

# 新一轮人才争夺战有何深意

今年以来，我国二线城市纷纷出台人才引进政策。这些政策不仅在力度上超过一线城市，而且越是中西部城市，人才引进的力度越大，优惠条件越是偏向户籍、住房和收入等一揽子长效政策组合。可以说，城市间竞争的动力学机制变了。事实上，人才引进的热度早已穿透一二线城市的围墙，进入三四线城市。

令人不解的人才引进争夺战背后，到底发生了怎样的变化？我们还是从城市国民经济体系对人力资源的内在需求变化来讨论吧。改革开放初期，我国经济处在国际产业链分工体系的低端，加工制造和出口导向经济是增长的主力。在率先起步的东南沿海地区，劳动密集型产业提供的蓝领薪酬远高于内陆蓝领甚至白领，因此

武汉、成都、西安等科技教育大省留不住大学生的“孔雀东南飞”之叹犹在人们耳边回响。

其实，暗叹是暂时的，人才“孔雀东南飞”的内在机理预示着“九九雁归来”的动力学机制形成。随着国家出口导向、招商引资和投资拉动型经济的政策组合的成功，内地南迁的人力资源滋养了东南沿海车间，东南沿海也反向助推了国民经济体系由产业链低端向中端乃至中高端的爬升，并以产业链成长梯度推进的方式反哺内陆产业链的形成。再随着国家开发区、产业园区建设政策的成功，我国不同城市都拥有了一定的市场资源并积累了不同额度的资本金，助推基础设施建设、城市住宅和能源需求的增加，我国城市间的竞争变成了对资源和能源的争夺。

2017年以来人才争夺战的爆发，只不过是和中国产业链不断成长，以及国家道路交通网和市政基础设施等外部环境形成的背景下，城市间竞争的外观表现罢了。我国城市间人才争夺战，实际上是城市间竞争走出政治经济学授权竞赛的螺旋，向国民经济体系之间的产业链竞争回归，走向更高端业态和增长机制的前兆。这一符合经济发展规律的现象在中国出现十分难得。归根结底，人才的竞争是产业升级的竞争，产业升级的竞争使我国城市间竞争回复其效益经济学竞争的本义，中国现代化进程由此上了一个新台阶。深盼国内各界能够敏锐捕捉这一经济发展变革的机遇，走出更加辉煌的中国现代化道路。

《环球时报》2017.8.31 文/曹和平

自从“滴滴”、共享单车受到资本热捧、市民欢迎之后，各种披着“共享经济”外衣的项目层出不穷，如共享充电宝、共享雨伞、共享健身仓、共享空调等，不一而足。一些打着“共享”名号的项目，要么名不副实，要么有着其他目的。比如此前报道的共享马扎，单个马扎的成本不超过10元，公司的目的是为了let用户扫描二维码，以促进推广，被市民戏称为“奇葩共享”。

## “奇葩共享”边界在哪

这些泛滥的“奇葩共享”让“共享经济”变了味。什么才是真正的“共享经济”？被玩坏的“共享”边界在哪里？笔者认为，可以从边际成本和消费者剩余来确定“共享经济”的边界：边际成本趋零的物品适合共享经济，易消耗品之类的并不适用于共享经济。

在经济学和金融学中，边际成本指的是每一单位新增生产的产品（或者购买的产品）带来的总成本的增量。例如长途顺风车、共享住宿，只不过把多余的车位或暂时多余的房间拿出来与他人共享，单次成本趋零。而边际成本较高的商品或服务更多是基于网络平台的新型租赁，而不是真正意义上的共享经济。

消费者剩余是指消费者消费一定数量的某种商品愿意支付的最高价格与这些商品的实际市场价格之间的差额。所有商业模式能否真正成功，取决于消费者剩余的大小。例如消费者打出租车要花费数百元，而滴滴长途顺风车只需要100多元，这体现的就是消费者剩余。

一般而言，共享经济更适合于一些购买成本高、耐磨损的商品，凡是消费者剩余较小的共享经济是难以持久的。这值得“奇葩共享”项目警醒。

当然，共享经济的边界更应该交由市场来检验，而不能由政府监管部门来界定。政府监管部门只要维护好公共利益、惩戒其中的欺诈等违法行为，避免“奇葩共享”对消费者、第三方等公共利益的侵害以及违法行为，而不必对符合市场法治精神的“奇葩共享”项目进行限制。《光明日报》2017.8.30 文/盘和林

新版微信为智能手机用户推出了“不常联系的朋友”功能，点击后可以查看三类“僵尸好友”，并对他们进行删除、屏蔽等操作。有人认为该功能是为了方便用户精准、高效地管理朋友圈。

然而，另一种解读则认为，微信也是出于无奈。因为关闭朋友圈的用户呈上升趋势，大量无用的社交信息充斥朋友圈，淹没了用户的真实需求。因此只有鼓励用户清理朋友圈，才能把用户留下来。

## 社交媒体倦怠症来了吗

《中国社交媒体影响报告》显示，认为社交媒体给生活带来积极影响的人从65%下降到61%，特别是“90后”群体中，31%的人认为“社交媒体让我空虚浮躁”；34%的人认为“不能集中注意力”；39%的人声称已经关闭了社交媒体的推送提醒。这让人不禁追问：社交媒体倦怠症来了吗？

实际上，做出肯定的判断仍然很困难。尽管一些人痛斥社交媒体的弊病，但社交媒体与我们生活的联系，恐怕比任何时候都更加紧密。因紧密而产生依赖，因依赖而产生倦怠，虽然倦怠却又不得不依赖，这种一体两面的关系、这份难以割舍的心情，不正精确刻画着人们对手机、对网络、对社交媒体的复杂感情吗？因此，思考的层级就不能停留在依赖还是倦怠，而必须触及：在互联网时代，人类的社交到底走向何处？人与人的关系又当如何界定？

社交媒体的最大优点就在于高效率，大大拉近了人与人之间的距离。然而它的最大缺点可能也是高效率：由于可以线上联系，反而让我们忘却了面对面交流的那份真诚与亲切。因此，抛弃了社交媒体的有些朋友会发现：交往中伴随的眼神交流、语气变化、感情宣泄乃至当时当地的空气和氛围，才是人类在交流当中最真实、最原初的渴望。

正是在这个意义上，所谓“信息过载”等现象，实际上都不能构成互联网时代真正的社交焦虑。真正的挑战在于：那些技术无法解决的问题，我们该如何应对？技术的优势与缺陷并存，我们该如何取舍？

《人民日报》2017.9.1 文/彭飞

## 限车让道会让“暴走团”更加霸道



从8月25日晚上6点半开始，青岛市交警南大队每天都将对八大峡广场东侧的几条马路进行分时段封闭，禁止机动车行驶，而供市民和几个“暴走团”步行。这一举措引发社会激烈讨论。

警方介绍，八大峡附近道路平时车流量较少，且没有公交车道，“所以我们最终做出每晚6点半到9点临时封闭道路供‘暴走团’活动的决定。”说到法律依据，警方称，主要依据是《中华人民共和国道路交通安全法》第三十九条：“公安机关交通管理部门根据道路和交通流量的具体情况，可以

对机动车、非机动车、行人采取疏导、限制通行、禁止通行等措施。遇有大型群众性活动、大范围施工等情况，需要采取限制交通的措施，或者作出与公众的道路交通活动直接有关的决定，应当提前向社会公告。”

第一，机动车的路权不容侵犯。就算该路段规定时间内只有一辆机动车经过，警方也不能封路。第二，交法中“大型群众性活动、大范围施工”等情况，都具有临时性、偶然性，可“暴走团”的暴走行动既非临时，也非偶然，而是长期的，固定的，并不适用第三十九条的规定。

更重要的是，“暴走团”走上机动车道，原本就属于违法行为。

作为一种健身方式，“暴走”无可非议，但不能霸道，肆意侵犯他人的权益。对于“暴走团”的违法行为，警方该做的，就是制止，若是因为“暴走团”要在机动车道上暴走，就采取限行措施，“暴走团”将会更加霸道，与其他人的冲突也会更加激烈。这一后果，极其可怕。

《燕赵晚报》2017.8.29 文/孙曙峦

## 长途漫游费取消了 流量漫游费呢？

9月1日起，中国移动、中国联通和中国电信取消国内电话长途及漫游通话费。在我国存在了20余年的“长途漫游费”，终于告别历史。

但有业内人士分析，此次“涉及灵魂的改革”之所以推进如此迅速，与长途漫游费本身已不是运营商重要收入来源不无关系。有数据表明，取消长途漫游费后，三大运营商的收入减少占其整体营收普遍要低于5%。很多网友更关注的是——网络流量漫游费何时取消呢？

在三大运营商的各种套餐中，流量

也是可以“漫游的”，主要区分为市内、省内、国内三种。换言之，若旅游、出差到外地地上网，就要收取价格更高的套餐外流量费。

取消流量漫游费用，既是人心所向，也是大势所趋。一方面，在人们已离不开手机和网络的今天，流量在某种程度上等同于一种基础设施，具有明显的公共性。另一方面，取消长途漫游费是在提速降费的大逻辑之下进行的。取消这一本来已不再主流的业务，降费效果很有限。若能把流量漫游费也一并取消，才能让网络时代

的手机用户真正减少话费支出。很多国家和地区无论是流量还是电话，根本不存在漫游费一说。今年6月，欧盟更是成功取消20多个成员国手机用户的跨境漫游费用。国境都阻挡不了免费漫游这一趋势，我国运营商还把流量分为市内省内国内，真有必要吗？

收了20多年的长途漫游费今天终于成为了历史。但我们时刻不能忘记“提速降费”的改革初心，下一个，该向流量漫游费开刀了。

《广州日报》2017.9.1 文/张涨

卖小哥屁股后面无形的压力。

为纾解这个困局，职能部门也没闲着：比如今年4月，杭州交警面向外卖平台送餐人员发放类似驾照的《外卖小哥交通安全手册》。又比如8月22日，深圳交警宣布建立全国首家外卖送餐车精细化管理平台，并使出了雷霆手段。但问题是，如果离开行业自律，外卖小哥“挣钱不要命”的原始冲动恐怕难以禁绝。多接单却没有更多配送时间、订餐平台对于外卖小哥送单能力没有“极限预警”、罚款规则直接逼着外卖小哥拼时间拼命……此类乱象，亟待从门户自理层面得以求解。

《现代金报》2017.8.30 文/邓海建

## 订餐平台莫要逼外卖小哥去拼命

外卖小哥撑起了一个年交易额超2000亿元的外卖市场。不过，有数据称，“全国400万外卖小哥每两天半就有1人死伤”。

这当然不能原罪于“没有买卖就没有伤害”的逻辑，400万外卖小哥与2000亿元的外卖市场，迟早是中国新经济链条上重要的“一跃”。不过，眼下外卖小哥的生存状态着实叫人担心：媒体调查显示，超过96%的外卖小哥每天起码要工作6小时，甚至近

三成每天工作10小时以上。每20个快递小哥中，就有3个遭遇过交通意外。过劳、交通违法、心理压力……压垮外卖小哥的“最后一根稻草”越来越多，且已司空见惯，这个时候，订餐平台方的行业规范、企业社会责任就显得尤为重要。

很遗憾，如果说多跑多挣钱的谋生欲望是隐性的鞭子，那么，“配送不许超时、否则罚款”、“不许出现差评、否则罚款”等平台“家规”则是驱使在外