

健全完善县乡村三级养老服务网络建设

□ 泰安市委党校 王继冬

人口老龄化是我国今后较长一个时期的基本国情。“有效应对人口老龄化,不仅能提高老年人生活和生命质量、维护老年人尊严和权利,而且能促进经济发展、增进社会和谐”。为积极应对人口老龄化国家战略,围绕构建“居家社区机构相协调、医养康养相结合”的养老服务体系,持续健全完善县乡村三级养老服务网络建设,有效满足老年人多样化、多层次养老服务需求。

一、加强统筹规划,完善服务设施建设

县级层面,夯实养老服务中枢。以县社会福利中心为依托,打造集养老服务、康复护理、医疗保健、文化娱乐等功能于一体的县级养老服务中心,为全县养老服务提供示范引领和技术支持。同时,依托县养老服务指导中心,负责全县养老服务业务的指导、培训管理、质量监督等工作,建立健全养老服务信息平台,实现对全县养老服务机构和居家养老服务的实时监控和动态管理。乡镇层面,筑牢养老服务纽带。以乡镇敬老院为基础,通过改扩建、公建民营等方式,提升乡镇敬老院服务能力和水平,打造区域性养老服务中心,辐射周边村庄,为农村老年人提供集中供养和居家养老服务,提升服务质量和安全保障水平。同时,积极推进乡镇敬老院公建民营改革,通过公开招标,引入专业养老服务机构运营管理,实现社会效益和经济

效益双赢。村级层面,织密养老服务网底。在建设运营过程中,坚持政府引导、村级主办、社会参与、互助服务的原则,充分发挥村级组织和农村老年人的主体作用。同时,鼓励社会力量参与农村幸福院建设运营,形成多元化的投入格局,为农村幸福院提供资金、物资和技术支持。按照“功能完善、设施齐全、安全舒适”的要求,加强乡镇敬老院和农村幸福院设施建设和改造升级,优化功能布局,提高服务能力和水平。同时,加强农村幸福院与周边医疗机构的合作,建立医养结合服务机制,为老年人提供便捷的医疗服务。

二、加强人才培养,提高服务队伍素质

加强教育培训,建立健全养老服务从业人员培训体系,鼓励高校和职业院校根据养老服务市场需求,开设老年护理、康复治疗技术、养老服务管理等养老服务相关专业,加强课程体系建设,注重实践教学环节,培养出具有扎实专业知识和实践技能的养老服务人才。定期组织养老服务从业人员进行专业技能培训,开展管理能力培训,提升养老服务机构管理人员的运营管理水平。加强职业道德教育,培养从业人员的爱岗敬业精神和服务意识。提高待遇保障,建立合理的薪酬待遇体系,提高养老服务从业人员的工资待遇和福利水平,吸引和留住专业人才。完善从业人员职业发展通道,明确不同级别养老服务人员的职业发

展路径和晋升标准。鼓励从业人员参加职业技能鉴定和职称评定,提高职业认同感和社会地位。壮大志愿者队伍,完善养老服务志愿者招募、培训、管理和激励机制,鼓励和引导广大志愿者参与养老服务,形成全社会关心支持养老服务事业的良好氛围。建立县域内医护人员定期巡诊制度,推动县级医院与养老机构组建医养联合体。

三、丰富服务内容,创新服务模式

拓展服务领域,在做好生活照料、休闲娱乐等基本服务的基础上,根据老年人的实际需求,拓展康复护理、精神慰藉、临终关怀、法律援助等服务领域,为老年人提供全方位、个性化的服务。创新服务模式,积极推进“互联网+养老”服务模式,利用信息化技术,搭建县乡村三级智慧养老服务平台,实现对老人的实时定位、健康监测。推广居家养老服务新模式,通过政府购买服务、设立居家养老服务站等方式,为居家老年人提供上门服务,满足老年人居家养老的需求。发展农村互助养老,充分发挥农村老年人的主体作用,鼓励和引导农村老年人开展互助养老服务,通过邻里互助、低龄助高龄等方式,解决农村老年人的养老问题。建立健全互助养老服务制度和规范,保障互助养老服务的有序开展。强化权益保障服务,设立

法律咨询服务站,为老人提供法律咨询、法律援助,开展防诈骗宣传和教育活动,增强老人的法律意识和防骗能力。

四、强化政策支持,加大资金投入保障

完善政策体系,制定出台支持县乡村三级养老服务网络建设的政策措施,明确各级政府在养老服务中的职责,规范养老服务机构的设立、运营和管理,保障老年人的合法权益,为养老服务网络建设提供法律依据和政策指导。在土地供应上,优先保障养老服务设施用地,对新建养老服务项目给予土地划拨或优惠出让政策。对从事养老服务的机构和企业,按规定落实相关税收优惠政策,为养老服务事业发展创造良好的政策环境。加大资金投入,加大县级财政对养老服务事业的投入力度,建立养老服务专项资金,重点支持养老服务设施建设、运营补贴、人才培养等方面。积极争取上级政策和资金支持,整合各类涉农资金,向农村养老服务领域倾斜。吸引社会资本参与县乡村养老服务项目建设和运营。鼓励金融机构开发适合养老服务产业的金融产品和服务。加强资金监管,建立健全养老服务资金监管机制,加强对养老服务资金使用的监督管理,确保资金安全、规范、高效使用。同时,加强对养老服务机构的财务审计和监督检查,防止出现虚报冒领、挪用资金等问题。

党建引领 国企发展：

探索党建与中心工作深度融合的新路径

□ 北京住总新型建材有限公司 庄张林

在新时代背景下,国有企业作为国家经济的中流砥柱,其党建工作与中心工作的深度融合对于推动企业高质量发展具有至关重要的作用。党建工作作为国企的独特政治优势,是推动企业高质量发展的核心动力。然而,如何将党建工作与中心工作深度融合,实现两者相辅相成、互为补益,成为当前国企面临的一大课题。本文阐述了党建引领国企发展的重要性,分析了当前党建与中心工作融合的现状与问题,提出了构建“党建+”工作模式、强化组织建设、创新融合机制等策略,旨在推动国企党建与中心工作实现深度融合、协同发展。通过从理论与实践相结合的角度,探讨国企党建与中心工作深度融合的新路径。

一、党建引领国企发展的重要性

党建工作是国企的“红色引擎”,是推动企业高质量发展的关键所在。一方面,党建工作能够强化企业的政治属性,确保企业始终沿着正确的方向前进。另一方面,党建工作能够激发员工的积极性和创造力,为企业发展提供强大的精神动力。此外,党建工作还

能够促进企业内部管理水平的提升,增强企业的凝聚力和竞争力。

二、党建与中心工作融合的现状与问题

近年来,随着国企改革不断深化,党建与中心工作的融合取得了一定的成效。然而,在实践中仍存在一些问。一是思想认识不到位,部分国企对党建与中心工作融合的重要性认识不足,导致融合工作缺乏主动性和创造性。二是工作机制不完善,部分国企在党建与中心工作融合方面缺乏科学有效的工作机制,导致融合工作难以深入推进。

三、推动党建与中心工作深度融合的策略

针对上述问题,本文提出以下策略,以推动国企党建与中心工作实现深度融合、协同发展。

(一)构建“党建+”工作模式

“党建+”工作模式是指将党建工作与中心工作相结合,形成具有国企特色的党建工作新模式。就是要将党建工作融入到企业生产经营、改革发展、创新创效等各个环节中,实现党建工作与中心工作的无缝

对接。例如,可以开展“党建+项目管理”、“党建+技术创新”等活动,推动业务工作取得更好成效。

(二)强化组织建设,打造坚强战斗堡垒

组织建设是党建工作的基础。国企要加强基层党组织建设,确保党的组织和和工作全覆盖。一方面,要优化党组织设置,实现党的组织单元与业务单元的深度融合。另一方面,要加强党员队伍建设,提高党员素质和能力,发挥党员在业务工作中的先锋模范作用。

(三)创新融合机制,激发内在活力

创新是推动党建与中心工作深度融合的关键。国企积极探索符合自身特点的融合机制,激发内在活力。一是要建立科学的考核机制,将融合工作纳入企业绩效考核体系,推动融合工作落地见效。二是要建立有效的激励机制,对在融合工作中表现突出的个人和集体给予表彰和奖励,激发广大员工的积极性和创造性。

四、实践案例剖析

以住总新型建材公司为例,该企业在推动党建与

中心工作深度融合方面取得了显著成效。为落实住总集团党委“百千万”大党建主题实践活动方案精神,探索新形势下基层党建品牌建立的新载体、新途径、新方法,结合工作实际,制定了“五先锋”活动方案,聚焦市场拓展、资金回收、责任成本等重大任务,成立了51个党员责任区、10个党员个人先锋岗、5个党员个人示范岗、4个“党员突击队”和1个“志愿者团队”。“五先锋”创建机制始终与生产经营工作相融合,通过党员先锋岗、示范岗、责任区这一“点”、党员突击队这一“线”,志愿者团队这一“面”的互联互通,切实把党建成果转化为企业发展优势。

五、结论与展望

综上所述,推动国企党建与中心工作深度融合是推动企业高质量发展的重要途径。未来,国企应继续深化党建与中心工作融合的实践探索,不断创新融合机制和方法手段,为推动企业高质量发展注入新的动力和活力。

基于 4I 理论的新媒体营销策略研究

——以江西千年食品公司为例

□ 江西科技师范大学 朱元青

随着数字技术的飞速发展,新媒体已成为企业营销的重要渠道。江西千年食品公司作为一家具有悠久历史的传统食品企业,在新媒体环境下如何制定有效的营销策略以提升品牌影响力和市场竞争力,成为其面临的重要课题。本文基于 4I 理论(Interesting、Interests、Interaction、Individuality),对江西千年食品公司的新媒体营销策略进行深入分析,并提出相应的优化建议。

一、4I 理论概述

20 世纪 90 年代,世界级的营销大师唐·舒尔茨教授提出了具有前瞻性的 4I 营销理论,该理论包含趣味(Interesting)、利益(Interests)、互动(Interaction)和个性(Individuality)四大核心原则。4I 理论强调以消费者为中心,关注消费者的需求和利益并进行互动和交流,以达到企业的营销效果。

二、江西千年食品公司概况

公司自 2001 年成立以来,致力于为消费者提供健康、美味、高品质的食品。公司主打“千年”品牌系列产品,其中包括广受欢迎的南酸枣糕、猕猴桃糕、锥栗糕、青蒿糕、葛粉、百合粉等多种产品。近年来,公司积极布局新媒体营销,在微信、微博、抖音等平台开设官方账号,通过内容营销、直播带货等方式推广产品。然而,公司的新媒体营销仍存在一些问。

三、江西千年食品公司新媒体营销现状分析

(一)营销渠道虽广但效果欠佳

江西千年食品公司已在微信、抖音等多种平台定期发布产品信息及促销活动。然而,尽管营销渠道多样,但由于公司发布的内容大多以产品介绍和食谱分享为主,形式较为单一,内容创作缺乏新颖性和趣味性,导致用户参与度低迷,营销成果并不显著。这反映出公司在内容策划与创意方面要增强趣味性,以更有效地吸引和留住用户。

(二)用户画像构建存在短板

在新媒体营销实践中,江西千年食品公司在微信公众平台和抖音平台上,推送的内容和产品信息往往是千篇一律的,缺乏针对不同用户群体的定制化内容。原因在于公司不能充分挖掘和利用用户数据资源,导致用户画像的构建尚不完善。使得公司在制定营销策略时缺乏足够的针对性和精准性,难以满足用户日益增长的个性化需求。为了提升营销效果,公司需加强用户数据分析,完善用户画像,以便更精准地定位目标用户群体。

(三)互动机制亟待完善

尽管江西千年食品公司已在新媒体平台上开展了一些互动活动,但互动机制仍存在明显不足。用户在参与互动时往往得不到及时、有效的反馈和回应,这不仅影响了用户体验,还削弱了品牌的口碑和忠诚度。为了改善这一状况,公司需建立健全的互动机制,

确保用户问题得到迅速解决,同时增强与用户的情感连接,提升品牌的美誉度和用户黏性。

四、基于 4I 理论的江西千年食品公司新媒体营销策略分析

(一)创新内容策略,深度吸引用户关注

江西千年食品公司在新媒体营销中,应将内容创新置于核心位置,致力于打造既有趣又富有教育意义的内容,以牢牢吸引用户的注意力。具体而言,公司可以深入挖掘产品背后的制作工艺与文化故事,通过制作高质量的短视频、图文并茂的故事集等形式,生动展现产品的独特韵味和匠心独运。例如,可以制作一系列短视频,展示枣糕传统制作工艺,讲述其背后的历史渊源和文化内涵,让消费者在了解产品的同时,感受到品牌的文化底蕴。此外,紧跟时下流行的网络热点和话题,巧妙融入品牌元素,设计一系列富有创意的互动游戏或挑战赛,不仅能够激发用户的参与热情,还能在轻松愉快的氛围中传播品牌形象。

(二)提供多元化优惠,深化用户忠诚度

为了进一步增强用户的满意度和忠诚度,江西千年食品公司应充分利用新媒体平台,推出多样化的优惠活动。比如定期发布优惠券、限时特价活动以及节日特惠等,以实质性的利益吸引用户购买。例如,可以在微信小程序中推出限时秒杀活动,或者在抖音直播间发放专属优惠券,刺激用户的购买欲望。同时,建立

完善的会员制度,为会员提供专属的优惠、定制服务以及积分兑换等特权,不仅能够有效提升用户的归属感和忠诚度,还能促进用户的持续消费和口碑传播。

(三)构建全方位互动体系,提升用户参与度

江西千年食品公司应致力于建立健全的互动机制,以提高用户在新媒体平台上的参与度和活跃度。这包括在社交媒体平台上定期发起话题讨论、互动问答、趣味投票等活动,鼓励用户积极发表自己的观点和看法,形成热烈的讨论氛围。例如,可以在微博上发起“千年美食故事”话题,邀请用户分享自己与江西千年食品的故事和体验。同时,建立完善的在线客服和社区管理团队,有效地进行回应和解决,从而增强用户的信任感和满意度。此外,可邀请用户参与产品的设计和改进行程,让用户成为品牌共创的一部分,不仅能够提升用户的参与感和归属感,还能为品牌注入更多新鲜血液和创意灵感。

五、结语

基于 4I 理论江西千年食品公司仍存在不少问题,为解决这些问题,江西千年食品公司可创新营销内容以深度吸引用户关注,提供多元化优惠来深化用户忠诚度,构建全方位互动体系来有效提升用户参与度。这些策略的实施,不仅能够帮助公司在竞争激烈的市场中脱颖而出,还能为品牌注入更多的活力和创新,最终实现品牌的持续增长和市场的进一步拓展。