

流动人口减少说明了什么

流动人口减少,从总体上讲是一件好事,也代表一种方向,那就是对劳动者综合能力与素质的要求越来越高,能否转移、如何转移,还是要看劳动者个人的素质。

□谭浩俊

国家卫健委12月22日发布的《中国流动人口发展报告2018》披露,从2015年开始,全国流动人口规模从此前的持续上升转为缓慢下降。2015年国家统计局公布全国流动人口总量为2.47亿人,比2014年下降了约600万人;2016年全国流动人口规模比2015年减少了171万人,2017年继续减少了82万人,流动人口总量为2.44亿人。

在人口数量没有减少的情况下流动人口减少,到底是一种什么现象呢?从上世纪80年代初开始到2014年,流动人口都是增加的,其中,1990年到2010年这一阶段流动人口增长速度最快,从1990年的2135万人增加至2010年的22143万人,年均增长约12%。从2010年开始,流动人口增加速度逐步放慢,到2015年转入下降阶段,3年时间减少了近900万人。在短短的5年时间内,流动人口就从快速增长转向负增长,绝不是偶然的,而是经济

社会发展到一定阶段必然出现的现象。

城乡结构优化,无疑是流动人口减少非常重要的原因。人口流动最快的时期,就是农民大量进城时期。在那个时期,只要愿意进城的农民,都能找到适合自己的工作岗位,找到新的生存空间。所以,越来越多的农民开始了他们的迁移,虽然在户籍制度下他们的户口还在原籍,他们的身份还是农民,但是,他们也都已在城市找到了落脚的地方,找到挣钱的机会。

三十多年过去了,第一代农民工开始了回乡养老的历程,第二代、第三代农民工并不想重复他们父辈的生活,他们也不再是找到一项工作就心甘情愿地去做,而是会有选择地去做。更重要的是,农村也建起了许多新的工厂,他们不需要进入城市就能挣到钱。所以,进城务工人员数量明显减少,这种城乡二元结构的变化、优化,有效带动了农村流动人口的大幅减少。

劳动力结构优化则是流动人口减少的又

一重要原因。过去在劳动力的使用上,多数都是靠力气,靠不怕苦。但是,随着产业结构的不断优化、产品结构的逐步多元化,传统的生产经营已经很难满足市场需求,只会从事简单劳动的劳动者也逐步失去了优势。尤其是互联网快速发展后,用人单位对劳动力的整体素质、综合能力提出了极高的要求,一些缺乏技能和技术且没有培养空间的人,大多失去了就业机会,导致一部分原本属于流动人口的人逐步退出了流动人口行列。

必须注意的一个事实是,新生代流动人口占比在不断提高,他们利用掌握的技能和知识,无论是城市的还是农村的新生代居民,都在主动扮演着流动人口的角色,农村的往城市流动,小城市的向大城市流动,同时,也出现了反向流动现象。在新生代流动人口中,按照相关机构提供的数据,“80后”所占比重为35.5%,其次是“90后”占24.3%,两者合计占了新生代流动人口的近六成。

此外,产业结构优化也是流动人口减少的

原因之一。产业决定就业,产业发展得好,接纳的就业人员就多。从近年产业结构的变化来看,随着供给侧结构性改革力度的加大,传统、低端制造业已经很难维持正常的生产经营,因此,其接纳就业的能力也将逐步失去。取而代之的是新兴产业、高端装备制造业、互联网产业等,这些产业对劳动者综合能力和素质的要求很高,无论是农民工还是综合能力不强的城市居民,都将很难找到适合自己的岗位。

相反,那些具有较高素质的大学生,就业的空间则会越来越大、渠道越来越宽。流动人口的结构也开始从相对低端转向了相对高端,数量开始减少,流动的效率则在提高。这种由产业结构优化带来的流动人口减少,无疑是经济转型取得了巨大成就的结果,也是改革开放必然会出现的现象。

所以,流动人口减少,从总体上讲是一件好事,也代表一种方向,那就是对劳动者综合能力与素质的要求越来越高,能否转移、如何转移,还是要看劳动者个人的素质。

“默认搭售”

抢票加速包、酒店或汽车票优惠券等“优质服务”被默认勾选,支付价格莫名比票价高……一段时间以来,不少消费者网购火车票时发现,部分火车票网购平台暗藏消费陷阱,消费者在不知情的情况下,花了冤枉钱。对此,消费者协会有关专家表示,通过技术手段进行隐蔽的“捆绑搭售”属侵犯消费者合法权益的行为,消费者应积极依法维权。

新华社发 朱慧卿 作



一口气变更60个地名 百姓为何不买账

□于立生

一口气拟命名、更名城区60条街道?近日,湖北恩施市政府官网发布的落款为恩施市民政局的《关于城区部分街道命名更名的公示》,引发当地舆论强烈质疑。纵观民意的不满,主要集中在三个方面。

其一,地名变更关涉文化传承问题;而文化的本质,即人化。一些当地市民耳熟能详、深入人心的老地名,如金龙大道、金凤大道等,说改就改了,这让生于斯、长于斯的市民在情感上难以接受。

其二,此次命名、更名的11条主干道中的8个,一一对应套用了恩施州的8个下辖市县名,如恩施大道、利川大道等,并没有和相关地点的具体风貌结合起来。这显得机械生硬,没有个性特色,缺失人文底蕴。

其三,命名本应当尽量讲求高识别度,讲求唯一性、排他性。可此次恩施市民政局公示的部分街道拟命名,与周边市县即恩施州其他下辖市县的街道重名了,呈现出失序乱象。有市民调侃:“我在恩施(市)的建始大道,没在建始(县)的建始大道!”,真让人心累……”

这只会给市民带来现实干扰。

何以会出现这样的局面呢?

且先不说地名变更涉及文化传承,本就兹事体大。单以现实层面而言,地名变更也是牵一发而动全身,引发连锁反应的事。比如,会带来地图书籍、公民户籍证件、单位印章、商户牌匾等的一系列同步变更,耗时耗力耗钱——各项以旧换新,将消耗难以计数的行政成本和社会成本;同时,自然也会影响市民的出行问题。所以,这本质上就是个关涉重大公共利益的事。而对于事关重大公共利益事项的决策,众所周知,一个基本常识是不应少了专家论证和公众听证的环节。

看看恩施市民政局在街道命名、更名公示文告中的说法,却仅仅是“征求了部分社会知名人士、市属部门意见”而已。这般的程序简化、便宜行事,比“关门决策”好不到哪儿去,相关工作做得也太不充分了。

说是征求了部分社会知名人士的意见,都有谁?组织民俗、历史地理、旅游、财政等相关领域专家、学者进行过科学论证没有?又可曾征集市民代表,尤其是上了年纪的市民代表,组织召开听证会听取意见、建议?又可曾通过问卷调查、网络调查等方式进行社会征询、民意采集?

随着城市化大力推进,好多城市扩容,道路新增。但地名沿革,如何做到传承有序——能不变的尽量不变;必须变的才去变;新增地名反映出相关地点特有风貌,为人喜闻乐见、普遍认可,则考验着相关部门的管理能力和智慧。“开门命名”,重视专家意见和公众意见,集思广益,则是达到这一目标的正途。

@新闻短评

新闻:据《华商报》报道,西安一女士将手机落在商场卫生间,询问现场的保洁员,说是没看到。工作人员将丢手机一事进行广播后,一对母女来到服务台,小女孩说在二楼卫生间捡到一部手机并交给了现场的保洁员。最后,那位保洁员把该女士单独叫到卫生间,手机就还回来了。目前这名60岁的保洁员已经被辞退。

点评:良知与年龄不一定成正比。

新闻:据《北京青年报》报道,一个警察,两个犯罪嫌疑人,三人操着东北话“斗智斗勇”的系列搞笑普法视频近日在网络走红。视频是由四平警方宣传处制作,有30多期,不仅有关于吸毒、偷盗、酒驾的,还有关于电信诈骗、冒充公职人员等。不少网友都留言称在“追剧”等更新。

点评:寓教于乐。

新闻:据每日经济新闻报道,揭露“假体检”的爱康国宾也被爆出问题。上海市民贾先生在爱康国宾一门诊部做体检,特地额外花了200多元,增加前列腺超声检查。爱康国宾出具的超声报告显示他的前列腺以及肾脏都没有问题。可医院的检查结果显示,贾先生不仅前列腺增大增生钙化,还有多个直径约3毫米点状回声,右肾还有一个囊肿。

点评:先自检吧。

“替父卖酒”的圈套透支消费者信任

□毛建国

近期,一大波“替父卖酒”的营销广告在网上刷屏。故事的主人公通常是青春靓丽的女大学生,名叫“陈静”,放弃高薪或者城市生活,回到贵州茅台镇老家帮助父亲卖酒。最新消息称,网上传播的“替父代言卖酒”推文系虚假广告,贵州省仁怀市茅台镇醉匠酒业有限公司被仁怀市市场监管局认定已造成一定负面影响,加重处罚,罚款45000元。

“陈静卖酒”的虚假广告,不禁让人想到了“杨霞卖蜜”。此前,不少自媒体都转发介绍了“杨霞”的事迹,并以《那个叫“杨霞”的女人,你在某某地方火了!》为标题进行宣传。把镜头拉得更长一点,还可以看到各种各样的“美女卖茶叶”,以及打着公益名义的“滞销老农”。这些推文有一个特点,他们不仅卖产品,而且卖故事卖情怀,主要套路有三种,一是卖悲情,以一种悲惨的面貌出现;二是卖感情,以公益的形式打动人心;三是卖激情,以美女的故事来满足想象。

其实,这些套路也未必有多高明,仔细甄别不难看出破绽。这也是让很多人费解的,“替父代言卖酒”何以大行其道?对消费者来说,最想听到、最能安慰自己的一个解释,可能还是“善良”。这里只能提醒消费者:在市场上,当有人开始大讲故事时,那就要格外小心。从“杨霞卖蜜”到“陈静卖酒”,套路的形势在变,但其本质不变,消费者只能保持一双慧眼,不轻信、不盲从。

这些套路营销,很多都是以推文的形式通过自媒体发布出来的。作为互联网广告的全新领域,自媒体日益涉入广告市场,但很多自媒体简直是标准的“有奶便是娘”,只要有钱,什么单子都接,根本不对内容进行任何审核,不仅制造谣言,还制造虚假广告。甚至不仅是自媒体,就连一些互联网平台也发挥了不光彩的作用。就拿“陈静卖酒”来说,这个故事在很多门户网站及APP上都出现过,基本的审核与把关,去了哪里?

这些套路营销,虽有一些受到了惩罚,可还有更多则被轻松放过;即便有受到处罚的,往往也没有“伤筋动骨”。“替父代言卖酒”当事企业被罚款45000元,这还是加重处罚的结果。这样的处罚,能起到多大惩戒作用?其实,所谓套路营销只是一种形象说法,其本质乃是虚假广告。《消费者权益保护法》第四十九条规定,“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍”。消费者的权益应该得到保证吧?况且也没有看到对涉事自媒体的处罚。

“古有木兰替父参军,今有陈静代父卖酒”?“替父卖酒”的圈套透支社会信任。现在,“杨霞卖蜜”凉了,“陈静卖酒”也凉了,可是,如果一些核心问题始终得不到关注和解决,那么走了“杨霞”“陈静”,还会有其他的圈套出现。而当消费者成为惊弓之鸟,对市场来说,真不是什么好事。