

两河漫话

唯功利的教育观该转变了

□ 郝凯

2023年至今,一个行业正在经历寒冬。钢琴销量断崖式下降,经销商、琴行纷纷倒闭,严峻的形势也体现在了两大国产品牌钢琴上市企业的业绩报告中:2023年前三季度,海伦钢琴营业总收入同比下降21.99%,净利润同比下降24.70%;珠江钢琴营业总收入下降31.47%,净利润暴跌93.54%,只有647.5万元。

钢琴行业遇冷其实早有征兆,唯功利的教育观催生了过度的需求,使得钢琴教育的发展失去了健康土壤。很多中国家庭对钢琴有种特殊的情结,在过去很长一段时间里,家长认为家里摆一台钢琴,孩子可以弹奏一曲,这是一种身份的象征。当然,除了面子,更加功利的原因是,学钢琴有可能让孩子获得中考加分。2018年,国家取消了艺术特长生中考加分政策,家长带孩子学习钢琴的热

情被当头泼了一盆冷水。自此开始,学钢琴在很多家长眼里,成了“无足轻重”甚至“可有可无”的事情,学员大幅减少。市城区陈路口路一家培训机构的钢琴老师耿老师去年也撑不下去了,转头考了教师编,用他的话说,“并不是每个孩子都适合弹钢琴,之前为了加分,家长可以咬着牙让孩子坚持,现在就感觉没有学习的必要了”。

在笔者看来,钢琴市场遭遇寒冬也

并不见得是件坏事,因为像钢琴这种音乐教育本就不应该过分追求经济利益,所谓的“乐器之王”也并不一定适合每个孩子。钢琴卖得多,并不代表家庭音乐教育基础搭建得好。趁着这次行业遇冷的机会,家长应该进行更为冷静的反思,在教育过程中,让美育教育切实去功利化,让教育真正回归育人本位。营造轻松的教育环境,找到适合孩子的爱好并加以引导,或许比盲目跟风要强得多。

有一说一

从阿胶奶茶“出圈”说起

□ 侯莎莎

近日,东阿阿胶与奈雪的茶跨界联名升级回归,继去年年初首次跨界合作引发强烈市场反响后,双方继续深度合作,创新研发出更具健康特色的阿胶奶茶产品。这次合作不仅彰显了两个品牌在市场上的影响力,更是将传统与现代相结合、以产品迭代引领消费升级的又一次大胆尝试。

据相关报道,奈雪的茶元旦假期表现优异,全国门店迎来新年第一波超强客流。“奈雪东阿阿胶奶茶”凭借“轻养生”健康属性持续火爆,问鼎奈雪“元旦销冠”。

东阿阿胶是聊城的老字号品牌,以优质的驴皮为原料,经过精心熬制而成,具有补血、滋阴、润燥等功效。奈雪的茶则是年轻时尚的新消费品

牌。纵使是在万物皆可“茶+”的时代,在奶茶里“泡”阿胶的创意还是略显超前。新意之下,花19.8元品尝价格不菲的东阿阿胶,一下子抓住了年轻人的心。而且,阿胶加奶茶的产品组合,呼应了职场人的进补养生需求,随着社交媒体的传播,形成热点话题。

近几年,中式滋补食品重获消费者青睐。从这次升级回归的“奈雪东阿阿胶奶茶”中,可以看到东阿阿胶满满的诚意:洞察到年轻人冬日容易犯困、不爱穿秋裤、怕寒等痛点问题,暖心地在东阿阿胶、蜜香红茶、银耳等原配方基础上加入桃胶,向大众传递了“东阿阿胶小金条随时随地补”的认知。

此次跨界联名,将东阿阿胶的传统滋补文化与奈雪的茶现代饮品创意相结合。一方面,东阿阿胶借助奈雪的茶,向年轻消费群体传递了传统滋

补品美容养颜、保健养生的功效。另一方面,奈雪的茶通过与东阿阿胶的合作,丰富了产品类型,推出了独具特色的联名茶饮,满足了消费者对健康养生的需求。

当然,这一跨界合作的意义不只如此,它还是一次传统元素与现代元素相融合的尝试。在当今社会,随着人们生活水平的提高和健康意识的增强,传统滋补品与现代饮品结合,市场潜力巨大。通过跨界合作,两个品牌可以互相借鉴、取长补短,联手开拓更广阔的市场。

此次“东阿阿胶×奈雪的茶”跨界联名,不仅为消费者带来了独具特色的产品体验,更为品牌间的合作开创了无限可能。期待未来聊城有更多品牌尝试跨界合作,拥抱消费者新需求,开拓消费新场景。

街谈巷议

□ 张颖

每年寒暑假,子女看护难问题让家长很是犯愁。

为缓解中小学生学习假期“看护难”问题,聊城市教育和体育局等8部门联合发布通知,要求中小学校开展寒假托管服务。随着一些寒假托管班相继招生,各种课外活动和兴趣班也陆续开设,为学生们提供了一个可自主选择的安全、有益的假期环境,既能让家长安心工作,也能帮助、引导更多孩子安全度过寒假。

事实上,早在2021年7月,教育部就印发了《关于支持探索开展暑期托管服务的通知》,支持有条件的地方积极探索开展暑期托管服务。山东省有关部门也出台了关于做好义务教育阶段学生假期托管服务工作相关政策,我市部分县(市、区)亦积极开展试点工作,整合资源,探索假期托管服务。一系列“官方带娃”政策的出台,解决了广大双职工家庭的现实难题。

针对当前假期托管服务中存在的困难和问题,笔者建议出台针对性扶持政策,鼓励有条件的中小学、幼儿园全面开展假期托管服务,切实满足辖区广大家长需求,解决儿童青少年假期“看护难”问题。假期托管班要坚持家长学生自愿报名、教师志愿参与原则,依据上级相关文件规定确定收费标准,对家庭经济困难学生可适当予以减免,进行公示并接受社会监督。对参与教师给予适当补助,并将志愿服务表现作为评优评先的重要参考。同时,要由社区牵头打造社会性公益托管服务,整合辖区内新时代文明实践所(站)、农家书屋、村史馆、未成年人活动中心、多功能活动室等场所资源,借助展览馆、爱国主义教育基地等社会教育资源,动员妇联、团委、工会等组织的志愿者共同参与,组建功能齐全的“公益托管”阵地,构建起家庭监护、学校教育、社会帮扶的三位一体立体化托管模式。

要想“托”出安心,“管”出放心,还应建立完善安全管理制度,明确参与托管服务人员的安全责任,制定安全应急预案,加强安全卫生教育,切实消除托管场地安全隐患等,真正做到不仅“有人管”还要“管得好”,不断为孩子们拓展安全、快乐又有益的假期新生活,助力儿童青少年健康成长。

『官方带娃』值得点赞

读懂夜校走红背后的文化需求

□ 姜晓丹

夜校火了。

在上海,上海市市民艺术夜校推出的2023年秋季班开设了382门课程,1万个学习名额吸引了超过65万人在线抢课。在广东,广州青年文化夜校坚持公益性,青年无须支付学费,街舞和吉他进阶课程一经推出即爆满。在重庆,江北区观音桥青年夜校开班3个月内已有超过200名学员,潮音乐、潮非遗、潮手工等形式多样的课程供不应求。某平台数据显示,2023年以来该平台“上夜校”的搜索量同比增长980%,相关帖子评价数同比增长226%,夜校火爆程度可见一斑。

夜校为什么这么火?除了价格亲民之外,课程内容丰富多元、文化服务日益精细都是重要原因。在一些青年文化夜校,学员不仅可以学习文化知识,还可以感受舞蹈声乐、即兴戏剧、非遗手作的魅力和风采。有的夜校将授课内容从传统的文化课拓展到生活时尚领域,红酒品鉴、点心制作、Vlog拍摄等课程让参与者在工作之余有了习得一技之长的机会。夜校以全新面貌走进年轻人视野,上夜校成为越来越

多人的主动选择,这从一个侧面说明,文化产品和服务要想获得更多人的喜爱和欢迎,必须推陈出新、与时俱进。

夜校走红的背后,是水涨船高的文化需求。随着物质生活水平的提高,人们多样化、多层次、多方面的精神文化需求也日益增长。走进夜校是一次充盈心灵、探索人生更多可能的积极尝试,代表着一种学习进取、积极向上的生活态度。不论是在学习中结交志趣相投的新友,还是感受兴趣的纯粹,无不为享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活写下生动注脚。

掌握一项技能、满足兴趣爱好、休闲放松……人们选择上夜校的原因多元多样。把夜校办得更好,让这份文化“大餐”更可口、“对胃口”,就需要在精准对接人们的学习需求上下更大功夫。在这方面,很多地方都在积极探索。比如,广州青年文化夜校把“端菜”和“点菜”结合起来,根据青年“票选”情况设定课程内容,同时聘请一批行业专家担任导师。又如,河南洛阳洛龙区市民艺术夜校根据居民的兴趣意愿、学习效果等进行课程设置,顺应

呼声特别开设茶道等课程。掌握服务对象的特点和需求,提升公共文化服务供需匹配程度,才能让服务内容更加贴近群众生活和实际,提高公共文化服务的效率和质量。

还应看到,不少夜校课程一经推出即爆满,也反映出当前夜校存在资源较为紧张、供给相对不足的问题。更好满足群众的学习需求、精神文化需要,要在大力发挥公共文化机构作用的基础上,搭建更多平台,探索社会力量参与的创新方式和途径,想方设法扩大文化供给,不断提升文化供给的能力和水平,让更多人在家门口享受到优质公共文化服务。

现代公共文化服务体系建设承载着人民群众对美好生活的向往。从因地制宜建设城市书房、城市书屋,到在充分挖掘民俗文化、历史文化的基础上建设乡村书屋、乡村礼堂,再到许多博物馆推行夜间开放、延时开放,善用活用各类公共文化空间,才能增强文化服务的实效性、精准性。提供更多更好的精神食粮,以公共文化服务点亮美好生活,一定能不断增强人们的文化获得感。(转自《人民日报》2024年1月16日第05版)