

知名托育品牌进青岛 新体系筑牢托育“双保险”

■青岛财经日报/首页新闻记者 宋佳

随着“二胎”“三孩”政策接连落地,0至3岁的孩子抚养照护成了摆在许多家庭面前的现实问题。据国家卫健委的数据显示,2021年我国0-3岁的婴幼儿有4200万左右。其中1/3有比较强烈的托育服务的需求,但是目前的实际供给为5.5%左右,供给和需求缺口确实还很大。

“0至3岁孩子谁来带?”带着这个问题,日前,记者来到日本知名托育机构富士无限品牌旗下园所——海尔路园探访3岁以下婴幼儿照护服务新模式。



托育新业态受追捧

走进室内的活动区,几个孩子正在一处运动走廊上爬上爬下,玩得不亦乐乎。

“这是给孩子设置的一个体能训练区。感觉综合是孩子能力发展的健康基础,特别是针对9个月至3岁的体能训练。”园长梁欣欣介绍说。

在樱花班,几个小宝宝睡得正香。“小宝宝只有13个月大。”保育老师告诉记者,目前班内有两名小宝宝,最大的15个月,最小的只有13个月。

“班级是严格按照标准打造。这是三台两柜,护理台、洗浴台,还有调奶台,两柜专门用来盛放小宝宝喂养、照护的物品。还有奶瓶玩具消毒柜、小冰箱、热奶器等。这个区域是小宝宝专门练习的活动区——到了宝宝爬行和站立的敏感期时,我们建造了一个区域让他们去练习。”

今年5月,富士无限托育中心海尔路园区正式开园,也由此成为2022年崂山区首家通过国家托育机构管理备案的托育园所。园所由青岛崂山区政府引进,C2C旗下全日资企业悉图希国际教育在青岛设立中国总部,开展园所管理运营等全方位工作。托育园里目前有9名宝宝,除园长外,还配备了

6名保育师、1名专业营养师、1名厨师。托育园的老师都是幼教专业毕业,他们会根据孩子们的实际情况提前预设“一周活动计划表”,也会随时根据孩子们的兴趣点,调整成他们喜欢的活动计划,丰富孩子们的入托生活。

“一开始我很犹豫,毕竟孩子还小。后来实在太忙,就在儿子1岁半的时候把他送了过来。”来接孩子的苏女士说。老师每天向家长们发送孩子照片,详细告知孩子在园情况。久而久之,苏女士打消了顾虑。

“双保险”提供优质托育服务

质量为先是托育服务体系建设的核心。记者了解到,悉图希国际教育及旗下园所富士无限托育园,从两个方向来诠释幼儿教育理念——既能帮助父母解决孩子精细照护问题,又能在宝宝成长的关键期给予更好的教育引导,尊重和接纳儿童,充分发挥他们的主体性,为托育服务筑牢“双保险”。

与传统早教中心相比,以富士无限为代表的专业托育机构在育儿内容设计、教养模式、教养目标、精准月龄化等方面均有独到的一面。



在育儿内容上,专业托育机构与早教中心有本质的区别。早教机构倾向于为家长提供育儿方法和策略,通过亲子互动帮助幼儿发展。而专业托育机构则是全面立体化的教育设计,服务上也更加全面周到,包括照护、育养以及性格培养,为婴幼儿提供个性化成长方案,同时为家长提供专业的育儿知识和线上指导。

在教养模式上,相较于早教机构,专业托育机构也进行了迭代升级。托育机构为宝宝提供全日制托育服务,满足孩子像在家中环境般成长,恰好解决了职场爸妈育儿难、孩子无人带的养育问题和托管刚需。

在教养目标上,早教中心目的是让家长和孩子在开心愉悦的课堂氛围中获得发展;托育机构则是在提供育儿全方位整体性发展上持续深耕,包括建

立良好的依恋关系、培养幼儿的安全感和信任感等。

在精准月龄化上,与早教中心不同之处在于,专业托育机构针对不同月龄的孩子严格执行“师生比”标准。按照国家卫健委的托育机构设置标准,照料18个月以下的孩子,师生比为1:3;照料18至24个月的孩子,师生比为1:5;照料24至36个月的孩子,师生比为1:7。

托育不同于早教,前者将孩子的成长与呵护放在首位,这点在富士无限托育园中,展现得淋漓尽致。

推动本土化深度融合

今年的政府工作报告提出,完善三孩生育政策配套措施,将3岁以下婴幼儿照护费用纳入个人所得税专项附加扣除。上半年,全国范围内多个地区加强托育服务,托育服务行业呈现加速发展趋势。建设完善的普惠托育服务网络,能够有效破解育龄人群不敢生、不愿生的问题,这对于提高人口生育率也有极大的促进作用。

增加数量、提高覆盖面只是第一步。若让家长放心地将孩子交给托育机构,还要提高服务质量,加强托育机构的专业性和规范性。业内专家认为,要加强托育服务全过程监管,明确主体责任,加强源头管理,完善机构设立许可制度;加强人才培养,完善正规教育体制;建立体系完备的财政激励机制,充分吸引社会资本进入托育行业。通过健全规章制度,推动托育服务走向标准化和规范化。

“为了更好地发挥青岛总部的优势,我们专门创建了服务于富士无限托育发展的幼教发展研究院,是由富士无限品牌创始人张华博士带领中日专家团队打造而成,肩负着立足本土为园所老师提供理论与实践具体指导的重任,在此基础上也承担着积极推动托育教育体系普及和推广、针对性培育专业托育人才的使命。此外,我们加快园所建设速度和覆盖力度,从崂山区海尔路园、麦岛园,到市北区山东路园,以及在市南区、李沧区、西海岸新区等区域同时开展的选址工作,在成都、杭州、深圳成立分公司,并首先在杭州开办了托育园所。未来还需要继续不断精进和提升,努力实现我们的事业目标。”悉图希国际教育幼教发展研究院课研专家、富士无限首席讲师杨卉芬博士告诉记者。

连续19年入选,海尔蝉联“中国品牌500强”前三

■青岛财经日报/首页新闻记者 高奕静

7月26日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的(第十九届)“世界品牌大会”在北京举行,2022年度《中国500最具价值品牌》分析报告正式揭晓。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,国家电网、中国工商银行、海尔成为中国最具价值的前三大品牌。其中,海尔连续十九年登上这一榜单,蝉联中国品牌前三,品牌价值高达4739.65亿元。

价值引领 释放生态品牌的力量

品牌价值是衡量一个品牌未来发展潜力的重要参考。据了解,世界品牌实验室是一家国际化的品牌价值研究机构,由1999年诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授倡议创建并担任首任主席,目前专家和顾问均来自世界顶级学府,其研究成果已经成为许多企业并购过程中无形资产评估的重要依据。

“中国500最具价值品牌”,已经成为中国品牌研究领域最具权威性、最具影响力的榜单之一。连续19年登上中国品牌500强榜单,海尔的品牌价值持续攀升,达到4739.65亿元。这意味着,自2004年伴随榜单首次发布入选中国品牌500强以来,海尔的品牌价值已实现了7倍的攀升与增值。

在海尔品牌价值的持续增长中,既有企业追随时代脚步主动求变、全球创牌的努力,也离不开在物联网时代创新品牌范式,打造与生态方共创共赢价值体系的探索。

全球创牌 践行品牌强国的责任

连续发布19年,“中国500最具价值品牌”可谓记录着无数中国品牌一路成长、走向世界的创牌故事。而在全球创牌三十多年来,海尔也在与时代同频共振的创新中,不断“自我颠覆”,蹚出了一条独具特色的全球化之路。

首先是自主品牌出海创牌。当别人选择“出口创汇”时,海尔瞄准“出口创牌”,选择先难后易,“下棋找高手”,进入国外主流渠道、销售主流产品,成为全球用户喜爱的品牌。

其次是打造本土化的全球化品牌。在研发、制造、营销“三位一体”的本土化运营体系支撑下,海尔能够针对当地用户的差异化需求,快速推出定制化的产品、智慧场景;同时为了满足不同地区用户的需求,海尔通过跨国并购并以人单合一模式解决了跨文化融合的问题,形成了美国GE Appliances、新西兰Fisher&Paykel、日本AQUA、意大利Candy等全球化品牌体系。

争创世界一流品牌,海尔持续以用户为中心,打造了以卡萨帝为代表的高端品牌、三翼鸟为代表的场景品牌、卡奥斯为代表的生态品牌的三级品牌体系,实现了从跟跑到领跑的蜕变。

成功全球创牌的海尔,已经走过了从输出中国产品到中国品牌,再到输出中国管理模式、品牌范式的阶段,以中国智慧在全球激发澎湃的中国力量,进入收获期。目前,海尔已经连续13年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一,深入200多个国家和地

区,服务世界各地的10亿用户家庭。

生态转型 解锁持续进化的密码

作为全球最早践行“生态品牌”范式的企业,进入数字经济时代,海尔率先提出并开启生态品牌战略阶段,率先打造引领物联网时代的“生态品牌”,布局智慧家庭、产业互联网、大健康三大主业,持续推进高端品牌、场景品牌、生态品牌建设。值得关注的是,在此次发布的2022中国品牌500强中,海尔旗下的卡奥斯、三翼鸟、盈康一生等品牌悉数入选,充分验证了海尔生态品牌的强大实力。

在智慧家庭领域,为了满足用户的场景化需求,海尔在2020年推出了全球首个场景品牌三翼鸟,为用户提供阳台、厨房、客厅等智慧家庭全场景解决方案,背后是千千万万个涵盖衣、食、住、娱的生态方。

在工业互联网领域,海尔旗下的卡奥斯打造了“与大企业共创,与小企业共享”的生态赋能模式,让中小企业基于工业互联网平台以低成本、灵活的方式快速补齐数字化能力,目前已赋能15大行业,链接90万家企业,在四大国际标准组织主导制定全球标准,代表中国抢占工业互联网全球话语权。

在大健康领域,海尔旗下的盈康一生通过物联网改变传统医疗,实现医疗资源公平可及,目前已拥有海尔生物、盈康生命两家上市公司。

正如《中国500最具价值品牌》分析报告所言,“身处数字经济时代的每一家企业都深知,转型已迫在眉睫,而海尔已经就‘怎么转’的时代困惑提出了自己的答案,为全球企业的变革提供了一种全新的范式。”

坚守以用户体验为中心,海尔的生态品牌战略创造一种兼容并蓄、生生不息的品牌生命力量,为中国品牌在新时代的转型提供了可供参考的路径——用生态的热带雨林,实现品牌进化的生生不息,助力品牌实现更大的价值。

声明	愿景动力有限公司因法人变更,原法人章(姓名:宋福川,编码:3702150529483),声明作废。
	愿景动力有限公司 2022年7月28日
	青岛艺禾智能科技有限公司因法人变更,原法人章(姓名:庄同川,编码:3702150547248),声明作废。
	青岛艺禾智能科技有限公司 2022年7月28日
	本单位法人章(3702001857481)一枚,声明作废。
	青岛高申环保科技有限公司 2022年7月28日

倡
树
新
时
代
美
德
健
康
生
活
方
式

— 讲文明 树新风 —

孝老爱亲

以孝为先
敦亲睦邻
家和事兴

山东省文明办