

托幼改“托老”，贵在服务创新

据国家统计局数据显示,2023年,学前教育在园幼儿4093万人,较2022年减少534.5万人。一些民办幼儿园面对经营压力,开始思考如何转型。山东济宁一位幼儿园经营者关掉了部分幼儿园,将其改成居家养老服务中心,他坦言,短期内挣不了钱,更看中养老行业的可持续性和稳定性。和他一样,其他想把托幼改成“托老”的幼儿园经营者,一般也是从服务的相似性出发转型的。

育儿与养老正好是人生的两端,对服务的需求却仿佛画了个圆,起点与终点在某些方面是重合的。比如,幼儿园需要开在社区周围,主打就近和便利,居家养老

服务也同样属于“一刻钟社区服务圈”的项目,地址选择、空间设置等方面与幼儿园颇为相近。再比如,小朋友需要照看、陪伴、教育、辅助餐食等服务,社区养老的功能也差不多。

但相比于不可替代的幼儿教育,当前,“托老”服务并没有被家庭视为必需品。对老年人的照护一般被视为家庭责任,倾向于自行解决,认为老人身体条件允许的时候不需要“托老”,等生活自理能力不足了,可以雇人在家中照料老人,或是送去养老院。的确,“托老”服务属于社区养老的一部分,如果服务内容只停留于日常照料、生活帮助,那么,家庭对其的价值感受确实不够强

烈。

所以,“托老”这一养老细分市场究竟有多大,还需要在服务产品的供给上多动脑筋。有时候,不是人们不需要,而是产品单一,让人无从选择。就像老年大学总是一课难求,“托老”机构如果能为老人打造丰富且平价的课程,自然会有一定吸引力。

总之,幼儿园的转型是自救,也是开拓;是现有资源的合理利用,也是为未来的社会服务赋能。当下,很难用“成功”或者“失败”去下判断,因为最难能可贵的,是这种创新思路和试错的勇气。这种努力,应该被政府看到、支持,更该有社会力量的广泛参与。

点评

纯净码

上海市462家设有停车场的商场日前全部推出停车缴费“纯净码”,这一举措赢得不少网友点赞。所谓“纯净码”,即车主只需完成“输入车牌号”“点击缴费”两步,全程耗时10秒左右就可离场。

这一举措大大提升了缴费效率,有效落实了个人信息保护相关要求。期待“纯净码”的成功经验在更大范围、更多领域推广,成为餐厅、酒店、景区等消费场景的常态。

借西服面试

针对春招季学生们要着正装参加面试的需求,杭州电子科技大学就业指导中心近期贴心准备了52套全新西服,还搭配有衬衫、领带、领结等,供有需要的学生免费借用。学生归还衣服后,就业指导中心负责对衣服进行清洗,再提供其他学生。

一套西服寄托着大家共同的心愿,在临别时,学校对于自己的学生,最后再扶上马、送一程,是务实之举,也是温情所在。

图说

撮火



因某说唱歌曲的MV在此取景,近日,成都武侯区一居民楼下的健身场成为网红打卡点,被调侃为成都“迪士尼”。每天有大量年轻游客来此打卡,半夜十二点还有人在此大喊大叫,附近居民不堪其扰。打卡也得讲文明,网上视频火,居民更撮火(泛指生气)。

(本版稿件综合《工人日报》《广州日报》《今晚报》等)



抵制谣言

从我做起



宝鸡千阳：民间艺术刺绣之乡

2022年北京冬奥会开幕式上“二十四节气倒计时”短片惊艳世界,每一个定格瞬间都宛若一幅美景,让人赏心悦目。短片中春分画面里,一个头戴虎头帽小孩手执点燃的烟花棒,让人印象深刻。

据陕西宝鸡市民杨思齐介绍,虎头帽是她舅舅几年前在千阳县给孩子买来戴的,因帽子偏大长时间未戴,闲置在老家。孩子的姥姥整理衣物时看到,认为以后也没人戴



想扔掉,她觉得很好看,2021年10月挂到网上出售。后来被冬奥会开幕式倒计时短片的工作人员看到,于是她赶紧联系家人把帽子邮寄过去。在宝鸡陇县、千阳一带农村,冬天来临,小孩们头上就会戴

狼牙山远眺

狼牙山本无名,在中华大地上它仅仅是千万秀峰中极为普通的一处。然而,自从那年那月那一天的一场战斗之后,狼牙山便有了名,继而声名远扬。

蒙蒙细雨中,我听到花草在歌唱,大山在诉说:

狼牙山的5名战士,面对多于自己数十倍对手,他们选择的始终是“前进”,一直前进到无路可走的最高峰。那是惊天地、泣鬼神的一跳,是震撼亿万心灵的一跳,是让生命和青春瞬间升华的一跳。那一跳,如雄鹰搏猎,让一股英雄气激荡神州。那一跳,若流星闪烁,把光明播撒进中国人心。战士们以自己青春生命的牺牲,换来祖国胜利的果实。

登上狼牙山五壮士舍身跳崖处,仰望高高的纪念塔,我心中不由生出感叹。他们生前无所求,死后无所取,为祖国、为人民义无反顾的英雄气概,已经成为一种精神、一种基因,浸入中华文化的血脉之中,营养着不屈不挠的民族之魂。

登山时,雨一直在头上飘,雾一直在身边绕,狼牙山被笼罩在烟雨迷蒙之中。一到山顶,骤然间雨停雾散,山也明亮起来。

那天下山返回已是中午,我看到还有很多人正在向狼牙山顶端攀登。这么多人,为什么要来?是祭奠?是追忆?还是仅仅为了看景?不管登山者们出于何种动机,但有一点可以肯定:只要来了,就不会不知道狼牙山五壮士的动人故事。那动人的故事就会不停地在人们灵魂深处复活。他们的壮举,作为一道景观,必将与狼牙山一起,在人们的记忆中永存。

(摘自《解放军报》4.6 张庆和/文)

四十载关公情 舞台演绎英雄梦

在山西太原,一位晋剧演员在舞台上扮演关公40年,演绎忠义仁勇,书写梨园佳话。

作为山西省的代表性剧种,晋剧起源于山西中部一带,又叫“中路梆子”。2006年,晋剧被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

在太原大关帝庙,到此练习的晋剧非遗代表性传承人武凌云披挂戏装,一手持青龙偃月刀,一手捋须,威风凛凛,举手投足间显现关公风范。

武凌云出身梨园之家,自小在父母和长辈的口传心授下学习晋剧。他12岁进入剧团,勤学苦练,塑造了许多经典角色。1999年,

上虎头帽,这一风俗已延续了几百年。虎头帽通常由孩子的奶奶或姥姥精心缝制,既用来避寒,也寓意孩子戴上这样的帽子能虎虎生威,辟除灾邪,平安长大。虎头帽是对虎文化的演绎,制作工序繁琐复杂,要经过剪、贴、插、刺、缝等几十道工序才能完成。虎头帽两侧、后面会刺绣上想象力丰富的图案,通常为凌空飞翔的喜鹊、蝴蝶等动物,也可绣上争奇斗艳的梅花、荷花等花草。完整的虎头帽就是一件

舞台演绎英雄梦

武凌云获得第十七届中国戏剧“梅花奖”。

从1985年开始,21岁的武凌云排演关公戏,与关公结下不解之缘。为了演好关公,他熟读三国系列书籍,借鉴老一辈艺术家和其他剧种对关公的演绎,不断从雕塑、绘画、皮影等艺术中揣摩关公的一言一行。每逢遇到关帝庙,他总进去瞻仰,仔细观察、记录其中的关公造型,糅合自己的表演。

武凌云说:“以‘忠义仁勇’著称的关公,深受各地人们喜爱。演关公,就是要学关公,要不断提高自己的精神境界。”舞台内外,武凌云秉持

精美的刺绣手工艺品,通常五六天才能完成。

千阳县,隶属于宝鸡市,北靠甘肃省灵台县,南邻陈仓区,东与麟游、凤翔县毗邻,西同陇县接壤。由于其位于汧(qiān)河之阳(北岸)而得名汧,始于北周而沿用至今。1964年经国务院批准改汧阳为千阳。千阳县是孔子七十二贤之一燕伋故里,是古丝绸之路的重要驿站,是中国民间艺术刺绣之乡。

(综合《华商报》、陕西法制网)



“学关公、做关公、演关公、悟关公”的信念,持续研究关公文

化的内涵。弹指一挥间,数十年的舞台生涯,在武凌云身上留下了独特的印记。因长期佩戴头饰拉拽脸部皮肤,一道道皱纹向他的额头和双鬓方向延伸。到了退休年纪的他,深感艺无止境,传承弘扬优秀传统文化重任在肩。他说,“只要观众喜欢,我愿一直演下去。”

(据新华社社 唐彦/文)

梁启超率先使用“广告”一词

中国广告虽然起源很早,但直到19世纪末,我们的语言文字中还没有出现“广告”一词,古人习惯使用的是“告白”二字,清末的中国商人在报纸上刊登广告依旧叫“买告白”。

戊戌变法失败后,梁启超流亡日本,在那里得到其夫人李蕙仙的堂兄的资助,于1898年12月23日在横滨创办了《清议报》。该报为旬刊,载有论说、名家著述、杂俎、文苑、外论、译、纪事、群报、广告等,以广民智、振民气为宗旨。

《清议报》的每一细节无不显现着梁启超的改良思想,以及对世界新思潮的关注。梁启超对于报刊广告这一近现代宣传形式的价值有着足够的认识。《清议报》在创刊的第一期页尾就刊登了招揽广告的《告白价目》。1899年4月30日《清议报》出版第十三期,

(摘自《天津日报》3.25)

刊末是该报用日文发布的招登广告的稿件,题目为《记事扩张广告募集》,并附有广告价目的《广告料》一则。这是目前所知中国人在自办的中文报刊上最先使用的“广告”一词。

《清议报》的创办,更好地实现和传播着他先前提出的报刊要“去塞求通”的观点。梁启超认为,国情的通与塞关乎国家的强与弱,“通”即包括通上下和通中外,“广告”一词的导人,正是“通”的具体表现。

梁启超的广告理念很快影响到国内媒体。光绪二十七年(1901年)10月18日的上海《申报》,首次在国内报刊使用“广告”一词,刊登的是《商务日报广告》。此后,传统的“告白”与现代的“广告”并行使用。

(摘自《天津日报》3.25)

有时候人们因工作需要,得把纸上的文字拍成图片,但是很多人表示拍出来的照片不是扭曲的就是倾斜的。此时可以打开手机相机,然后点击“更多”按钮,接着点击页面中的“文档矫正”按钮,有的手机称之为“文档”按钮。

接下来,用手机对准需要拍摄的文字,并根据屏幕辅助线的提示,等文档四边的角度调正后,按下拍摄按钮,拍摄文档照片就不再扭曲或歪斜了,效果也更加清晰,方便使用。(摘自《新晚报》)

手机拍文档按它不歪斜

关注

世界是一个巨大的草台班子

网络热梗,指这个世界并没有大家所想象的那么专业,比如许多看似高不可攀的大企业在最初发迹之时,可能也只

新语

薄荷曼波穿搭

今年初春流行的一种穿搭风格。其中“薄荷”代表的是适

用于春夏的薄荷绿、海盐蓝等颜色,而“曼波”既是源自美洲的一种舞蹈,轻快明丽是它的风格特色。清新飘逸也成为“薄荷曼波穿搭”的典型特点。

串烧

春暖花开,又到了露营好时节。相比动辄百元起步的商业露营地来说,许多人更倾向于选择近郊依山傍水的免费露营地。然而,一些露营地无视提醒,在岸边林地违规使用明火露天烧烤,带来诸多安全隐患。垃圾随意丢弃、车辆乱停乱放等不文明行为,也给周围环境增加不少负担。

露营热兴起,但不能“野火”乱烧。比如,对于一些火爆的野营地,当地相关部门要加强管理,划好禁烟区,拉起“警戒线”。相关部门也要看到野营热暴露出的露营经济存在的一些问题,比如,一些商业露营地收费较高,收费标准高低不一,露营体验差,不能满足游客的个性化、差异化需求等等,这就呼吁有关方面要加大正规露营的供给。

另外,网络平台也要尽好管理责任,如对网红野营地、“种草帖”要严格管理,对具有危险性的野营地要进行风险提示。户外露营不能成了一场“说走就走”的任性野营,追求“诗和远方”不能留下“一地鸡毛”。这需要规范行业发展,给户外露营扎紧“规范帐篷”,让野营热在规则之内健康发展。

另眼

半程马拉松变“伴程马拉松”

4月14日,某地举办半程马拉松赛,中国选手何某夺冠。但直播画面显示,最后100米时,后面3位选手就像陪跑者,没有任何想冲刺的意思,让何某第一个冲过终点,第二名成绩仅仅落后1秒钟。

这哪里是什么半程马拉松,分明就是“伴程马拉松”。事出反常必有妖,有媒体披露这样一条线索:某运动品牌是该半程马拉松赛事的合作伙伴,而“冠军”正是该运动品牌的签约运动员。有此等关系,出现此等怪事,就不难理解了。企业品牌与体育赛事结缘本是皆大欢喜的事情。但如此无底线让步不仅亵渎体育精神,还加剧体育腐败、污染社会风气,这种比赛不办也好。

千人宴变“千人厌”

近日,海南保亭县有游客吐槽花费128元体验当地“三月三”的千人宴,结果上的全是花生毛豆,并拍摄短视频发布在网上。随后,当地发布通报称,网传情况基本属实,涉事公司将对参与活动的游客给予全额退款。

千人宴变“千人厌”,这样的做法算不算虚假宣传、消费欺诈?文化搭台、经济唱戏这本身没错,欣赏民俗文化活动之余购物、买点土特产也是旅途一乐,但这样吃相难看的操作有点本末倒置,让原本好好的“搭台”最后变成了“拆台”,最终伤害到了旅游品牌和整体形象,也太不会算账了。

人工智能变“作业神器”

生成式人工智能(AIGC)又有新“业务”了。记者发现,“AI+作业”已进入中学课堂。不少高中生表示,“高一时很多文科作业都直接扔给AI了”“班上有超过一半的同学都会用AI来帮自己写作文”“有的同学甚至连检讨书都用AI来写”。

张之洞有言,人材之成出于学。这个“学”,必然包含作业在内。对学生而言,完成作业可巩固所学、获得训练、提高能力,哪怕是技术含量不高的抄写,也自有其意义。倘若AI“横插一杠”,学生乐于照搬、“借鉴”,作业的功能将大打折扣,长此以往,惯性思维形成,后果不堪设想,必须警惕。

研学之旅