

声音

不难发现,“还车难”不是城市管理部门、企业和用户任何一方可以单独解决的,需要各方通力合作。切实解决好百姓身边的小事,有利于激发一座城市的活力和生机。从这个角度讲,“小难题”呼唤的是各方协同的“大治理”。合力打通服务链条的“最后一公里”,才能真正解决人们出行的“最后一公里”,才能走好提升大家获得感和幸福感的“最后一公里”。

——人民日报海外版:《“小难题”需要“大治理”》

体育旅游市场热度攀升的背后,是多元需求的共同推动。随着居民收入水平不断提升,大众健康意识持续增强,参与体育运动的热情高涨。与此同时,大众旅游需求分层、消费细化,旅游消费越来越看重体验感、个性化,“体育+旅游”因此收获了运动爱好者之外的更多消费群体,越来越多游客在旅途中享受运动快感,体育赛事的“流量”转化为文旅消费的“留量”,体育旅游正在加速释放消费新活力。

——经济日报:《体育+旅游 不止双倍多巴胺》

微话题

【本期话题】

蛊惑人的“美容贷”

“想高薪入职?先整容”“0利息0首付变美丽”……记者近日采访发现,一些美容机构以低息甚至无息为幌子,诱骗消费者以“美容贷”的方式“为美买单”。一些消费者被低利率吸引申请了贷款,结果被收取各种名目的额外费用。你怎么看?

【议论纷纷】

◎黄梅戏笑 爱美之心,人皆有之。“美容贷”就是把准了某些爱美人士囊中羞涩的脉才大行其道的。故而,消费者不但要有一颗爱美的心,更要有一双明辨秋毫的眼睛。

◎梅子鄂 “美容贷”早就出现了,但为什么还有人在不断地上当受骗呢?这跟相关部门对“美容贷”的监管不力脱不了关系。

◎王锦南 当美容机构用“美容贷”赚得盆满钵满时,那些被“美容贷”骗了的人中,总会有觉醒者。那么,这样的美容机构就不怕被人秋后算账吗?

本期话题下期继续

稳就业要善做“加减法”

□徐剑锋

近日,南通经济技术开发区新开街道紫荆社区“家门口”就业服务站在星湖101广场举办“夏日送岗送清凉 文明实践润心田”公益活动,多家企业现场招聘,工作人员与求职者积极沟通交流,介绍企业概况,根据不同就业意向的求职者有针对性地推荐岗位。

(8月26日本报2版)

当前,面对叠加挑战与多重压力,稳就业形势仍然严峻,但“办法总比困难多”。笔者以为,全力以赴答好这道民生“必答题”,归根结底要稳住经济大盘、促进市场繁荣,持之以恒在拓岗位上做“加法”。一方面,要在稳总量上加力,既要通过新增市场主体、新上重大

项目增加一批就业岗位,也要借力现代产业集群发展、企业技改扩能开辟一批岗位,还要立足政府购买一批公益岗位兜底安置就业困难人员,持之以恒做大就业蓄水池;另一方面,要在拓增量上加码,策应数字经济发展趋势,围绕未来产业新的赛道,在各种新业态、新模式的培育壮大中拓展就业新空间。

实现更充分、更高质量的就业,还要在助企纾困减负担上持续发力。这几年,从国家到省、市都出台了一系列政策措施,释放出加大就业帮扶力度的强烈信号,要加大宣传力度,加快数据融合,通过“直补快办”“免申即享”等途径,确

保政策红利一键直达、应享尽享。

值得注意的是,就业路上,求职者既有择业难的烦恼,也有遭歧视的苦恼,减少就业阻碍,解决堵点痛点,就得持续优化公共就业服务能力。要紧紧围绕求职者的所需所盼,从职业介绍、职业培训、职业指导、就业保障等方面入手,进一步优化线上线下就业服务一体化平台建设,为求职者提供更精准、更高效的服务,促进劳动市场供需深度适配,促成用人单位与求职者各取所需的“好姻缘”。

濠南夜话

阅读推广需要更多“青春力量”

□孙维国

7月31日,“阅读海门”公众号上发布了一条“我在书屋等你来”领读者荐书短视频。该视频由南京大学学生朱欣仪在海门区悦来镇保卫村农家书屋录制,希望通过归巢学子荐书,进一步推广全民阅读。截至目前,这条视频在公众平台播放量超1000次。

(8月25日本报3版)

“归巢·领读家乡”活动之所以能够迅速获得广泛关注与认可,关键在于巧妙地借助了青年学子的力量。

阅读推广要想取得实效,

必须深入了解不同群体的阅读需求与偏好。在“归巢·领读家乡”活动中,组织者巧妙地运用了分众化推广策略,根据大学生的专业、爱好和特长,以及受众的年龄、兴趣等因素,设计了丰富多彩的阅读活动。这种分众化的推广方式,不仅提高了阅读活动的参与度 and 满意度,也进一步拓宽了阅读推广的覆盖面和影响力。

阅读推广要想在信息时代持续发挥作用,就必须不断创新推广路径和方式。在“归巢·领读家乡”活

动中,我们看到了许多创新的尝试和实践。比如,利用PPT和线上直播参与农家书屋的线上运营,不仅打破了时间和空间的限制,也让阅读变得更加便捷和高效;开发“海阅阅”IP形象,通过可爱的卡通形象吸引更多年轻人关注阅读。

阅读推广需要更多“青春力量”。阅读推广不仅仅是一项文化活动,更是一项关乎社会进步与文化传承的重要事业。在这个过程中,青年学子以其独特的视角和创新的思维,成为推动阅读推广的重要力量。

特色+创新,古镇游才会“长红”

□政青

24日晚,“约‘汇’栟茶 潮玩古镇”系列活动在栟茶古镇精彩上演,吸引了众多游客前来体验,共享美好夏夜。据悉,该活动将持续至9月底。

(8月26日本报1版)

当下,古镇游正在全国各地四面开花,吸引大量游客的同时,也引来一些吐槽:古镇“都长一个样”——小吃“三件套”,臭豆腐、烤鱿鱼、老酸奶;纪念品“同质化”,风铃、木雕、小玩具……天南海北,如同“复制粘贴”。

古镇的灵魂,在“古”,更在“文化”,要有历史传承,有地方特色。综观全国古镇“夜经济”的典范,无论

乌镇、周庄、同里……它们都有一个共同特征,即“夜经济”与当地文化紧密结合,特色鲜明、标志性强,形成了极强的吸引力。由此可见,将地方文化融入“夜经济”,发展具有文化特色的“夜经济”文旅项目,是做强古镇“夜经济”的重要发力点。

布局新业态:通过融合文化、娱乐和旅游等元素,形成诸如“音乐+旅游”“演出+旅游”“戏剧+旅游”“赛事+旅游”等形态,提供多样化的娱乐消遣和深层次的心理体验,满足人们精神层面的需求。

开发新体验:古镇的“夜生活”,不能简单停留在“吃喝买”的初级消费场景上,而是要把读书学习、艺

术欣赏、体育健身等关系群众身心愉悦的项目囊括其中,通过创新文化消费模式,满足人们对高品质生活的向往,带动“夜经济”健康可持续发展。

提升安全感:推进服务阵地前移,推动建立相关部门常态化联动执法,对经营规范、环境卫生、食品安全等进行动态管理。加强夜间治安巡逻、应急管理和志愿服务,为“夜经济”营造一个安全有序的环境。

一条条老街穿越时光,联通古今;一座座古宅斗转星移,承载时光与历史的馈赠。让人们在古镇夜游中感受到烟火气、文化味、幸福感,成就一场“古镇”与“现代”的双向奔赴。

观点1+1

志愿积分兑换

走进江海志愿者服务总站鼎程能源分站,一排志愿者积分兑换物品陈列柜分外显眼。柜子上琳琅满目的农产品均来自我市54个经济薄弱村。江海志愿者可以使用志愿服务积分在线上或线下兑换这些农产品。用志愿服务积分兑换助农产品,在点燃志愿服务热情的同时,也有力助推乡村振兴。

(8月25日本报2版)

爱心与责任的量化

□云雀

志愿服务积分,这一看似简单的数字背后,承载的是志愿者们无私奉献的时间与汗水,是爱心与责任的量化体现。

江海志愿者服务总站鼎程能源分站推出的“互联网+志愿服务”模式,是志愿服务领域的一次重要创新。线上线下的互动融合,拓宽了志愿服务的参与渠道,提高了志愿服务的效率和覆盖面。通过线上平台,志愿者可以随时随地查看积分、兑换礼品;而线下志愿服务驿站的建立,则为志愿者提供了更加便捷、贴心的服务。

总之,志愿服务积分兑换助农产品的创新举措,不仅有助于解决乡村经济发展中的实际问题,更能够激发乡村内生动力,推动乡村全面振兴。

激发热情注入活力

□宝哲

江海志愿者们通过日常的志愿服务积累起积分,如今可以用这些积分在线上或线下兑换农产品。这一举措不仅是对志愿者服务精神的肯定和回馈,更是在激发志愿者服务热情的同时,为乡村振兴注入了新的活力。

首先,这一举措对于提升志愿服务的积极性有着显著的效果。这种正向的激励机制会吸引更多的市民参与到志愿服务中来。其次,通过积分兑换助农产品的方式,有效地推动乡村经济的发展。这么做不仅为乡村农民带来了实实在在的收益,也为我市的消费者提供了绿色、健康、有机的食品选择。这样的双赢局面,为乡村振兴打开了新的路径。

此外,江海志愿服务的这一创新做法也为其他地区提供了有益的借鉴。江海志愿服务的实践证明,通过创新服务模式,将志愿服务与乡村经济发展相结合,是一条行之有效的路径。