

擦亮“吃在宁波”城市名片

陆仁

近段时间刷朋友圈，刷到多条“甬菜大典”的视频。一些甬上烹饪大师亲自上阵，匠心烹制一道道美味佳肴，介绍甬菜的典故、食材的选用和烹饪方法。系列短片制作精美，看罢让人味蕾大开。由此想到，在注重城市营销、打造流量IP的当下，宁波能否用打造美食文章，进一步擦亮“吃在宁波”的城市名片。

红膏炆蟹、雪菜黄鱼、冰糖甲鱼、宁波汤圆……宁波是江南鱼米之乡，也是一座比较讲究吃的城市。据一些烹饪大师和专家介绍，早在明清时期，甬菜就已突破地域局限，有了比较大的知名度和影响力。年前，央视热播的电视剧《繁花》，虽以改革开放后的大上海为背景，但其中“吃”的环节，不少亮点还是在宁波。如剧中出现的“排骨年糕”“菜饭团”“象山港川乌”“船王炒饭”“鄞州雪里蕻”等，就是地道的宁波美食或宁波食

材。当然，这仅仅是一小部分，一部《繁花》，是不足以涵盖宁波美食的。

民以食为天。谈及生活日常，人们常以“衣、食、住、行”来概括。这说明，饮食消费往往与穿着、住宿、出行等其他消费紧密关联。外出旅游观光，品尝当地特色美食，是必不可少的一个环节。甚至有的人出门旅游，本身就是奔着吃去的。因此，把美食文章做好、做出影响，会起到“四两拨千斤”的引流作用，拉动并带来巨大的外来消费红利。如重庆的麻辣烫、淄博的烧烤等，就与城市流量构成一种互相成就的关系。可以说，美食的出圈，是“网红”城市的标配。

擦亮“吃在宁波”城市名片，观念得变一变。有句老话，叫“好酒不怕巷子深”，意思是，我有好东西，就不愁销不出去。这种观念，已经跟不上形势了。应对当下激烈的市场竞争和城市引流大战，“好酒也得勤吆喝”。在宁波美食的营销上，应主动出击，敢于吆喝，放大声量，让“吃在宁波”的品牌，更具吸引力、

穿透力和影响力。

擦亮“吃在宁波”城市名片，用好平台和载体也很重要。宁波是全国知名的旅游展会城市，每年有不少有影响力的节庆活动，如浙洽会、消博会、中国—中东欧国家博览会、徐霞客开游节、中国开渔节等。可以借鉴一些以往的经验，以及其他城市的成功做法，将宁波美食的展示与品鉴活动，更好地嵌入展会。

用好平台载体的另一方面，是重视影视作品的传播效应。《繁花》的成功，便是现成的一例。宁波有影视基地，近些年在本地拍摄制作的影视作品不少。应想点办法，加大一些投入，鼓励引导后续的作品，更多地把镜头对准宁波美食。

擦亮“吃在宁波”城市名片，还应善于挖掘美食背后的文化。美食是一种物质呈现形式，必有相应的文化内涵。如《繁花》中提到的“船王炒饭”，其实是“宁波帮”人士闯荡天下、四海为家、艰苦创业的见证。如“冰糖甲鱼”，又名“独占鳌头”，实际与中国古代的科

举制度有关，有着独特的寓意。如奉姆，口感鲜嫩，肉质肥美，在唐代就被列为上贡珍品。再如，奉化的芋芳头，也很有来头，一句“跑过三关六码头，吃过奉化芋芳头”，就非常生动、传神。

在擦亮“吃在宁波”城市名片的过程中，各地不妨以美食为切入点，深入挖掘其背后的特色文化，推出不同层次的特色美食品牌，让慕名而来的“吃货”们，在宁波既能充分享受“舌尖上”的美味，又能享受美食背后的文化。

“四明八百里，物色甲东南”。擦亮“吃在宁波”城市名片，宁波有条件、有基础，缺的或许只是某种契机。期待不久的未来，宁波的美食能成为“顶流”，被越来越多的人所认识、熟悉和喜爱，继而来甬奔赴一场畅快淋漓的盛宴。



《二手车鉴定评估规范》团体标准发布：具有创新意义的宁波经验

郑建钢

宁波是国内二手车销售集散地之一，为了更好地规范二手车买卖，3月13日下午，宁波市消保委举行《二手车鉴定评估规范》(T/NELT 001—2024)团体标准发布会，正式对外发布标准文本。据悉，该标准为浙江省首个二手车鉴定评估领域团体标准，将于明天起实施(3月14日《宁波晚报》)。

宁波二手车市场全国有名，交易量在各大城市中处于头部，相应地，有关二手车的投诉也不少。问题主要集中在低价吸引顾客上门、车况和承诺不符、二手车交易定金和金融贷款纠纷等。

没有规矩，不成方圆。规范二手车交易，首先必须做到规范化和标准化，确保交易过程的公平性和透明度。国家标准GB/T 30323—2013《二手车鉴定评估技术规范》制定于2013年，内容已难以适应市场变化，缺乏对二手车商的有力制约，执行中也存在一定问题。宁波制定和推广二手车鉴定评估团体标准，对于尊重消费者的知情权和

选择权，纠正二手车市场普遍存在的信息不透明、消费纠纷难化解、售后服务难保障等突出问题，迈出了重要的一步，具有创新意义，可复制、可推广。

该团体标准有不少创新之处，在现行国家标准基础上，增加了对术语“重大事故车”“泡水车”和“火烧车”的定义，还对重大事故车、非重大事故车、泡水车和火烧车的判定标准进行了细化、量化，并创造性地引入“浸水现象”概念，以与泡水车相区分。同时，团体标准对投诉渠道、调解处置和时限要求等作出明确规定，弥补了现行国家标准在这方面的空白，具有较好的适用性和较强的可操作性。

作为地方性二手车鉴定评估的规范性文件，该团体标准有助于交易方正确判断二手车车况，把握交易流程，明明白白消费；同时，团体标准还可以作为纠纷裁决的重要参考依据，能够更好地维护消费者的合法权益。综合而言，该团体标准的实施，有利于进一步提升二手车行业整体服务水平，促进其健康有序地发展。

检验机构不该“歧视”个人送检食品

海凝

白酒开瓶发现没酒味、收到外卖发现有异物、买了水果发现已腐烂……遇到食品安全问题，与商家交涉无果后，有消费者想自行寻找检验检测机构。但实际操作发现，检验检测机构极少接受个人送检(3月13日《北京晚报》)。

随着人们维权意识强化，越来越多消费者遇到食品安全问题后，希望能够依法维护自身权益。维权需要举证，目前，能证明食品是否安全的证据主要是检验报告。然而，消费者个人想拿到食品安全检验报告难如登天。原因只有一个，即绝大多数检验机构根本就不接受个人送检食品。

在网上能检索到的大多数第三方检验机构，广告上均明确显示“不接受个人业务”。据报道，目前也没有可以接受消费者个人送检的官方检验机构。即便个别机构接受个人送检，既不会在检验报告上给出食品名称、来源等信息，也不盖CMA章(即中国检验检测机构资质认定标志)，而这样的检验报告很难获得认可。可以说，个人“送检难”已成维权“拦路虎”。

不客气地说，这是检验机构对个人送检食品的“歧视”。根据《食品安全法》规定，食品行业协会和消费者协会等组织、消费者需要委托食品检验机构对食品进行检验的，应当委托符合该法规定的食品检验机构进行。也就是说，消费者和企业、职能部门等都有权送检

食品。但实际情况是，绝大多数检验机构不接受个人送检食品。

究其原因，大多数检验机构只为自己的利益考虑。一方面，担心接受个人送检食品后，消费者拿着检验报告去投诉、维权，将检验机构也牵扯进法律纠纷；另一方面，为自己商业利益考虑，避免得罪与自己有业务往来的企业、商家。但这些都检验机构忽略了，个人送检食品业务是一个有待开发的“金矿”，而且，作为检验机构不能自私自利，应有责任担当。

有检验机构给消费者指出一条维权之路：“比如吃坏了肚子，先去医院做相关检查，然后向市场监管局或者12315投诉、举证。等市场监管局介入，安排检验机构去做取样检验。”这固然也是一种选

择，但维权门槛及时间成本不低。相比之下，为消费者个人送检食品提供便利，才是最理想的。

既然检验机构不接受个人送检食品，是因为无法辨别个人送检食品的来源，担心引发法律纠纷，那么，有关方面不妨就此开出专门“解药”，为个人送检排除阻力。同时，应将官方检验机构接受个人送检食品作为一种义务和责任，因为官方检验机构本就应该为公众提供服务，否则，就变成了企业、协会、部门的专属检验机构，有悖于官方机构的公共属性。

我们应意识到，为个人送检食品等提供方便，不但有利于维护消费者权益合法权利，也能倒逼食品企业重视食品安全；不仅能促进消费升级，还能提升食品行业整体水平。

治理“生死时速”需治本之策

戈岩平

为有效遏止外卖骑手交通违法行为，日前，余姚市交警部门开展了为期半个多月的专项整治，共现场查处外卖骑手各类交通违法行为667起，实名曝光27人。

现实生活中，外卖骑手闯红灯、逆行、超速等交通违法行为屡见不鲜，既扰乱交通秩序，也造成安全隐患。交警部门对其进行实名曝光，无疑能起到一定的威慑和警示作用，但这么做难以治本。

能者多劳，多劳多得。在各大外卖平台，外卖骑手的薪酬往往与超时率直接挂钩，一些骑手之所以横冲直撞、“玩命”飞驰，一方面是为了多接单多赚钱，另一方面是为了避免超时被惩罚。

有人直言不讳地吐槽，一些外卖骑手不遵守交通法规的主要原因，就是平台“心太黑”。为追求效益、赢得口碑，目前绝大多数外卖平台依然把“准时送达”作为考核骑手的主要指标，若骑手未在规定时间内送达，平台将会根据超出的时间惩罚骑手。而骑手为了赶时间，“只能闯红灯、逆行、超速，否则赚不了多少钱”。

平衡外卖骑手“降速”与“收入”之间的矛盾迫在眉睫。去年4月，国家市场监督管理总局等部门联合印发指导意见，提出平台不得将“最严算法”作为考核要求，可通过“算法取中”等方式，合理确定订单数量、准时率、在线率等考核要素，适当放宽配送时限。这些指导意见落实到位，或许才是让外卖骑手慢下来的治本之策。

宁波银行专栏

金融消保在身边，保障权益防风险——宁波银行“五进入”开展“3·15”活动

3月15日，宁波银行将联合永赢金融、宁银理财、宁银消金等金融机构，在鄞州龙湖天街一楼中庭区开展以“金融消保在身边，保障权益防风险”为主题的宣传教育活动，现场有消保主题说唱、古筝演奏、歌曲演唱等节目表演，还有“钱包守护者密码探险”、“金融反诈知识闪电战”等趣味游戏。

这是宁波银行开展的“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动之一。3月11日至17日期间，宁波银行将继续开展进社区、进农村、进学校、进企业、进商圈“五进入”活动。

3月11日中午，宁波银行余姚中心城区支行走进陆埠镇初级中学，向学生宣讲基础金融知识，增强学生群体防范金融风险意识。3月13日，宁波银行奉化支行走进制衣企业，设置金融知识宣传点，向员工讲解养老金融政策、防

范网络诈骗知识，还走进企业车间、办公室，向企业员工发放消保宣传折页，普及金融知识。

3月13日，宁波银行宁海支行参加了在西子国际广场开展的“金融消费者权益日”活动，向附近商户宣传金融消费者八项基本权利及消费维权的途径，并设置现场投诉台，让金融消费者说出自己的意见，接受各类咨询。

3月13日，宁波银行科技支行在东方丽都社区开展了以“金融消保在身边，保障权益防风险”为主题的“3·15”金融知识进社区活动。本次活动以消保集市进社区为活动载体，设置了普及消费者八项权益、聚焦理财投资、防范金融诈骗三个集市点，居民通过参与问答、互动游戏获取集市中的小奖品。在消保集市点，居民们参加了套圈圈、夹乒乓球等游戏同时了解金融消费者八项基本权益，学习如何辨别投资陷阱、如何防范金融诈

骗等金融知识。

本次“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动期间，宁波银行围绕“普及金融消费者八项基本权利，增强消费者维权意识”、“强化‘三适当’原则，引导消费者科学理性投资”、“宣传金融纠纷多元化化解机制，提升消费者依法维权能力”等活动主题，线上线下相结合，聚焦各类群体的金融需求，全面开展形式多样、内容创新的宣教活动，让消费者在轻松愉快的氛围中增长知识，同时促进银行自身改进服务质量，优化业务流程，更好地服务于广大消费。

宁波银行始终践行金融为民理念，今后将继续落实金融宣教主体责任，推动金融知识教育宣传常态化、长效化，引导消费者“学金融、懂金融、信金融、用金融”，助力新发展阶段金融教育宣传工作高质量发展。



建行宁波市分行：“建行生活找房节”助力宁波楼市“暖春行动”

近日，由宁波市住建局指导、宁波市房协主办的宁波房地产市场开春第一场重大活动——“2024宁波楼市暖春行动”全面上线。建行宁波市分行作为银行合作机构，“建行生活找房节”活动同步在宁波找房APP上线，通过为客户提供找房、签约、推荐礼等一站式房产交易服务，助力政府更好改善刚性和改善型购房需求。

数智赋能，兴业银行宁波分行为科技金融“疏通血脉”

近年来，兴业银行宁波分行紧紧围绕做好科技金融大文章，针对科技型企业发展难题，从架构优化、资源倾斜、产品创新、集群服务等多方面着手，主动打破制约，构建与科技创新相适应的科技金融服务体系，做好科技金融大文章，促进“科技—产业—金融”良性循环。

高端装备是宁波市布局的三个万亿级产业集群之一。某智能科技公司是一家专精特新“小巨人”企业，开发的智能工厂制造系统解决方案，入选了工信部2023智能制造系统解决方案挂帅项目。因所在行业具有轻资产、无传统抵押物等特点，加上技术领域的专业性和前沿性，存在银行“不敢贷”的问题。

兴业银行宁波分行了解到企业的资金需求后，一方面通过经营机构深入调研企业日常经营情况；另一方面通过“技术流”评价体系为企业画像，深入考察企业知识产权数量和质量、发明专利密集度、研发团队实力、科技资质、科技创新成果奖项等科技创新软实力，让“技术流”变“资金流”，给予企业2500万元授信额度，并匹配投贷贷服务方案，支持企业进一步做大做强。

对许多科技型企业来说，企业的人才储备、知识产权、赛事获奖等“无形资产”难以量化，不适用传统的抵押、担保等融资模式。兴业银行宁波分行找准科技和金融结合点，建立技术流授信管控模式，应用“技术流”评价结果，创新推出“科技贷”“人才贷”等标准化的金融产品，推动科技企业与金融的“双向奔赴”。

“技术流”评价体系是兴业银行对银行传统“资金流”评价体系的突破和补充，创新使用打分卡模型，从科技创新能力角度对企业的成长和

此次“暖春行动”政府限量发放总值亿元的“购房优惠券”，成功领取购房优惠券的购房者，在近30个上架楼盘上首次定购商品住宅，可在享受完售楼处全部优惠后，凭券在网签时抵扣一万元房款。需要办理个人住房按揭的购房者，可通过“建行生活找房节”专属栏目扫码报名参加“建行生活找房节”，与

楼盘所属建行客户经理取得联系，提供全流程金融服务，同时最高可享受1500元礼券。上线3天，“宁波房产”App活动宣传页曝光率60445次，点击量近千次。

建行宁波市分行将积极运用数字化思维，继续挖掘数字化经营潜能，提升线上生态场景助力房贷发展的能力。(建轩)

发展趋势进行量化评价，涵盖了知识产权、科研实力、创新成果等8个一级指标、15个二级指标，更加全面地评价企业综合实力，更加精准匹配和提供金融服务，并在客户准入、授权管理等方面实施差异化政策。

在产品服务体系上，兴业银行则聚焦科创企业投融资需求复杂多元的特点，打造涵盖债权融资、股权融资、资本市场、财富管理、个人金融等在内的覆盖科创企业全生命周期的产品服务体系，将技术“软实力”转化为融资“硬通货”。截至2月末，该行通过“技术流”模式支持企业授信金额近330亿元。

兴业银行宁波分行将持续践行金融工作的政治性和人民性，以服务实体经济为着力点，坚持走数字化风控之路，发挥“数字兴业”优势，不断探索构建支持科创企业发展的金融服务体系。

邮储银行宁波分行关爱老年客群走进社区开展金融知识宣传

为进一步提升消费者的自我保护意识和风险意识，构建和谐的金融消费环境，在“消费者权益保护日”来临之际，邮储银行宁波分行协同皇冠花园社区开展金融知识宣传活动，向社区居民普及消费者权益保护知识。

活动期间，该行工作人员随同社区工作人员一起向社区居民开展

金融知识宣传活动，营造出浓厚的学习氛围。该行工作人员积极向到场的老年人普及消费者八大权益等日“来临之际，邮储银行宁波分行协同皇冠花园社区开展金融知识宣传活动，向社区居民普及消费者权益保护知识。

同时，该行工作人员还向社区工作人员和保安人员进行消费者八大权益

等金融知识宣传，还将宣传折页摆放在社区公共区域的报刊架上供社区居民阅读，便于社区居民了解消费者八大权益内容。

“此次活动，让更多的人解金融知识，提高了居民安全防范意识和自我保护意识，也提升了社区居民的金融知识水平和保障自身合法权益的能力。”邮储银行相关负责人说。

邮储银行宁波分行开展消费者金融知识普及活动

近日，邮储银行宁波分行开展“普及金融知识 保护消费者合法权益”宣传活动，认真落实“我为群众办实事”宗旨。

活动面向广大市民开展金融知识普及，以设立咨询摊位、发放相关宣传资料、进行有奖答题等形式，让市民通过丰富多样的

活动内容更深入地了解消费者的基本权利、保护征信的意义以及金融消费者的维权途径。

“这个活动很有意义，让我们能更直接地了解金融知识，受益匪浅，非常赞。”活动现场互动氛围热烈，市民踊跃参与。

“此次活动，以浅显易懂的方

式让市民了解到相关金融知识，增强自我保护意识，提升金融消费者权益保护能力，也有效拉近了志愿者与群众之间的关系，充分体现了邮储银行宁波分行践行金融为民责任担当，彰显邮储品牌形象。”邮储银行宁波分行相关负责人说。

宁波通商银行深入开展“3·15”金融高管讲消保活动

为不断践行金融工作政治性、人民性，切实提升消费者金融素养及风险防范意识，宁波通商银行积极响应国家金融监督管理总局宁波监管局的统一部署，扎实推进2024年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动，深入开展“金融高管讲消保”系列活动，切实履行金融消费者权益保护主体责任。

近日，该行党委书记、董事长杨军面向全行经营管理人员，以《坚持金融为民，坚定服务用心，在消保高质量发展上取得更实成效》为题作专题讲话。强调了“金融高管讲消

保”的活动要义，并按照监管精神，结合该行实际，就做好消保工作作出三方面指示：一是提高政治站位，强化金融消费者权益保护使命担当；二是凝聚全行共识，找准金融消保工作努力方向；三是坚持守正创新，全面推进金融消保工作提质增效。号召大家要将消保工作放到全行发展大局中谋划与思考，以等不得的紧迫感、松不得的责任感，共同开创全行消保高质量发展新局面。

消费者的满意是金融业稳健持续发展的“基石”，该行始终坚持“以人民为中心”的价值取向，牢固树立“金融为民”理念，将维护消费者合法权益作为各项工作的出发点和落脚点，致力于构筑全员、全流程、全方位的“三全”消费者权益保护格局。此次“3·15”教育宣传周期间，该行还将通过媒体刊发、公众号推送以及高管参与线下宣讲等形式，联动总、分、支机构持续开展“金融高管讲消保”活动，通过一系列“讲”和“做”，不断发挥高管的带头作用和领导职责，带动全行员工提升消保意识和工作能力，展现“金融为民”的新担当、新气象。