

今日评论

关键词 | 共享经济

建立在科学管理的基础上,所有社会资源都可以成为新语境中的“公共资源”,传统意义上的公共服务也将因此获得更加丰富的外延。(详细报道见今日本报AI·10版)

共享经济考验精细化管理

本报评论员 赵志福

9月13日上午,郑州市交通委、城管局、公安局在交通委二楼会议室对摩拜、ofo小黄车、酷骑、轻力、易购宝5家共享单车运营企业进行约谈。针对共享单车在使用过程中出现的问题,相关部门要求,在出台相关指导意见之前,所有运营企业暂停市区共享单车的投放。同时,运营企业要配合政府主管部门工作,加强互联互通,加强信息报送与共享,尽快实现运营信息与相关管理部门的信息共享。

今年3月,共享单车开始在郑州市投放,因深受市民喜爱,共享单车迅速呈现出“井喷式增长”的趋势。共享单车日益火爆,为市民出行带来便利的同时,也为城市管理增添了不少新的话题,乱停乱放者有之,不按交规骑行者亦有之,更有甚者,肆意破坏乃至窃取车辆。凡此种种,无疑是共享经济融入社会生活中遭遇的尴尬与挑战。

最近一段时间,北京、上海、广州、深圳、福州、郑州、南京、武汉、宁波等10余个城市,先后宣布暂停共享单车新增投放。随着郑州市加入其中,可以想见,这个名单还将不断拉长。越来越多的城市叫停共享单车新增投放,表面看起来是为了缓解城市交通“阵痛”,深层原因则是致力于资源的科学分配和利用——共享经济的核心是充分利用资源,如果任由共享单车无限投放,难免会因利用率低下而导致浪费。更为重要的是,闲置的共享单车势必挤占公共交通

资源,同时对城市管理资源造成无谓的浪费。

在共享单车“井喷式增长”的过程中,企业粗放式管理的弊端日益显现。共享单车之所以方便,最大的特点是没有设定具体归还地点,用户可以随时随地锁车离开。不过,这种放任自流式的管理给公共出行带来便利的同时也制造了麻烦——写字楼、商业区等人流密集区单车停放爆满,甚至干扰行人车辆正常通行;同样是人流密集区,火车站等严管地带却很难觅到共享单车。就全国范围而言,共享单车管理都是一个亟待破解的城市管理难题,这也是共享单车能否一路走好的关键所在。

共享经济的一大特征是无“人”介入——供求双方无需会面即可完成交易。不过,无人介入不能无人管理,更不能无人监督。对于企业来说,经历了“成长的烦恼”之后,是时候告别“跑马圈地”的冲动,以精细化管理重新开启新布局了。对于职能部门来说,叫停共享单车“增量”之后,更大的课题是如何通过制度化管盘活“存量”。要想达成这样的目标,同样离不开共享思维——有形的物质资源之外,无形的信息资源同样需要共享。建立在科学管理的基础上,所有社会资源都可以成为新语境中的“公共资源”,传统意义上的公共服务也将因此获得更加丰富的外延。除了共享单车之外,涉及公共生活的诸多方面,都不妨借鉴这样的管理思路。

观点圆桌

成都金堂县金龙镇街道上一处民房突发大火,一中年男子从窗户跳出,最终抢救无效离世。房内男子的9岁女儿“照老师教的”躲进湿被子,隔绝了大火产生的有害气体,为自己争取了获救的机会,随后被进屋营救的消防员救出火海。小女孩说,用湿被子盖头的方法是学校老师教的。其在小学的老师说,该学校开设了安全教育培训,其中包括火灾逃生培训。

观点1:“女童火海逃生”再证生命教育可贵

汪昌莲:一家人遭遇火灾,不同的结局,值得当今社会深思。父亲选择跳楼逃生,结果因重伤不治身亡;母亲不会逃生,被重度烧伤,目前仍未脱离生命危险;他们年仅9岁的女儿,则因为躲进湿被子,隔绝了大火产生的有害气体,而成功逃生。特别是,女孩选择的正确逃生方式,是“照老师教的”,其所在小学,开设了安全教育培训,包括火灾逃生培训。

9岁女孩“照老师教的”火海逃生,再证生命教育可贵。普及生命安全教育,应成为学校急需补上的“第一课”;全面系统地编写应急教育教材,才是对在校

学生进行生命安全教育的。在此基础上,生命安全教育应进入社会各个阶层,让应急技能贯穿人生的始终。比如,在小学阶段就开始开设游泳课,让孩子们自小就学会游泳,经得住风浪的考验,而且要教会他们如何规避意外风险。通过生命安全教育,彰显“知识守护生命”的人生理念,体现以人为本的教育原则,促进人的自然生存和社会生存能力的提升,有效地预防意外人身伤害,将影响程度降至最低,为每个家庭的幸福和谐提供坚强的保障。

观点2:逃生技能教育不能只面向学生

何勇:我们有必要清醒地认识到,父女两人在火灾面前做出的不同的选择和命运,其实从另一个角度暴露出了当下我国逃生技能教育存在明显的短板。

近年来,社会各界特别是学校越来越重视逃生技能教育,从幼儿园阶段就开始培养孩子的逃生技能和意识,绝大多数学校都按照规定每学期开展防震、防火灾等相关演练。但就整个社会的逃生技能教育状况而言,并不理想。目前主要甚至可以说是仅仅面向在校学生开展逃生技能教育,而对于社会上的成年人却很少向他们开展逃生技能的普及性教育活动。

逃生技能教育的这种格局和短板的

存在,就造成了一个相当尴尬的现实和结果,未成年的学生掌握的逃生技能和懂得的逃生知识,往往比没有接受过逃生技能教育的父母、大人多得多,使得孩子们比父辈更知道如何科学逃生。

可见,让更多的人,在灾难和事故面前可以自救,逃生技能教育不能只是面向在校学生,必须向全社会每一个人普及。消防减灾部门应当走进社区、走进厂矿、走进普通大众中间,开展全民逃生技能教育,尽可能增加人们的逃生知识。同时,公安等部门有必要以小区为单位,建立起居民逃生演练机制,增加居民在灾难面前的逃生实践能力。

9月13日上午,有“网络大V”在微博发布消息称,“烟王”褚时健于当天去世,引发了网友们广泛关注。尽管最终被证实为假消息,但造成的影响却无法消弭,褚马昱辉农业发展有限公司常务总经理李黎在接受记者采访时表示:“这件事对褚老,对他的家人,以及对我们的产品,造成了极坏的影响,我们肯定会追究到底。”

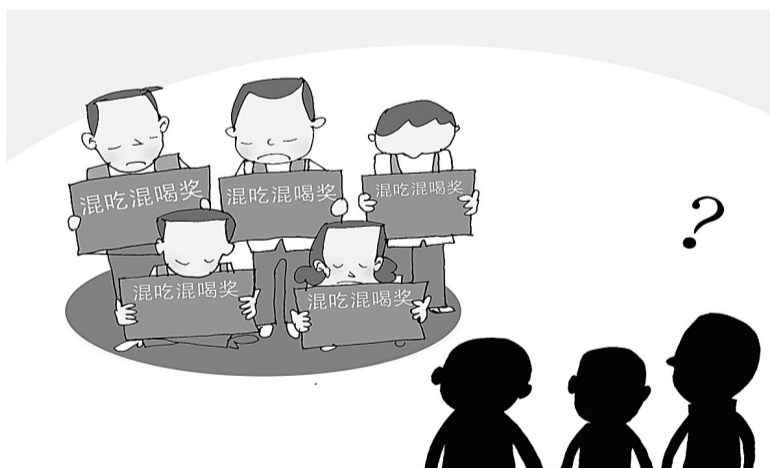
褚时健“被去世”谣言应依法追责

江德斌:经媒体追根溯源发现,该消息最先出自金融博物馆理事长王巍的一条微博,在经过诸多网络媒体转载报道后,王巍随后又删除该条微博,并在微信群回应“误传已删”。可见,褚时健“被去世”的谣言源于“网络大V”,属于自媒体发布渠道,但其它网络媒体在转载时,却过于追求发布效率,而忽视了对信息真实性的求证,导致谣言被正规媒体传播开去,社会影响得以扩大,令更多人因信任媒体而被误导。

可见,在褚时健“被去世”谣言事件中,自媒体和网络媒体均有责任,没有遵守新闻基本原则,未做进一步查证工作,对于信息的真实性、可靠性处理太过草率,才出现这一低级错误。褚时健是社

会名人,媒体对他的情况做过多次报道,各种细节均无遗漏,其家庭状况、公司联系方式都是公开化的,并不存在信息沟通的障碍。媒体只要打个电话就能了解的事,却在抢头条、拼速度的恶性竞争下,轻易被放弃了,实在是太不理智。

名人本身就是舆论热衷报道的焦点,其“去世”更是大新闻,能够获得广泛关注,对于自媒体、新媒体而言,意味着巨大的流量红利。而且,名人“被去世”谣言即便被拆穿后,也往往不了了之,缺乏后续追究行动,导致造谣和传谣的成本太低,难以遏制住其他人效仿。因此,对于名人“被去世”谣言不能置之不理,受害人应积极维权,让造谣者和传谣者付出法律代价,从而谨言慎行,不敢再随意捏造谣言。



羞辱员工算什么管理手段

张涛文 沈海涛 图

据《华商报》报道,9月10日,陕西宝鸡一网友在微博发文称,位于宝鸡市居然之家世纪茶萃店内的懒家婆装修公司对未完成销售业绩的员工集中胸前举牌拍照,并勒令其他员工在朋友圈中转发照片,这样的管理让员工很受伤。

员工没有完成业绩考核,自然会在薪酬考核中体现出来,想要混吃混喝谈何容易?退一步说,如果员工轻轻松松就能混吃混喝,那么,是不是应该给管理者颁发一个“管理无能奖”呢?近些年来,类似的羞辱员工创意着实不少,其中,有让员工大喊我不要脸的,也有让员工当街爬行的,还有让员工挨个接受胯下之辱的……此类拙劣的创意,只有想不到,没有做不了,一次次令人大跌眼镜。虽然始作俑者都打着激励员工的旗号,但却很难掩饰其奴役员工的冲动,正是因为不把人当人看,所以才会有各种泯灭了人性的所谓创意,如果这也能被自称为企业文化,这样的企业

无疑是邪恶而且可怕的。

《劳动法》明确规定,侮辱、体罚、殴打、非法搜查和拘禁劳动者的,公安机关可以对责任人员处以十五日以下拘留、罚款或者警告;构成犯罪的,对责任人员依法追究刑事责任。羞辱员工的创意之所以不断花样翻新,一个很重要的原因就是,很少有人因此真正受到法律的制裁,更有甚者,还涌现出大量以培养奴性文化为能事的培训公司,专门为那些泯灭人性的企业出谋划策。站在员工的角度来看,工作来之不易,难免会因此忍气吞声。站在监管者的角度来看,当羞辱员工被当作管理手段的时候,理应及时介入。

实际上,多数羞辱员工的创意都不是偷偷摸摸进行的,因为始作俑者既想给员工一个教训,又想趁机扩大企业影响,所以类似的羞辱创意采取的大多是昭告天下的态度。那么,如果每一个拙劣的创意都能受到法律的惩处,那些企业又何至于如此明目张胆、有恃无恐?

郑州奥斯卡餐饮有限公司(花田煮火锅连锁店)招聘
1.服务员20人,工资:底薪(2300元-2800元)+全勤奖(200元)+绩效奖金+提成+奖金+包吃住。
2.后厨切配8人,工资:底薪(2300元-2800元)+全勤奖(200元)+绩效奖金+奖金+包吃住。
3.洗碗工和保洁各6人,工资:底薪(2000元-2600元)+全勤奖(200元)+绩效奖金+奖金+包吃住。
工作时间:上午:10:00-14:00;下午17:00-21:30,每月休三天。
联系人:0371-53789267 崔老师13683718692(手机号同微信) 周经理13592227801(手机号同微信)
邮箱:634349648@qq.com 地址:郑州市管城区东太康路大上海城六楼

大河报广告中心服务点:
1.郑州市城东路顺河路口南20米路东 66369622 66302345
2.郑州市农业路东28号 65796171 65796172
3.中原路与大学路交会处向北50米路东(大学路40号) 67947825 67425030
4.郑州市黄河路与政七街交叉口向东100米路南水利厅一楼南辅 65970450 65970445