公共服务就要替老百姓算好账


舟山晚报
百姓点题·记者调查
小账本里的“大民生”
舟山托育减负打出“组合拳”
□记者 李晓旭
近期，本报“百姓点题·记者调查”栏目先后推出《2至3岁的娃，在托班被怎样照护？》《舟山托育服务软性照护还待补位》两篇报道，聚焦我市公办托育服务现状，报道刊发后，不少家长留言表示，托班照护细节值得关注，家庭“钱袋子”的实际支出更是送托决策中绕不开的现实考量。
连日来，记者梳理我市托育领域经济支持政策发现，从托育消费券到多子女入托补助，再到“五个一”适托化环境改造背后的财政投入，一套多层次减负体系，正实实在在落到托班家庭账本的每一笔收支里。
一张消费券的“小账”：200元背后的送托推力
每月200元，对多数家庭而言算不上大额支出，但对不少徘徊在“送与不送”边缘的家长，往往是迈出送托第一步的关键推力。今年8月，我市面向全市发放第二批托育消费券，共计2700张，每名符合条件的婴幼儿最多可申领2张，帮张面额200元，累计最高可享受400元补贴，申领对象覆盖全市已入托或计划入托的0至3岁婴幼儿，家长通过“浙里办”APP即可完成全流程申领，补贴资金直接发放至婴幼儿本人的社会保障卡银行账户。
岱山县的落地数据提供了一份微观注脚：今年以来当地已发放托育消费券600张，投入资金12万元，同时对低保边缘家庭婴幼儿、孤儿等困境群体实行全额财政兜底减免。一笔笔小额补贴累加起来，精准指向同一个目标——让原本“想送但犹豫”的家庭放下顾虑，放心迈出送托的第一步。
多孩家庭的“大头”：500元与1000元托稳日常支出
如果说普惠托育消费券是撬动家庭送托意愿的“敲门砖”，面向多子女家庭的专项入托补助，就是为长期托育成本托底的“压舱石”。
目前，我市对公办园托班按生均拨款2.5万元/年、每班不保障10万元予以专项支持；设立“适托化”改造专项经费，普惠民办园办托项目按一纳入民办教育专项资金补助，按公办成本的50%至60%给予补贴，政策落地后，全市幼儿园托班月均收费仅935元，远低于社会托育机构2264元的市场均价，为每个入托家庭年均减负超过1.3万元，在此基础上，市财政局进一步明确，对符合政策生育的二孩、三孩家庭，分别给予500元/月、1000元/月的入托补助。
以二孩家长给记者算了一笔清晰的家庭账单：老二入托后每月享受500元专项补助，叠加普惠托班935元的低收费标准。
“五个一”的隐形价值：环境投入换来照护底气
而“五个一”并非直接发放到家长手中的现金补贴，它是我市在适托化环境改造中推行的统一硬件标准，具体包含一条情绪安抚廊道、一间专属功能活动室、一张独立幼儿睡床、一扇安全防护门、一个户外游戏庭院。
“五个一”适托化环境改造的财政投入意义在于，它把原本需要家庭自行承担的“适幼化”改造成本接了过来，将化为公办托班内标准化的安全环境与高效照护能力。一个高度合适的低矮洗手台、一张适配幼儿身形的独立睡床、一条能帮助孩子平复分离焦虑的过渡廊道，省下的是家长对“孩子会不会磕着、闷着”的隐性焦虑，换回的是送托之后实实在在的安心。
市教育局相关部门负责人介绍，作为全省首批、唯一的设区市托育教育一体化改革试点，舟山正全域探索海岛城市的普育路径，全力构建覆盖城乡、普惠优质、便捷可及的托育教育一体化服务体系。目前，全市已有70所幼儿园提供托位2090个，公办园托位占比80%，普惠性托位占比达到94.04%。随着改革持续推进，舟山正逐步实现从“带娃难、托育贵”到“放心托、托得起”的转变，相关经验已登上人民网、《中国教育报》等国家级媒体，并在全省作典型交流。

□劳仁

今年8月，我市面向全市发放第二批托育消费券，共计2700张，单张面额200元，每名符合条件的婴幼儿最多可申领2张。岱山今年以来已发放600张，投入资金12万元，对低保边缘家庭婴幼儿、孤儿等困境群体实行全额财政兜底减免。二孩、三孩家庭分别享受500元/月、1000元/月的入托补助。全市幼儿园托班月均收费935元，远低于社会托育机构2264元的市场均价，每个入托家庭年均减负超过1.3万元(《舟山晚报》11月5日报道)。一笔笔算下来，能看出门道：公共服务不是“有就行”，还得替老百姓算好账。

托育这件事，家长最关心的无非两条：托得好不好，托不托得起。200元的消费券，对多数家庭算不上大额支出，但对徘徊在“送与不送”边缘的家长，往往就是迈出第一步的关键推力。935元的月均收费，比市场均价低了一半多，一年省下1.3万元——这个数，普通家庭掂量得出分量。公共服务要阳光普照，就得让大多数人够得着、用得上。

替老百姓算账，不能只看平均数。低保边缘家庭、孤儿等困境群体如果只靠普惠政策，可能还是够不着。岱山对困境群体实行全额财政兜底减免，这就是把账算到了最需要的人头上。普惠是底线，兜底是温度。两者结合，公共服务才不会落下一个人。

替老百姓算账，还要算“隐形账”。“五个一”适托化改造——一条情绪安抚廊道、一间专属功能活动室、一张独立幼儿睡床、一扇安全防护门、一个户外游戏庭院，这些不直接发钱，但把原本要家庭承担的“适幼化”成本接了过来。一张合适的低矮洗手台、一条帮孩子平复分离焦虑的过渡廊道，省下的是家长“孩子会不会磕着、闷着”的隐性焦虑。这种投入不显眼，但家长心里有数。

公共服务，说到底是为老百姓办事。办事就得算账——算老百姓掏不掏得起、够不够得着、放不放心。账算得越细，服务就越实；账算到人头上，温暖才落得到心上。舟山托育这套“组合拳”，打的是钱袋子，暖的是心窝子。期待更多公共服务领域，都能像这样替老百姓把账算好。

绿色客船下水，别只盯着一艘船

□海天

我市首艘柴电推进客船“新海华72”轮于日前顺利下水，为舟山水上客运打开了一条可复制的绿色通道。普陀山航线客流量大、航程相对固定，正是电动化技术最适配的场景之一。用柴电推进先“跑起来”，既填补了市场空白，也为后续纯电、混动等多元技术路线积累运营数据与船岸协同经验(《舟山晚报》11月4日报道)。

“下水”只是起点，动力更换的深层难点远未消除。最现实的是续航和补能。考虑到电池能量密度，沿海客船即便航线固定，也要在航速、载客量和充电频次之间来回算账。再一个就是改造的经济性门槛。存量船舶“油改电”不是换个发动机那么简单，动力系统整体替换，费用能到新船造价的一半上下，加上停运损失，中小船东很难只凭环保意愿掏钱。还有个安全标准，船用电池怕盐雾、怕热失控，港口高压充电接口又没完全统一，补能效率直接受影响。柴电之所以先上，不是它最先进，而是它在续航焦虑和减排目标之间留了余地。

要让更多新能源船舶落海，得把“场景适配”做细。普陀山、朱家尖这类短途高频航线，可以率先往纯电或大容量电池方案走；长航线保留混动过渡，不必一刀切。舟山岸电基础不差，可以把客运码头充电设施和电动客船补能需求同步规划、同步改造。补贴则要往运营端延伸。象山用近1700万元政府补贴覆盖岸电改造近半成本，撬动了39艘主力船舶改造。舟山可以借鉴。

“新海华72”客舱噪声约65分贝，低噪低振带来的舒适度，是新能源客船最该放大的长板。普陀山航线客舱里已有禅意特色，下一步不如把“安静、平稳、洁净”做成乘客能直接感受到的绿色标签。完全可以把绿色客舱和蓝色岛链的文旅体验绑在一起，而不是只把电池装进船底。

“新海华72”下水是关键一步，但绿色客运能不能成气候，要看补能网络、标准规则和运营生态能不能同步跟上。确保新能源客船下得水、充得上、跑得稳。

反诈需深耕民生细微处

□阿康

11月4日，市市场监督管理局六横分局借助食品安全宣传周，联合第三方机构走进五星村老年电大，为36名老年学员带来保健食品科学认知与防骗专题课(《舟山晚报》11月5日报道)。

老年人对网络信息不熟悉、对诈骗套路缺乏辨别能力，因此成为电信诈骗分子的重点瞄准对象，“保健品返利”“免费领鸡蛋”“听课赠礼”等针对性骗局层出不穷。此次宣讲活动，把反诈服务沉到了民生细微处。不仅把宣讲场景搬进了老年人日常活动的五星村老年电大，用通俗语言讲解保健食品定义、功效宣称，厘清保健食品、普通食品与药品的界限，着重强调“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”。用老年人听得懂、记得住的方式拆解高发诈骗套路。这种模式跳出简单说教的固有框架，精准对接老年群体的认知特点，把原本抽象的反诈知识，变成了发生在身边的真实案例、可直接操作的防骗步骤，让老年人坐得住、听得进、学得会。

财产安全关乎千家万户的安稳与幸福，打击诈骗犯罪是后端处置，前置宣传防范才是守护群众权益的第一道防线。反诈宣传贵在深耕民生细微处。筑牢基层反诈防线，不能只片面追求宣传覆盖面，更要聚焦精准化、精细化，做好“精准滴灌”文章。立足村(社区)阵地，联动各方社会力量，站在群众的需求角度设计工作，常态化开展靶向化、场景化宣传，把反诈提醒融入日常邻里服务之中，才能持续筑牢基层反诈屏障，实实在在守护好百姓的“钱袋子”，守住千家万户的平安底色。

从“来拍照”到“留下来”

竞舟 NEWS
扫一扫，下载竞舟客户端

建成投用！舟山又多一打卡地！

竞舟
2026-11-5 15:30 1万+阅读

近日，位于定海盐仓街道外洋螺海塘沿岸的落日营地建成投用，落日、大海、青山、稻浪相映成景，吸引不少市民前往打卡。



据了解，落日营地占地约2.67万平方米，东起外洋螺关头山碉堡，西至洋螺跳嘴碉堡，沿线海塘长约680米。目前海塘灯带景观提升工程完工，680米洗墙灯调试完毕启用，落日营地观景主体平台及周边挡墙平台已落成，营地已接待游客约5000人次。



□李海州

近日，定海盐仓外洋螺落日营地建成投用，落日、大海、青山、稻浪相映成景，已成为新的打卡地，投用不久接待游客约5000人次(《舟山晚报》11月5日报道)。5000人次说明“来拍照”不是问题，但停留时间多长、消费多少、下次还愿不愿意来，才是真问题。乡村文旅有景，能把人吸引来；关键要让人“留下来”，把一次性的“到此一游”，变成可驻足、可消费、可回味的乡村体验。

留下来，先要有“可停留的内容”。游客可以为一片落日而来，却不会只为一片落日而留。因此，白天可安排稻浪观光、农场采摘、田间研学，傍晚到夜间再配套海塘夜游、小型市集、露天电影、草地音乐，让“过路游”变成“半日游”“过夜游”。内容建设宜轻资产起步、快节奏迭代，先用咖啡车、露营租赁、快闪市集这类低成本业态试水，跑通客流和口碑模型，再考虑重投入。落日是入口，不是全部。

留下来，最终要有“可停留的口碑”。网红打卡地“爆红速朽”的教训并不少见：开业时人山人海，热度一过迅速沉寂。落日营地要长久兴旺，关键在于运营前置和利益联结。一方面，要补齐餐饮、休憩、停车等配套，做好服务，明确运营主体，做好日常运维，才能把游客留下来。另一方面，业态招商之前先定利益分配机制，把村民参与、农产品供应、就业带动写进运营方案；鼓励村民摆摊、开店、做向导、供食材，村民参与进来、利益联结起来，游客看到的才是活的乡村。风景让人来，文化让人再来。

拍照靠风景，留下来靠内容；网红靠流量，长红靠运营。落日营地有条件成为定海乡村文旅从“打卡地”走向“目的地”的样本，关键不在下一个平台建在哪里，而在运营思维能不能先走一步。