

## 三江热议

“爱新餐”温暖新就业群体  
一餐饭里的宁波民生温度

郭元鹏

今年以来,宁波市委宣传部、市委社工部等部门携手推出宁波市“爱新餐”公益项目,面向外卖骑手、快递小哥、环卫工人等新就业群体,通过“平台让利+工会补贴+商家支持”的方式,提供平价、健康、便捷的餐饮服务,切实缓解他们“就餐难、就餐贵”的问题。目前,全市已有超5000家餐饮商家加入“爱新餐”服务网络。

9月9日《宁波晚报》

“爱新餐”的核心价值,在于精准破解新就业群体的“吃饭难题”。新就业群体常年奔波在外,吃饭往往“凑活了事”——要么价格偏高,要么卫生难保障,要么错过饭点只能吃冷食。宁波的“爱新餐”恰好瞄准这些痛点:9.9元的平价标准,让新就业群体“吃得起”;超5000家商家构建的服务网络,让他们“找得到”;阳光厨房直播、食品安全可视,让大家“吃得放心”。正如日湖社区党委书记侯晓桦所说,“守护城市美好生活的就业群体,也需要我们一起守护”。

从一份热气腾腾的饭菜开始,宁波用最朴素的方式,回应了新就业群体最迫切的需求,让他们在奔波中感受到实实在在的关怀。

更难得的是,“爱新餐”没有止步于“一餐饭”,而是延伸为“一站式”的温馨服务,让新就业群体找到“家的感觉”。在宁

波,除了平价餐食,爱心冰柜里的免费冷饮、城市书房的休憩空间、托育中心的临时照护服务,全方位覆盖了劳动者的生活需求。对骑手们而言,这里不再是单纯的吃饭地点,而是奔波途中可以歇脚、充电、解决难题的“避风港”。这种“超出预期”的服务延伸,恰恰体现了宁波民生工作的细腻与用心——城市不仅需要新就业群体贡献力量,更要为他们解决后顾之忧,让他们在城市里有归属感、幸福感。

“爱新餐”的成功,更在于构建了多方协同的“爱心生态”。这份温暖不是某一方的“单打独斗”:工会拿出补贴资金485万元,为项目提供坚实支撑;平台主动让利,降低运营成本;5000家商家积极参与,用实际行动践行社会责任。从政府部门到市场主体,再到社区组织,各方力量拧成一股绳,让“爱新餐”从一个公益想法落地为可持续的民生项目。这种“众人拾柴”的模式,不仅让温暖传递得更远,更让“关爱新就业群体”成为城市共识,彰显了宁波这座“爱心城”的凝聚力与向心力。

一餐热饭,温暖一座城。“爱新餐”看似是小项目,却承载着大民生。它让新就业群体感受到城市的温度,也让宁波的“爱心城”名片更加鲜亮。未来,期待更多城市能以宁波为榜样,从细微处着手,用精准服务回应劳动者需求,让每一位为城市奋斗的人,都能被温柔以待。

## 图说世相

## 银发族,小心“免费课”



漫画 严勇杰

在各大社交平台上,充斥着大量针对老年人的课程广告。从声乐、乐器、配音、瑜伽到基金、AI,各种课程应有尽有。更吸引人的是,这些课程基本都宣称“免费”,学成后老年人甚至还可以为其为副业“轻松赚钱”。然而,在这些“免费”课程背后,可能暗藏着虚假宣传、诱导消费等各种问题。

9月9日《现代快报》

## 街谈巷议

创新创意是花市  
最持久的“保鲜剂”

孙维国

近日,宁波花市刮起国潮风——“桃李花束”将鲜桃、鲜李与玫瑰混搭;新中式“束脩六礼”用腊肉、芹菜做花材,凭借“传统寓意+实用设计”成为市场新宠。同时,经典款向日葵花束仍占据主流,每支价格保持在5元至7元。

9月10日《宁波晚报》

鲜花市场从来不缺美丽,但常常缺乏新意。康乃馨、向日葵固然经典,却难免雷同;送花的心意再真挚,如果包装形式永远是千篇一律的红白搭配,也很容易落入俗套。如今的年轻消费者,既要表达心意,也追求个性化与“记忆点”。“桃李花束”的走红,恰恰说明市场在呼唤更新的表达方式。

从这个意义上说,“花式创新”并非小聪明,而是顺应消费升级的必然选择。送鲜花本身是情感的表达,如何让这种表达更加贴近当下的语境、贴合当代人的审美,考验的正是花艺师的巧思。

花束的创新,并不是简单地把食材与花材拼在一起,而是要在传统和现代之间找到契合点。比如,“束脩六礼”源于古代学生拜师的仪式,花艺师巧妙地用现代元素重新演绎,使得古典寓意有了“现代包装”。它的火爆,

既让年轻人感受到中华传统文化的趣味,也让教师节的礼物变得更有分量。

这说明,当文化成为商品的灵魂,花市就能释放更大的想象力。人们愿意为一束花买单,不只是为了花本身,也是为了那份独特的“情绪价值”。这也是为什么“桃李花束”能在社交媒体上刷屏:满足了“可晒、可讲”的分享欲。

从商业角度看,花市的创意不是点缀,而是竞争力。鲜花行业一直存在同质化严重、利润空间有限的问题。要破局,就必须走出“花只是花”的思维定式,让花束成为文化创意产品。

这对花店来说,既是挑战,也是机会。挑战在于,花艺师不能只做“插花工”,而要做“设计师”,懂得文化寓意与市场心理;机会在于,谁能率先把花束做出新意,谁就能赢得市场的青睐。换句话说,创新创意是花市最持久的“保鲜剂”。

当然,创新不能流于表面。把腊肉、芹菜插进花束里,如果仅仅是为了噱头,而缺乏文化内涵与情感共鸣,很快就会沦为“一次性网红”。真正长久的创新,需要把“好看”“好玩”“好用”结合起来:既有视觉美感,又有文化厚度,还能体现生活的实用性。

## 阿拉有话

守根与创新  
是老手工艺传承的双重密码

苑广阔

为传承沙河村月饼老手艺,镇海区贵驷街道沙河村一群返乡青年成立了沙河故里月饼工坊。“爷爷奶奶们,你们尝尝这个苔菜味的,有老底子的味道!”主理人林艳忙着给进门的街坊邻居分月饼。刚出炉的月饼还带着温度,指尖一碰,酥皮就“簌簌”往下掉。咬上一口,脆响里满是鲜香。细细品,又觉比记忆里的老月饼少了些油、淡了些甜,多了份清爽。

9月11日《宁波晚报》

这家由返乡青年创办的月饼工坊,不仅唤醒了街坊邻居的味蕾记忆,更折射出老手艺在当代传承的新路径。这群年轻人以行动证明:老手艺的生命力,既源于对传统的敬畏与坚守,更离不开对市场需求的敏锐回应。唯有在“守根”与“创新”之间找到平衡,传统技艺才能真正焕发新生。

守根,是传承的起点。沙河村月饼工坊的成功,首先离不开对老手艺本真性的尊重。75岁的陈君昌老师傅,贡献出珍藏30余年的配方本子,纸上密密麻麻的字迹记录的不仅是原料配比和工艺诀窍,更是一代人的集体记忆与文化基因。主理人林艳和团队深知,老手艺的“根”在于其独特的风味、工艺和历史积

淀。他们坚持用传统方法制作椒盐葱香、苔菜果仁等宁波老月饼,酥皮金黄、内馅饱满,咬一口“簌簌”掉渣的质感,正是老底子味道的体现。这种对传统的敬畏,让工坊的月饼超越了简单的食品属性,成为连接过去与现在的文化纽带。

创新,是传承的活路。老手艺若仅固守传统,难免曲高和寡,最终难逃湮没的命运。沙河村的青年们清醒地认识到,传承必须面向市场、面向消费者。他们在保留传统口味的同时,大胆推出黑芝麻核桃、莲蓉蛋黄等新式月饼,甚至独创“药食同源”系列,这些创新并非对传统的背离,而是对当下消费者健康需求、口味多元化的积极回应。工坊的价签上,“20元一斤”的传统月饼与每个8至10元的创新月饼并存,既满足了怀旧人群的消费需求,也吸引了年轻一代和养生爱好者的目光。

沙河村的月饼香,飘出的不仅是儿时的味道,更是一种传承的智慧。它告诉我们,老手艺的真正生命力,不在于“博物馆式”的封存,而在于能否融入当代人的生活。当返乡青年愿意主动接过传承的接力棒,当老师傅的经验与年轻人的创意相互碰撞,当传统技艺与市场需求有效对接,老手艺便能跨越时空,在新的时代里继续散发温暖而持久的光芒。