

## 三江热议

## “就业吸引力”背后是“城市吸引力”

郭元鹏

疫情下宁波对毕业生的吸引力略有提升。浙工大的报告引入了“就业吸引力”的概念,即就业人数与生源人数的比值。去年,宁波在该校的这一数据达到101.33%,虽较杭州的453.81%相去甚远,却比2019年进步了4.41个百分点,成功晋升为“生源净流入”城市。

9月22日《宁波晚报》

宁波的“就业吸引力”不仅留住了很多浙工大的学生,在浙师大也达到113%,成为除了杭州、金华外,唯一表现出就业人数大于生源人数的省内城市。这两所省内知名高校数据中的结论,和宁波2020年人才成绩单不谋而合——人才生态排名居全国第6,累计新引进大学生16.6万人,同比逆势增长20.3%。

以上数据表明,虽然作为省会和“准一线”的杭州,的确是浙江高校毕业生心目中最“圈粉”的存在,而宁波非但没有被它大规模“虹吸”,还在依托本地高校的力量、人才政策的引导、产业集群的发展,努力进步成另一个增长点。宁波何以拥有“就业吸引力”?这是值得探讨的。

说到底“就业吸引力”的背后是“城市吸引力”。最近这几年,宁波采取多种措施,尽可能“吸引人才”,把人才“当家人”,人才也才能把宁波“当家园”。一个城市的发展,是离不开人才的,离开了人才这个源泉,城市的发展就无从谈起。因此,

最热闹的就是“争夺人才”了,各地都在上演“人才争夺战”,而且愈演愈烈。而遗憾的是,“人才争夺战”变成了“互相挖墙脚”。这家企业挖那家企业的人才,这个城市挖那个城市的人才,而这种所谓的人才争夺战并不是最好的结果。真正的“留住人才”不应该是无序的“争夺”而应该是优质的“吸引”。

一个方面是,要把人才“当家人”。一个城市有更多的包容性,没有“本地人”和“外地人”之分,才是具有吸引力的。我们所有的城市都应该把“外地人”当成“本地人”一样对待,在就业、就学、房产购买上做到一视同仁。

一个方面是,要把人才“当宝贝”。人才是优质的资源,城市的发展需要人才的参与,而只有把人才“当宝贝”,人才才能把城市也“当宝贝”,“你是我手心里的宝”理应成为人才使用的基本标准,要做到敬畏人才、尊重人才,时时处处给予他们礼遇。

此外,需要让人才看到未来。重视人才不仅在于给车子、给票子、给房子,更在于让他们看到一个城市的未来,看到个人美好的未来。最后,在人才使用上,还要打破条条框框,这样才能让他们激发更多发展的潜能。

总之,“就业吸引力”背后是“城市吸引力”。所有城市都要做“能留住人才的城市”。这就是要对人才有更多的“温柔以待”。

## 街谈巷议

## 既要“美丽乡村”又要“美丽经济”

郑建钢

又到中秋,奉化溪口镇东山村“花庭·东山上”民宿的女主人徐小凤正为将要入住的客人做准备工作。这座占地3亩多的民宿是在山村老房子的基础上改建的,三栋高低错落的别墅被绿荫环抱,还设置了泳池、餐厅和鲜花点缀的庭院,别致又富有创意。

9月22日《宁波日报》

东山村位于雪窦山核心景区,以前村庄“空心化”,产业单一,经济举步不前。新一届村两委班子决心另谋出路,按照村支书徐佩伦的说法,“我们要改变老百姓的观念,发挥东山村地理位置和自然风光优势,做好文旅发展文章,把美丽资源转变为美丽经济。”

以“美丽乡村”激活“美丽经济”,使东山村面貌焕然一新。民宿建起来了,游客多了,村里人气也旺了,村民就近销售自家种出来的蔬菜瓜果,也添了一份收入。

创建“美丽乡村”,是在农村地区建设美丽中国的具体行动。“美丽乡村”和“美丽经济”互为条件,互相促进,相辅相成。

以“美丽乡村”激活“美丽经

济”,村民的生态意识和文明素质得以提高,乡风民风的建设得以加强,生活品质得以提升,唯有如此,村民的获得感和幸福感才能不断提高,乡村的精神文明建设才能获得长足的发展空间。

以“美丽乡村”激活“美丽经济”,有利于不断吸引人才,使人才大军积极投身到乡村的建设和改革中去,用自己的知识和才能服务于乡村。以前东山村发展停滞不前,年轻人大都搬下了山,留在村里的多是老年人。现在,村里的环境和经济改善后,像徐小凤、江杉珊等年轻一代留在家乡创业,就是最好的例证。

以“美丽乡村”激活“美丽经济”,必须充分调动全体村民参与的积极性和创造性,尤其要充分发挥农村党员干部的引领示范作用,才能有力地推动“美丽乡村”建设的可持续发展,不断促进生态文化建设。东山村两委班子带领村民将山乡美景转化为“美丽经济”,极大地鼓舞了村民们共同致富的积极性。正如村民江杉珊所展望的那样:“溪口每年游客这么多,我看好村庄的旅游前景。”

## 图说世相



## 一只螃蟹也没卖,每张蟹券净赚100元

“秋风起,蟹脚痒”,又到了吃螃蟹的季节。目前虽然大闸蟹还没有大量上市,但是“螃蟹券”早就登陆。日前,中消协发布“双节”消费提示称,在购买大闸蟹方面,消费者尤其要注意防范“螃蟹券”套路。据媒体报道,商家印刷面值500元的

蟹券,以400元价格卖给营销人员,营销人员以500元价格对外出售,但以250元的价格往回收,再以300元的价格卖给蟹券商家。一只螃蟹没有,一张蟹券,蟹券商家稳赚100元,营销人员也能赚50元。

9月22日《每日经济新闻》

## 热点追评

## “熬夜水”异军突起 “朋克养生”别盲从

孟伟

熬最深的夜,喝最“补”的水!无法拒绝熬夜的年轻人,心里还念念不忘养生……继“啤酒枸杞”“喝可乐放党参”等“硬核”养生方法之后,现在一种由中药泡制的“熬夜水”在奶茶界异军突起,它号称能让年轻人在熬夜之后迅速恢复元气。干了这杯“熬夜水”,真能让你元气满满?

9月22日《南国早报》

其实哪有什么“神水”,“熬夜水”不过是看起来很养生罢了。在包装上,透明复古的玻璃瓶上的标签醒目地写着“人间熬夜水”五个大字,透过瓶身能看到一整根人参,这也是“熬夜水”唬人的原因。再者,一些网红博主是“熬夜水”异军突起的主要推手,各种文案把它吹嘘成熬夜之后消除疲惫、防治脱发的灵丹妙药。其营销概念可以说直击当代年轻人“肆无忌惮地熬夜,焦虑不安地补救”心态。

不是说“熬夜水”没有功效,只是没有说的那么神。人参、蜂王浆、胎菊、大枣,这些在药理上是有益的。比如人参可以补气,菊花可以清肝明目,应对熬夜伤气伤肝、眼睛干涩等问题。然而,中医上讲,没有任何一种食材甚至药材,能让人吃了就马上从熬夜的伤害中恢复过来。而且,治疗或调理身体,需要根据各人的体质、症状对症下药,不可“千人一方”。怕什么治什么,不过

是自我欺瞒。

基于此,“熬夜水”的异军突起不过是当下人们“朋克养生”的又一产物。当代职场人,每天要面对来自生活、职场和社交的越来越多的压力,但却也抑制不住爱折腾的心。很多年轻人迫切地想要在快乐与健康之间找到一个平衡点,于是开始“用最贵的眼霜,熬最长的夜”、啤酒里加几颗枸杞、可乐里加点党参……90后的“朋克养生大法”自此应运而生。

在“朋克养生”的盛行之下,除了“熬夜水”,“消瘦水”“去油水”等新型“健康养生”茶饮也有很高的人气。从配方上来看,这些产品多数不过是传统凉茶的改良版或者重新包装版。例如,“去油水”的主要材料是荷叶、桑叶、大麦和蜂蜜,“消瘦水”的主要配料是无花果、竹蔗、玉米须和雪梨,左右不过是一些带有功能性的饮料,真要把希望寄托于这些所谓的“神水”,那未免真是太天真了。

无论形式怎么变,“朋克养生”的核心依然是一边“作死”,一边自救。正如专家所说,应对熬夜的危害,最有效的办法是尽量不熬夜。在不得不熬夜的情况下,可以通过休息+运动的方式尽量避免免疫力下降,同时注意饮食规律,营养搭配均衡。花20多元钱去买瓶“熬夜水”,只是追热度、尝新鲜也就罢了,若盲目“朋克”,只会既掏空了身体,又掏空了腰包。