

在当前媒体深度融合,新闻行业面临重大变局的形势下,众多媒体面临重新“洗牌”和整合重组,不少都市生活类报刊纷纷退出历史舞台。相对于中央和省级媒体,地市级媒体在融合改革方面存在不少困难。近年来,《晋中日报》一直致力于对融媒体改革的探索和实践。笔者仅就《晋中日报》对左权民歌汇的宣传报道实践为例,试析地方媒体,特别是地市级媒体的融合改革突围路径。

2019年以来,左权民歌汇的两次成功举办,让英雄的太行山吸引了全国乃至世界关注的目光。晋中日报作为晋中市委机关报,在围绕左权民歌汇开展重点宣传报道,为一盛事营造良好宣传报道环境方面全力以赴,通过立体宣传格局的构架与实践,为宣传太行文化和晋中文化贡献了主流媒体的智慧力量,同时也试水了全媒体报道格局,为融媒体改革的深入推进积累了宝贵的经验。

策划先行 指挥中枢运筹帷幄
融媒体改革的方向及路径在哪里?这是目前众多地方媒体仍在探索的难题。为了圆满完成左权民歌汇的宣传报道任务,晋中日报编委会提前进行了全盘策划、周密部署、统筹推进,调动指挥一线编采队伍协同

作战,圆满完成了报道任务,积累了媒体融合的宝贵经验。

第一,充分发挥编委会的指挥中枢作用。晋中日报编委会多次召开会议,研究制定宣传报道方案,对左权民歌汇的宣传工作进行了周密部署。两届民歌汇举办期间,编委会在每天下午的编前会上,对当天收到的新闻作品进行集体审核把关后,将适合不同平台发布的新闻作品分配到晋中日报及其晚报版、各周特刊,以及晋中新闻网、各个新媒体编辑平台。各个编辑平台对重点报道进行突出包装,按要求完成编校流程后,提交值班编委和总编进行终审签发,分别在纸媒和新媒体平台推出,保证最大限度地挖掘新闻作品的传播力度和宣传效果。

比如,“左权民歌汇·2019年国际民歌赛”新闻发布会,于2019年6月1日在人民日报社人民网1号发布厅举办的消息,本报还在报纸上配发了延伸阅读二维码。读者扫码即可获

取新媒体平台上的更多资讯,包括现场图片、小视频,具体的报名流程等内容。这种报网联动的形式,既突破了纸媒的版面限制,又扩大了新媒体作品的传播覆盖范围,以全息视角呈现新闻发布会的各种资讯,满足了不同受众的信息需求,同时也以线上线下相互配合的方式,让更多人第一时间了解到左权民歌汇这一文化盛事的相关信息,为这场民歌“风暴”积蓄了强大的爆发力和影响力。

第二,突出本土特色,追求全媒体、多层次宣传效果。两届民歌汇举办期间,晋中日报编委会策划推出了系列评论文章,根据不同宣传节点刊登在本报重点位置。这些系列评论结合省、市总体战略布局和目标任务,从理论的高度提纲挈领地就这场文化盛会对晋中及至山西转型发展,以及推动全域旅游战略、挖掘民间文化魅力、提升文化软实力等方面所发挥的积极作用进行了深入系统地阐述,极大地鼓舞了全市上下对本土民

歌文化的认同感和自豪感,激发了晋中人民热爱家乡、热爱民歌的高潮热情,有效凝聚了人心,鼓舞了士气。评论文章从不同方面总结了盛会举办的经验教训,为下一步更好地发挥民歌汇对晋中转型发展的促进作用打下了坚实的理论基础。本报编委会布局的多层次、全媒体的宣传格局,分析了不同受众群体和公众的阅读习惯,立足新闻的权威性、时效性和原创性,打造新闻原创平台,形成新闻“集约发散点”,有效提升了晋中市的知名度和美誉度。

第三,突破条件限制,彰显创新引领作用。尽管晋中日报及其所属各新媒体平台面临人力、财力、物力等诸多限制,但在编委会的有力组织和统筹协调下,全体编采人员发扬艰苦奋斗、创新奉献的精神,最大限度地挖掘现有条件的有效价值,以舍我其谁的勇气和担当,以最快、最全、最权威的新闻资讯,打造出了所有参与报道媒体中的信息首发平台,从而吸

引了众多新媒体、自媒体的强烈关注,他们纷纷关注并大量转发晋中日报及其新媒体的观点和声音,在引领这场民歌盛会的正确舆论导向的同时,也增强了地市级“小媒体”的生命力和影响力。

多维造势 营造立体传播焦点
融媒体产品的几何式传播,可以瞬间锻造一个信息焦点、舆论热点。然而,地市级媒体的常规信息传播却常常面临缺乏“爆点”的尴尬。如何聚焦各方关注,必须解放思想,突破固有思维,才能取得另辟蹊径、事半功倍的效果。

《晋中日报》在做好左权民歌汇原创报道的同时,及时转载中央和省级媒体的相关报道,使民歌汇的影响力形成了纵贯中央和省、市三级媒体视角,横跨平面媒体与新媒体的多维格局,在晋中乃至全国、全球引发了一场左权民歌“风暴”。仅2019年的左权民歌汇活动中,报名参赛的选手就覆盖了全国90%的

省、市、自治区,少数民族歌手占到了决赛入围歌手的30%,共有9组国外民歌手闯入决赛,获得2192万人次的网络投票。

效果显著 成功打造地域文化名片
在全媒体“围观”下,左权民歌汇以全民互动和“民星”视角,聚集了56个民族群起“赶集”民歌汇,俄罗斯、美国、加拿大、匈牙利等众多外邦歌手放歌太行,从六旬老人到学龄儿童共展歌喉,将晋中、左权推向全球民歌舞台的中央,生动诠释了“中国民歌在山西,山西民歌看左权”的内涵,为老区吸引了多个文旅项目的签约落地,成功打造出一张地域文化名片。不少晋中青年也因为积极参与民歌汇志愿活动,或在强大的舆论影响下,渐渐认识到了左权民歌的文化魅力,开始将关注的目光移向脚下这片热土,成为宣传和传承这一民间艺术的主力军。晋中日报这家地市级媒体,也在对左权民歌汇的宣传实践中,对自身的融媒体改革进行了摸索和思考,闯出了一条具有自身特色的改革路径。由此可见,地方媒体的融合改革的确是机遇与挑战并存,只要解放思想、脚踏实地、奋力拼搏,就一定能蹚出一条改革的新路来。

(作者单位:晋中日报社)

浅谈人物通讯写作技巧

杨沫

人物通讯是以人物为报道对象,反映一个人或几个人的思想、言行、事迹,通过个别显示一般,达到揭示时代特征、感染并教育读者的目的。想要写好一篇人物通讯,不仅要学会讲故事,从细节处着眼,以小视角体现人物的个性与特点,还要摒弃“高、大、全”的叙事模式。

注重细节描写
写人物,离不开讲故事。美国资深记者威廉·E·布隆代尔的《<华尔街日报>是如何讲故事的》一书中说:“因为我们的注意力总是在了解读者对信息的需求上。于是,我们忽视了一个所有读者最普通的要求。一个所有要求中最基本的要求:给我讲一个故事,看看老天爷的份上,让它有点趣一点!”
翻开我国优秀人物通讯作品,关于任长霞、丁晓兵、王顺友等等的报道,都是在向读者讲述他们感人的故事。那么,如何讲好人物故事?需要记者从细节着眼。生动的细节描写,可以使纸面的文章留在人们的心灵上,渗透到情感中。唐代诗人白居易在其论著《与元九书》中也曾说过:“感人心者,莫先乎情。”由此可见,在人物通讯报道中,抓住细节,以情感人,可以大大增强典型人物的感染力和亲和力,使受众产生情感上的共鸣。

在《深海“蛙人”》中,作者这样描述

特种兵戴世宝在水下处置撞船的细节,“生死关头,戴世宝稳住呼吸,操作水下运行器,带领队友开足马力,擦着轮船尾翼向水面急冲。僵持了近半分钟后,他才挣脱缠绕架产生的巨大吸力。从水下10多米快速冲出海面,巨大的压力差使戴世宝耳膜刺痛难忍,口鼻渗血……”
一个由动作、气息、表情等细节构成的场景镜头,急速变幻,简洁有力,营造了一种命悬一线的生死危情,像有一股激流推着读者向前走,让人很自然地记起特种兵沉着冷静、处变不惊的鲜活形象。

著名记者穆青曾说:有时一个细节比千言万语生动得多,深刻得多,有力得多。

注重人物对话
在人物通讯写作中,经常是从头到尾都用第三人称叙述,没有人物对话。这样的作品,往往呆板乏味,缺乏生气。其实,准确的人物对话,最能显示人物特点。只要把人物对话写活了,人物形象自然跃然纸上。

《领导干部的楷模——孔繁森》在写孔繁森最后一次入藏前,有这样一段话,“孔繁森黧黑地站在母亲面前,用手轻轻梳理着母亲那稀疏的白发,然后贴在老人的耳旁,声音颤抖地说:‘娘,又要出远门了,到很远很远的地方去,要翻好几座山,过好多条河。’‘不去不行吗?’

年迈的母亲抚摸着他的头舍不得地问。‘不行啊娘,咱是党的人。’孔繁森的声音哽咽了。”那就去吧,公家的事,误了不行。多带些衣服干粮,路上可别喝冰水。”想强说这可能是同年迈多病老母亲的最后一面,孔繁森再也抑制不住内心的感情,扑通跪在母亲面前,“自古忠孝不能两全,娘,您多保重啊!”说完,流着混合着泪水深深磕了一个头。”这样的对话描写,不仅故事性强、画面感强,而且体现了人物鲜明的个性特点。

言为心声。很难想象,没有人物发自肺腑的真情表白,读者不会触摸到他们的心灵。人物通讯一般化的原因有很多,缺乏对话描写是重要原因之一。精彩的对话,不仅是表达人物内心世界的需要,它对读者来说也是一种共鸣和互动,具有不可替代的作用。

注重人物个性
写人物,要写出人物个性,避免千人一面,更要摒弃“高、大、全”的叙事模式。美国学者杰克·海敦在《怎样当好新闻记者》一书中,挖苦有的报刊将新闻人物写得千人一面:“如果这些传记都是可以相信的话,这些人都是一个模样,令人很不愉快。他们往往都是些‘才智过人的人。’”

一些记者存在认识误区,为了突出先进典型“高、大、全”的形象,“拔

高”,事实不够就虚构,语言不多就添加。一些先进典型往往被写得近人情,如:父母死了不回家、妻子病危不探望等。这是最易引起读者反感和怀疑的。最好的人物描写,要通过细节和心理刻画,写出人物的矛盾性、复杂性、多样性。
鲁迅写革命先驱李大钊,寥寥几笔就勾勒出这位“共产主义者”个性化的复合特质:“他的模样是颇难形容的,有些儒儒,有些朴鲁,也有些凡俗。所以既像文士,又像官吏,又有些像商人。这样的商人,我在南边没有看见过,北京却有的,是旧书店或茧纸店的掌柜。”这样的形象,可能看上去并不高大,但是贴近人物实际。

人民日报记者笔下的时代楷模黄大年,是一位纯粹的、有情怀的、赤胆忠心的科学家。记者写出了典型人物的个性特质:黄大年放弃在英国优厚的待遇,怀着一颗赤子之心返回祖国,带领团队开展攻关研究,“可项目刚刚开展的时候,国外养成的惯性思维、行事风格、处事理念,让黄大年对工作中的一些事情经常不理解,很生气,又无奈。面对种种不适应,急性子的黄大年不仅要倒‘时差’,还要倒‘识差’。”记者不回避社会实践中的矛盾,不隐瞒人物的弱点乃至缺点,这样的报道更能引起人们共鸣。
在人物通讯报道中,记者不能将人物理想化,赋予他们完美无缺的道德品质和常人难以企及的精神境界。要转换视角和观念,塑造真实、鲜活、立体的人物形象,让楷模精神回归新闻叙事的合理位置,产生应有的示范和激励作用。

(作者单位:太原日报社)

幸福、有尊严与价值的生活。

睡觉臣、彭庆超指出,智慧居家养老服务体系离不开政府的统一规划,也离不开相关企业的服务创新,同时,也离不开社会力量的共同参与和合作,应建立社会工作、社会组织、社区组织“三社联动”的机制。

五、智慧服务需求

随着老龄化人口越来越多,且我国地区与地区间“未富先老”的严重程度由“不严重”发展为“严重”甚至有可能过度为“极其严重”,因此老年人彼此间的服务需求产生了更大的差异。基于老年人对智慧服务需求角度,国内学者集中分析了当前养老服务存在的问题,主要表现在以下几方面:

(一)有效供给不足

智慧养老产业起步晚,因此智慧养老服务体系发展空间大,公力养老产业的服务购买力主要来自于政府的财政补贴,而政府负担沉重,只能支付养老服务的部分服务供给,养老市场的养老服务需求大,需要政府耗费巨资填补。同时,部分大型民营养老服务机构又不见老人,小型公力养老院人满为患等问题屡见不鲜,这也反映出养老产业的有效供给明显不足。

(二)供需错位

老年人由于知识水平、记忆力、传统生活习惯等原因使得老年人对智能产品的使用程度较低。但智能化的养老产品层出不穷,琳琅满目。养老服务的供给方与需求方存在较大落差,再加上多项智能养老服务超出了普通人的支付能力,这种供大于需的脱节现象,造成了供需错位。由此,每年有32.5%的养老机构处于亏损状态。

(三)专业护理人员稀缺

这部分主要针对于养老机构而言,近年来养老机构专业护理人员不足,持证上岗的专业护理人员更加缺乏,巨大的市场缺口以及优质应聘者不足,使得养老机构护理人员良莠不齐,服务水平与质量存在很大差异。同时,养老机构工作量大,薪资水平却不高以及职业偏见等原因,加剧了养老机构护理人才的流动以及稀缺。

(作者单位:山西省社会科学院)

俗话说得好:“写不了新闻头条的记者不是好记者。”那么新闻头条是沙土里的金子,如何去伪存真、沙里掘金呢?这需要记者要有善于发现的新闻眼、高强度运转的新闻脑、敏锐的新闻鼻、跑得快的新闻腿,还要有扎实的新闻功底做支撑。这一切归根结底就是脚力、眼力、脑力、笔力的深刻体现。

《山西工人报》于1984年创刊,创刊30多年来,一直践行“为工会工作服务,为职工群众服务”的两为办报方针。2018年11月,山西工人报社大胆改革,为省内11个地市派记者,建立记者联系人制度。在跑基层,写稿件的同时,差距就来了,明明都是跑基层,为什么有的老记者写回的稿子往往能上头版头条,而一些刚入行的年轻记者也辛辛苦苦跑基层了,稿子不仅上不了头条,还反响平平?新闻头条真是可遇不可求的事情吗?下面,笔者就此谈一下自己的拙见。

笔者认为,头版是报纸的脸,头条是报纸的眼睛,上头版头条的稿件一定是具有很大的新闻价值和指导意义的,也就是人们常说的“上接天线,下接地气”的稿子。它打动人的往往是其它重大的新闻价值和别人有借鉴和指导意义的工作方法或是典型人物。拿《山西工人报》为例,它是山西省总工会的机关报,它的落脚点点是宣传工厂、工会、工人的“三工特色”的报纸。那么,它的头版头条一定是宣传省总工会的最新出台的方针、政策及目标任务落实情况。还有就是《山西工人报》让职工唱主角,为工会搭台唱戏,一些企业、工会和一线职工都登上了头版头条的位置。

那么,写好头版头条新闻稿件的范围有了,如何找准新闻点呢?需要记者有强烈的新闻意识。首先要学会在会议中找到新闻点。譬如,省总工会最近刚开了全面落实十项工作的会议,那么,首先要明白这十项工作是什么?要翻资料看具体内容,这就是要吃透上头精神。一个跑工会口的记者不了解工会工作,跑到基层两眼一抹黑,如何能挖掘出好新闻呢?所以,记者要加强学习,成为一个工会通。知道了工会最近的工作重点,要带着问题下基层,才能有数的放矢。不能去了基层,问采访单位你们有什么新闻?让对方不知如何回答。写好新闻头条就是要吃透上面的政策,知道报纸最近宣传的重点,这就有了主心骨,心中不慌了。

到了基层如何挖掘出好新闻?这就是采访技巧的方式、方法了。笔者以为一是聊天花,举一反三。2019年7月,笔者在长治采访时看到,为了把职工维权落到实处,山西航天清华装备有限公司把职工代表工作室建在了职工身边。两个职工代表工作室,12个一线职工代表工作站,运行10个月为职工办结50余件职工的诉求和意见,得到了广大职工的认同和赞许。笔者写出了《山西航天清华装备有限公司把职工代表工作室建在了职工身边》的头版头条。笔者以为,像这种有别于常规工作的工会好做法就是好头条。在晋能集团长治王庄煤矿采访时,笔者以此为例,该企业工会有关负责人受到启发,表示:“您看我们在五小竞赛活动中的这种奖励做法算不算?现在职工们的干劲可大了,光今年成果就有450多项。”于是笔者写出了清晨:长治王庄煤矿工会连续七年“五小”创建活动与职工工资挂钩,主题:《真奖真罚在职工中刮创新风》上了头版头条。

二是观察法,发现新闻点。笔者在潞安集团漳村煤矿工会采访时,工会有关负责人介绍说,工会工作就是常规动作,没有什么特色、亮点做法,经过一番交谈,笔者准备起身时,在卫生间办公室的墙上发现了《漳村煤矿基层分会服务职工积分一览表》。据了解,基层工会每个月为职工服务一次,办一件好事,上面就会贴一颗五角星,一年中,基层工会为职工服务了多少次一目了然,这样就避免了年底评比时打嘴仗的问题,职工对这一做法也表示很满意。这就是一条值得借鉴的工会好做法。果不然,在报纸头版头条刊登后,赢得了大家的好评。所以,记者要有新闻意识,还要有一双善于观察的眼睛。

三是材料法,找准关键词。许多记者在采访时会遇到这种情况,让对方介绍一下单位情况,往往费时费力,得到的信息也不是想要的。遇到这种情况,最好的办法是拿来年度工作总结翻看一下,一年中干了什么事里面写得清清楚楚,可新闻区别于总结,不是事无巨细,一是二是三是地往上堆,而是业内人士常说的“挖土豆法”。挖出了一堆土豆,有大有小,要找准最大的、最好看的土豆深挖下去,追本溯源,这样,才能找到更有新闻价值的新闻。

找到了有价值的新闻该如何写呢?这就需要有一定的新闻功底了。有句俗话说的好:“横看成岭侧成峰,远近高低各不同。不识庐山真面目,只缘身在此山中。”从远处、近处、高处、低处看庐山,庐山呈现各种不同的样子。这也和每个人看问题的角度一样是不同的。写一篇好的新闻头条,要把这篇新闻作品的最佳角度找出来,以点带面,以小见大,写出这篇新闻的显著价值和指导意义,这需要一个个新闻脑的加工过程。

新闻标题被称为新闻的眼睛,好的新闻标题可以在一瞬间吸引受众的眼睛,可以鲜明地表现新闻的主题,增强新闻的可读性,强化新闻的表达效果,让人产生一睹为快的强烈愿望。所以在写作新闻头条时,一定要下大力气写好标题,它不仅是新闻眼,吸引读者的第一印象,还是文章的中心思想,所以,起好新闻标题是写好新闻头条关键的一部分。

总之,要想写好新闻头版头条,首先要有新闻精品意识,其次要有新闻价值判断,还要有过过硬的新闻写作功底。最关键的是多下基层,多跑腿,用发现的脚蹠找到更多有价值的新闻,这样才能写出有份量、上接天线、下接地气,读者爱看的新闻头条。

(作者单位:山西工人报社)

浅谈记者的新闻头条意识

司雁

我国智慧养老研究现状概述

周洁

随着我国人口老龄化速度不断加快,规模不断增大,养老问题日益凸显。截至2018年底,全国65岁以上的人口达到16658万人,占总人口的11.9%,我国已经进入高齢化社会。在现有人力、物力资源有限的条件下,智慧养老在提升老年人生活质量、整合养老资源等方面发挥了重要的作用。

一、智慧养老含义

智慧养老的概念最早由英国生命信托基金会提出,也被称为“全智能化养老系统”,是指利用先进的计算机技术手段,开发面向居家老人、家庭、社区、机构的物联网系统平台,并利用此平台为老年人提供及时有效的智能化的养老服务。同时,利用此平台可以有效将相关的养老资源有效链接起来,如政府、机构、社区、医护人员、家庭子女等。

国内对智慧养老研究起步相对较晚。2007年,胡黎明发表的《新型数字化居家式养老社区解决方案》中提“数字化养老”的概念之后,“信息化养老”的概念2010年出现在学术界,2011年出现了“科技养老”的概念,2012年又提出了“网络化养老”的概念,进而发展成了“智能养老”、“智慧养老”。2013年以后,学术界开始统一使用“智慧养老”。国内出现了一批学者,对智慧养老的发展做出了积极的推动作用。左美云教授从老年人需求角度分析,认为智慧养老是利用信息技术,为老年人提供安全保护、医疗康复、娱乐学习交流等服务,该类服务能够实现老年人过得幸福、有尊严以及生活有价值的目的;刘建兵从居家养老层面出发,认为智慧养老的核心是智慧居家养老;郑世宝则从系统的角度将智慧养老定义为充分利用信息化、智能化技术,实现全方位、线上线下、综合性、医养结合养老服务。

二、智慧养老服务内涵研究
国内学者关于智慧养老内涵的研究

起步较晚,大都偏向对信息技术在养老服务中的使用研究。刘建兵、齐智、邢永杰(2015)认为智慧居家养老是智慧社区、智慧养老、居家养老的交集,智慧养老的概念是指将IT技术应用于养老,如通过移动通信、定位、活动和心理体征等监测技术对老年人进行实时监测,提供救援、健康管理等服务。我国智能化养老理念的倡导者朱勇(2012)认为智能化养老服务是将养老服务与现代信息技术相结合的创新型养老模式,能够创新养老产业的发展模式。这种养老模式依托物联网、互联网等媒介,综合运用信息传输和智能监控技术,使老年人能够享受到专业、安全、便捷、舒舒服服的智能化养老服务,提高晚年生活质量。陈畴镛(2011)认为智能化养老服务是利用智能感知和信息处理技术,实时监控老年人的日常生活信息,并通过智能传感器传送给计算机网络系统,使老年人家属和社区医生能够实时了解老年人的生命体征状态,以防发生不良情况。李晓文(2015)认为智慧养老是借助现代化信息手段,创新整合社会化服务资源,远程监控老年人的日常生活状况,为老人创造无忧的居家养老环境,是促进社会治理和服务模式转型升级的一个新探索。当然,不管运用何种技术,智能化养老服务定义归根结底是一种服务模式,目的都在于为老年人提供更安心和舒适的晚年生活。

三、智慧社区养老
随着互联网技术突飞猛进的发展,“互联网+”与社区养老服务的融合成为一种新的养老研究思路,体现了以老人为本、资源共享的发展理念。左美云等构建了“SMART”智慧居家养老模型,通过智慧养老平台为老年人提供相应的远程监控、生活物资供应、帮助心理、医疗健康服务以及精神慰藉等方面更高层次的服务。赵小壮等提倡政府应将智能化养老引入到社区养老中,构建智能监

控、智慧社区医疗与远程医疗监护的一体化服务体系。周越设计的社区智慧养老体系架构分为物理中端层、网络层、数据处理层和应用层。陈利等提出了社区智慧养老服务体系构建原则,服务内容、服务载体及服务平台构成设计等,并从搭建平台、加强顶层设计,做好供需对接、改革社区管理制度等方面提出对策建议。同春芬等提出发展智慧居家养老新业态,必须推动互联网与居家养老之间的融合,创新“互联网+”时代居家养老服务的转型与优化,构建一个全方位、多层次的智慧养老服务体系。在实践探索中,杨飞洋对合肥市三个社区的“智慧养老”模式进行了比较研究,提出智慧养老还存在产品设计不科学、服务定位不清晰等问题,需要利用先进的互联网技术打造智慧、安全、高效的智慧养老社区。张亚男等基于PSR模型,对上海社区智慧养老进行了实证研究,并对上海市社区智慧养老发展路径进行了深入分析。马彦等对社区智慧养老先行城市苏州进行了考察,并提出了社区智慧养老应用效果的评估指标。

四、智慧居家养老
家庭养老是国内养老的主要模式,家庭成为了老年人活动的主要场所。随着“互联网+”时代的到来,家庭生活变得更加丰富多彩。老年人晚年生活需求不再局限于日常生活,而智能设备在一定程度上可以满足老年人社交、娱乐等需求,缓解空巢老人孤寂的状况。与此同时,智能手环、可穿戴的监控器等日趋流行,这些智能设备能记录老年人的“身体机能”数据,并在危险情况下发出预警和预处理。互联网技术利用老年人日趋个性化和多样化的需求,提供的产品和服务也越来越丰富,例如利用智能设备,老年人可自主实现预约挂号、在线咨询等,这也可以看出,智能产品和互联网技术促使了“就地养老”的老年人获得健康、

