

暑期“看孩子” 解好城市“综合题”

■ 闫丽

都说暑期的欢乐是孩子的,焦虑是大人的:谁来带娃?怎么辅导?如何防止孩子沉迷电子产品?一道道暑期看护难题,成为基层民生服务的必答题。

在天津,这些题的答案多种多样;在天津经开区天鸿公寓的托育课上,附近企业的职工子女专注地转动剪刀,红纸翻飞间领略非遗之美;在河西区宾水西里社区的科普馆里,小小“科学家”们正兴致勃勃地探索网络安全的奥秘……

一幕幕生动剪影,勾勒出托育服务的新图景,也引人思考:暑期带娃这件事,可不仅是“看孩子”这么简单,也包含了“育孩子”的品质追求、“兴城市”的发展共振。

托住“底” 育出“优”

一段时间以来,有个社交热词引发共鸣,叫“带娃搭子”,说的是很多家长渴望结伴带娃遛娃,减轻负担的同时,也为孩子带来与同伴一起成长的快乐。这背后折射暑期带娃的难题——如何让孩子有个多彩假期?往小了说,这是“家事”,为一家一户排忧解难;往大了说,也是“城事”,事关生育友好型社会建设,事关一座城市的民生温度和治理高度。

日前,有个新闻引发网友羡慕:某地一国资集团依托旗下学前教育公司,统筹15所幼儿园资源,构建起“国企统筹、园所实施、公益普惠”的暑期托管服务体系。低廉的收

费之外,还有一份夏日清凉:托管班面向外卖骑手、快递员等新就业群体的子女,实行保教费全免。绘本阅读、创意美工、体能游戏、科学探索……每天的活动安排得满满当当,孩子们玩得开心,也学得进去。

可见,暑期托育服务,不能止步于“看住孩子”的“刚需”,更要满足“看好孩子”的“进阶需求”。这意味着,“托”与“育”各有其沉甸甸的追求:“托”是基础,核心在于安全、普惠和可及,为更多家长解决后顾之忧,让民生承诺扎实落地;“育”是灵魂,重在引导和赋能,让社会服务从“有”到“优”,为未成年人成长“锦上添花”,让家长安心放心,更舒心。

托育孩子 托举未来

倘若再把视线拉高一点,我们会发现,暑期带娃,花样越多、越“高级”,发展潜力越大,这背后藏着民生与发展共振的深层逻辑。

先看西青区大寺镇远洋万和城社区的做法。社区以“空间换服务、阵地换资源”,将1200平方米综合服务中心向专业社会机构免费开放,专业团队负责从课程设计到日常管理的全流程运营,同时内容设计充分听取孩子们意见。由此,一种奇妙的“增量效应”产生了:公共空间的活化利用,社区服务能级提升了;企业轻装上阵,品牌价值更高了;孩子们收获了丰

盈的假期体验,家庭看护成本减少了……多方共赢的格局下,托育服务不再是单纯的支出,而转化为一种激发社会活力、优化发展环境的无形资产。

再看红桥区经中社区的服务。网格员托管、银发志愿者们授课、双职工家庭随时送托,社区里的老年人来给孩子们上课、绘画、阅读、手工等课程,一老帮一小,老年人老有所乐,孩子们幼有所养,社区盘活了人才资源……

因地制宜托育,因势利导盘活,让供给与需求配套,得政府、企业、社会共同来发力。各类社会资源的涓涓细流,经由巧妙的渠道设计,汇聚成托举民生幸福的暖洋。这本身,就是一种韧性的生长,一种有质感的增量。从供给端看,政府的“独角戏”变成社会的“大合唱”,空间成为孕育服务的平台、连接资源的枢纽,公共服务网络更具弹性、韧性和可持续性;从需求端看,它不止于就近就便、有人看娃,也满足了家庭对高质量陪伴的期盼。因地制宜的解法,让每一个社区、每一家企业都成为可能的“带娃合伙人”,社会资源与公共服务的同频共振,供与需的良性循环,正是城市治理走向精细化、专业化、人性化的生动注脚。

当“带娃”这样看似私密的家庭事务,能在公共服务的网格中找到称心的解法,年轻人才会安心扎根,创新活力才会竞相迸发。从这个意义上说,托育,托举的不仅是当下的孩童,更是一座城市的未来。

评论员 在现场

■ 谷朋

夜幕降临,一轮“皓月”泛起柔光。走近才发现,这是安放在老厂房屋顶的装置艺术。“月光”洒落,红色砖墙、复古铁门、错落梁架都被重新照亮。

这里是始建于1956年的天津色织厂,工厂停产后,厂区闲置了20多年。如今,老厂房还在、工业印记犹存,但其中的业态焕然一新:新潮小店、特色餐饮、音乐演出等消费场景纷纷落地,一度沉寂的场地有了新活力。

闲置多年的老厂房,盘活焕新的秘诀是什么?

思索间,迎面走来几位年轻人。他们在一家“海鲜烧烤酒局”的露天餐桌前落座,点上一盘鲜切肉串,再来几份创意小菜,边吃边聊、大快朵颐。“对面商场已经打烊,这里能营业到凌晨三四点,正好可以和朋友多坐一会儿。”

听了这位顾客的心声,刚才的疑惑有了答案:老厂房由“闲”到“活”的密码,就藏在“内容为王、善补短板”的盘活思路里。色织厂所在的西青区中北镇,人口密集、年轻人居多,消费商圈已然成熟。然而,传统商场闭店后的夜间消费缺口,以及年轻人对个性化、社交化休闲空间的需求缺口亟待填补。于是,项目运营方将工业遗存、潮流文旅与夜间消费结合起来,打造24小时开放式街区,旧空间有了新业态,人们的夜生活也有了新去处。可见,盘活闲置载体,不是简单修缮旧貌、复制业态,而是要发现未被满足的需求,以特色内容赋予老空间新价值。

填补需求空白,不等于凭空“造景”。每一处老厂房都有自己的区位优势、建筑特点和产业记忆,盘活首先要摸清自身“家底”。位于河北区的天美86号园区,前身是长期闲置的天津市家电三厂。它距离天津美术学院北校区只有500多米,周边聚集着不少艺术人才,却缺少适合毕业生创业就业的空间。于是,政校企三方合作,联手建设“AI(人工智能)+创新设计”校产城融合示范园区,引入艺术智能、文创设计、游戏动漫等产业,校友企业成为这里的上下楼。

同样是老厂房,天津色织厂引入消费场景,天美86号园区导入创新产业,盘活方式不同,是因为各自要填补的需求缺口不同。适合做公园的,不必硬塞商业;适合聚产业的,不能只顾拍照打卡;适合服务社区居民的,也不必盲目打造“网红”商圈。因地制宜,才能让老空间长出新内容。

找准当下需求,只是盘活的起点。要实现从“盘活空间”到“激发活力”的跃升,就不能只跟着现有需求亦步亦趋,更要植入新业态、提供新体验,从而唤醒潜在需求,引领新的生活方式。在北京,首创·郎园Station将阅读、戏剧、展览等内容,装进改造后的老库房,逐渐形成潮流文化社区,孵化出不少本土原创品牌;在成都,老国营电子管厂引入市场化运营机构,集聚首展、首演、首秀,成为年轻人感受潮流的新场所……这些案例说明,盘活老厂房,不仅要问“当下缺什么”,还要思考“能够创造什么”。当新内容激活潜在需求,老空间便能焕发更多新生机。

当然,找准需求、补齐业态,并不意味着可以一劳永逸。人们的需求不断变化,消费热点持续更迭,今天的新鲜场景,明天就可能沦为陈旧布景。一些老厂房改造之初人头攒动,过后却归于冷清,问题往往不在空间本身,而在于重建设、轻运营,重打卡、轻产业,因此,从“一时火”走向“一直活”,就要从经营空间转向运营生态。既让商户各展所长,又促进业态彼此支撑,使旧有载体能够形成自我生长、持续造血的生态,空间、业态与人的需求才能良性循环。

“再回首,背影已远走……”夜色已深,色织厂街区的音乐露台上,民谣乐手的歌声缓缓飘来。这句歌词回荡在老厂房上空,像某种跨越时空的应答:远去的是机器轰鸣的旧时光,留下的是一座城市的工业记忆;而今,灯火重新亮起,深夜小店依然烟火气十足,老厂房告别沉寂,正融入城市新的生活图景。

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

社区治理可以更“专业”

■ 王金顺

社区治理不仅是管理者的事,更是居民自己的事。在西青区津门湖街道富力津门湖第三社区,有一个“居民智囊团”,网罗了社区里各行各业的行家里手,专门为社区治理出“金点子”、好方法。从社区景观湖治理、房屋漏水维修,到电动车充电桩增设等,都有“居民智囊团”出谋划策。

居民既是社区治理的受益者,也应当成为参与者。“居民智囊团”虽然规模不算大,但是议的是关键问题,给的是专业建议。一个个行家加入社区治理工作,既丰富了社区治理的主体,又完善了基层议事决策机制。

社区治理优不优,事关千家万户的生活质量。居民当智囊,运用专业知识解决社区实际问题,既让社区决策更加专业精准,也让社区治理更加务实高效。最大限度地调动人民群众的积极性、主动性,就能形成基层社会治理的更大合力,完善基层治理体系,筑牢社会和谐稳定的基础。

金之平 视线

向“新”而行 向“心”而行

■ 金之平

观看无人机足球科技应用挑战赛、体验C919飞行体验器……不久前,在天津举办的2026中国航空科普教育展吸引了众多青少年。

一次科普展,也是一堂科学教育创新课。当新一轮科技革命和产业变革加速演进,科技创新成为驱动发展的核心动力,加强科学教育,让教育“基础”更扎实,为孩子成长筑基,更为未来发展蓄势。

创新的源头和起点,往往是好奇心。呵护、鼓励青少年保持对知识的渴望、对探索的兴趣,培育他们的创新能力和综合素养,是基础教育努力的方向之一。

在天津,和平区中心小学打造的“失败博物馆”颇具特色,这里收纳着学生们一次次未成功的科创作品,鼓励他们认真复盘、写下思考,在试错与迭代中学会求真、坚持与创新。南开区科技实验小学的创客空间,依托紧邻高校的资

源优势,创设大中小学贯通的科创育人课堂——学校发布“萤火虫召集令”,搜集学生们的“智慧闪光点”,组建“小科学家”团队,学生们研发攻关、争当“科技创客”,把奇思妙想一点点变成现实。

德智体美劳“五育”并举,基础教育不止于传授知识,同时也注重提升科学素养,培育探究思维。课堂上,教师循循善诱,将抽象的科学原理化作触手可及的生活趣味,鼓励学生大胆质疑、动手验证;课堂外,学校与社会各界协同发力,充分利用高校实验室、科技馆等创新资源,引导孩子们走出书本,在解决真实问题的项目式学习中拓宽视野……从解题到解决实际问题,从学校课堂到广阔山海,基础教育人才培养方式的改变,带动更多学生“像科学家一样思考、像工程师一样实践”,渐渐爱上科学。

“十四五”规划纲要提出,“促进人工智能助力教育模式变

漫话



沉浸式体验“上新” 游客当演员

横店影视城依托其成熟的影视工业基础,推出了“游客当主角拍短剧”的沉浸式文旅新体验。这折射出文旅消费正从“被动观光”向“主动创作”迭代升级,同时也面临着规模化后如何保持服务质量的挑战。

单君 画

深一度

高中大学,也要培训班“衔接”?

■ 郭振

“大一就想保研?入学前做好这三件事,领先四年!”继“幼小衔接”“初高衔接”之后,“高大街接班”也在今年暑期悄然走红。顾名思义,“高大街接班”指的是让新生在高中与大学之间提前适应大学、“入学不掉队”的培训。许多考生暑假还没放松几天,就被家长送到这类培训班。

“高大街接班”真的有必要吗?前不久,“全国教育辟谣”微信公众号提醒新生及家长规避涉教育领域新型诈骗,明确指出“高大街接班”的套路——编造“挂科”“退学”数据制造恐慌;以“同龄人差距”施压煽动攀比;将大学新生正常的适应过程歪曲为“生存危机”;以“保研”为饵,拉长收割周期。机构贩卖焦虑,家长应该有自己的主见。

高考后的暑假没必要这么“卷”。高考已经结束,新学期尚未开始,“超长”的暑假是一段宝贵又难得的放松时光。不论是读书、旅行、健身、聚会,还是多陪陪父母、多探望老人,做自己想做的事,若干年后皆是珍贵回忆。

高考后的暑假当然也可以学习,正如古人所说:“活到老,学到老。”可是,学习并非只有培训班刷题

这一种方式,学会生活自理、学习待人接物、提升人文素养等都是学习的不同切面。近年来,许多大学也会为新生准备书单,在线上对学生进行理想信念、校史校情、安全、心理健康等教育。大学与高中不同,更侧重学生的自主研究、自我驱动能力,不同学校、不同专业都有自己的培养模式。在这种背景下,将孩子塞进培训班,让良莠不齐的机构帮助“衔接”,很可能事倍功半,甚至激起孩子逆反心理。

从“幼小衔接”到“小升初衔接”再到“高大街接班”,在互联网上,似乎每个时期都是“最关键的时期”,每一年都是“最重要的一年”。机构贩卖焦虑为的是逐利,但家长不能被培训机构“牵着鼻子走”,更不能对机构产生路径依赖,“花钱买心安”。倘若家长能多与孩子沟通,认真倾听孩子的规划和判断,家长的焦虑、孩子的无奈或许都能少很多。

高中大学如何衔接没有固定公式,关键还是要看学生自己。事实上,许多家长眼中的孩子已经是可以独当一面的成年人。家长不妨放下焦虑,给予孩子足够的尊重和信任,他们可以走好属于自己的成长道路。

放下一张票 打开一扇门

■ 李娜

这些天,景区调整门票规则的消息不绝于耳。山西五台山景区门票有效期从“当日当次使用有效”调整为“当日及次日内使用有效”。更早之前,四川甘孜州发布了景区终身门票政策,四川的“熊猫卡”让游客花几百元畅游多处景区……

过去,许多景区将门票视为主要盈利工具,守住了“门”,也挡住了人。如今,景区换着法儿地降低门票价格甚至免费,以“让利”换“人气”,努力摆脱门票经济依赖。这一转变背后是什么?

一对关系被重塑。曾几何时,“有景就能卖票”,背靠名山大川、历史文化资源的景区更具“话语权”。加上信息不对称,游客即便体验不佳,也不妨碍景区继续收门票。时下,信息愈加透明,游客差评一旦上网,便能迅速传播。高价门票与低质体验的强烈反差,无疑会产生双重劝退效应。

一种矛盾被看见。重体验、重品质、重文化与新鲜感成为新的旅游需求,部分景区如果还只是守着“门口”、自始至终只卖那一样“风景”,显然难以满足。供给与需求之间的错位,使游客流失成了一种必然。

放下一张票,也是在打开一扇门。这扇门,是迎客的门,亦是通往可持续发展的门。以低门槛或免票姿态迎客,客流激增的机遇与门票减收的压力并存,势必倒逼景区丰富业态、提升服务,拓展二次消费、文创衍生、沉浸式体验等更广阔的价值空间。当游客因“便宜”而来、因“值得”而留,看似在门票上吃了亏的景区,收获的是人气聚拢、消费延伸和品牌生长,是让游客“一来再来”的底气。

“一来再来”说的是价值空间,更暗含着量体裁衣的考量。有人总结,转型比较成功的景区有一个共同点——围绕最核心的文化或自然资源,打造开放、共享的价值生态。同时,就此给出建议,如文化遗产类景区可以用免费或低价的基础门票履行文化教育的公共职能,再通过高品质的特展、特色文创、主题餐饮等后续服务获得收入。而自然生态类的景区可由公共财政支持其基本的保护和维护,然后通过观光车、特色酒店、自然研学课等项目平衡开支。创新产品、优化供给,“最关键的是找到自己的路”。

景区的价值空间,在“门内”也在“门外”。打开门,“迎进来”也要“走出去”,折射大消费、大文旅、大商贸的融合思维。就像贵州黔东南州以“3+N”套票串联西江苗寨、镇远古城等核心景区与周边小众景点,通过“景区互推、客源互送”,让大小景区都能受益;浙江温台两地推出“雁楠飞仙海天游”旅游廊道,凭一景区门票可享廊道内其他景区六折优惠,将游客停留时间拉长。从景区到景区、从景区到城市,借助区域联动,将各类其美的资源串成闪光的“项链”,最终实现多方共赢。

当然,对那些打开门的景区来说,考验才刚刚开始。门票的门槛降低了,服务的门槛却更高了。唯有以诚意迎客、以品质留客,这扇打开的门,才能真正通向远方。