

打造制造服务业的“强军劲旅”

凌 波

做座椅看台起家的浙江大丰实业股份有限公司，这家余姚企业前不久“操盘”了爱知·名古屋亚运会的开闭幕式，为创意策划、编导制作、数字内容、主火炬设计制作、表演演出、运营管理等环节，提供关键技术支持。

大丰用了三十年，实现从卖产品到卖服务的华丽转身，是宁波制造业转型升级的缩影。靠制造业起家、凭制造业立市的宁波，如今正把数十年沉淀的雄厚工业家底，转化为服务业高质量发展的路径。在“宁波服务”的新版图中，越来越多像大丰这样的制造业企业，正在加速实现卖产品到卖服务的跨越，向制造服务业拓展，成为一种发展趋势。

当前，宁波制造业正处于由大变强的关键时期，不仅是规模的延续，更是质的飞跃。制造业越往上走，单凭“硬制造”越难快速跃升。研发设计、品牌塑造、供应链管理、专业服务获取成本等，都是制约制造业做强的因素。面向未来，持续做大做强先进制造业，做好产品固然重要，但更离不开融合发展思维。从只卖产品转向“产

品+服务”，将服务深度嵌入制造业全生命周期，推动更多制造环节衍生出增值服务，是推动制造业升级跃迁的必然选择，更是撬动服务业扩能提质的一大杠杆。

服务业早已不是制造业的配角，而是产业跃迁的关键变量。没有高水平的服务业，就没有高质量的制造业。制造业解决的是一款产品“能不能做出来”，而制造服务业决定的是这款产品“值不值钱”。

苹果公司一年生产2亿部手机，其中1.7亿部在中国制造，按每部手机1000美元的售价算，就是1700亿美元的大生意。苹果不盖厂房，没有生产线，却能从680亿美元的税前毛利中拿走约510亿美元，而负责生产制造的中国企业只能分得170亿美元。正是凭借制造服务业，牢牢掌握研究开发、物流配送、市场准入、检验检测、绿色低碳、数字化赋能、金融清算、销售及售后服务等“软环节”，苹果赚了大钱。

制造业与服务业的深度融合，是发展规律。谁抓住了制造服务业的契机，谁就获得了制造业高质量发展的先机。无论从经济学理论还是从产业实践来看，从卖产品到卖服务，都是传统制造业拓展盈利空

间、重塑竞争优势的必由之路。

相较于传统制造业，产品销售多为一次性交易，通过提供售后、维护、解决方案等服务，不仅可为企业带来比单纯产品销售更高的利润空间，有助于企业向高附加值攀升，而且能推动从成本竞争转向价值竞争，从产品输出转向能力输出，增强企业核心竞争能力。宁波水表（集团）股份有限公司，是一家做水表的传统制造企业，过去提供的是“计量工具”，现在做的是“智慧水务解决方案”。早在2018年，公司管理层清醒认识到，传统机械水表市场接近饱和，必须突破技术瓶颈。公司转型没有停留在“修修补补”，而是实施从“卖水表”到“管水网”的重构。“宁水智云”平台为水务企业提供包括管网资产管理与运维、管网在线监测、漏损管控、营销管理及客户服务等在内的全场景解决方案。截至2026年7月末，平台已拥有超1100万台在线智能水表，覆盖全国近1700家自来水公司及900余家物业等客户，成为全国最大的表具管理平台。

近日出台的《宁波市服务业扩能提质行动方案（2026—2030年）》提出，2030年全市生产性

服务业占服务业比重达到62%。今年上半年，这一指标为59.5%，说明宁波的生产性服务业已有相当体量，不是从零追赶，但实现这一目标，并非轻而易举。作为制造业大市，宁波的制造服务业应贡献更多力量，围绕“制造+服务”深度融合，进一步推动制造业向服务化延伸。一方面，坚持系统整体变革重塑，着力畅通制造服务业的“经络血脉”。把有为政府和有效市场统一起来，加大统筹力度、革新理念方法、突出精准精细，完善顶层设计、创新制度供给、加强服务保障，为制造服务业高质量发展提供一流环境。另一方面，坚持招大引强、培优育强，全力打造制造服务业的“强军劲旅”。结合本地产业特色，发挥先进制造业优势，把引强与育新结合起来，重塑存量、做优增量、激活变量，推动更多新业态新模式爆发式、指数级增长，加快提升制造服务业主体的质量和规模。



以“绣花功夫”织就城市宜居宜业新图景

新华时评

郑钧天

秋日上海，从“工业锈带”更新而来的“科创锈带”徐汇滨江游人如织，国庆期间接待游客超过40万人次；由原亚洲最大水泥厂留下的巨大筒仓改造的西岸穹顶艺术中心更是成为网红打卡地。这正是当下我国城市更新的生动缩影。

一处处老建筑、旧空间没有被简单推平重建，而是通过因地制宜的功能重塑，把沉睡的存量资源转化为科创、文化、公共服务的新载体，让闲置资产重新成为城市发展的活力支点。

城市更新的核心底色，是对城市文脉的尊重。北京用“老城保护”新思维替代过去的“旧城改造”，在保留老城历史肌理、人文乡愁的同时补齐民生短板；上海在街巷之间植入小型口袋绿地，打通原来碎片化的公共空间，既保护了上海老城厢的城市记忆，又满足了现代住宅建筑所需的采光、通风以及其他配套需求；重庆的“山城后巷”凭借独具特色的烟火气、文化味，成为

游客与市民休闲消费的新空间……这类改造在保留历史遗存的同时推进活化利用，让古老文明融入现代城市发展，老街区并未在更新中失去根脉，在历史与现代的衔接中焕发出新的生命力。

人民城市的成色，不仅绘于摩天大楼的高度，更见于人间烟火的温度。老旧小区成套改造、加装电梯、公共设施配套……这些藏在街头巷尾的细碎民生工程，正是垒起居民获得感的一砖一瓦。“小而美”的微改造，瞄准的是大民生，营造的是让群众满意的高品质城市生活空间。

推动城市结构优化、功能完善、品质提升，要下足“绣花功夫”。慢工细活里藏着城市可持续发展的底层逻辑。从工业遗存的功能转型，到老城厢的新进式保护，再到社区微更新的持续改造，一尺一寸盘活沉睡的闲置资源设施，一街一巷打磨城市肌理与街巷面貌，一点一滴营造有烟火气、有历史底蕴、有发展活力的城市生活圈。

敬畏文脉、锚定民生、精雕细琢，一针一线绘就历史有根、产业有力、民生有温度的城市画卷，方能真正实现更有品质、更可持续、更加包容的城市更新。



发挥年轻人婚俗改革的主体作用

景 新

最近，宁波鄞州“95后”姑娘小朱的“四无婚礼”，把很多人看乐了：无接亲、无婚车、无司仪、无跟妆摄影，连伴郎伴娘也没请。父亲上台讲41秒，“大家吃好喝好”，直接开席（10月12日宁波发布）。

这场“四无婚礼”之所以刷屏，不是因为“省”，而是因为它把操办婚礼的主动权，从亲戚的眼神、婚庆公司的脚本、旧俗的繁文缛节中挣脱出来，交还给了新人自己。新人新做派，小朱的婚礼做了

大量减法，反成了别人羡慕的样子。

婚礼的主角是新郎新娘，但在很多地方，实则被各种“老规矩”牵着走：接亲要热闹、婚车要排长队、司仪要煽情、伴郎伴娘要展示才艺、排场要够大。新人凌晨爬起来化妆彩排，父母连轴转招呼应酬，一场喜事办得全家上下忙忙碌碌、疲于应付。小朱说得直白：见过太多家长为办婚礼累倒生病，“如果为了给我们办婚礼把爸妈累倒，那太不值了”。

年轻人思想更为开放，更容易跳出陈规陋习的框架，以全新的视角审视婚礼的意义。与父辈相比，

他们成长于物质相对富裕的年代，不需要借用婚礼的“排场”来证明自己、索取什么，更倾向于按照自己觉得舒适的方式来完成这件人生大事。简约的婚礼省去了繁琐冗长的流程，换来了轻松自在的相聚。

说到底，年轻人是婚俗的直接参与者，他们的态度与行为，决定着新风能否真正扎根。过去一些地方的婚俗改革，习惯于“替年轻人做主”——规定桌数上限、限定礼金标准、统一仪式流程。出发点是好，但效果往往会打折扣，甚至引发逆反心理。原因很简单，移风易俗不能只靠“不许”，更要靠

“我愿意”。小朱把自己的经历分享到网上后，收获了一大片“我也想这样办”的共鸣，而这，正是婚俗改革最重要的力量、最直接的效果。

因此，婚俗改革应当从“替年轻人做主”转向“让年轻人自己做主”。政府部门和基层组织要做的是，搭好平台、做好引导，推广集体婚礼、颁证仪式等新型婚俗形式，为年轻人提供更多元的选择。同时，挖掘和宣传优秀的婚俗新风案例，发挥榜样的示范引领作用，让更多年轻人了解和接受婚俗新风。

“丁义珍式”窗口为何难以杜绝

木须虫

近日，有上海市民通过社交平台发视频反映，上海嘉定区江桥镇一社区卫生院挂号窗口设计得过低，导致患者挂号时需要半蹲才能沟通，十分不便。因该窗口与影视剧《人民的名义》中的“丁义珍式”窗口颇为相似，引发网友关注（10月13日央广网）。

“丁义珍式”窗口时有所见，象征着一种根深蒂固的服务理念偏差——以管理便利为中心，而非以群众需求为导向。窗口设计之初，或许考虑的是防盗、防扰或空间利用效率，却唯独忽略了使用者最基本的尊严与舒适。当一位老人不得不半跪办事，当一位孕妇弯腰艰难交流，窗口传递的已不再是服务，而是一种无形的冷漠与隔阗。这种设计背后，是公共服务中“人本意识”的长期缺失。

更深层的问题在于，许多公共建筑在设计与验收环节，缺乏对服务对象实际体验的考量。现行的建筑设计标准往往侧重于结构安全、消防合规等硬性指标，却对无障碍设施、人机交互细节等“软性体验”缺乏强制性规范。即便有相关指引，也常流于形式，缺乏监督与问责机制。于

是，一些窗口“不高不低、站也不是、蹲也不是”，成了制度盲区下的怪胎。

杜绝“丁义珍式”窗口，必须推动服务观念的根本转变。公共服务不是“施予”，而是“责任”；不是“管理群众”，而是“服务群众”。医疗机构居于民生一线，更应体现人文关怀。尤其在老龄化社会加速到来的今天，适老化改造已不是“加分项”，而是“必答题”。从挂号台高度到座椅配置，从标识清晰到流程简化，每一个细节都应应以老年人、残障人士等弱势群体的实际体验为出发点。

必须优化设计与建设标准，将“用户体验”纳入强制性规范。建议住建、卫健等部门联合制定相关指南，明确窗口高度、服务台坡度、等候区配置等具体参数，并引入第三方评估与公众反馈机制。新建或改造项目应强制进行“使用者测试”，邀请不同年龄、身体状况的市民参与体验，确保设计真正“以人为本”。

监督与问责机制不可或缺。对于已存在的“丁义珍式”窗口，应开展专项整治，限期整改；对新建项目中仍出现类似问题的，应追究设计与验收环节的责任。一个文明的社会，不应让百姓为办一件事而“卑躬屈膝”。

海外游客打卡工厂 折射中国发展成就

郝冬梅

当一些海外游客拿着攻略，按图索骥寻找长城、大熊猫、兵马俑时，另一群游客已更新了行程单：去广东深圳看无人机展演，在上海试乘无人驾驶车，到浙江杭州钻进机器人咖啡馆……这些行程，被称作“中国科技游”。如今，越来越多中国的高科技企业敞开大门，把实验室变成体验馆、把生产线打造为观光线。一个个“硬核”又“好逛”的科技场景，正成为海外游客的新目的地（10月13日人民网）。

长久以来，海外游客来华，长城、兵马俑、大熊猫是经典打卡名片。如今一股新风潮悄然兴起：不少海外企业家、学者、乙世代游客将行程转向智能工厂、科创街区，一场“中国科技游”走红全球。硬核科技场景成为海外游客的全新目的地，不仅是入境旅游业态的创新，更是世界近距离读懂中国的窗口。

海外游客愿意不远万里来华，核心动力在于想亲眼见证中国科技的真实面貌。过去，海外各界了解中国科创大多依靠论文、新闻报道。而走进深圳、上海、杭州的科技企业，参观者可以亲自搭乘无人出租车，观看无人机配送，走进产线观察人形机器人作业。这种沉浸式体验，打破了部分海外群体对中国制造的固有印象，看到中国科技已经从加工制造，迈向自主创

新、定义新产品的新阶段。中国工厂成海外游客新目的地，离不开多重条件的支撑。入境便利政策持续优化，50国单方面免签、多国过境免签政策落地，降低了海外参观团来华门槛。文旅平台顺势整合资源，把分散的科创场景串联成标准化游览线路，推出工厂参观、科技嘉年华等产品，让科技体验从零散探访变成可预订的旅游项目。科技游不只是单向展示，更是双向交流。海外参观者带走的不只是各类科技产品，更带着跨境合作的可能性，在面对面沟通中建立互信，推动全球产业资源对接。

中国工厂成海外游客新目的地，其价值远超旅游本身。传统的文化风光游展现中华文明的厚重底蕴，而科技游展示当代中国的创新活力。当海外游客亲身感受AI、新能源、无人机如何融入普通人日常生活，抽象的“中国智造”就变成触手可及的真实体验。这种面对面的实地探访，是最生动的国际传播，能够减少信息偏差，搭建起中外产业对话的平台。当然，科技游仍有持续优化的空间。未来可以继续挖掘更多优质工业、科创场景，兼顾科普性、体验性，打造更多元的路线，兼顾普通爱好者与专业考察游客的需求。

从山水古迹到智能工厂，旅游目的地的变迁，折射中国发展的时代变化。

关于上海浦东发展银行股份有限公司宁波招宝山支行地址变更的公告

经国家金融监督管理总局宁波监管局批准，上海浦东发展银行股份有限公司宁波招宝山支行地址变更，现予以公告。

机构名称：	上海浦东发展银行股份有限公司宁波招宝山支行	业务范围：	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；买卖、代理买卖外汇；从事银行卡业务；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；总行等上级机构在银行业监督管理机构批准的业务范围内授权开展的其他业务。
机构编码：	B0015S233020025	发证日期：	2026年10月10日
许可证流水号：	01151309		
批准日期：	2020年1月7日		
机构住所：	浙江省宁波市镇海区招宝山街道车站路289号1-12室、285号1-13室以及招宝山街道前慈园路88弄50号1-20室、46号1-21室、66号2-4室		
发证机关：	国家金融监督管理总局宁波监管局		