

首席评论

叫停新增投放给共享单车降温

□吴龙贵

9月7日,北京宣布暂停共享单车新增投放。据不完全统计,这是第12个叫停共享单车投放的城市。从7月10日杭州率先宣布暂停共享单车投放开始,两个月之间,已有上海、广州、深圳、福州、南京等多个城市先后宣布暂停共享单车新增投放。与此同时,多家共享单车企业退出一线城市,积极开拓海外市场和挖掘国内二三四五线城市的潜力。(9月12日 澎湃新闻网)

对于暂停共享单车投放,各地交管部门给出的理由大体相同,总结起来不外乎两点:一是非理性投放已经超出了市场需求和城市容纳能力。二是过度增长的负面效应已经日益凸显,比如对公共空间的挤压,影响交通秩序和城市形象。因此,是时候给一路狂飙的共享单车踩一脚刹车了。

过犹不及,任何公共品的供给如果超出了一定的限度,不仅会对企业的自身发展不利,也会直接影响到公共利益,造成一种双输局面。共享单车的过度投放,一方面会加大企业的运营成本,另一方面则又降低了共享单车的使用效率,由此带来的一个直接后果就是,企业把主要精力都花在了扩大市场上,缺乏足够的资金和人力做好市场维护和后期管理,这是对企业资本和公共资源的极大损耗。

从理论上说,企业在一座城市投放多少辆共享单车,应该是基于市场调查和数据分析之后的理性决策,

本质上是一种企业经营行为,行政之手不宜过多干涉。但问题在于,共享单车是一个新生事物,相应的市场规范体系还远远称不上成熟和健全,在这样的现实下,企业的投放具有很大的盲目性和冲动性,企业之间也处于无序乃至恶性竞争的状态,任其发展下去,将与发展共享单车的初衷背道而驰。

具体来说,共享单车目前还未找到有效的盈利模式,比发展更迫切的任务,就是想办法先让共享单车“活下去”,才有可能在未来的某个时间进行利益收割。而“活下去”的唯一办法,就是要找到风险投资,借助资本之力寻求上升空间。于是,跑马圈地、抢占市场份额,尽快形成规模效应和品牌效应,成了绝大多数共享单车企业的第一要务。在这种粗放化的利益诉求下,企业背市场规律而行,其对共享单车的过度投放,并不是为了提升出行便利,而只是对资本市场的投怀送抱。

一年来,从横空出世到深刻地改变了许多人的出行方式,共享单车的发展速度和普及程度确实令人赞叹。但是也要看到,无论是共享经济还是传统经济,终究只是一种经济形态,仍然要按经济规律办事,任何突破经济规律的行为都有可能遭到市场的惩罚。从押金难退到跑路,到关门歇业,种种问题都说明,在经过了原始积累阶段的野蛮生长之后,共享单车理应进入冷静期和调整期,尽快找到公共利益与企业利益以及可持续发展之间的平衡点。

语出今人

教师良好的仪表风范是一种人格感召力,具有“润物细无声”的作用。女老师用淡妆提升自己的形象,不仅能愉悦自己,提高自信力,也能够拉近师生心理距离,增加老师的亲和力。“亲其师而信其道”,爱其

师而乐于学,这样利于师生友好合作,顺利地完成任务。事实也表明,化淡妆上课的女教师深受学生欢迎,也得到许多家长的理解与赞同。

——林日新

第三只眼

“小学设中医课”是一手双赢好棋

□罗志华

这个学期,浙江省五年级小学生要开始学中医课。11日,记者从浙江省科学技术出版社获悉,60万册教材正加急刊印,出炉的首批10万册已在路上,不久将出现在课堂上。此前,还没有任何省份把中医药知识列入中小学地方必修课程。也就是说,浙江的小学生,成了第一批“吃螃蟹”的人。这一全国首创引发了热议,网上甚至出现了“中医粉”和“西医粉”的论战。(9月12日《钱江晚报》)

对于这一做法,难免会出现一些反对的声音。不少人认为,五年级已接近“小升初”的关键阶段,在此期间额外开设中医课,势必压缩语、数、外等主课的时间,不利于学生在“小升初”时考出好成绩。也有人认为,学生即使有必要学习医学知识,中医也并非那么紧迫,而安全教育及性教育才是更急需的课程。

这类观点,仍是应试教育思维的体现。假如把眼光放远就会发现,在小学里开设中医课,其实是对传统文化与健康素养的双重熏陶,称得上是一手双赢好棋。

这是因为,许多中医经典,比如《黄帝内经》《伤寒论》《本草纲目》等,本身就是国学经典,在中医课上接触这类中医名著,可以让学生得到传统文化的熏陶,领略到国学的魅力。

此外,提升全民健康素养是建设健康中国的必然前提,让小学生接触一些中医经典理论和实践,有助于提升他们的健康素养。更重要的是,很多养生谣言和骗人疗法正是假借了中医的名义,让孩子们接受正统的中医理论教育,将来养生谣言和骗人医术将会失去其生存的土壤。

画里话外

绩差惩罚 悖理违法



图/王成喜

陕西一公司员工因未完成业绩,被颁发“混吃混喝奖”,他们被迫在胸前举着“混吃混喝奖”的牌子,并被拍照,其他员工被迫在朋友圈中转发照片。这样的管理让员工很受伤。(9月12日央视网)

管理员工,提升员工的业绩要注重方式方法,以“混吃混喝”黑奖嘲讽,并在微信发羞辱照片,这不但不是一种狗血式的极端管理,更涉嫌侵犯劳动者权益,有伤人格和自尊。对这种无底线的粗暴管理必须立刻叫停。优管出优效,企业要发展壮大,先要学会尊重。

有道是:举牌“混吃混喝”,员工脸往哪搁?管理应有底线,岂能侮辱人格!另有诗为证:“混吃混喝”遭“举牌”,转发照片更不该。侮辱人格伤自尊,“文革”遗毒又重来。

文/zi色 feng 铃 诗/短笛无腔 题/等候 5608

中国贵州茅台酒 贵州民族酒业(集团)有限公司

付个运费 喝酒免费

特大喜讯 ◆树品牌,免费喝! 河北地区 1000 箱,送完即止!
◆是好酒,请您告诉一个人! 是孬酒,请您告诉一百人!

为感谢广大酒友们的长期支持与信赖,茅台镇为振兴民族酒业,再树酒业丰碑,让更多老百姓和国际友人能品尝到正宗茅台镇的国美酒,茅台原浆酒!在此国庆中秋双节来临之际,现将原价 2388 元/每箱 6 瓶限量供应实体店的原浆酒,供消费者免费品尝!只需付个运费!

中国酒都——贵州茅台镇历来被誉为“中国第一酒镇”。而在此免费供应的原浆酒正是贵州茅台镇生产的,采用的是当地的纯高粱经过十七道工序酿制而成,再经过 1-3 年的窖藏方才投放市场,这样酿制出来的原浆酒口感非常绵柔,口不干,第二天不会上头,是真正的粮食好酒。

也许您心里有疑惑,原价 2388 元/箱的酒,现在只需 199 元的运费就能送货到家,这真是茅台镇生产的茅台原浆酒吗?而如果真的是好酒,为什么厂家要做这样的活动?厂家是傻了吗?这里请您一万个放心,贵州民族酒业(集团)有限公司向您郑重承诺。

郑重承诺:为保障消费者权益,消费者订购的原浆酒均通过厂家直接发货,发现一瓶酒没有达到国家标准,您可拒收。为了防止个别经销商囤货,厂家规定,每人限购 10 箱,每天仅限 30 名(数量有限,售完为止)

同宗同源同窑 茅台镇原浆酒敞开喝 订购电话:400-9939-399

国网河北省电力公司石家庄 独家授权 北国电器

电网连万家 共享电气化

家电电费补贴

9月15日物到付
10元认筹 1000元电费补贴资格卡 加赠价值30元礼品

参与品类:电视、空调、冰箱、洗衣机、空气净化器、净水器、油烟机、生活小电器

北国店05251109 新华店05510566 先天下店05536531 裕发店05261649 裕和店05550500 裕中店05527754 裕元店09100682
单州路店05261016 天山店05244519 裕华店68093435 裕华店裕业广场店09916416 裕华店05256631 所有活动个别品牌及特殊商品除外

北国电器 BEIGUO APPLIANCE
您一辈子放心的选择

1000万电费补贴
百补
10000元