

聚焦城市抢人大战：“户口空挂”隐忧何解？

■ 冷昊阳

近期,随着天津等地加入“抢人大战”,各地的招才引智举措再次受到社会关注。在城市降低落户门槛之后,人未到、户先落的“户口空挂”现象成为舆论关注的焦点。

天津:杜绝“户口空挂”

据中新网报道,从去年开始,为了招才引智,全国20余个城市纷纷给出了相关的引才“红包”。而其中的落户政策,则是民众最为关心的版块之一。

“抢人大战”最新的入局者天津于5月16日发布了“海河英才”计划。其中,全日制高校本科毕业生不超过40周岁就可以在天津落户。

政策一出,天津落户申请火爆。据当地媒体报道,5月17日,天津市人社局透露,自天津发布“海河英才”行动计划以来,不到1天便有30万人办理落户申请。而根据媒体最新报道的数据,截至21日,已有5800余人直接落户天津,领取调档函的人数则超过2.7万。

“从这几天的办理情况来看,申请人数非常多,在政策发布的第一天,就有30万人上网,今天的网络访问量已经突破80万。这样的关注度,的确超出了我们的预期。”天津市人力资源和社会保障局局长杨光在21日接受媒体采访时表示。

在落户火爆场景背后,也出现了一些争议。对此,天津市人社局20日回应:此轮人才落户新政,目的在于支持有意来津真正参与天津各项事业发展、愿意在津脚踏实地创新创业的人员,而不是借落户之机,单纯挂靠户籍,或为子女获得参加高考资格、买房炒房的各类其他人员。

同时,天津市人社局强调,要合理界定引进的是否是天津真正所需的人员,确保杜绝“户口空挂”、“暗度陈仓”等现象的发生,必须严格执行落档才能落户的规定。

何谓“户口空挂”?

天津的“海河英才”计划发布之后,短时



● 4月12日,北京某高校内的毕业生双选会上,一家企业贴出了解决户口的告示。冷昊阳 摄

间内便吸引了不少民众的关注,张锐就是其中的一员。

张锐来自河南济源,2015年从四川某“双一流”高校本科毕业后,便来到北京工作,而他的户口,则从成都回到了河南老家。

天津的户籍新政一出,张锐就看到了机会。

“天津市的政策此前一直较紧,并没有很好的落户机会,这次机会一定要抓住。”在张锐看来,无论是享受公共服务,还是未来的子女教育问题,一纸天津户口都比济源户口更有竞争力。

“更何况,从北京到天津,高铁只需半个小时。”张锐称。

张锐还告诉记者,落户天津,自己早有打算。作为一名创业者,他在一年前便将公司注册到了天津,“因为天津当时有着更好的创业和税收政策,有利于降低成本。此外,天津也让我看到了更多的落户可能。”张锐说。

在张锐看来,相比于天津,在北京生活和创业有着更好的资源优势,所以他平时的办

公地点,缴纳的社保、税收都在北京地区。

“即使拿到了户口,我也不会去天津工作。”张锐说。

像张锐一样持有北京社保的“北漂”是否可以落户天津?记者致电了天津市宁河区行政审批服务中心。

一位工作人员解释称,来天津落户,原则上不能有异地的社保。“如果申请人持有异地社保,我们也可以办理,但是经后台查询后可能会被清户,由此造成的后果由个人承担。”

此外,针对此前已经取得准迁证的该类人是否会被清户,该工作人员回应说,那时尚未有异地社保的相关要求,但是是否会被清户要看后台工作人员的审核。

“户口空挂”影响几何?

在现实中,“户口空挂”现象并非个例。这种现象可能会有何影响?

中国社科院社会发展研究院研究员张翼介绍,无论是在户不在,还是户在人不在,

“户口空挂”的现象都会导致公共资源的设计、配置、使用等方面出现问题。

“到底有多少人要在这个城市上学?有多少人需要就业?政府在制定城市规划的过程中,都需要详细的人口分布数据,从而根据市场的变化来规划。”张翼解释称。

同时,张翼还告诉记者,城市管理者希望把人才和户籍都留在本地,但社会的发展、市场的变化使得人口不可能永远在户籍所在地稳定就业,这就需要各地在制定人才战略过程中做更多有针对性的设计。

此外,记者调查发现,“户口空挂”现象还催热了中介市场。

21日,记者致电了一位自称可以代办天津市落户的中介,当记者告知自己符合年龄、学历要求后,该中介工作人员给出了记者落户天津的报价:3万元。

这位中介告诉记者:“如果委托我们办理,无需落档,只需提供身份证、毕业证和学位证,我们可以通过‘内部通道’来办理,一周左右即可拿到户口的准迁手续。”

专家:应加快推进户籍制度改革

在激烈的城市“抢人大战”中,“户口来了,人没来”的现象值得深思。

张翼分析,一项政策的出台,需要政策制定者对城市的定位、民众对政策的需求进行详细推演,以免发生类似的摩擦。

此外,还有声音指出,“户口空挂”现象的背后,映射的是民众对现有户籍制度的焦虑。在张翼看来,要从根本上解决这种焦虑,最终还是需要加快推进户籍改革。

张翼分析,当前的户籍制度改革需要进一步完善,大城市中的非户籍人口比较多,而很多城市又以户籍为指标来配置社会资源,这也导致人们看重附着于户口之上的城市资源和服务。

张翼告诉记者,户籍改革的大方向就在于逐步剥离附着于户口之上的城市公共服务分配功能,让户口回归其本身的人口登记功能。

(应受访者要求,文中部分人物为化名)



共享汽车:起了个大早,赶了个晚集?

当共享单车成为出行行业的翘楚、投资资本的宠儿的时候,和共享单车基本同时起步的共享汽车,却一直步履蹒跚、不温不火。共享汽车何以起了个大早、赶了个晚集,消费者疑惑、投资者不解、行业人思考。

为什么不是共享汽车:先天不足

据业内人士介绍,共享汽车脱胎于汽车的“分时租赁”,起步于2015年。而以扫码为标志的共享单车,直到2016年才大规模流行。

但经过两三年时间的大浪淘沙,为什么“火”起来的却是共享单车而非共享汽车呢?

专业人士认为,和共享单车比起来,共享汽车可谓“先天不足”。

从需求角度看,共享单车解决的是用户出行1至3公里的痛点,而共享汽车致力于用户15至100公里的多样化出行需求。1至3公里的出行需求,远远大于15至100公里的需求。这是共享汽车无法和共享单车竞争的市场基础。

从产品角度看,中国素有“自行车王国”之称,下至少年儿童,上至大叔大妈,几乎没有不会骑自行车的。而起步较晚的汽车虽然近年来呈井喷之势,但至今C1机动车驾驶执照持有者仍只占我国总人数的少数。这是共享汽车无法比拟共享单车的天然劣势。

从运营成本看,一是单车的实物成本价值与汽车的价值不可同日而语;二是单车不受牌照限制,在资本允许的情况下能进行无限量扩张,而共享汽车却是“一照难求”;三是共享单车因其小巧方便,可以免费占用公共停车资源,而共享汽车则必须要租赁正规的停车位来停放。

共享汽车:敢问路在何方

和共享单车比起来,共享汽车可谓生不逢时:共享单车是在人们饱受“最后一公里”的“黑摩的”、“黑三轮”之苦后顺时而生,一出生就得到了广大消费者的追捧。而共享汽车一出生就“命途多舛”:前有出租车的堵截,后有网约车的围追,旁有传统租车业务的挤压。

那么,共享汽车的出路在哪里:我们还是分析一下目前共享出行方式的结构吧:3公里以内,共享单车优势明显;5公里至20公里或2小时以内,除了公共交通之外,蛋糕多为出租车或网约车瓜分;300公里以上或1天以上,传统的租车服务当仁不让。

但是,在20公里至300公里或者2小时至1天的这个出行区间内,却出现了一个“供给空档”,截至目前尚没有一种出行方式能够很好地满足这一市场需求。业内人士认为,这就是共享汽车的发展空间所在。

从事共享汽车业务多年的有车出行CEO崔睿哲认为,20公里至300公里的需求,应该是“A-A”式需求。典型的出行场景,就是以公司或者家为A点的往返出行,比如远距离的上下班通勤,周末自驾游,公务外出等等。这些需求通过共享汽车分时租赁的方式,使整个租车过程比传统租车耗时更短、服务更加方便、费用也更加划算。

市场需要“教育”扩张不能盲目

限行限购正在成为各个城市的共同选择。人们出行的多样化需求无法满足,这为共享汽车行业的发展提供了市场基础。

和共享单车相比,共享汽车的使用门槛要高得多。而针对共享汽车的使用场景仍然在普及以及“教育”市场的阶段。例如:用户使用共享汽车的卫生习惯、共享汽车的押金机制、共享汽车的异地还车机制、共享汽车的蓄能能源问题等等。当市场用户经过教育,在熟悉和掌握了这些“汽车文明”之后,共享汽车的时代才会来临。

和共享单车相比,共享汽车对使用者的“高门槛”,也促成了共享汽车的优势。比如,因为乱停乱放,一些地方对共享单车亮出了“禁止入内”的红灯,但大多数的共享汽车企业,都通过预租停车位,有效解决了停车难题,使使用者在大型商圈周边、中心城区等都能方便快捷停车。以共享汽车公司有车出行为例,这家公司在北京布局了200多个网点,用户可以多元化选择共享汽车服务。

业内人士认为,随着共享出行行业日益发展完善,多数平台开始进入资源整合期,不计成本的“烧钱”模式已经过去,野蛮生长、跑马圈地的时代行将结束。无论是资本的运作效应,还是“烧”出来的火爆需求,都需要接受市场的检验。这,对于不温不火的共享汽车,或许是一声来自春天的问候。

实现高端乐器“中国造”,我们该如何发力?

■ 新华网记者 赵碧清

作为世界上最大的乐器生产和出口大国,全球60%以上的产品在我国生产。但同时,我国乐器大部份产品属中低端型。随着我国科技发展和艺术的普及,乐器行业应打造自有品牌实现高质量发展,满足人民日益增长的美好生活需要。

乐器行业虽然是轻工制造业的一个小行业,但可延伸到音乐教育和音乐文化的大市场,属于国家文化产业的一个重要组成部分。目前全国现有两万多家乐器的经销商——琴行,乐器培训机构多达64万家,所以乐器产业延伸到琴行销售和音乐教育,也成为一个大产业。

中国乐器协会常务副理事长曾泽民介绍,目前,我国有乐器制造商6000多家,但小微企业多,2017年规模以上企业仅有257家(其中西乐器企业数148家,其他乐器及零件制造46家,中乐器37家,电子乐器26家),主营业务收入374.95亿元,利润总额25.10亿元。

“规模企业占全部乐器行业的销售额的55%,因此我国整个乐器制造业的规模约600亿元。”曾泽民说,我国已成为普及型音乐产品的主要生产基地,所有大规模生产的产品60%以上在我国生产,例如我国钢琴年产量36万架,约占了全球产量的70%。

我国既是乐器制造第一大国,也是乐器出口第一大国。其中,各种管乐号总产量100万支,出口63.6万支,出口比例接近70%;提琴是110万支、吉他400多万把,出口都接近70%;手风琴、电声乐器年产800多万件,出口500多万件。2017年,乐器行业出口额15.48亿美元。

■ 新华社记者 黄恒

“我们从好莱坞寻找优秀的商业剧本,并将其本土化,使之适应国内观众的观影习惯和审美需求,市场已经准备好了。”天津天影影视文化传媒有限公司(天影传媒)影视总监周正近日在接受美国文化娱乐媒体《综艺》采访时说。

此前,天影传媒刚刚与美国POW!娱乐公司签约,购买由斯坦·李和鲍勃·安德伍德合作编剧的科幻喜剧电影《星际旅社》。

据新华社记者了解,这份商业合作协议,涉及多重版权事务及双方多样化的市场诉求,充分体现出一个特点:作为美国对华服务贸易出口的重要组成部分,中美电影产业合作日益深化和全面,对好莱坞优质剧本的需求水涨船高。

这一新趋势的出现与中国电影市场的发



● 黄伟 摄影

同时,我国进口的乐器也每年递增,2017年进口额4.03亿美元,同比增长7.21%,主要是专业用高端产品。“我国乐器进口的都是中高端产品,出口的多是普及型。”曾泽民说。

近年来,我国乐器产业进入了新的发展阶段,珠江、长江、海伦为代表自主品牌逐渐成长,部分优势企业的产品能够达到专家使用和大型音乐会演出的要求,多次获得各类国内外大奖。

虽然我国乐器行业近年来发展很快,但产品总体处在全世界乐器金字塔的下端,60%左右的属于普及型乐器。除了提琴在国际上中高端市场占有一席之地之外,管乐、打

击乐、钢琴、手风琴、口琴等基本上以普及产品为主,少量可以达到中档水平,这与世界第一大乐器生产和出口地位极不相称。

“我们在乐器的材料装备和工艺上和国外先进水平差距不大,现在的骨干企业,基本上能达到国际上同档产品的水平。我们差距是品牌、创新和人才。”曾泽民说,尤其是音乐类制造业人才和工匠人才缺乏,“很多公司老板不懂音乐,他们仍然以制造加工普通产品的眼光来看待乐器产品,而不是作为音乐舞台的艺术品对待。”

进入新时代,乐器行业要为人们美好生活提供高质量服务,对此曾泽民认为,必须全面开展质量提升行动,推进与国际先进水平

好莱坞剧本 中美电影合作新领域

展有直接关系。中国电影市场已成为全球电

影市场增长的主引擎。数据显示,今年第一季

度中国电影票房超过200亿元人民币。

对此,美国电影业深受震撼,不仅因为中

国单季票房可观,更因为这一季对中国票房

贡献最大的是中国国产影片,而非西方面孔

担当主角的好莱坞大片。

中国观众口味的升级变化,正引发中美

电影业合作方式的变化:从合作拍片、合资

拍片、资本注入、增加中国元素,一步步发

展到电影剧本和编剧合作,这为好莱坞大

型中制作公司和幕后人员提供了新的市

场机会。

加文·斯科特是好莱坞一名资深编剧,最

近刚从中国回到洛杉矶。他在中国与两家电

影公司谈判,商讨为后者编写面向中国和全

球市场的电影剧本。谈到这种商业模式,他非

常兴奋。

“我认为这是伟大的机遇,植根于两种不

同文化的编剧们走到一起,合作创造属于未

来的娱乐产品。”斯科特告诉记者。

洛杉矶Leomark电影制作室的首席执行

官埃里克·伦德马克和夫人都是编剧,他们在

好莱坞从业数十年,如今看准了中国编剧市

场的机会。

他说:“中国市场如此兴旺开放,我们感

觉那里是我们真正的未来所在。”

与此同时,好莱坞专业人才和服务的输出,

不仅会满足中国观众文化需求,对中国电

影产业而言,也将产生推动作用。

相关机构发布的数据显示,截至今年3

月底,中国内地影院9965家,银幕总数达到