



肃宁县成立电商助残就业创业基地

已助40余名残疾人插上“创业翅膀”

本报讯(记者周洋 通讯员陈志丹 齐爱如) 刚刚过去的“双12”，肃宁“电商人”栗智忙得不亦乐乎。他通过网络短视频平台，上架了包括家乡特色产品在内的多款商品，收获了不少订单。

栗智是一名重度肢体残疾人。前些年，他在一家网购平台上开店卖宠物用品，因为双臂残疾只能用脚打字，在售后服务上很吃力，最后店铺因经营不善而倒闭。

就在栗智心灰意冷之际，今年刚成立的肃宁县电商助残就业创业基地向他伸出了援助之手。在就业基地，栗智不用再单打独斗，有专业直播团队帮忙拍摄

产品加工等多个就业项目，并提供免费培训等服务，千方百计帮残疾人在电商领域就业创业降低门槛。目前，就业基地已吸纳40多名残疾人，其中从事直播带货和影视后期制作项目的人员占了一多半。

就业基地负责人毕强介绍，利用自身相对成熟的电商销售模式，目前基地正抓紧谋划实施残健融合直播电商项目，计划针对细分消费人群，探索残疾人主播与健全人主播同台的方式。同时，谋划开展跨境电商业务，针对国内及海外市场需求，成立跨境电商小组，进一步拓展残疾人在直播电商领域的发展空间。

“未来一年，我们计划结合肃宁电商产业发展趋势和残疾人就业实际，积极开发培育一批从事中台、后台的工作岗位，以残疾员工为主，打造百人以上的团队。比如，在服装加工产业，我们可以为大家提供烫印加工、包装打包等工作；针对细分消费人群，可以打造更多残疾人主播等。”

毕强表示，在“电商兴县”的大背景下，各类电商项目及与其有关的周边服务将为促进残疾人就业创业带来更多机遇，如售前、售中、售后的线上客服，云仓物流服务中的打包、派单等服务。总之，希望通过电商平台，能够帮助更多的残疾人实现就业创业梦想。



面对连日来的寒冷天气，沧东电厂对热网循环泵、管道、热网计量装置等重点设备进行安全检查，提升供热能力和供热可靠性，确保渤海新区黄骅市港城产业园区居民温暖过冬。
田水鑫 李智力 摄

暖心接力 送流浪人员回家

孙杰

12月18日，孟村回族自治县民政局救助站联合县爱心协会，历时10个小时、跨越1300多公里，成功将在外地流浪多年的男子佟亚轩送回了哈尔滨老家，并为他接下来的生活找到了“避风港”。

今年61岁的佟亚轩无亲无故，独自一人漂在外地多年，并在七八年前来到孟村。随后，他在新县镇杨石桥村住下来，并靠做一些简单的零活维持生计。

今年夏天，他突发疾病，患上脑血栓，不仅腿脚不再自如，连说话都含糊不清。许是已厌倦了多年漂泊在外的日子，如今，老人只言片语间透露出了归乡的心愿。为了满足老人的愿望，也让他在接下来的晚年生活中能够“老有所依”，村里把他的情况告知给民政局救助站和爱心协会，希望能帮他争取更多帮助。

工作人员和志愿者在了解相关情况，决定共同帮老人实现心愿。于是，一场送流浪老人回家的暖心接力活动便提上了日程。

县民政局救助站工作人员与佟亚轩老家的救助站先取得联系并商定好接洽事宜，县爱心协会的志愿者们为佟亚轩捐助了1000元，救助站站长马学松和爱心协会会长田雨生全程护送佟亚轩回家。

12月18日一大早，爱心人士驾车送佟亚轩一行三人前往高铁站。一路上，田雨生一直搀扶着佟亚轩，给予他细致的照顾。下午5时，众人终于顺利到达哈尔滨。

哈尔滨救助站工作人员表示，会尽快为佟亚轩办理五保户手续，并为他联系医疗救助，养老院也会为其开通绿色通道……看到佟亚轩在家乡得到了妥善安置，马学松和田雨生才放心踏上返乡路。

从发现佟亚轩老人到进行救助，再到送他回家，村委会、救助站和爱心协会志愿者们轮番上场，用爱心接力，让佟亚轩回家的路途不再遥远，也让许多人的心在寒冬得到温暖和慰藉。



热心农户与志愿者上演爱的“双向奔赴”

本报记者 孙杰 本报通讯员 乔倩

近日，献县梅庄洼农场的方斌家庭农场内，一派忙碌景象，10多名身穿红马甲的志愿者，在田里帮农户采收、装运芥菜。原来，这是方斌家庭农场与巾帼志愿服务队的一场“双向奔赴”，也是一场爱心接力。

方斌家庭农场由村民方现斌创建，以种植玉米和小麦为主。今年夏天，受暴雨和上游泄洪影响，农田受灾，农场部分庄稼被淹。方现斌不忍土地撂荒，也希望尽量降低损失，便抢种了生长期较短的芥菜。

为了种植芥菜，方现斌前期投入了很大成本，仅人工工资就支付了7万元。如今，眼看着160亩芥菜丰收在望，亩产有望达到3000余公斤，方现斌却笑不出来。原来，受今年蔬菜收购价格偏低影响，方现斌正面临着“一边丰产一边亏钱”的窘境。

方现斌在积极寻找销路的同时，也有了一个念头：献一份爱心，把蔬菜捐给县里的慈善机构，回馈父老乡亲。

他首先想到了之前一起从事公益活动的刘格格和阳光爱心人士，通过他们将一些芥菜送给了各村的五保户和其他困难村民家中。同时，方现斌从志愿者口中得知，县城雨花敬老服务中心有一群巾帼志愿者，每天为孤寡老人免费提供午餐，蔬菜需求量很大，他又决定为中心免费送上“爱心菜”。

“只要是公益活动，需要多少都没问题。”方现斌开车来到县城，为雨花敬老服务中心捐赠了1000公斤芥菜。

爱心传递，也能循环。眼看天气越来越冷，方现斌地里却仍有很多芥菜没有收上来。雨花敬老服务中心负责人、巾帼志愿服务队队长刘素青

知道消息后，带领10多名巾帼服务队的志愿者们一起来到方斌家庭农场帮忙收芥菜。

为了帮方现斌尽快把剩余的蔬菜销出去，刘素青和姐妹们通过多种方式发出“爱心买菜”的倡议，号召各界人士购买方斌家庭农场的芥菜。

“这几天，陆续有一些客户被介绍过来买菜，志愿者们还帮我联系了一个蔬菜批发站，直接订购了5000多公斤芥菜，真是帮了我大忙。”方现斌感激地说。



国家卫健委公布52个健康促进医院优秀案例

市妇幼保健院上榜

本报讯(记者韩学敏 通讯员李瑾) 日前，2023年国家健康促进医院优秀案例征集活动结果公布，沧州市妇幼保健院报送的《优化健康服务 促进妇女儿童全生命周期健康》获评全国健康促进医院优秀案例，成为全市唯一获评单位。

为更好地维护患者、医务人员和公众健康，推动医院从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变，2023年，国家卫生健康委、国家中医药局联合开展了健康促进医院优秀案例征集活动。此次征集活动覆盖建设健康环境、优化健康服务、强化健康教育、倡导健康文化、完善健康促进激励机制等5个主题。经专家组初评、复核(含部分案例实地调研)、终评，共遴选出52

个全国健康促进医院的217个优秀案例。

沧州市妇幼保健院党委高度重视健康促进和健康教育工作，将健康促进纳入医院发展总体规划，成立由医院领导班子牵头的健康促进医院工作领导小组，围绕妇女儿童全生命周期精心布局，不断探索开展健康促进工作的妇幼新模式，为提高居民健康素养水平发挥了重要作用。

市妇幼保健院相关负责人表示，将以入选国家级健康促进医院优秀案例为契机，进一步把健康促进理念融入到医疗服务的各个环节，在建设健康环境、优化健康服务、强化健康教育、倡导健康文化等方面持续发力，不断提升医院健康促进工作水平。

气温骤降 外卖增多

“严寒保护”机制 助力骑手送“暖餐”

本报讯(记者胡学敏) 下雪寒潮天，不少市民选择外卖点餐，连日来，以火锅、烧烤、麻辣烫、暖饮为代表的“暖消费”在不断提升。美团外卖数据显示，近期，火锅、烧烤、暖饮的外卖订单环比上周同期增长了31.4%，串串、冒菜、麻辣烫等火锅周边小吃，环比增长了42%。

外卖平台订单量增加，骑手是保证货品到达消费者手中的关键一环。为了做好保供工作，雪天寒潮特殊天气下，我市各家外卖平台已启动“严寒保护”机制，在最大程度保障配送效率的同时，为骑手提供全方位的关怀服务。平台会实时关注各个配送区域的路况及订单情况，通过增加订单补贴、延长配送时间、缩短配送距离

等措施，帮助骑手降低配送压力，缩短骑手暴露在户外的时间，并为骑手发放护膝、把套、暖宝宝、感冒药、口罩、酒精等物品，保障骑手们安全送餐。同时，为保障餐饮到达消费者手中的温度，各外卖平台除了为骑手配齐保温箱之外，还加配了保温袋。

因雪后路况及低温天气影响，骑手送餐延迟等情况，也得到更多消费者的理解。“一些客人下订单后，还会在备注栏提醒骑手道路路滑、注意安全，还有客人通过在线消息，发来暖心信息，告知配送员‘超时也没关系’。这些信息和提醒让我们的骑手在寒冷的送餐路上感到浓浓暖意。”一家外卖平台沧州站相关负责人介绍。



日前，沧州市中宇小学开展劳动技能大赛，设立了缝衣服、修凳子、缝纽扣、钉螺丝等比赛项目，低年级还有梳头发、穿衣服等基本生活技能比赛项目，通过比赛，培养学生养成独立自主的生活习惯，引导学生树立正确的劳动观念。
魏志广 吴 昊 杨春峰 摄

高价婴幼儿产品背后有哪些“消费陷阱”?

50元一斤的宝宝挂面、三四百元一套的餐具……不少商品打上“婴幼儿、儿童专用”标签便身价倍增，一些产品价格远超合理范围，却并未体现出“专用”的特殊性，还加剧了育儿焦虑。是什么让“婴幼儿专用”摇身一变身价翻倍?高价产品背后有哪些“消费陷阱”?“新华视点”记者展开调查。

贴上“专用”标签就卖高价

“孩子马上要吃辅食了，我特意选购了显示温度的餐具，显温勺50多元，保温碗299元。”家住广州市番禺区的吴女士为7个月的宝宝购买了各类辅食用品，然而没过多久她发现，所谓的“显温勺”并不如宣传那样好用，勺子电池容量小，孩子吃饭慢，经常一顿饭没吃完勺子就沒电了，表示还要把手柄卸下来。吴女士表示，“现在市面上婴幼儿用品花样多、价格贵，广告宣传得很好，实际花了钱才发现并不

值。”

记者注意到，一些婴幼儿产品瞄准新手父母想为孩子提供最好产品的心态，价格远超普通产品，但实际功效却并无太大差异。

记者在某购物网站看到，一款婴幼儿吹风机显示有“吹头发、吹屁屁”的功能，宣传页面显示“该款吹风机可以帮助宝宝改善湿疹、痱子等皮肤问题”，但有用户实测后发现，不同档位模式仅有温度区别。

除各类婴幼儿用品外，食品也是家长舍得花费重金投入的领域之一。记者在某网购平台上看到一款“宝宝挂面”，产品名称标注为“蔬菜小面”，制作工艺为小麦粉添加3%的蔬菜粉，21元200克，约50元1斤。

有数据显示，“95后”家长母婴产品月支出占家庭月收入比例高达30%，倾向于为精细育儿观念买单。吉林大学新闻传播学院教授严俊认为，一些商家为父母营造出产品“不可替代”的概念，年轻父母一不小心

就会被各种广告宣传“收割”。

价格“水涨船高”的背后

吉林省人口研究所教授王晓峰表示，当前社会“精致育儿”理念在年轻人中盛行，高标准、高价格的母婴装备成为“刚需”，进一步增加育儿成本，推高“育儿贵”的舆论氛围，加剧部分年轻人不敢生育、不想生育的心理。

还有一些电商平台通过算法推荐和关键词植入的方式，营造产品为

“婴幼儿专用”的假象。

记者在一家“母婴食品网店”看到，某品牌宝宝挂面号称“不加盐”“含多种微量元素”“容易吞咽”，但网络销售页面不显眼位置却标注了“本店产品是全年龄段皆可食用的普通食品，不是婴幼儿配方辅食”，客服也表示“该款挂面不是‘婴标’”。

华南农业大学食品学院教授柳春红表示，一些标注“儿童”甚至是“宝宝”的食物，包装看上去很可爱，价格比较高，但未必就是宝宝专用。建议家长看清配料表和营养成分表，不要被包装所迷惑。

此外记者调查发现，婴幼儿用品领域的某个产品突然成为“网红”，被众多母婴博主集体夸赞，背后可能与资本操作和媒介运营有关。

事实上，今年5月1日起施行的《互联网广告管理办法》明确，以知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明

“广告”。

规范婴童消费 理性科学育儿

随着育儿理念的提升，消费者对个性化、多样化婴幼儿用品的需求越来越多。受访专家呼吁，推动婴幼儿产品市场规范化发展，加大监管力度、规范商家行为。

江苏省社会科学院研究员丁惠平表示，一些商家利用消费者的心理需求来获取更高利润，消费者应理性辨别，做好预算和规划，对比价格和品质，量力而行、无需攀比。

深圳市消费纠纷评审专家、北京市东元(深圳)律师事务所律师邓永提醒，市面上一些婴幼儿用品并非造型可爱、颜色鲜艳就是适合的，消费者在选购婴幼儿用品时，要关注产品或其包装上是否明示其执行相应产品标准，是否有规范的警示标识、标志和说明书等。

广州大学法学院教授欧卫安表

