一些代表性较弱的文化元素。“宁波不缺匠人，只要敢于打破传统思维的禁锢，让老底子迸发出新活力，一定能找到适合的伴手礼”兼具实用性和创新性，同时具备文化内涵和纪念意义，增强了人们对宁波城市文化的认同……对于宁波伴手礼的下步走向，专家们信心满满。

“挖掘本土IP，让伴手礼走进千家万户”

日前，天一阁和广博集团跨界合作“搞事”，打造“书藏古今”阅读套装、“丹楹戏彩”手账套装、“藏书”套装等产品，仅在广博天猫旗舰店上，本月销量就超过了1600件。

在这个互联互通的时代，伴手礼究竟意味着什么？怎样让宁波伴手礼“飞入寻常百姓家”？这引起了许多人的关注。

“相比于文创产品，‘伴手礼’这个词显得更加亲民、温暖。”天一阁博物馆副馆长郑薇薇说，天一阁想把更多的宁波文化元素融入伴手礼中，同时利用产品将宁波文化传播给每一个来宁波的人。

在她看来，伴手礼需要找到消费需求与传播需求的平衡点，既要找到消费者感兴趣的点在哪里，也要找到需要别人了解的点在哪里。下一步，天一阁还将联合广博推出一系列的联名产品。

“作为一家宁波本土企业，我们想进一步挖掘天一阁这个本土IP的内涵和深度，让文化伴手礼走进千家万户。”广博集团总经理王君平说。

不过，简单评选十佳伴手礼这样的活动，对于打造和推广真正能代表宁波的伴手礼还远远不够。“前段时间，我在杭州考察，发现杭州很早就为城市伴手礼成立了专门的促进会。”张空说，2016年11月，同为G20杭州峰会供应商的万事利集团、顶峰茶业、王星记扇抱团推出“杭州三绝——丝绸之路城市礼”，现在已经成为杭州的城市名片。“在顶层设计和政府支持下，宁波还要加大工作力度。”张空说。

不止于此，宁波伴手礼在营销上与其他城市相比也有不小的差距。据了解，宁波许多企业只是通过日常渠道自产自销，城市伴手礼“抱团”的理念尚待加强。“希望政府搭台、企业唱戏、媒体宣传，共同打造城市伴手礼品牌。”宁波市食品工业协会秘书长李培鸣说。

品读钱业巨子 秦润卿的时代意义



记者 俞永均

11月27日，国家社科基金支持的重大项目——近代宁波商帮史料整理研究阶段性成果发布。笔者翻阅新鲜出炉的《秦润卿年谱长编（1877-1966）》发现，这位钱业巨子一生坚持“不置私产，营利所得悉数用于桑梓慈善事业”。秦润卿是近代宁波商帮的杰出人物，他的经营理念 and 做人原则，值得当下宁波企业家学习和借鉴。

祖籍江北区慈城镇的秦润卿，曾任三家钱庄的经理、上海钱业公会会长、中央银行监事、交通银行上海分行经理等职，1947年任全国钱业同业公会理事长。“余久年来，即以每月薪资收入，作为家庭开支，而将年终所得红利，悉数充为各项捐款，不留丝毫。”秦润卿经常对身边人这样说。据秦润卿之孙秦允宗回忆，他的祖父对慈善之举作了长期的安排，但对后代没有留下什么值钱的遗产。

品读秦润卿的故事，从今天看来至少有以下四点时代意义：一是企业家要有报效祖国的家国情怀。1915年，秦润卿与同乡集资创办“普迪小学”，寓意“普及文化，启迪心智”。随后，又设立“抹云教育基金会”，对品学兼优者提供奖学金，资助其上中学、大学，

为国家和家乡培养了众多优秀人才。1933年，他又为创办慈湖中学捐银2000两。事实上，近代宁波商帮有不少像秦润卿一样的爱国商人，他们积极捐钱捐物，为救济同乡难民与援助战火蹂躏下的中国百姓做了大量卓有成效的工作。

二是要学习借鉴近代金融业的管理经验。秦润卿在管理三家钱庄时，改变过去主要进行信用贷款的方式，不断扩大抵押贷款的范围，同时采用新式簿记，制作资产负债表，努力使钱庄经营银行化、近代化。同时，宁波人还讲究“知恩图报”。据中国人民银行宁波市中心支行副行长宋建江介绍，他在整理宁波钱庄的史料时发现了“恩股”一词，即钱庄的一部分利润年底分给管理者，“入股资本要承担全部风险，但不能分配全部利润”。

三是要传承宁波商帮文化和创新精神。历史上，宁波人为中国金融事业贡献了不少创新之举，如由宁波人首创的钱庄过账制，客户相互之间款项往来可通过账簿由钱庄进行清算，不必使用现金。据“近代宁波商帮史料收集与整理研究项目”负责人、宁波大学教授孙善根介绍，他们将开展为期五年的研究，计划对分散在各地各处乃至个人手中的近代宁波商帮文献史料进行分门别类的“摸底”与整理，目前已发掘出宁波商帮的不少创新之举。如迁居上海的宁波商人许廷佐，是近代湾区经济先驱者，早在1928年他就以个人力量开发三门湾（可参阅《许廷佐年谱长编（1882-1941）》）。



孙善根向参会人员赠书。（俞永均 摄）

第四次全国经济普查显示 企业法人单位五年翻倍

11月27日起，国家统计局陆续发布第四次全国经济普查系列报告。已经公布的首份报告显示，我国法人单位已进入高速增长期，2018年末全国共有企业法人单位1857万个，比2013年末增加1036.2万个。

首份报告聚焦目前我国法人单位数量，及由此反映出的产业结构变化和活力等议题。报告显示，自党的十八大以来，随着商事制度改革启动实施和持续推进，我国法人单位数量呈爆发式增长，目前已进入高速增长期。2018年末，全国共有从事第二产业和第三产业活动的法人单位2178.9万个，与第三次全国经济普查（2013年末）相比，增加1093.2万个，实现翻倍。

其中，第三产业法人单位比重稳步提高。2018年末，第三产业法人单位数量为1716.1万个，占全部单位数量的近八成。全部单位从业人员中过半数从事第三产业，总数

超过2亿人。分行业看，批发和零售业、制造业、租赁和商务服务业居“比重榜单”的前三位，合计占比在一半以上。

“增速榜单”则出现明显分化，采矿业成为单位数量唯一减少的行业，五年间减少1.9万个，下降21.2%。

“增速榜单”另一端，信息传输、软件和信息技术服务业、建筑业、科学研究和技术服务业的单位数量增长最快。2018年末，信息传输、软件和信息技术服务业共有法人单位92万个，比2013年末增加69.4万个，增长306.9%；从业人员超过1000万人，增长87.4%；资产总计15.7万亿元，增长102.4%。

企业法人中，私营企业1561.4万个，比2013年末增加1001.0万个，实现快速增长，占全部企业法人单位的比重也由68.3%提高到84.1%。

（据《新京报》）

6 特别报道 | 我为城市代言——寻找一份伴手礼

十大“宁波市首届伴手礼推荐产品”评选开始了，等你来投票！

12 大聚焦 | 帮助城市“走出去”“引进来” “都挺好”的宁波需要一份伴手礼

宁波日报对伴手礼推选活动的报道。