

新业态向未来开疆拓土

前不久，“中国品牌日”活动在上海举行，向全世界展示中国产品的魅力。全新的氢燃料电池汽车、可以边弹边录的智能钢琴、服务型智能机器人、用降解材料制作的中性笔……近200家自主品牌企业、13个自主品牌消费品体验区，以一系列面向未来的新产品，展示着中国经济新技术新业态新模式的蓬勃活力。

我们常说，科技是第一生产力。这实际上包含两层意思，一层是科技自身的创新，另一层则是新技术的应用，正是两者的共同作用，为经济增长点燃了引擎。以此来看今日之中国，一方面，大数据、人工智能、5G等领域的新技术不断涌现、高速发展，为产业转型升级提供了坚实基础，打开了发展空间；另一方面，广阔的市场、巨大的人口规模，又为新技术落地生根提供了肥沃的土壤，为新业态活力的迸发提供了适宜的环境。如雨后春笋般兴起的新业态，不仅是中国经济活力十足的风向标，更是经济稳中有进、

稳中向好的重要原因所在。

新业态，新技术，把一个新产业从无到有创造出来，向未知世界开疆拓土。比如，无论是家庭的服务型机器人，还是生产车间的智能制造，无论是自动驾驶技术的发展，还是“算法”应用的铺开，人工智能正在打开新业态的巨大想象空间。又如，移动支付引领支付体系、消费方式变革，金融大数据分析可直接为客户的风险画像，区块链开创着新的商业应用场景……数字技术正在重新塑造现代金融的运行方式。再比如，从网约车到共享单车，从电商购物到网络众筹，平台经济的兴起，为新业态的生长提供了全新的孵化器。不断产生新业态、新模式，不断通过“创造性破坏”实现新的可能性，这正说明中国经济具有强劲的内生动力与创新动能，能够在已知世界的边缘向未知世界进发。

新业态，还表现为新技术与传统产业的融合，能够让传统产业实现“老树新芽”

的增量变革。新业态信息化、数字化、智能化的特点，让越来越多的传统产业在拥抱“互联网+”“智能+”的过程中萌发新芽、焕发活力。有这样一个案例，一家传统的服饰企业，利用云计算对门店进行数字化改造，不仅打通线上线下销售，随时跟踪各种尺码、款式产品的销售情况，还将门店销售的动态实时数据与工厂相对接，用数据优化供应链，实现快速跟踪市场变化，以销定产。当有的品牌还在为店铺租金上涨、人工成本走高头疼时，这家企业却在去年创下成立20多年以来的最好业绩。用消费端的数据逆向优化生产端的供给，农业生产运用大数据分析可以提升效率，化工生产运用云计算适时调整参数大幅降低成本……新业态不仅让传统产业“新”起来，更让其“潮”起来，进而为市场提供品类更多、品质更好、品牌更优的有效供给。

不仅如此，新业态的出现还具有自我生长的特点，每一种新业态的出现，都会为下一个新业态的出现奠定基础，从而激发

着更多人的创新创业热情。有了移动互联网的发展，才有手机APP和“算法”推荐的兴起；有云计算、大数据的支撑，上亿人同时抢红包才具有可操作性；有地图导航、移动支付等技术支持，才会出现网约车、共享单车等新业态。而这些新业态的不断涌现，反过来又为创业提供了新的舞台，新业态的出现因而不断自我加强。未来将会是一个“大、智、移、云、物”网络，大数据、人工智能、移动通信、云计算、物联网这些先进技术的落地运用，将打开未来的无限可能，让人们的生活更美好。可以说，新业态为创新创业孕育了一片热土，让创新的源泉进一步涌流，创业的活力进一步迸发，成为中国经济的繁盛景象。

“中国经济是一片大海，而不是一个小池塘”。势头强劲的新业态，无疑是一个力证。放眼当下中国，新技术层出不穷，新业态风起云涌，新模式百舸争流。这既是中国经济的活力所在，也是中国经济的底气所在。 陈凌

针对近期“95”号码和移动转售业务“170”“171”等号段拨打骚扰电话严重扰民、群众举报投诉居高不下等突出问题，工业和信息化部信息通信管理局日前分别集中约谈了南京颀志苍信息科技有限公司等20家呼叫中心企业和远特(北京)通信技术有限公司等10家移动转售企业。(5月20日 新华网)

刮骨疗毒才能彻底清除骚扰电话

“请问您最近有购房需求吗?”“请问您有资金需求吗?”相信我们每个人在生活中都接到过不止一次这种类似的骚扰电话。此类骚扰电话在我们生活中犹如蚊蝇一般，虽然不会给我们带来实质性伤害，但却一直为我们带来骚扰，令人心烦。从网上的一些类似于“呼死你”的不良软件到专门从事此类号码中办的公司，这种对民众的电信诈骗行为切切实实给民众的生活造成了严重的干扰。

这种电信诈骗式的广告宣传方式真的有用吗?事实上，从消费者的心理而言，频繁地被一个商家进行电信诈骗，并不会激起消费者对商家消费欲望，只会引起消费者对它的反感，一个需要电信诈骗来进行推销的企业其产品质量也势必大打折扣。而对于那些专门从事号码中办的公司而言，一个公司从事的主要业务如果从本质上而言是在侵犯民众的权益，又如何能在市场上长远立足。看似是一个简单的骚扰电话，其实背后隐藏的是一个产业链，然而这个产业链上的每一个个体都不能获得真

正的社会价值和长远利益。

骚扰电话看似是一个简单的电话，这背后却反映出是民众个人信息、隐私的一些隐私没有被保护。对骚扰电话的整治本质上也是对于整个产业链的整治，从商家到专门从事号码中办的公司再到运营商，要想让每一个手机用户一个清静，就必须对整个行业进行整治，深挖违法问题，持续刮骨疗毒。约谈频繁拨打骚扰电话的企业是在亮剑，但是仅仅约谈是不够的，要想真正整治这一问题，还得持续出招。

对于骚扰电话需要协同联动、全民共治，完善相关的法律框架，对什么是骚扰电话作出明确规定，这样才能精准狠的打击要害；其次，运营商对骚扰电话应该建立起相应的举报机制，通过数据分析，对相关企业的限制乃至取消其的号码资源；最后，还应建立一个全国防骚扰信息综合服务平台，运营商定定期获取并更新用户的意愿列表，对营销电话进行源头拦截。更要建立对骚扰电话的举报、处置和追责机制，才能进一步推动行业自律。 钟语微

形式主义的加班要不得

“形式主义加班”戳中了职场人的痛点。

据说，在职场生态中，有一种加班屡见不鲜，如“唯时论”“坐班不做事”“领导不走我不走”等等，这种“形式主义的加班”现象，正在消磨我们的奋斗精神，是当代职场人不可承受之重。

眼见着下班时间到了，办公室里仍旧一派忙碌之象，接连不断的电话声、噼里啪啦的打字声、此起彼伏的讨论工作声等，谁还不是个“积极努力三好员工”呢?可惜，主动加班或“博领导一个点头”，在领导面前怒刷一波存在感，但职场同时也是现实的，用所谓的苦劳终究难以长远立足，职场还是要靠功劳来说话。

况且，加班是为了完成工作，而不是加给领导看，做给同事看的。假积极、伪奋斗能装一时，但总有露馅的时候。过度敷衍，领导总会发现，何苦来哉!

出现“勤奋给领导看”的症状不能只怪一线劳动者偷懒，被“形式主义”拖垮的职场人已经苦不堪言，我们其实更该反思的是这种职场文化形成的由来。在“领导不走，你也不能走”的不成文规矩的演化之下，底层员工战战兢兢，来自管理者的压力让其不敢早踏出办公室一步，而部分领导也以公司加班盛行为荣，直接将加班与工作态度、对公司忠诚度挂钩，认为不能加班的员工不是好下属，更是反向压迫着员工必须要加班。

畸形“加班文化”逼出的“形式主义加班”，非但不能体现公司整体的奋斗氛围，只能反映该公司考评方法与用人观的不合理，领导应该保持足够的清醒，判断责任分工是否明确、每位职员是否人尽其用，一味地鼓励“形式主义加班”并不可取。

工作时间因散摸鱼，下班时间开始加班，这样的上进，认真做错了地方。搞出加班的大阵仗，实际上却在消磨时间，身在办公室，心已飞回家里，每隔几秒就看一下时间，如此走形式、摆阵势、做样子的加班，不仅无法保证工作效率，继续下去，“形式主义加班”只会沦为“无效加班”，甚至是“消耗型加班”，催生消极怠工等副作用，降低员工对公司的归属感与好感度。当混日子的人越来越多，长远来看，企业终会失去活力和生机。

所以，到点下班不是过错，我们该旗帜鲜明地反对“形式主义加班”。要知道不加班并不等于不上进，高效率的工作才是根本。 范娜娜

大学生应聘不可言过其实

随着毕业季的到来，大学生求职无疑又进入了旺季，一份份用词考究的求职简历无疑是用人单位快速了解求职者基本情况“名片”。而面对当前日益严峻的就业形势，求职的大学生在求职简历中对自己专业特长、兴趣爱好以及实际能力等内容进行适度美化甚至升华，以便吸引用人单位的注意，也的确在情理之中，用人单位也会给予理解。但有些大学生可能是出于提高应聘成功率的考虑，在自己的求职简历中对自己进行过度地“优化”与“美化”，自称在学校举办的有关活动中显现出了较强的“领导力”，甚至称自己“经验丰富”，具有“战略眼光”。

我们应该知道，大学的四年生活，除完成学业外，组织的活动再多，走出校门时仍然是“初生牛犊”，根本谈不上“经验丰富”“战略眼光”。至于说“领导力”，它是指领导者把握组织使命及动员人们围绕这一使命共同奋斗的一种能力，它是领导者个体素质、思维方式、实践经验以及领导方法的综合体现，是领导者素质的核心，需要一个人经过多年甚至一生的实践积累，而这在大学课堂上是根本学不到的，凭几次短时间的社会实践或组织几次活动也是无法有效提高的。应聘者如果堂而皇之地将“领导力”写入个人简历，并以“经验丰富”“战略眼光”加以修饰，恐怕不会为自己的应聘增加成功因素，说不定还会给招聘单位造成好高骛远、华而不实之印象，因为任何一单位进行招聘，绝不是招聘“处长”“科长”一类的中层领导，也不是招聘“主管”“经理”之类的管理人员，而是要招聘具有一技之长的专业技术人员、能够独当一面的组织协调骨干、具有真才实学的执行人员。

因此，应聘的大学生在撰写求职简历时，切忌用评价过满的词语对自己进行过度拔高，也不要轻言自己的“领导力”如何，更不要谈什么“经验丰富”“战略眼光”，而应该结合自己平日的兴趣与爱好，用最简单、最朴实、最能真实反映自我的词语或语句来表达，对应岗位所需的能力与技能有针对性地多写一些，对自己较强的组织协调力、语言表达能力、文字写作能力等，最好能拿出具体的案例、作品、证书等加以说明，便于用人单位充分了解你的优势和长处，了解你能够干什么、擅长干什么以及你干事创业的理念、思路，这样或能让现场招聘的企业人员眼前一亮，给你一个可以充分发挥个人聪明才智的工作岗位。 袁文良

“谁来带娃”需多方求解

“人小”蛋糕大，服务空白多。据《经济日报》报道，我国有3岁以下婴幼儿约5000万人，入托率仅为4.1%，社会普遍反映家庭婴幼儿照料负担较重。

婴幼儿照料负担重，这不是新问题。提起它，不少年轻爸妈眉头紧锁，很多过来人仍“心有余悸”。带娃难，难在哪?很简单，就是没人带。双职工父母，分身乏术；找老人，精力不足；请保姆，“良莠不齐”……带娃问题事关千家万户，堪称不少家庭的头号“痛点”。

怎么办?需要各方支援。近日，国务院办公厅印发《关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》，明确提出促进婴幼儿照护服务发展。各地要因地制宜，切实把政策用好、用足，以简化审批、合理补助、税收减免等方式撬动企业、社区、公益组织、用人单位等的积极性，让各种各样的托育服务跑出发展加速度，最大限度

满足各种类型的需求。

比如，一些单位的“带娃上班”福利，大受欢迎。对此，不妨适当降低门槛，厘清责任边界，提供扶持措施，让用人单位顾虑更少、动力更足，让实现“带娃上班”的进度更快些。

此外，当前有关月嫂、保姆的风吹草动，总能牵动万千神经。如何提升其职业技能、提高其服务水平，需要做好顶层设计。比如将育婴员、保育员等相关从业人员纳入急需紧缺职业培训目录，提供政府补贴，有组织地开展大规模培训，强化行业管理，细化等级评价等，让从业人员素质、规模跟上社会发展需要。

民之所望，政之所向。“幼有所育”是保障和改善民生的重要内容。婴幼儿托育服务，缺口大，呼声高，亟待多方援手，八方回音。 夏凡



胡乱决策 责难逃

国务院新闻办公室日前举行国务院政策例行吹风会，司法部副部长熊选国介绍了《重大行政决策程序暂行条例》有关情况。《条例》除细化了重大行政决策的法定程序外，还对决策机关违法违规造成决策严重失误，或者依法应当及时作出决策但久拖不决，造成重大损失、恶劣影响的，倒查责任并实行终身责任追究。这就给某些习惯于乱拍板乱决策的公仆敲响了警钟。 吴之如 文/画

理性看待“种草经济”

最近，年轻人的世界开始流行“种草”，令许多人迷惑不解，是指栽花种草的意思吗?原来，此“种草”非彼种草，是泛指“把一样事物推荐给另一个人，让其他人喜欢这样事物的过程”。一些专家甚至发明了词语“种草经济”，认为“种草”把日常消费和网络社交结合起来，塑造了一种新的消费形态。

一名美妆达人在直播间试涂口红，给不同色号搭配不同使用场景；一名网络红人拍摄短视频，不时给某品牌零食“带货”；一名摄影爱好者在网上答题，顺带推介某款相机……在不少年轻人看来，“种草”无处不在，万物皆可“种”，只要你喜欢，就可以推荐给他人。“种草”之所以流行起来，跟消费观念的变化有关。以前人们偏向于功能性选择，但现在更多是一种态度选择，买一样东西，是为彰显个性态度以及品牌背后所代表的符号意义。此外，“种草”也被视为一种生活方式，通过“偶像同款”“同款衣服”等符号，找到和自己兴趣相投的群体，可以获得认同感和归属感。

“种草经济”本质上仍是一种注意力经济，是“网红经济”的进一步延伸。是在媒介碎片化的背景下，“网红”分解为各领域“博主”“达人”的自发性结果。值得注意的是，“种草经济”不同于传统消费业态，可以更深入地挖掘消费潜力。以前，一个东西要卖出去，更多是“货找人”，先有库存，然后打硬广告，再有营销；但在“种草经济”中，变成了“人找货”，只要有网红带货，就有人主动找上门。更夸张的是，需求是可以制造出来的，比如

你不需要某款“明星小药”，但看完直播之后，可能就有了购买欲望。因此，“种草经济”是一种粉丝群高度重合也能实现有效裂变的方式，它能实现更精准的营销。

“种草经济”作为一种新的消费业态，正在引起许多人的关注。比如有店铺闻风而动，每年需要花一笔不菲的网红服务费，其实就是变相的流量购买费用，瞄准的就是网红的带货能力。必须看到，“种草经济”虽然对提高消费者决策效率等提供了便利，但它有一些值得警惕的地方。首先是容易引发冲动消费，同一个事物，不同个体的认知可能出现偏差，兴冲冲地买回来，未必适合自己，退回去也不容易；其次，部分人气爆棚的“网红产品”最终被发现是“三无产品”或存在夸大宣传的问题，可能会带来某种潜在风险。因此，消费者要学会规避冲动型消费。

作为一个新闻从业者，笔者认为，“种草经济”让信息传播变得高效的同时，也让信息质量变得泥沙俱下。现在经常有一种现象，点开朋友圈的某篇文章，读着读着发现是一篇广告文，原来是给消费者“种草”来了——这对有需要的人来说固然是有用，但对不需要它的人来说，就是一种“信息污染”。从传播学的角度看，“种草经济”是通过内容传播来嵌入“带货”目的，这也意味着，自媒体可以轻易被商业绑架，甚至沦为商业服务。这提醒我们，“种草”可以，但要和正常的信息流区分开，这需要自媒体进行有效标识，平台学会算法甄别，各方共同努力，塑造天朗气清的网络环境。 王庆峰

还有多少“南应式”职业院校?

近日，南京应用职业技术学校又上了头条。据报道，5月22日，南京东方文理研修学院院长、应天职业技术学院原党委书记王中平和南京市应用职业技术学校校长张强，因在办学过程中涉嫌诈骗犯罪被南京市公安机关依法刑事拘留。同时，该两人还存在严重的违规招生等行为，导致部分学生和家長因学籍问题聚集。

有必要回顾一下此事。2016年，南京东方文理研修院以南京市应用职业技术学校名义，采取不实宣传、随意承诺的方式(包括承诺办理专业大中专文凭、护士资格证、包分配等)，实际招收家政服务(护工方向)专业学生。但由于无法兑现招生承诺，引发学生及家長强烈不满，进而导致聚集事件发生。

事情发生后，叮咚快评第一时间发表文章《虽要惩处造谣传谣，但对南京市应用技术学校招生中的违法不能失焦》，提出要涉事学校的违法违规问题调查清楚。此次调查进度之快，的确令人称道，但于

调查结果而言，却并不出人意料。通报里的“涉嫌诈骗”“违规招生”做实了。至此，南应的学生终于等到了说法。但对于千千万万关注此事的学生和家長而言，此事还不能休矣。因为南应的做法绝不是个别案例，它有典型性、代表性，甚至在某种程度上，揭开了职业院校“招生乱”的盖子。

必须承认的是，中职教育领域的确存在“招生难”现象，但不能为了完成指标，就无所不用其极。正如媒体所报道的，除了夸大宣传、虚假承诺等，有些学校还通过代理进行有偿招生，有的考生“被志愿”。这不仅是对学生不负责，长期来看，还会影响职业教育的社会声誉。

这一事件的发生，恐怕还只是职业院校招生乱象的冰山一角。有必要追问，全国到底还有多少南应式的职业院校呢?教育部门应该在全国各地清理清查，该亮牌就亮牌，该取消就取消，绝不容许“害群之马”耽误学生的人生! 青峰

Vlog 流行 年轻人的网络社交悄悄改变

今天，你拍Vlog了吗?近来，年轻人的短视频社交开始掀起新热潮。Vlog是Video blog的缩写，即视频博客、视频日记，博主用个人创作的视频记录日常生活。

和短视频相比，Vlog不受限于视频时长，短可几分钟，长则以小时计。Vlog的核心意义，不只是捕捉精彩一刻，而更讲究如何在日常生活中编排出故事，在碎片化的影像中展现个人连贯的逻辑，并传递情绪。

一位当红艺人经常用Vlog记录在美国的留学生活：素颜赖床、练大提琴、亲自下厨、上速路、化妆护肤、打地铺睡觉、时装周看秀……每条Vlog都有高达上百万的点击量，粉丝百看不厌，“吃饭看，睡觉看”。

若说艺人自带一定的“粉丝滤镜”，那么其

他许多受欢迎的“草根”Vlog博主，则通过为受众提供真实、有态度的生活记录受到欢迎。

相较于“懒人模式”的短视频，Vlog玩法自带一定的“门槛”。一方面，Vlog的内在叙事习惯，必须包含强烈主观表达意愿，博主要大胆露脸出境或献声，展现自我生活态度、价值观和审美取向等；另一方面，Vlog需要一点“编导意识”，整合了多个素材，再加上字幕、音乐等其他元素，展现给观众完整的视频叙事。

从创作者的角度来看，Vlog的流行，反映出当下年轻人的社交表达由单纯的新鲜好玩，渐渐向内在思考转变。不止于分享日常生活，“惊鸿一瞥”，满足于“自嗨”的社交分享爱好，Vlog是对个人经历的个性化浓缩和提炼。年轻人开始有意识地总结和归纳自己的生活

轨迹、职场心态、旅行动态，然后有逻辑地整理编排并分享出去。

比如有一类“治愈系Vlog”，集纳了做家务、做园艺、看护宠物的场景，细碎而用心的镜头无不体现了博主精致的生活作风，也让都市青年深受启发；工作之外，还有那么多美丽的居家色彩值得收藏。

透过Vlog，我们看到了一群直面自我和他人的人。他们直面镜头，自编自导自演。一个朋友和我说，她出国旅行期间，为了拍Vlog，经常边走边自言自语，还一度引起周围旅行团的好奇围观和议论，但她并没有因此害羞停下。“时时说出感受，这种旅行记忆是很独特的，也是之后不复再得的，所以丢点脸有什么大不了的”。这个朋友在国外每天晚

上一回到旅馆就整理素材制作Vlog，觉得比单纯美图晒九宫格更有乐趣和价值。

从受众角度来看，Vlog的火爆，反映出对“平民视角”的追求。比如以往很多旅行自媒体平台的短视频，都倾向于展现惊险刺激的冒险玩法，或炫耀常人难以抵达的孤傲之地。而如今更受年轻人喜爱的是接地气的Vlog。“平民视角”Vlog想要传递的信息是：谁都可以去旅行，去记录，去分享他们的旅行经验和故事，而不是把内容门槛抬高到别人做不了，或者说，别人只能羡慕嫉妒恨地围观。

每个人能以较简单的视频剪辑软件，去制作不简陋的“独家记忆”。拒绝“未被解释的生活”，反感零碎而粗陋的影像堆积，更抵制不真实的美化行为，这或许就是Vlog的魅力。 安娜