

在家门口享受“舌尖幸福”

社区食堂何以长久“留香”

老人在吉林省长春市朝阳区西湖街道托松社区“敬老餐厅”挑选菜品
新华社记者张楠 摄

多措并举延续幸福“食”光

民生无小事，枝叶总关情。社区食堂虽小，却关乎千家万户的切身利益。业内人士指出，社区食堂“降本增效”是重中之重，需多措并举，综合施策才能实现长效运营。

一是建议将“社区老年食堂”更名为“社区食堂”，面向普通群众开放。多名社区食堂经营者表示，社区老年食堂如果只有老年客源将难以实现盈亏平衡，因此，差异化经营、分时段就餐、扩大社区食堂餐食供给将有助于提升社区食堂品质，增加收入来源。建议在优先保障老年人助餐服务需求的基础上，面向全体群众开放。积极开发针对各种群体的营养餐，更好满足多元化用餐需求，充分挖掘餐饮市场潜力，推动老年食堂收支平衡。张威等基层干部建议，在老年食堂满足用餐需求之余，可促进餐饮与相关产业融合发展，延伸提供老年人康复护理、文化娱乐、日间照料、康复辅具租赁等服务，探索社区居家“一站式”养老服务解决方案，通过增加其他收入反哺助餐服务。

二是建议相关部门明确将社区老年食堂水电气执行居民生活类价格。“目前国家层面仍然未对老年助餐服务场所的水电气等收费标准按照民用执行，建议相关部门出台政策文件，明确将社区老年食堂水电气执行居民生活类价格。”张威介绍，以民主村社区食堂为例，如果将水电气收费标准由现在的商用改为民用，该项成本支出将下降三分之一左右。目前，部分省市或区县已探索出台了相关政策，例如，重庆通过发布《积极发展老年助餐服务行动方案》，明确对符合条件的老年助餐服务机构，用水、用电、用气按规定执行居民生活类价格。

三是建议连锁餐饮企业参与，降低社区食堂单体运营成本。李恒带记者来到了民主村社区食堂的后厨，冰箱里真空冷藏的已经处理好的配菜引人注目。“这是由重庆嘉华投资实业开发有限公司的供应链提供的新鲜配菜，运到食堂后可直接下锅烹饪，节省了后厨的人力，也更加干净卫生。”李恒说，得益于联营公司有成熟的供应链渠道，降低了成本。周万利建议，支持连锁餐饮企业建立“中央厨房+冷链配送+社区配送站+流动餐车”的社区老年配餐体系，推动1个中央厨房辐射多个社区，形成规模化、连锁化运营，扩大和优化供应链，推进同质同标服务，打造服务品牌。 吴燕霞(据《经济参考报》)

社区小食堂做好“活”文章

□杨建楠

下午1点，天津南开区团园里的小区食堂还没关门，住在附近的小刘没想到还能吃到热乎乎。再过几小时，这里将迎来一群小朋友，“变身”少儿托管室。

既能现场点餐，又能线上预订，既面向老人又欢迎年轻人，既是食堂又是托管室……小小的社区食堂，做出不少“活”文章。

在这些文章里，最醒目的是新需求。对不方便做饭的老人和没时间做饭的年轻人来说，在家门口吃上一顿放心可口的饭菜是共同诉求。社区食堂不仅解决了一顿饭的事，方便了居民就餐，还为社会解决部分就业问题，可谓一举多得。城市治理效能不高、居民生活品质好不好，都能从这小小食堂里看出门道。

社区食堂，可以盘活存量。河东区靖江里东里社区的社区食堂是由旧车棚改造而来；河北区的一家社区食堂则是利用一处闲置资产，引入第三方企业进行改造后开业。唤醒沉睡的资源，服务“上新”的同时，也完成了一次城市微更新。更进一步，当一家社区食堂开门迎客，不仅能让闲置空间活起来，也能让社区人气旺起来，带动周边缝缝补补等便民服务。

沿着这条思路往深处去想：空间活了，那时间呢？不少实践已经给出答案。

在红桥区胜安社区食堂，大伙儿吃完饭喜欢坐着聊一会儿，运营方就将营业时间延长1小时，满足群众需求。还有一些社区食堂，招募外卖员为社区内的老人上门送餐，同时为外卖员、快递员延长营业时间，给予价格优惠。一份冒着热气的饭菜，解了居民用餐的“难”，也给了新业态群体被关怀、被尊重的“暖”。

让便利就餐带来的幸福感一直在，需要社区食堂实现可持续发展，而这离不开灵活的经营思路。在上海，每当过了老人用餐高峰时段，有的社区食堂会把年轻人喜爱的腊味、辣炒摆进橱窗，以精细化运营吸引不同年龄段的客人。在重庆，一家社区食堂推出“社区食堂+学堂”模式，开展小面传承培训和就业帮扶，增收、传承两不误。在杭州，有街道利用社区食堂举办烘焙、膳食等方面的培训讲座、文化活动等，既丰富了居民生活，又为食堂赚了人气。

有人说，开社区食堂难赚大钱，最需要的是坚守。的确，把民生账算在最前面的社区食堂，往往赚的是“微利”。但有政府“搭把手”，有居民来捧场，运营方再想方设法让菜谱活一些、空间功能多一些、服务人群广一些，那么，再小的食堂也能细水长流，写出幸福感十足的民生大文章。

(据《人民日报》)

社区食堂“暖胃”更“暖心”

中午时分，重庆市渝中区七星岗街道金汤街社区老年食堂人头攒动。可口的饭菜和各种优惠套餐，让食堂顾客盈门，深受老年群体欢迎。年近八旬的陈桂福两口是这个“好吃不贵”又“亲近居民”的食堂的忠实“粉丝”。

“自己做饭太麻烦了，菜买少了，人家不卖，买多了两个人吃不完容易坏。”陈桂福说，因为子女不在身边，午餐大部分时间都是在这里吃。该老年食堂负责人张莉退休前一直在社区工作，对老人“吃饭难”问题深有体会：“有的老人做饭不方便，做一餐面条能吃三顿。还有的人吃饭不规律，饿了就随便吃点。”

为解决老年人“吃饭难”的问题，从中央到地方都积极推动老年助餐服务发展。2023年10月，民政部等11部门联合印发《积极发展老年助餐服务行动方案》，要求各地完善老年食堂、老年餐桌、老年助餐点等老年助餐服务设施配置，优化功能布局，将老年助餐服务设施纳入城市一刻钟居家养老服务圈、一刻钟便民生活圈建设，促进服务便利可及。

在重庆，社区老年食堂成了周边老人每天必到的“打卡”地。重庆市民政局养老服务处处长周万利介绍，2024年，重庆建设老年食堂1695家，年服务200万人次。“老人们围坐在一起边吃边聊，欢声笑语不绝于耳。健康卫生又实惠的餐食还吸引了不少周边社区的老年人和附近工作的年轻人慕名而来。”张莉说。

“我每周会到公司附近的社区食堂用餐2到3次，一份套餐的价格是18元，有时候线上支付还有优惠。”曾伶俐说，“社区食堂的环境很干净，用餐价格也对年轻人非常友好。如果不吃自助餐，旁边的食品档口还有钵钵鸡或者汉堡可以另外点餐。”

部分社区食堂“留香”不易

虽然在多方推动下，社区食堂建设如火如荼，为居民们带来了实实在在的便利，但不少社区食堂却面临着亏损的风险，难以实现长效运营。2024年有关“社区食堂倒闭”的话题一度被公众热议，“有些食堂开业不足两个月即关门，上百位老人预付卡无法退款”。部分社区食堂运营和服务效果不理想，多地出现社区食堂停止经营的情况。

——客源单一，盈利点少。重庆市九龙坡区民政局老龄科科长张威指出，部分社区食堂定位为老年食堂，客源主要为辖区老年居民，而老年人口数量有限，且就餐时间相对固定，导致食堂的客流量难以大幅提升。此外，由于社区食堂的公益属性，每餐价格较低，导致食堂收入有限。部分社区食堂菜单单一，口味也较为清淡，无法满足广大顾客需求，难以吸引社区外的消费者前来用餐。

——经营成本较高，依赖财政支持。记者调查发现，目前大部分社区食堂的建设、运营、服务背后都离不开财政的支持和输血，有的是减免房

租，有的是政府购买服务，还有的是给予一次性建设补助或者定期发放运营补贴。重庆市九龙坡区谢家湾街道民主村社区食堂负责人李恒给记者算了一笔账，社区食堂每月租金和物业费约3万元，员工工资和社保每月支出约8万元，加上水电气费用等食堂每月经营成本超12万元。李恒表示，社区食堂部分档口出租的租金收入和政府发放的老年人助餐补贴等经费一定程度上支持了食堂的运营。

——运营模式缺乏创新，市场竞争力弱。李恒表示，有些小型的社区食堂由小餐馆转型而来，或者是夫妻店，仅能提供简单的堂食服务，缺乏外卖、团餐、上门送餐等多元化服务。同时，单体运营的社区食堂在人员、采购、房租等方面的成本较高，且食品安全问题较难得到保障。“部分社区食堂在品牌建设和市场推广方面也较为滞后，如果仅仅聚焦社区食堂的公益属性，而忽视了商业推广吸引更多顾客，那么社区食堂将难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。”李恒说。

别让文具变玩具

开学季 文具要简洁实用

网上文具种类多样

家长学校认可朴素文具

与线下产品相比，网购平台上的文具种类更为繁多。记者在不同网络平台的文具店铺浏览发现很多新奇的文具，有积木拼装的卷笔刀，有小狗、大象、狮子等多种造型选择，整个卷笔刀由10块左右的小颗粒积木组成。卡通迷宫拼图尺，中部是立体“迷宫”，壳内置入小钢珠，端起尺子左右微微倾斜，即可操控小钢珠“走”迷宫。还有一款热销的桌面除尘清洁小车，外形如常见的儿童迷你小汽车，缓慢于桌面推动，橡皮屑等就被收集到车体内部。购买评论中也有人对此表达不解或担忧，“橡皮屑？一吹不就掉了嘛？”“作业更写不完了，光顾着蹭橡皮玩儿了。”

记者发现在网上更为新奇的还有用指纹自动解锁的充电文具盒，被视作文具界的“黑科技”。类似的还有可上锁、带密码的多功能文具盒，里外零部件可以下拉上翘等好几处机关。既是“高科技”价格也是不便宜，售价比普通文具高出数倍。不少店铺显示，这些创意网红文具销量可观。“买给侄子的，太酷了，小朋友都围着看”……从评论看，几乎都是买给孩子的。也有家长称，“想激励孩子，但又怕他上课偷偷玩。”此前高先生购买过一套电动橡皮擦套装，把它当作生日礼物送给了儿子，至今后悔不已。使用电动橡皮擦橡皮屑，再用桌面吸尘器吸走碎屑，竟然成了儿子乐此不疲的一大消遣。“有时候明明没有写错字，孩子也要在那边故意蹭来蹭去，就是为了能玩上一会儿。”高先生说，本来选择电动的学习文具，是为了给孩子节约时间，没想到孩子的学习效率反而更低了。

从价格来看，添加了其他装饰的文具，价格也随之升高。一支普通的中性笔，通常三五元。一旦加入些许装饰或是联名款，便能卖到七八元、十几元的水平。若功能再稍微复杂些，例如“风扇笔”，不过加装了一节电池于笔身，售价即高达20元。

“铅笔规定了要2H型号，买素杆无图案的，上面也不需要橡皮头。尺寸要15至20厘米，最好是透明的，一侧扁平，另一侧带波浪线……”女儿读一年级的刘女士称，自打刚入学起，班级老师就对孩子所用文具提出详细要求。自己按照老师要求，在文具市场和网购平台直接采购了所需文具。第一个学期会给孩子们都比较听话，对文具选择没有太多意见。

记者在天津大悦城里的几家文具用品店内看到，在促销海报下面，罗列了笔袋、笔、尺子等各类文具用品，几个印有“文具满35元减5元”的促销牌醒目地插在货架中。记者注意到，货架上的文具用品走的是简单实用路线，其中一袋20支装的中性笔，标价才16.9元。“这个非常划算。女儿马上初三，笔用得特别快，这一包买回去可以用段时间了。”说话间，黄女士拿上一包放入购物篮里。超市工作人员介绍，店内文具主打简洁实用高性价比，再搭

配上满减活动，最近很多家长来选购。

在采访中，不少家长对学校要求使用朴素文具的建议表示支持和认同。他们认为，禁止过度玩具化的文具十分重要，选择适合孩子学习需要的文具，对于培养孩子的专注力和学习习惯至关重要。不少学校在低年级新学期开学时，都会有类似文具准备须知。“从上个学期开始，逛街时孩子也总拽着我们去琳琅满目的杂货文具店。偶尔会买一点，要求孩子尽量不住学校带。”考虑到同学之间会讨论、交换，也是一种社交方式，刘女士偶尔会同意女儿购买花哨文具的请求，这是不少家长比较折中的办法。专家提醒，广大家长及学生要理性消费，不要盲目攀比购买豪华、高价文具用品，特别是谨慎购买造型别致、带有装饰的“玩具化文具”，即便只在家里尝尝鲜，家长也应做好把关工作，它们不仅可能分散孩子听课的注意力，而且可能给孩子带来误吞、窒息等风险。

本报记者赵影

学习文具应该这样挑

家长在帮孩子选购文具的过程中，要注意避开哪些“坑”？首先应避开“三无”产品，购买学习用品时尽量选择正规的购买渠道，如大型超市、文具用品商店、书店等实体店，以及正规电商旗舰店、自营店等。选购前应仔细检查产品是否有完整的标签信息，如产品名称、执行标准、生产企业及地址、相关警示说明等。如果无生产厂家名称、无生产日期、无生产地址等信息，要谨慎选购。

其次，尽量不要购买造型独特、可拆零件、带有娱乐功能的文具，除避免分散孩子的注意力外，还可防止这类文具中的小零件被儿童误食。

再次，许多孩子特别喜欢有香

味的文具，拿在手上闻个不停，甚至还有啃咬的习惯。《学生用品的安全通用要求》规定，所有的学生用品所使用到的染料应符合国家标准的规定，不得含有24种有害芳香胺。但香味过于浓郁的文具，往往可能使用工业香精，其香料内的甲醛、苯都超标，长时间使用会导致头痛、身体乏力，可能引起慢性中毒。

第四，慎选过艳、过白的文具或纸张。家长要了解，纸张不是越白越好，纸张异常洁白，可能添加了大量的荧光增白剂。《学生用品的安全通用要求》规定，学生用的课本、簿册的亮度(白度)应不大于85%，太白了会刺激、损伤学生的眼睛，影响视力，荧光增白剂也会对人体产生不良影响。



外表毛茸茸很像玩具的笔袋

新学期即将到来，又是学生们补充采买各类文具的旺季，记者近日走访发现，本子、笔、文具袋等常用文具花样迭出，早已不再局限于大众熟悉的模样，拼装卷笔刀、指纹充电文具盒、风扇笔等普通文具搭载新奇功能，让文具和玩具的界限变得模糊。教育工作者提示，在适当满足孩子需求时，家长也应注意甄别，文具要以简洁实用为主，文具过度玩具化不利于孩子专注力的养成。

娱乐文具吸引孩子目光

王女士带孩子回家时偶然路过家门口的文具店，儿子吵着进来看看。想着马上就要开学，为孩子的学习用品查漏补缺也无妨，王女士便也跟随入内。果然，入口附近的笔类文具最先吸引孩子目光。几盒色彩缤纷的中性笔、圆珠笔、自动铅笔等，或多或少都在外壳、笔尾处增添花样，有的用毛绒或橡胶做出动物、食物造型，有的甚至附加了更为复杂的机关。例如其中一款“拳击笔”，按动笔身按钮，尾端的小人便挥拳出击，如果拿两支笔相对，便如同拳击比赛一般。“我都觉得好好玩，这孩子能抵挡得了吗？”王女士感叹道。“拳击笔”旁，还有“风扇笔”，推动笔身按钮，尾端的小风扇迅速嗡嗡转动。“拿它吹橡皮屑，吹这吹那，都能想象到那些场景。”王女士制止了孩子想要买这些文具的念头，告知他只

能在“正常”的文具范围内挑选。王女士回想自己读书那会儿，就一支笔、一个卷笔刀和一个不起眼的笔袋，现在的文具在商家的包装下，有了过度玩具化倾向。

记者来到位于第二中学附近文具创意商店，入门最显眼位置的货架上，琳琅满目的文具吸引了不少顾客。“要这个吗，这是什么呀？”旁边，一对祖孙也在选购文具。女孩拿起一份礼盒包装的文具套装，老人看不出所以然。“这个就是本子”，女孩回答，透过礼盒表面，能看到本皮上有鼓鼓囊囊的卡通造型，还附带着流沙金粉。听到是文具，老人未做干涉，跟在女孩身后继续选购。记者在店内观察了近30分钟，店内的创意文具不仅吸引中小学生，还有很多高中学生和家