

# 邀鲁商回归,“引凤”先“筑巢”

评论员观察

本报评论员 王学钧

市场活力来自于人,特别是来自于企业家,来自于企业家精神。鲁商们是否愿意“回归”,最终取决于相关企业家们的切身“感受”。如果在“回归”之所,企业家权益有着坚实的保障,企业家精神能被很好地呵护与激励,心怀故土的鲁商们何乐而不为呢?

拳拳赤子心,浓浓桑梓情。日前,我省在济举办全国省级山东商会会长座谈会,来自全国各地的36位山东商会会长应邀参与座谈,省委、省政府主要领导出席并发表讲话。座谈会上,大家畅叙乡情,共话发展,就加快山东新旧动能转换、助力新时代现代化强省建设进行了深入交流。

这是一场聚会,更是一次集结。谈笑风生的背后,是新旧动能转换起势之年紧迫而坚定的脚步声——大年初七上班,召开实施新旧动能转换重大工程动员大会;全国两会刚刚结束,召集全国各地山东商会会长返乡座谈,主动听取全国杰出鲁商代表的意见与建议,诚邀并鼓励在外山东籍企业家积极“回

归”,投入新旧动能转换重大工程,助力山东的现代化强省建设。正如与会企业家们所感受到的那样,“这次座谈会,吹响了广大鲁商回归家乡、投资兴业的集结号!”

这场座谈会不仅“主题”鲜明,“规格”之高也属罕见。应邀参与座谈的一位山东商会会长禁不住发出感慨,这是他出任会长八年来,首次参加由省委、省政府主要领导出席的异地山东商会会长座谈会。毫无疑问,这充分体现了山东对省外山东商会组织的重视。这些商会组织牵引着大量优秀的企业与企业家,集聚着丰富的发展资源——在这里,可以找到投资,找到项目,找到技术,找到人才。致力于新旧动能转换的山东,在深挖省内

潜力的同时,借助这样一种极富亲和力的平台,积极对接和“盘活”鲁商资源,为创新发展、持续发展、领先发展引入外部活力,堪称及时而机智。

接下来,我省将启动“鲁商回归”工程,强化省外招商力度,强化对回归鲁商的扶持力度,力促省外鲁商“人才回乡、项目回归、资金回流、总部回迁”。这一目标的达成决非易事。鲁商能否顺利“回归”取决于许多因素,需要做许多具体工作。其中,最要紧的是,鲁商们是否愿意“回归”。

“市场活力来自于人,特别是来自于企业家,来自于企业家精神。”从这个意义上说,鲁商们是否愿意“回归”,最终取决于相关企业家们的切身“感受”。如果在“回归”之所,

企业家权益有着坚实的保障,企业家精神能被很好地呵护与激励,心怀故土的鲁商们何乐而不为呢?

“引凤”先“筑巢”。首要的一点就是,通过体制机制上的改革,打造一种足够“诱人”的营商环境。也正因如此,在这次座谈会上,参会鲁商们清晰看到了家乡人这样可贵的决心——进一步深化放管服改革,积极构建“亲”“清”新型政商关系,尽心竭力提供“保姆式”服务,做到换位思考、主动服务、有求必应、无需不扰,为企业大展身手营造一流营商环境。

这是一项必要而可贵的承诺。新旧动能转换需要这样的营商环境,“鲁商回归”需要这样的营商环境。

## “隐私换便利”,换来了谁的便利

试说新语

王昱

据媒体报道,在3月26日的中国发展高层论坛上,百度公司董事长兼首席执行官李彦宏表示,中国人对隐私问题更加开放,也没有那么敏感,“如果他们可以用隐私换取便利,安全或者效率,在很多情况下他们是愿意的。”

听闻这则消息,笔者的第一反应莫过于佩服李彦宏的胆量:眼下,“脸谱公司”(Facebook)的数据泄露问题刚刚在美国引发轩然大波,用户隐私问题正在全球引发高度关注。这当口,身为商家的李彦宏替全中国几亿互联网用户打了个大包票,且不说言论对错,商家替客户“代言”的做法本来就不合适。

街边卖煎饼果子的小贩,肯定不敢说“食客更注重便宜,不在乎卫生”。在开网店卖服装的店主,不会说

“买家更注重实惠,不在乎质量”——即便他们心里真有这个念头,嘴上也一定不敢这么说。因为他们本小利薄,不敢忘记卖家的本分。

李彦宏之所以敢打破常规,替用户们代言,其底气或许正在于百度已经庞大到可以店大欺客。百度依靠中国特殊的互联网环境发展到今天,几乎每一步都是依靠着对用户数据的收集和使用权,甚至滥用:只要你随便打开一个国内网页,旁边的弹窗广告的内容,往往就是你最近百度搜索的相关产品——这些内容是怎么泄露的?考虑到百度的垄断地位,大多数用户只好对这种乱象听之任之,久而久之,竟被认为是“对隐私不敏感”。

事实上,在眼下的中国企业中,有这种“习惯成自然”错觉的也不止百度一家:你到某城市中来乍到,电话总会被租房中介打爆。买了套房子,什么装修、家具的广告电话更是蜂拥而至。在中

国的商业市场上,确实是没有比用户信息、公民隐私更不受尊重的存在了。

可是,中国用户隐私如此“开放”,真的换来了李总所谓的“效率”了吗?恐怕不见得。且不说因隐私信息泄露而被诈骗电话骗得丧命的“徐玉玉案”这样极端案例。单问一句,有谁会为了消费时的一时便利,就每天忍受骚扰电话的狂轰滥炸?有谁情愿为了获得免费信息搜索服务,而忍受个人隐私在商家面前被扒得精光?什么“隐私开放换效率”,还不是我们“开放”,你们“效率”!

在互联网大数据时代,隐私安全直接关乎用户在消费活动中的议价权,甚至生命财产安全,所以它绝不可以轻易让渡。更何况,“用户个人信息、隐私”是受法律保护的权利,过去对这些权利的保护不够,如今就连呼吁人们重视这些权利都嫌力度不够,作为公众人物的李彦宏,又怎能呼吁人们“用隐私换取便利”呢?

诚然,当下的中国,“用户隐私开放,商家高效便利”的现象确实广泛存在,但存在并非意味着合理、并不意味着应该延续下去。或许更应该思考的是,如果说人们对互联网的妥协是为了便利,那么,除了牺牲隐私之外,还有没有其他的途径让生活更加便利;如果按照李彦宏的说法,牺牲更多的隐私,生活一定会更便利吗?

不妨举个简单的例子,提供个人信息换来了网络购票服务,克服了排队买票的不便利,但当初造成不便利的根源,到底是落后的购票手段,还是浓重的官僚作风;牺牲更多的个人信息,就能彻底消除“一票难求”了吗?当然也可以换个例子,提供个人信息换来网约车服务,减少了无谓的等待,但城市里打车难的根源,到底是陈旧的约车手段,还是落后的行业管理?如果牺牲更多的个人信息,就能彻底消除“打车难”了吗?想想这些问题,也是挺有意思的。

媒体视点

## 别在流行中失去自我

从“高手在民间”的“炫技”拍摄,到跳、唱、抖不能停的“鬼畜”剪辑,短视频APP迅速征服了大量95后、00后。当深度用户捧着手机“刷一天根本停不下来”“坐地铁看走路也看”时,他们是在迷恋什么?

“记录普通人的生活”,某短视频APP如是宣称。只是放眼望去,那些十来秒的短视频中,真正的普通生活、优质记录倒在少数,多半还是自虐式吃异物、无意义搞笑以及刷底线猎奇。如果说此前网络上为人诟病的“三俗”内容还是打打擦边球,尚显“含蓄”的话,那么那些短视频无疑是在赤裸裸地进行感官刺激。

回顾这些年网络流行的一些风向,不难发现其中也有一种趋势:载体从文字、图片到视频,浏览时间从以分计到以秒算,提供的信息日渐低俗,用户的时间被越切越碎,品位似乎也一降再降。互联网大潮起起落落,低俗短视频的风潮终会过去。只是,若按这趋势发展,下一次的流行物是否会更让人大跌眼镜?

潮流代代不同,年年变化,不变的是年轻人始终能够敏感地追上潮流,乐在其中。古语有云“近朱者赤,近墨者黑”,年轻人正处于三观塑造期,他们所追逐的流行风潮,必将“润物细无声”般内化于价值观念与思维方式之中。

相较于过往,如今的潮流风向标主要发源于网络,更新更快、花样更多,却也泥沙俱下。如若不加选择地终日追逐,部分年轻人空虚迷茫的状态只怕更甚。

有媒体研究者曾说:“毁掉我们的不是我们所憎恨的东西,而恰恰是我们所热爱的东西。”“所热爱的东西”,直接影响着人生的主题能否深化。警惕“娱乐至死”,拒绝浮躁,静下心来寻找值得交付的热爱,无论是一首好诗、一篇好文、一曲好歌,恐怕都比十来秒的视觉冲击有意义得多。(摘自《人民日报》,作者范思翔)

## 把“飞驰”的快递员拉回法治轨道

公民论坛

刘勋

“加大快递外卖的秩序整治力度,严查严管配送员闯红灯、逆行、占用机动车道等严重交通违法行为;对负有交通事故责任、多次严重违法的,纳入失信记录,督促企业落实清退和禁入措施。加强源头管理,对企业新增配送电动自行车,要督促使用符合国家标准的车辆;对企业在用超标电动自行车,要督促设置过渡期,逐步淘汰更换成符合国家标准的车辆。”3月26日,公安部交管局会同中国物流与采购联合会,召开全国公安交管部门视频会议,对快递外卖行业电动自行车的交通管理提出明确要求。(3月27日《人民日报》)

近些年,随着网络购物的

多元化便捷化,网购者对快递外卖的速度要求越来越高,尤其是外卖食品的兴起之后,快递员的送货速度可谓争分夺秒,毕竟吃饭的时间点很短,网购者都希望尽快吃上热腾腾的饭菜,而配送员也深知凉了的饭菜可能会砸在自己手里。顾客的需求就是指挥棒,网购平台为了倒逼配送员快速送货,就制定了各种考核制度,这些制度的目的就是“越快越好”。越快就意味着配送员的收入越高,那么配送员在经济利益的驱使之下,就只能牺牲交通安全,闯红灯、逆行等交通违法行为就会层出不穷,配送员着急送货酿成的交通事故已经屡见不鲜。

事实证明,快递配送员已经是交通安全的主要威胁者,配送员违反交规引发大量交通事故令人担忧,不仅严重威胁配送员群体的生命健康,横

冲直闯的配送员还让拥挤的城市交通雪上加霜。此次公安部交管局会同中国物流与采购联合会召开会议,专门规范快递外卖行业的交通秩序,并明确指出要对多次违反交规的配送员进行清退和禁入,也就是说多次违反交规的配送员以后禁止从事快速配送工作。会议还从技术上对配送电动车的技术标准进行了规范,让快递电动车更加安全,这样的规定具有普遍性的积极意义,能够解决快递自行车缺乏安全保障的状况。

规范整改快递配送员违反交规的现象,不仅要靠电动车技术和惩戒配送员上手,还要高度重视快速配送平台不合理的业绩考核制度。例如可以要求平台合理划分快递员的片区,减少配送员长距离送货送餐,可以充分利用信息技术优化配送路径和人

员安排。对于遵守交规状况好的配送员要给予物质奖励,差的给予处罚,要让遵守交规的配送员受惠。要设置合理的快递员免责条款,不能无原则地迁就顾客的要求,必须合理规定送餐时间,不能一味地求快。广大网购者也要体谅配送员的不易,不要刻意刁难送餐迟到时间不长的配送员。

公安部门和物流与采购联合会共同召开会议,其根本目的就是要将飞驰的配送员拉回法治轨道,不能继续放任配送员成为城市交通的高频干扰者,同时也是保护配送员群体切身利益的务实举措,这项工作不仅要求配送员主动提升法律意识,也要网购平台、网购消费者等相关组织和个人共同来约束、监督、尊重、爱护配送员。

投稿信箱:qilupinglun@sina.com