

让幼有所育的阳光照亮千家万户

孙莉华

顺应群众期待,聚焦实际困难,不断增加普惠托育服务供给,更好满足人民群众多样化、个性化的托育需求,离不开政府、单位、社会共同协调、一起努力。

最近一段时间以来,让杨蓓最感欣慰的莫过于孩子的变化。作为银川景博学校的一名教师,杨蓓平时工作很忙,只能将两岁多的宝宝托付给长辈,但两代人教育理念差异大,家庭矛盾时有发生。自从将宝宝送到景博爱心托育班后,孩子每天都在变化,不但学会了自己吃饭,连以前扔盘子哭闹、谁说不听见的“臭毛病”也大为改观。这让杨蓓十分欣喜,工作也更为安心。

“照顾好孩子,和做好业务工作一样重要,我们要让教师在教书育人时心无

旁骛。”和银川景博学校一样,解除职工育儿后顾之忧,是许多用人单位办托的初衷。据统计,截至目前,银川共有托育机构197家,其中单位办托17家,全部采取与机构合作方式。

孕育子女是人生大事。尤其是在养育孩子时间和金钱成本越来越高的情况下,年轻父母越来越注重自身的职业发展和生活质量,生完孩子谁来带、怎么带,就成为了摆在当前的紧迫问题。

破解这个问题,用人单位办托是一个值得探索的方向。其实,这也并非“新鲜事”。早在计划经济时代,开办托儿所就一度成为许多企事业单位的“标配”,不少“80后”“90后”都是在父母单位所办的托儿所、幼儿园里度过了学龄前岁月。尽管这些机构随着时代变迁退出了历史舞台,但其功能和意义不可磨灭。

如今,用人单位办托“重出江湖”,其价值意义再度凸显。一方面,用人单位具有接送方便、职工信任等先天优势,家长们更易接受;另一方面,单位为职工解决了实际困难,职工对单位的认同感、归

属感会明显增强,工作专注度也会大大提升。所以说,如果单位办托能够普遍落地,必将成为个人、单位和社会皆大欢喜的好事。

好事归好事,落地哪有说起来那么容易?这其中涉及大大小小的事情不少,也面临着建设、运营、管理等一系列难题。比如,场地要符合婴幼儿活动安全标准,改造费用较高;与机构合作,花费不少,谁掏钱、掏多少,都得精打细算;托育服务本身具有公益属性,光靠单位职工子女入学,难以覆盖运营成本,恐难长久;职工的育儿理念不同、需求分散多样等统统需要考虑……

困难也好、矛盾也罢,都是骨感的现实问题。想想也是,单位不是慈善机构,也有自己的利益考量,如果成本自负、风险自担,如此“压力山大”,很难将难事办妥、好事办好。

孩子的抚养教育,是家事也是国事。相关部门理应在托育服务政策托举上出实招、见实效,通过建设补贴、运营补助、租金减免、用地保障、税收优惠等

方式,切实降低企业投入与运营成本,引导调动更多用人单位参与其中。另一方面,也要鼓励地方积极探索多元化托育建设模式,通过奖励补助、购买服务等方式,充分调动各方力量的积极性,发展多样化的托育服务。今年以来,银川市积极探索社区嵌入式托育,“凤城宝宝屋”纷纷落户兴庆区胜利街紫金社区、金凤区长城中路街道凤仪社区、西夏区文昌路街道同安苑社区,为附近居民提供优质、便捷、普惠的婴幼儿照护服务,就是很好的实践探索案例。

正所谓,幼有所育非易事,没有谁能一肩挑。顺应群众期待,聚焦实际困难,不断增加普惠托育服务供给,更好满足人民群众多样化、个性化的托育需求,离不开政府、单位、社会的共同协调、一起努力。让幼有所育成为现实,千家万户的幸福一定会更加稳固!



以优质服务提升游客体验感

沈 琪

这两天,沙坡头景区因为一场万人演唱会再次出圈——来自区内外外的4万余名歌迷齐聚景区,在浩瀚星空与金色沙海上,共同经历了为期两天的音乐狂欢。

提到沙坡头景区,人们自然而然会想到黄河与沙漠相依相伴的壮观景象,会想到旺季一房难求的沙漠星级酒店,如今,又会想到燃动夏天的沙漠星空音乐节。事实上,沙坡头景区并不是第一次举办音乐节,此次让人印象深刻的,除了沙海中万人齐唱的独特氛围,还有不断升级的文旅消费体验。从景区门票免费,到营地住宿优惠,再到从市区至景区的免费接驳服务,创新景区服务、提升游客体验成了这次音乐节出

圈的秘诀。

现如今,每逢出游季,除了景区人观,网络上讨论最多的,就是景区服务水平怎么样、游客体验感好不好。各地文旅部门也深谙游客心思,在文旅服务的提档升级中,不断更新游客体验,着力创造便利舒适的旅游环境。说到底,文旅竞争的本质就是服务体验的竞争。我们乐于看到沙漠星空音乐节作为一项新的文旅IP逐渐兴起,但也要看到,沙漠音乐节并非沙坡头独有,想要在同类型项目中脱颖而出,仍需回归本质,抓住核心竞争力,以优质服务提升游客体验感。只有将服务精准对接需求,这样的演唱会才能持续火热下去。

打好线上线下促消费“组合拳”

宫炜炜

一年一度的“618”大促在即,消费市场热潮涌动。不仅线上平台优惠活动多,线下实体店同样亮出“放价”实招。据报道,6月14日至18日,银川乐购·惠动全城“促消费 惠民生”系列活动联合全城商家,以折扣、政策补贴、沉浸式体验等形式让利消费者,激发消费活力。

线上线下齐发力,不仅为消费者带来了更多实惠和便利,也为商家带来了更多机会和收益。一方面,线上消费具有便捷高效、产品丰富的特点,能够满足消费者“一键下单”的需求;另一方面,线下实体店能通过现场体验、热情服务等,增强消费者

信任感。两种消费方式实现优势互补、相互引流,恰好顺应了消费者追求“买体验”“买服务”“买品质”的消费新期待,定能激发“1+1>2”的协同效应。

应当看到,自中央经济工作会议提出“大力提振消费”“全方位扩大国内需求”以来,各地各项促消费政策频频落地,有效拉动了经济增长。此次,以“618”为契机,打好线上线下促消费“组合拳”,推动零售业态从各自为战走向深度协同,无疑是释放内需的“关键一招”。期待更多市场主体把握融合大势,创新服务模式,优化消费体验,更好激活消费市场“一池春水”。

符合大众三观才会大红长红

虎 权

最近,北大“韦神”韦东奕在短视频平台开通账号,一条4秒的自我介绍视频,不到10天吸粉近2500万。从2021年因手提馒头和矿泉水接受采访意外走红,到如今爆火,韦东奕极速吸粉这一现象,值得深思。

韦东奕之所以受追捧,有人说是因为他卓越的学术成就,有人说是因为他勤俭节约、淡泊名利的生活作风,也有人说是因为他纯粹的学术精神,还有人说是因为他拒绝哈佛破格邀请、留在北大的选择……这些说法都对,但也不全对。要说韦东奕身上所有的闪光点,其实都指向了一个词——主流价值观。可以说,人

们对韦东奕的喜欢,既是对流量时代浮躁和功利的无言反抗,也是对正能量和主旋律的极大推崇。

现如今,像韦东奕这样极速吸粉的案例生活中并不少见。比如,专注科技创新的任正非,一句创业感悟就能引起无数网友热议;张桂梅老师一个镜头,就会有无数句“先生大爱”的点赞评论……在流量为王的时代,真正大红长红的,都是符合大众三观的“实力派偶像”。因而,对于韦东奕这样的优质“网红”,我们更应该保持理性、给予尊重,多一些凝视和学习,让他们以清流、榜样的力量引导网民对标对表,共同弘扬网络清朗正气。

第三只眼

古有季布一诺千金的美誉,今有石嘴山市“一诺即办”的暖心事:

前不久,市民薛伟委托朋友在石嘴山市政务大厅办理职工劳动能力鉴定,因忘带身份证陷入困境。正当委托人焦急万分时,综合窗口工作人员一句“别担心,可以容缺办理”迅速化解难题。通过启动“告知承诺制”,办理人仅需签署承诺书,后续补齐材料,业务便可顺利完成。

“一诺即办”,看似简单的四个字,却办出了为民服务的初心,办出了急群众之所急、忧群众之所忧的决心,值得点赞,更值得我们借鉴学习。

其实,“一诺即办”这样的暖心之举并不是“横空出世”,而是石嘴山市一路走来,在“减证便民”改革路上不断努力和创新的結果。从“跑断腿”到“零材料”、从“证明难”到“一诺即办”、从“管理者”向“服务者”的种种转变,加之对134项证明事项和65项告知承诺制事项进行动态调整等举措,从源头上杜绝了“奇葩证明”“循环证明”等事件的发生,让群众绽开了发自内心的笑容,也让办事难真正成为历史。

一直以来,“奇葩证明”都不是什么新鲜事,“证明我还活着”“证明我爹是

期待更多的“一诺即办”温暖民心

尉迟天琪



漫画 李雪

我爹”……这些让人听来就啼笑皆非的证明,不仅在生活中真实存在过,有关部门也实施过多轮专项清理整顿行

动,舆论多次发声讨谴责。但众声鼎沸之下,仍然有地方、有部门置众怒于不顾,致使一些奇葩证明隔断时间

就重现“江湖”。

为什么这样的“奇葩事件”“奇葩证明”会屡禁不止?细细想来,不难发现,顽疾根治不了,实则是本位意识作祟。表面看来一切是“照章办事”,其实就是懒得创新制度,懒得改进作风,懒得将心比心,说到底,就是没有把为群众服务放在心上,只是想着自己方便,心中毫无担当为民的服务意识。

工作中有问题不可怕,可怕的是不能正视问题,有处理解决顽疾的决心。从石嘴山市的实践来看,真正解决问题并不难,想要让群众真正享受公共生活的便利,从反省和破除本位意识开始就可以。只要敢于承担责任,勇于换位思考,能够站在群众的角度推动改革、不断创新,拿出具体的举措和实招,一招一招落实、一项一项推进,才能有体制机制的创新实效、工作业绩的不断提高,才能始终以方便群众、服务群众为先,将全心全意为人民服务的宗旨落到实处。

为民服务尚在路上,我们仍需努力。以这句话作为共勉,期待更多真创新、真落实的举措一一出现,期待更多“一诺即办”的好点子温暖民心。

中国移动「网龄成长计划」

手把手教你薅羊毛

操作指南

step1

微信扫一扫
进入【活动专区】

step2

网龄成长礼（必领）

- 任选AI科技礼（工具/创作/娱乐/通话），点击【立即领取】
- 额外领1-3GB流量
- 视频会员五选一，点击【立即领取】

step3

网龄生日礼（二选一）

- 充值满减券（满100元减5元）
- 30元电影抵扣券（满30.01元可用）

step4

网龄惊喜礼（抽奖）

抽机器狗、滴滴出行券包、加油满减券、天猫满减券等，最多可获得6次抽奖次数。