

“深圳校服统一”获全网点赞 “宁波跟不跟”成热门话题

民生关切

记者 杨绪忠

近日,“深圳校服统一”的话题在全网发酵,宁波很多家长对此也议论纷纷。

有网友在宁波民生e点通群众留言板上发帖:“宁波中小学校的校服可以统一吗?买新校服,可以在超市方便买到。好比深圳,校服的设计、招标、销售均与学校无关,引入竞争机制,成本公开透明,家长可以像点外卖一样随时购买,学生升学、转学无需重购校服。这样的模式,是不是值得宁波学习?”

这条帖子至今浏览量超6700次,不少网友跟帖参与讨论,话题也迅速扩散到宁波各个家长社群。

宁波的校服,是否有统一款式的必要?校服尺码偏小、补购难、转学就要全套重买……这些落在学生家长心间的痛点,如何解决?为此,民生e点通记者开展了专题调查。

统一校服,破解碎片化采购的痛点

支持“全市统一校服”的家长,最希望破解碎片化采购带来的麻烦。

“有些学生买新校服,不是因为旧校服太小穿不了,而是因为校服出了新款,浪费钱啊!”网友“尾票夹”说。有家长向记者表达了类似的烦恼:孩子转学之后,原学校的校服整套闲置,需要购置新款校服;二孩、三孩家庭,受各校校服款式差异影响,老大穿过的校服,老二、老三无法继续穿着,增加了家庭开支。

“孩子长得快,上衣、裤子很快就穿不上了,想要补买单件校服,得等学校一年一度集中征订。线下很难找到零售点,网购又担心校服面料、色彩和原版不一致。”一名初中学生家长抱怨道。

因此,不少网友将目光投向深



深圳市面上售卖的统一校服样式。(资料图)

圳校服模式。深圳2002年推行全市校服统一,2018年后学校退出购销环节,校服实行市场化供应,多家企业同台竞争,商超、文具店、外卖平台均可销售单品;市内转学,校服仍可穿着,生产规模效应也将校服价格稳定在亲民区间。

“如果宁波也能实现校服统一,家长就不必被动等待学校征订,校服损坏、尺码变小,去超市就能买到。”论坛跟帖中,这样的期待比比皆是。

放眼本地,慈溪市就有统一校服的实践,也为大家提供了现实参照。根据慈溪市教育局2025年对当地人大代表建议的答复,此前慈溪市公办中小学校实行统一校服,由教育部门三年一轮公开招标采购,严格落实校服“双送检”制度,统一校服质量标准。而且在辖区内转学,校服可继续使用。实践下来,收获不少家长认可。

校服全市同款,并非没有现实难题

针对校服是否需要统一的问题,论坛留言、家长群中,也出现了一些审慎的声音,表达顾虑情绪:

“每所学校有自身办学文化,校服也是校园标识的组成部分,如

果全部统一,学校的辨识度就消失了。”一名网友留言道。

部分家长及教育界相关人士提到,校服除了是学生日常着装,还承担校园身份识别功能。倘若全市校服外观趋同,在校门值守、校外研学、集体外出等场景下,工作人员很难通过衣着快速区分学生所在学校,会增加校园安全管理的压力。

市场层面的风险同样不容忽视。有家长担忧,一旦确定全市统一校服款式,若入围供应商数量过少,反而推高定价;若入围厂商数量过多,订单被分散,规模议价的优势又会被削弱。像广州今年放开校服自主采购后,就曾遭遇断码、发货滞后等问题。

也有观点认为,校服统一无法从根源上消除学生之间的攀比心理。而且宁波这么多中小學生,审美偏好各不相同,想要设计出一套让所有人满意的校服,本身就是一个巨大的挑战。

政策框架下,宁波“一城百款”如何破局?

记者了解到,按照现行管理规定,宁波中小学校校服实行“统一校服、一校一服二选一”机制:学校既可以选用市域推荐统一校服,也可

经校服选用组织(由家委会、学生代表共同组成)民主论证后,自主设计本校校服。

落到现实,区域分化特征十分明显。

受浙江省校服管理政策调整影响,校服采购主体下放到各学校,教育行政部门不再强制推行统一款式,仍然可以自愿选用统一样式。

慈溪、余姚等地,曾大范围推行统一校服。而在海曙、鄞州、江北等中心城区,多数中小学选择“一校一服”模式,全市数十家供应商分头供货,各校校服在面料、定价、款式上差异明显,形成“一城百款”的现状。

“一城百款”模式衍生出诸多现实问题:单个学校采购订单规模有限,议价能力偏弱;校服补购高度依附学校渠道,缺少常态化商超零售网点;款式繁杂,旧校服跨校循环使用难以落地;面对数量众多的供应商,市场监管部门质量抽检压力相应增大。

但政策红线清晰:校服款式选择权归属各校校服选用组织,该组织中家长、学生代表占比不得低于80%。教育行政部门主要承担指导、监管、备案职能,不得以行政命令强制所有学校使用同一套校服。

不难看出,一些网友心中“全市同款,超市随手可买”的美好设想,现实中需要跨越政策制度、供应链配套、校园管理等多重门槛。

宁波市教育局在回帖中表示,依据浙教规〔2024〕57号文件,中小学校是校服选用采购的责任主体,校服款式、采购方案须经校服选用组织充分征求家长、学生意见,达到规定同意比例后方可确定。下一步,将结合相关工作思路,持续推广多校联合招标,鼓励片区、集团化学校共用基础校服款式;依托我市建成的“甬教校服”线上平台,联动线下渠道,方便家长随时补购校服,不断优化校服采购及供给服务。

今年中秋国庆流行“拼假” 长线追秋、县域深度游走红

记者 俞家嘉

今年中秋、国庆假期,一份“请3休13”的拼假方案,催生下半年最长出游窗口期。

“我和朋友请了3天年假,去大兴安岭自驾追秋,中秋假期首日出发,打算10月5日返回,既避开了返程高峰,回来还能休整两天。”市民林佳早早敲定了行程,预约好落地用车。

同程旅行数据显示,截至9月14日,中秋国庆期间出发的1200公里以上国内长线机票预订热度同比增长34%。预计出现两波出行高峰,9月25日(中秋节当日)迎来首个峰值,10月1日(国庆节当日)形成第二个高峰。

“今年中秋联动‘十一’,充分调动大家的出游积极性,游客规划长线出行的意愿明显增强,平台咨询量较去年同期增长约40%。”飞扬旅游客维部经理范卓艺介绍,目前,旅行社推出的新疆北疆、内蒙古额济纳等秋景线路咨询热度持续攀升。

从出行选择来看,北京、南京、乌鲁木齐、阿勒泰、呼伦贝尔、恩施、宜昌、安顺、西宁、本溪等“赏秋天花板”相关产品深受宁波市民青睐。

“今年新开的宁波直飞安顺包机航线市场反响亮眼。”浙江春秋国际旅行社有限公司销售经理戴美娜表示,依托贵州优质的山水秋景资源,旅行社打造了“初遇黄小西”等精品线路,涵盖黄果树瀑布、荔波小七孔、天河潭等

景区。

“请3休13”拼假方案不仅点燃了国内长线游,也显著激发了游客出境游的需求。记者了解到,澳大利亚、新西兰、意大利等远程目的地与韩国、泰国、马来西亚等短途目的地成为宁波市民出境游的热门之选。

与此同时,一批县域目的地预订热度高,“奔县深度游”成为引人关注的新亮点。

“福建平潭、江西婺源等县域目的地,成为今年假期抢订的热门目的地。”宁波国际旅行社常务副总宋月平说,除了打卡景点外,游客更期待产品中融入研学康养、非遗体验、户外徒步等项目。同程旅行数据显示,截至9月14日,中秋国庆县域旅游产品预订热度较去年同期增长42%,游客在县域停留时间进一步延长,平均游玩天数较去年同期增加3.2天。

在出行方式上,除了跟团游外,不少游客选择落地省会或区域中心城市后租车前往县域,灵活串联周边村镇,体验“一站多村”的深度游。

值得一提的是,今年不少游客热衷解锁“追月”新模式,从海上升月、沙漠追月再到山顶赏月,带火了一批中秋赏月“黑马”目的地。

“每逢中秋国庆,赏月都是绕不开的游玩主题。中卫、威海、泰安、呼和浩特、九江等地热度高涨,是今年宁波市民咨询较多的赏月目的地。”宁波市旅行社协会相关负责人告诉记者。

全国170支银发队伍同台竞技



昨日,2026“好时光·乐龄杯”全国老年教育教学成果展示活动在宁波文化中心大剧院举办。来自全国69个城市的170支老年队伍同台竞技,开展广场舞、模特、朗诵三大类别的晋级展演及总展演,演出人员年龄从50多岁到70多岁,充分展现了新时代老年人积极昂扬的精神面貌。

(孙吉晶 陈亚茹 吴帅 摄)

守住舌尖记忆,褪去浮华包装 宁波老底子月饼成中秋宠儿

记者 王博
通讯员 董瑜萱 陈予恒

昨日早上7点多,位于宁海县梅林街道河洪村的何九桃非遗糕点工坊,早已烟火升腾。

市级非物质文化遗产宁海长寿糕制作技艺传承人何旭泓,带领5名工作人员,正在有条不紊地进行月饼开酥、包馅、塑形、烘烤等工序。

半小时后,一炉色泽金黄的宁式酥皮月饼新鲜出炉,地道的老味道扑面而来。

9月以来,何旭泓的宁式月饼订单量迎来爆发式增长,日均手工制作月饼超5000枚。

“从清晨7点忙到晚上9点,今年整体销量同比增幅超30%。”何旭泓说。

除到店自提,不少订单通过快递发往苏浙沪各地,还远销新疆、西藏、港澳地区,甚至漂洋过海发往美国。

王升大博物馆的王记太婆月饼同样人气火热,今年销量已突破10万枚。

相传早年王家制作的月饼风味出众,常在民间赛事亮相,还曾当作馈赠佳品,地道的口味代代留存。如今,这段往事静静收藏在王升大博物馆内。

作为浙江老字号,宁波草潮食品有限公司自8月25日起进入月饼生产旺季,100多名工人加班加点赶制订单,每日生产月饼近10万枚。今年企业全新推出5款口味月饼,新品在线上线下市场表现亮眼。与此同时,低糖黑芝麻核桃、经典豆沙蛋黄等传统爆款依旧热度

不减。企业主要负责人孙亚斌表示,企业兼顾多元口味,研发的新品贴合不同消费群体需求,坚持用好原料,主打低糖少盐,收获不少消费者青睐。

老字号月饼集体走红,背后有着清晰的市场逻辑。

首先是食材地道、口味正宗。老字号月饼普遍依托本土优质食材,保留宁波人记忆中的咸香酥软,是许多人儿时的温暖记忆。为保留王记太婆月饼的老味道,王升大博物馆精选奉化本地优质芝麻、舟山特色海苔,多年如一日坚持食材本溯源。

其次是工艺扎实、性价比突出。多家老字号月饼不仅坚守手工古法,拒绝流水线速成,还坚持简约朴实包装、亲民定价,单枚售价在3元左右,把成本全部投入食材与工艺,高性价比深受市民认可。

更重要的是,老字号做到了守正又出新。王升大、草潮、何九桃月饼在牢牢守住原汁原味老底子风味的同时,开发出更符合当下健康生活理念的低糖月饼;东福园今年新推出“五福临门”苏式酥皮礼盒,一盒集齐四款经典口味,同时搭配古韵宁波建筑纹样新包装,兼顾颜值、新意与仪式感。

据宁波老字号协会相关负责人介绍,目前宁波已有东福园、王升大、杉通食品、西周芳记等十余家老字号生产中秋月饼。随着消费者对审美与口味回归理性,大家愈发重视老味道、老手工艺的价值。老字号在守住传统根脉的基础上适度创新,规避工业流水线同质化弊端,既有烟火底蕴,又贴合当代消费需求,自然受到消费者青睐。



左图:海事执法人员对渔船船长进行商渔船防碰撞安全提醒。

右图:宁波航标处工作人员排查象山水域航标隐患。



(林昱辰 连林怡 陈凯超 摄)

画着画着,他的画成了一扇“窗”

记者 顾佳诚 通讯员 俞冰

“开渔节还没到,我的画先‘出海’了。”张清立笑着说。

第二十九届中国(象山)开渔节临近,网友对宁波渔民、渔村、渔文化的关注度不断攀升。余姚市泗门镇万圣村的青年画家张清立,也借着这波“开渔热”收获了不少关注。他的短视频账号全国各地网友留言不断:“想去宁波的渔村看看”“第一次知道渔民画这么好”……

万圣村是余姚市唯一的渔业专业村。“我从小在海边长大,经常能看到渔船,也常到海边玩。”张清立说,他从小就喜欢画画,但一直没有系统学习过绘画。大学毕业回到家乡后,他才重新拿起画笔。“2011年起,我找了些美术基础书籍,一点点学起来。”他说。

绘画题材有很多种:山水、人物、花鸟……但真正让张清立找到创作方向的,是小时候记忆里渔船



张清立的作品。

上的那些色彩。“过去,渔民会在船身上涂上浓烈的色彩,红色代表喜庆热烈,蓝色代表海洋和生命力。每年休渔期,船都要上岸重新刷一遍颜色,也寄托着一种祝福。”张清立告诉记者。

这些涂抹在渔船上的色彩,在他心中埋下一颗种子。2015年起,他先后赴舟山、象山、宁海等地的



(顾佳诚 俞冰 摄)

渔村采风,研究当地渔民画的风格和技法,同时记录万圣村的变迁。

在张清立的画里,出现最多的是万圣村的人和村前的那片海。渔船、渔民、鱼、海洋,是他笔下最常见的元素;画面色彩浓烈、饱和度高,让人一看就觉得喜庆、醒目。而近年来,他的画里又多了一个特殊的主角——中华鲟。