特色伴手礼:扶上马还得送上路

海客谈|一叶扁舟

“3·15金秋购物节”舟山活动近日落幕。活动以“舟山伴手礼品牌化”为核心主线,在凯虹集团旗下商圈设立“舟山特色伴手礼”销售专区,组织十余家伴手礼企业入驻展销,同步开展实地探店、企业访谈等直播。全市136家参与经营主体营业额较去年同期接近翻番,活动累计带动消费3.38亿元。这件事,值得为市消保委点个赞。赞的不是特色伴手礼评选本身,而是没有“评完就完事”。特色伴手礼评选年年有,之所以今年特别俏,是因为“扶上马”之后还“送了一程”,把评出来的好物送进了商圈、送进了直播间、送进了消费场景。

把“先后题”变成“同步题”

先有品牌还是先有销量?这个问题,就像先有鸡还是先有蛋,容易纠缠不清。没有品牌,伴手礼很难卖得动——游客面对满货架的本地产品,凭什么爽爽快快地掏钱?可没有销量,品牌也立不住——评出来的特色伴手礼,消费者不认、不买,牌子就成了“墙上荣誉”。两者都重要,缺一不可,先后顺序怎么排?

市消保委没有陷入孰先孰后的纠缠,而是把这道“先后题”变成了“同步题”:一边用评选给品牌背书,一边用推介帮产品找销路。评选是“扶上马”,推介是“送上路”,两个动作一起做,品牌和销量就能同步推进。普通的鱼鲞,外地游客难免将信将疑——这好吃吗?但有了特色伴手礼的官方评选背书,信任度就上来了;再有商圈专区、直播探店的推介,购买渠道更畅通了。畅响鱼鲞专业合作社主理人陈丹艳说,产品获评“舟山特色伴手礼”并参加购物节后,不少消费者主动联系购买鱼鲞礼盒,也有人提出合作意向,销售额明显增长。品牌和销量,就这样互相成就。

市消保委用心推广特色伴手礼,值得称道。在公众认知中,消保委的本职是消费维权——处理投诉、调解纠纷、对商品和服务进行社会监督。但在评选特色伴手礼过程中,消保委凭借自身的公信力,替本土好物背了书。甘为本土特色产品铺路搭桥的做法,值得更多政府部门和相关协会组织学习。也就是说,不只管“评”,更管“推”;不只发牌子,更送路子。市消保委负责人说:“评选是赋能企业的一种方式,但不是唯一方式。”这表明,光评不推,评出来的牌子就成了“墙上荣誉”;评了再推,牌子才能变成货架上的销量。

“送上路”还需多想办法

我市自2020年首届“舟山特色伴手礼”评比以来,已累计评选出190件市级伴手礼,其中28件获评“浙江特色伴手礼”。市消保委的“送了一程”,着实开了个好头。但要让更多伴手礼走得更远,还需方方面面多想“送上路”的办法。

先要让游客“看得到”。商圈专区、直播探店、活动嵌入,这三种场景已经铺开。下一步,要把展示的触角伸向游客动线的关键节点——旅游集散中心、酒店大堂、码头候船厅,让游客在“来的时候”“住的时候”“走的时候”都能与伴手礼不期而遇。看得见,是买得到的前提。

还要让游客“顺手买”。评选出来的伴手礼,不能只摆在展架上等客上门。能不能进景区商店、民宿前台、高速服务区,让购买像“顺手带一份”一样自然?能不能和旅行社线路捆绑,让导游在行程中自然推介?能不能借助侨商会、商会等渠道,把舟山伴手礼推向更远的市场?多一条渠道,就多一批消费者;购买越方便,销量越可观。

产品本身也得跟上市场。消费者愿意买单的伴手礼,往往价格不贵、携带方便、有创意、有地域辨识度。如果评出来的伴手礼价格偏高、携带不便,那终究只能在名录里“好看”,无法在货架上“好卖”。“海鲜很满”品牌从超大礼包转向手提袋,就是瞄准市场推动产品转型的良好开端。

当然,“送上路”不是替企业包办一切,而是帮企业把路走通——搭平台、拓渠道、做背书,剩下的交给市场。市消保委的做法提供了一个样本:评选是“扶上马”,推介是“送上路”,两个动作衔接顺畅。品牌响了,卖得更好;卖得好了,品牌更响。这个良性循环一旦转起来,舟山伴手礼就能真正从“好看”变成“好卖”。

医者仁心,笔端可见

海客谈|周沫

岱山县中医院儿科医生李志伟,十余载坚守海岛一线,悉心诊疗每一位患儿。工作之余,他笔耕不辍,潜心撰写专业权威、通俗易懂的儿童健康科普文章。近日,其创作的科普作品成功入选2026年全国优秀科普作品名单。

医生写论文,是本职所需,评职称、晋升,都用得上。医生写科普,不算科研成果,评职称时也“拿不出手”。正因如此,愿意费时费力给大众写科普文章的医生不多,像李志伟这样笔耕不辍、保持每一至两周更新一篇节奏的医生,更是难能可贵。

李志伟之所以如此执着,在于他看见了诊室之外的需求。

作为儿科医生,李志伟长期专注于少儿生长发育相关疾病的诊疗与研究。多年临床一线经验让他敏锐发现:不少家长面对孩子身高偏矮、发育滞后等问题,极易产生焦虑情绪,盲目选购各类营养保健品。诊室里,他一次次纠正家长的错误认知;但更多的家长,仍然可能被各种“增高神器”“长高秘方”所误导。诊室里的诊疗是一对一,笔端上的科普是一对多。李志伟把科普宣传纳入日常工作重点,依托“健康岱山”官方平台开展常态化科普创作,正是看到了科普的“乘数效应”——用专业权威的声音,去冲淡网络上满天飞的育儿“秘方”的影响。

这何尝不是另一种“治未病”?中医讲“上医治未病”,意思是最高明的医生,在病还没发生时就帮人预防。李志伟写科普文章,正是把健康关口前移。家长提前知道了什么是正常的生长发育曲线,就不会因为孩子“比邻居家的矮半头”就慌了神;知道了盲目补钙补锌可能适得其反,就不会被保健品商家牵着走;知道了什么情况需要就医、什么情况可以观察,就能减少不必要的奔波。一篇科普文章,可能让成百上千个家庭少走弯路、少花冤枉钱、少受焦虑煎熬。这比在诊室里一个个解释,效率高得多,覆盖面广得多。

而这一切的前提,是“医者仁心”。有了这颗心,他不仅会在岗位上兢兢业业,还会时时刻刻惦记着孩子的健康——看病时想着“这个问题很多家长可能都会犯”,写文章时想着“家长最想知道的是什么”。一颗仁心,两种表达:在诊室,是听诊器和处方;在笔端,是文字和知识。李志伟说,唯有深耕临床、做实科普,才能让海岛患儿在家门口享受优质、便捷的医疗服务,切实减少群众异地就医的奔波与辛劳。这句话,没有华丽辞藻,却把“医者仁心”四个字落到了最实在的地方。

当然,李志伟的实践也提醒我们:科普是医疗服务的延伸。一名好医生,不仅能治好眼前的病,还能帮更多人少生病。期待更多像李志伟这样的医生,在临床之外拿起笔来,把专业知识从诊室带到千家万户。医者仁心,笔端可见——这,就是“上医治未病”在今天的生动注脚。

定制公交多点开花:在惠民与造血之间走出新路

海客谈|薛晓波

白泉的舟山航海学校新校区投用后,展茅片区学生通勤不便的诉求通过12345热线反馈上来。市公交公司迅速对接校方,摸排生源、踏勘站点,开通展茅大展直达校区的定制公交,实现点对点无换乘出行。目前该校已有7条定制线路,覆盖定海、普陀、新城及朱家尖等地,班次匹配教学作息、站点就近布设,并将根据客流持续优化。校园定制公交的暖心实践,也带来新的启示:定制服务不应局限校园,可向工厂通勤、大型活动接驳、文旅专线延伸,既服务民生、赋能发展,也盘活运力,缓解公交长期亏损的压力。

常规公交承担普惠出行职能,公益属性不容动摇,但普遍存在客流不足、空驶率高、运营成本居高不下的难题,单纯依赖财政补贴难免被动。定制公交一改固定线路“等人坐车”模式,转为按需求精准发车,大幅减少无效空驶。校园专线的成功已经验证了这套模式的价值:稳定集中的客流,既解决学生通勤痛点、缓解校园周边拥堵,也提升车辆运营效率。在此基础上向外拓展,面向工业园区及船舶修造、水产加工等企业开通通勤专线,助力企业稳工稳岗;针对赛事、展会等开通临时接驳线路,疏通人流车流;依托海岛文旅资源,开通景区直通车、季节性旅游专线,串联景点码头,助力文旅消费。多元场景的定制公交,一边回应群众、企业、游客出行需求,一边释放车辆、驾驶员等闲置运力,在履行社会责任的同时开辟市场化营收渠道。



AI制图

国内不少城市已经形成可借鉴的经验。南昌公交深耕园区通勤专线,按需定制、灵活定价,既服务园区营商环境,又获取稳定包车收入;湖北多地推进交旅融合,开发季节性文旅专线;盘锦公交统筹校园、厂区、团建包车业务,实行公益线路与市场化业务双线运营。这些地方的做法,核心就是守住基础公交的公益底线,把定制化作为补充,平衡社会效益与经济效益。

推动我市定制公交多点拓展,要把握公益优先、分类运营、稳妥推进的原则。其一,厘清服务边界,分类管理。校园等民生类定制线路以惠民为先,必要时财政适度兜底;企业通勤、旅游包车、活动接驳实行市场定价、单独核算,以市场化收益反哺常规公交,同时不挤占基础公交资源。其二,搭建统一对接渠道,打通学校、园区、企业、文旅单位的沟通链路,建立预约登记、客流预判机制,合并相近出行需求,提升车辆周转率。其三,贴合海岛地域实际,健全评估退出机制,对长期低客流线路及时调整或退出;统一安全标准,无论学生专线、厂区班车还是旅游专线,车辆维保、驾驶员管理、现场值守要求保持一致,筑牢安全防线。

公交是城市的民生底盘,也是发展配套。从校园专线起步,把定制化思维延伸到更多场景,走“普惠保基本、定制拓增量”的路子,公交才能既是温暖人心的民生班车,也是服务产业、激活文旅的发展班车,在海岛大地上跑出可持续发展之路。

一顿热饭的“标”与“本”

点滴录|小小

近日,普陀区一线环卫工人爱心午餐项目启动。首批36名家庭困难、承担道路双岗作业任务的一线环卫工人,手持专属就餐卡,在4家定点幸福食堂自选菜品。就餐标准15元一份,专项补助10元,个人只需支付5元。

环卫工人双岗作业,午餐时间只有半小时,为省钱省时,不少人常年啃馒头、吃冷饭。普陀区综合行政执法局联动区慈善总会、区总工会、区民政局,用“政府统筹+食堂让利+慈善、工会资助”的模式,让36名困难环卫工人吃上一顿热乎饭。这顿热饭,让人感到温暖。

当然,这只是一个良好的开端,更多治本之策还应紧跟而上。

有了优惠午餐,这些家庭困难的环卫工人不必再为省钱而对付一顿,但困难的根源依然存在。从一顿午饭出发,把帮扶延伸到收入保障、医疗救助、子女就学等层面,环卫工人的生活状况才能从根本上好转。

此外,“吃饭难”的不只是环卫工人。外卖骑手、建筑工人、保洁员、保安……同样面临作业时间特殊、就餐不便等问题,同样有人舍不得吃一顿热饭。从环卫工人起步,让更多一线劳动者享有“爱心午餐”式的关怀,温暖才能在整座城市弥漫开来。

治本之策,最终要落到劳动法的落实上。“谁用工谁负责”,这是法定责任。环卫工人受雇于环卫企业,企业应当依法保障其劳动条件和基本福利,包括合理的就餐时间、就餐条件和必要的补贴。政府帮扶、慈善救助是“托底”,是给因特殊原因陷入困境的人守住最后一道防线,而不是替企业履行主体责任。加强劳动执法,督促企业严格落实薪酬待遇、劳保福利,才能让已就业人群享有应有的劳动尊严。在此基础上,精准落实“爱心午餐”,让特殊困难人群暖胃又暖心。

治标与治本并不矛盾。治标是治本的起点——从一顿饭到一份保障,从一个群体到所有劳动者,从企业尽责到政府托底,标与本才能逐步统一。一顿热饭,也是城市的温度。要让一线劳动者真正有获得感、归属感,还需把帮扶链条延伸,把责任边界厘清。标本兼治,劳动者的日子才会越过越有底气。

海山观察

本版署名文章不代表本报立场
每个人都应有话筒,欢迎争鸣

