

暑期多元托管，纾解育儿压力

清晨，京津城际高铁上，王瑜背着双肩包，拉着6岁的孩子一起“通勤”。家住天津，工作在北京的她说：“今年暑假，孩子爸爸在外地调研，老人身体又不好，只能带着孩子去北京‘上班’了。”

近日，“带娃上班”话题在网上引发热议。现象背后，折射出儿童照护领域存在的供需失衡。一方面，众多家庭有儿童托管需求；另一方面，相应服务或存在缺口，或质量良莠不齐。如何看待这一情况？单位办托模式可否规范落地？怎样找到上班、育儿兼顾的可行路径？

双职工家庭遭遇暑假托管难题

路上，王瑜反复叮嘱孩子要安静、再安静，可到单位没多久，小孩便坐不住了。一整天，她既怕打扰了同事，又心疼孩子“困”在工位上。“几份报告还得再修改，可工作节奏却‘慢了半拍’。”她叹了口气。

相似的场景，也曾发生在孙梅身边。她在某机关工作，每到寒暑假，就面临“把孩子放哪儿”的问题。“办公室里都是棱角角，打印机、碎纸机也不安全。有些同事怕孩子打扰大家，会把孩子放在空闲会议室里写作业。”孙梅说，她一般不带小孩来办公室，但如果赶上孩子生病，就只能带在身边。在她看来，单位允许带娃是一种人文关怀，但要化解托管难题，还有不少事需要做。

北京师范大学中国教育与社会发展研究院研究员李芳认为，伴随城镇化发展，大量年轻人涌入大城市，而长辈多留守原籍，传统隔代照料模式难以为继。此外，家庭教育促进法等明确了父母养育的主体责任，却并未建立儿童养育责任分担机制，时间、经济成本几乎都由一个个家庭自行承担，这确实会给家庭带来不少压力。

“这一现象折射出儿童照护资源与家庭需求之间的结构性失衡。”南开大学周恩来政府管理学院副教授李鑫涛分析说，普惠性托管资源总量不足、分布不均，很难覆盖城市人口密集区域和新就业群体；市场化的托管机构虽然选择很多，但价格偏高，教育水平参差不齐。

笔者随机咨询了北京、重庆、成都等城市的多家暑期托管机构。单纯托管、照护，另加一顿午餐的费用每月3000元至4000元之间，如果增加研学等项目，费用会涨到大几千元甚至上万元。

此外，托管服务供给与生活节奏不够匹配，突出表现为“有托管、难衔接”。“多数学校、社区托管下午4点左右结束，但医疗、金融等行业双职工家庭普遍下班晚，出现‘托管结束早于家长下班’现象。这段空档期，孩子只能独自等待。”李鑫涛发现，现有托管服务模式相对单一，灵活性不足，难以适应家庭的多元照护需求。



江西省南昌市红谷滩区龙兴街道常态化开设系列公益课堂。（图据红谷滩发布微信公众号）



云南省红河哈尼族彝族自治州开远市暑期爱心托管班。（图据红河州总工会微信公众号）



宁夏回族自治区中卫市沙坡头区文昌镇迎宾社区工作人员开展暑期安全宣传教育。 张秀 摄

单位办托，何以托起父母的幸福感

置场地办托管，不用大规模新增投入，具有一定的可行性。当然，办托管也不简单，场地管理、安全保障、经费支出，每个环节都不易，是一项系统性工程。”

单位办托管，得过三关，即谁来办、钱从哪来、内容怎么做。江苏扬州市总工会相关负责人回忆起3年前牵头办托的经历，感慨良多。

“一开始，我们挨家挨户动员，脚底板磨破了，单位参与的积极性也没见涨。我们就自办了个小规模托管班，先给大家打个样。后续还为办托单位发专项补贴，给有热情、见效果的点位发钱。大家一看，这是件利好的事，便跃跃欲试了。”该负责人谈道，后续很多单位的闲置空间被利用起来，引进了专业机构运营，大学生志愿

破题之策，在于标本兼治

可以探索独立办托或者共享办托。”李鑫涛表示，要严格遴选外请专业机构，让专业的人干好专业的事。此外，托管区域与办公区最好分隔开，建立应急预案和风险控制机制，把孩子的安全牵挂在心头。

作为用人单位，也应优化管理，为职工卸下负担。赵刚提议，鼓励企业增设“妈妈岗”、安排分段工作制，配套小型临时自习托管区；鼓励单位推行错峰上下班，放宽接送孩子的打卡限制，延长育儿居家办公时间，按月发放托育补贴。

2025年，国家卫生健康委等七部门联合印发《关于加快推进普惠托育服务体系建设的意见》提出，加快构建以托育综合

者也参与进来。如今，小有规模的托管班越来越多，有的企业还把它办到了产业园，家长接送孩子，最多十分钟。

东北师范大学家庭教育研究院名誉院长赵刚梳理了常见的三类办托模式，即机关嵌入式托育，盘活闲置场地，由第三方承接全日托、应急托管；工会全城托管、多方筹资，面向全体职工子女开展服务；大型国企厂区，分年龄段开设早教、假期拓展课程，配套延时照料服务。

多元托管模式纾解了育儿压力，但落地过程中仍有堵点。例如，托管资源分配不均，城乡之间、市中心与郊区之间不同的人托需求难以得到满足；如果遇上职工临时加班、外勤，相对弹性的服务供给也无法及时跟上。

服务中心为枢纽，以托育机构、社区嵌入式托育、幼儿园托班、用人单位办托、家庭托育点等为网络的“1+N”托育服务体系。

“既要整合社区、校园闲置资源，打造15分钟普惠托育服务圈；又得明确家庭友好型单位建设标准，将职工托管等内容纳入单位社会责任评价之中，打通生育、托育、就业、住房等民生政策壁垒，形成覆盖孩子成长的全周期链条。”李鑫涛表示，育儿不仅是家庭的私事，更是一件需要由全社会共担、共建、共享的大事，只有多方力量汇聚起来，才能真正实现职工安心工作、孩子快乐成长。

（据8月11日《光明日报》 李晓）

第二十三届河套文化艺术节开幕

本报讯（薛来）8月9日，内蒙古自治区巴彦淖尔市黄河湾步行街灯光璀璨，歌声飘扬，第二十三届河套文化艺术节开幕。

活动在大型开场歌舞《龙凤舞中华》中拉开序幕。晚会共分为《长河礼颂》《河套芳华》《阴山放歌》《华夏同章》四个篇章。特邀二人台非遗名家献上经典对唱《割莜麦》《五月散花》，演员唱腔地道婉转，生动还原了河套田间的农耕图景，展现出独特的走西口戏曲文化；民族电声乐融合马头琴、原生态呼麦与现代摇滚，群舞融入乌拉特民歌、安代舞，将百姓的幸福生活体现得淋漓尽致；创意戏歌《春江花好月圆夜》突破性融合晋剧、京剧、昆曲、黄梅戏四大经典戏曲声腔，将古典诗词、国粹戏曲、现代流行音乐三维融合，勾勒出万家团圆、山河秀丽的唯美意境。

本届艺术节打破传统晚会单一舞台局限，构建多维度、多层次全新演艺体验。开幕式前，精心打造黄河湾步行街完整动线实景演出，串联迎宾广场、北门台阶、独立小舞台、中央河道花船四大主题点位，形成“移步换景、边走边赏”的沉浸式叙事链条。整条动线串联农耕、草原、黄河三大河套文化符号，让观众置身场景之中，实现从“台下观演出”到“人戏游河套”的全新转变。

据悉，本届河套文化艺术节将持续至8月18日，其间将开展文艺交流展演、乌兰牧骑汇演、传统晋剧专场、潮流电音嗨唱专场等演出，同步配套“渡·阴山非遗好物集”、边疆书展等文旅体验活动。

暑期研学游火热，如何实现“研学优”？

（上接1版）

资深研学基地运营师刘株岑认为，需要以产品化的思维重新定义研学。她表示：“高价包装、网红噱头的研学终将被市场淘汰。各地应整合本土工业、非遗、乡村、科普资源，依托场景优势细化教学体系，树立清晰的教学目标，搭建系统知识架构，配套可量化、可复盘的研学成果评价体系。”

张红宇呼吁建立多元化的成本分担机制，鼓励企业将研学纳入社会责任投入，让普惠研学的盘子越做越大。她还建议行业监管打破教育、文旅、市场监管分段管理的机制，探索建立研学旅游联席会议制度，将资质审核、课程备案、安全监管、价格监督等职能统筹起来，让监管从“各管一段”转变为“全链条覆盖”。

张红宇说，“短期来看，政策规范和市场洗牌会让一些机构感到阵痛；但长期而言，只有真正回归教育本义的研学产品才能赢得家长信任和市场认可。”

奔跑吧，绿茵场上的“索玛花”！

（上接1版）

赛场外，送受伤的队友到医疗室、为性格内向的同学耐心讲题……勒古么衣明是同学的“小暖炉”。

刚进足球队时，勒古么衣明基础薄弱，语文拼音学起来很吃力，数学应用题甚至常拿0分。面对学业上的困境，勒古么衣明没有退缩，她主动挤出休息时间查漏补缺，遇到难题便追着老师请教。“不过真正让她成绩突飞猛进的，是一次走出大山的研学之旅。衣明在成都市金牛区白果林小学跟岗学习的两周里，开阔了眼界，看到了差距。这份对更好未来的向往，化作她回到课堂后的拼劲。现在，她的语文、数学成绩双双稳居班级前列。”勒古么衣明的班主任兼语文老师李光珍表示。

“今年秋季开学，衣明将作为拔尖足球特长生，在成都市白果林小学校开启‘全跟岗’学习，并直接衔接进入成都市第十八中学。”依撒小学校长赖学江表示，“这种‘吃住学训’一体化的培养模式，将为衣明这样的大山孩子，铺就一条通往更广阔人生的道路。”

谈及女儿，勒古么衣明的父亲既欣慰又心疼：“我自己没有文化，只希望衣明能好好读书、好好踢球。我每个月只给她30元车费，其他的学费、餐费、住宿费以及服装费也都免除了，是党和国家的好政策免除了各项费用，才让衣明能好好学习和踢球。”

勒古么衣明，这个大凉山深处的彝族姑娘，在绿茵场上奔跑逐梦，在书桌前潜心求学，在烟火日常中向阳向善。她如索玛花般在风雨中绽放，以点滴行动温暖他人、照亮自己，不仅成为新时代少年的榜样，更为无数山里孩子点燃了一盏走出大山勇敢追梦的灯。

从“文学行饕”到“众神包佑”

上海书展热门文创带动阅读破圈

◎ 许畅

2026年上海书展即将拉开大幕。一些文创新品未展先火——人民文学出版社“人文之宝”推出硕大的饕造型编织袋，A面“文学行饕”，谐音“行囊”；B面“精神食粮”，呼应图书内核。网友纷纷喊话：“爆款预定”“冲！又要拼手速了”……

上海译文出版社“七海制造局”即将上新“天鹅浮空商店”系列，从安徒生童话中汲取灵感，涵盖40余种日常好物。东方出版中心“东方博观”“时刻人文”推出多款文博联名包袋。文创热潮，正成为上海书展人气增长最快的板块。

文创何以成书展“顶流”

“文学包袱去年爆火后被借鉴得太多，我们不得不逼自己开发更新产品，回馈上海书展的热情读者。”人文之宝文化发展有限公司总经理卞芮说，今年“文学行饕”延续了这一逻辑——产品本身就是“行走的广告牌”，并全面升级，让造型与内涵充分融合，“不单独售卖，希望以满赠形式拉动相关图书销量。”

鲁迅、海子、陀思妥耶夫斯基……知名出版机构往往坐拥丰厚内容资源，如何深度运营中外经典IP，考验着出版人的创意与商业嗅觉。各路文创“卷”到飞起——陀思妥耶夫斯基毛绒公仔，被网友封为“北派陀翁”；潮玩“猎弥诺”源自鲁迅笔下闰土刺猹，配上一整套可更换娃衣；海子系列将“面朝大海，春暖花开”化为茶杯和书签。上海译文出版社文创负责人简恒形容书展前夕的冲刺犹如“考试前焦虑又兴奋，等待读者阅卷”。

文学从书页走向生活，从阅读对象变成可触摸、可穿戴、可使用的日常陪伴，这背后也透出对Z世代（指新时代人群）消费心理的精准拿捏，注重“在场”的仪式感。不少“出圈”爆款主打个性化甚至“丑萌”路线，被认为是“带着知识感的商品”或“有文化外壳的审美载体”，变身提供情绪价值的“社交货币”。

出版业的主动突围

文创热的背后，是出版行业在流量时代的主动突围。2026年上海书展阅读活动预计达1420项，同比增长12.1%，创历史新高。文创与图书、餐饮、文旅共同构成了完整的体验链条。数位资深编辑表示，当图书市场面临增长瓶颈，出版机构需寻找新的增长点，文创产品相对门槛低、引流快、社交属性强，成为“押注”的选项。

从“卖书”到“卖文化”，上海书展作为全民阅读的节庆活动，也从单一图书交易场所，升级为善于制造多巴胺场景的体验经济综合体。中国出版集团今年扩大特色文创专区，展出“人文之宝”“涵芬文创”“东方博观”等文创品牌，涵盖文房、茶礼、居家系列，打通了图书阅读与日常生活场景。比如，“众神包佑”“神仙袋遇”双面包袋玩起“谐音梗”，请来永乐宫壁画上的仙班——奉玉玉女与太乙真人，洞石蓝与莲瓣粉配色，仙气十足；“无所不有”帆布包四字从乾隆传世书迹中分别选取、重新组合，让历史文献中的汉字“复活”。

中版书房将新增“了不起的老字号”文创



人民文学出版社“人文之宝”推出硕大的饕造型编织袋，A面“文学行饕”，B面“精神食粮”。（图据上观新闻）

展台，恒源祥、大白兔、光明、英雄等品牌与东方出版中心联动。各种盲盒、联名、IP叙事，让经典有了国潮面孔，也助力书卷气与海派商业脉络深度交织共生。

不是“偏题”而是“破题”

文创火爆也引发了一些担忧：书展“含书量”是不是变低了？当读者为了一只编织袋排队，为了一款玩偶买单，书展的核心——“阅读”，是否被边缘化？

但换个角度看，文创恰恰是让更多人走进书展的“流量入口”。多项数据表明，文创有望成为全民阅读助推器。2025年上海书展双主

