

网约车要勿忘“初心”

汤嘉琛



今日论语

几年前，以滴滴打车为代表的网约车软件，因显著缓解打车难问题而迅速在一线城市站稳脚跟；但在劲敌优步退出中国后，打车难问题却因为滴滴卷土重来——如果不给出租车增加调度费或不接受专车加价建议，高峰时段已很难约到车。在被上海市交管部门约谈后，滴滴2月1日起在上海正式取消了加价功能。

调度费这一设计的初衷，是让网约车用户自行决定是否愿意为缩短等候时间而多支付一笔费用，但它在实际运行中降低了网约车的调度效率，不少出租车司机拒接不愿支付调度费的订单，

既增加了打车的难度，又增加了出行成本。如今滴滴删除了调度费加价模块，是否能改善打车难的状况，值得进一步观察。

客观而言，近期人们发现用滴滴打车越来越难，有多方面原因。比如，准入门槛提高，改变了原本的供需格局；再比如，春节期间很多网约车司机返乡过年，让人多车少的矛盾得以放大。即便如此，从缓解打车难到被指加剧打车难，滴滴似乎正在失去人心和口碑，因此不得不重新检视自己的“初心”。

对大多数企业而言，盈利是推动其不断创新和进步的主要动力；但对于滴滴这种带有分享经济底色的新兴公司来说，通常有更高的追求。近些年，风头正劲的

风向经济热潮催生了一大批堪称伟大的企业，滴滴也曾被社会各界寄予厚望。如果要论“初心”，那句“滴滴一下，美好出行”的口号应该还是比较准确的表达。

然而，如今的滴滴打车似乎已经离“美好出行”这四个字越来越远。有媒体评价说，这家占中国网约车市场90%份额、估值超过300亿美元的“独角兽”，看上去越来越像一个靠垄断地位坐地起价的“怪兽”。有媒体甚至将其类比为谷歌退出中国之后的百度——因为缺乏市场竞争，不再像从前那样重视用户体验。

在当前的政策语境和市场环境下，来自监管部门的制约越来越多，高额补贴模式已经难以为继，滴滴面临的压力和困境不难

想象。但是，将“刀口”对准用户，可能算不上高明的突围之道。现在不少司机已成为滴滴平台的“僵尸”，来自用户的抱怨和吐槽与日俱增，这些都是比营收压力更致命、更值得警惕的信号。

能力越大，责任越大。我们依然乐见以滴滴为代表的新兴企业，用共享经济模式撬动传统行业的变革，成长为担负更多社会责任、推动社会进步的伟大企业。但也想从用户的角度提醒一句：不要因为走得太远而忘记为什么出发。通过商业逻辑调整、盈利模式创新的方式找回“初心”，才能让“美好出行”的愿景更早实现。我们也期待政府部门更加尊重市场规律，为企业创造更宽松的成长环境，让企业能有底气坚持“初心”。



新民随笔

定力

姜燕

春节前，一则“日本福岛核灾区惊现‘巨型生蚝’”的新闻在网上掀起波澜。触目惊心的标题配上大过手掌的巨蚝，引得网友惊呼连连。幸好，我关注了一个水生生物达人的微博，看到这则消息时恰是他转发的，他转评说“这规格我在钦州的菜市场也买到过……”

这个达人微博粉丝达百万，常有人拿千奇百怪的水生生物请他辨认。如果他的见识还不足以说明这些巨蚝并不稀奇，专业博物学科普杂志@博物杂志也很快作出反应，表示“这么大的生蚝本来就有，在中国、日本、美国都不罕见”。

两者在转发时都忍不住对媒体吐槽，前者说“媒体真是少见多怪”，后者说“现在媒体把谣言前面加一个‘网友称’，妄图躲过责任，全是网友称，还要你们干吗？”

也是网友，搜到源照片竟是一个日本网友传到网上的，原意是说这么大的生蚝特别美味。很快，日本驻中国大使馆联系到发布照片的宫城县南三陆町经水产品销售公司的阿部民子。原来，生蚝养殖一直是当地的重要产业，海啸后受到重创，经过几年努力，终于恢复活力，她晒出照片那天恰逢出货新鲜生蚝，特别高兴，才拍照留念，没想到却引发关注的“海啸”。

值得关注的是，这次配上刺眼标题转发的不少是“重量级”媒体的官方微博或微信号。显然，在“眼球经济”和“指尖经济”的时代，假如有一家缺少专业素养的媒体将信息加以惊悚包装后，其他媒体纷纷被吸引、追逐，为求时效，不加思索地转发，导致错误信息引起的效应不断被放大。长此以往，人们也养成了一种奇怪的心态：等待反转，多次事实证明，第一扑消息总是表面的、欠缺的、甚至不实的。

公信力是媒体生存的根本。在劲爆的消息出现时，寻找源出处，分析、查找、获取相关信息，咨询专业人士，是普通读者无法做到的，也是媒体的职责所在。缺失了定力的媒体在人人皆媒体的时代，毫无疑问将泯然众人，甚至不如专业性非常强的自媒体。

当久了记者，习惯遇事三分疑，左右查询，以证真伪。但是，有多少读者能有这般的信息素养？受骗之后不再轻信，轻率的媒体遂无以依附。

家书，留存“温柔的庄重”

权威声音

“人们为工作废寝忘食，为生计奔走四方，但不能忘了人间真情”，春节前夕，习近平总书记春节团拜会上如此讲述。一句“回家过年”，正承载着亿万中国人的真情。如今，对家的眷恋可以系于微信、电话；但很长时间内，家书都是维系家庭的纽带、传承家风的桥梁。

中国人本就有敬惜字纸的传统，对于诉诸文字之物，格外庄重。短短家书，多少人曾以这样郑重的方式，让心与心如此靠近。片纸千钧重。家书寄托胸臆，传递人生经验；家书娓娓道来，化育家庭品格。家庭是社会的基本细胞，是人生的第一所学校，家风正是这个细胞中的精神基因。“天下之本在家”。习近平总书记强调，要“以千千万万家庭的好家风支撑起全社会的好风气”。的确，我们已经走过书信时代，经过电邮时代，来到即时通讯时代。多了联络的方法，却少了沟通的能力；有了通讯的效率，却少了交流的质量，让人遗憾的情感流失，又造成家风断层。

“不论时代发生多大变化，不论生活格局发生多大变化，我们都要重视家庭建设，注重家庭、注重家教、注重家风”。我们无需再回到“从前慢”的时代，但也不能丢失情感的涵养、文化的传承、价值的赓续。

蕴藏于家书中的“温柔的庄重”，正是家庭、家教、家风的力量，回溯家书故事，重述家书情怀，并非复古怀旧，而是为了给现代中国注入更多温暖的价值、向上的能量，让真情大义像春风一样吹遍神州大地。（张铁 刊今日人民日报 本报有删节）



每逢佳节胖三斤

郑辛遥

新民新语

信任超市

王文佳

自助收银机早已不是新鲜玩意儿，但是没有服务员从旁监督的全自助收银机，我还是第一次见。

年初四，福州一家近郊的永辉超市，客人不少，营业员却不多。蔬果称重台全自助，故意手抖按错一个品类，提起袋子减少一点斤两，轻而易举，但是超市没人盯着，也感受不到有人核查；门口的自助收银机已经成了很多年轻人的首选，少了排队的烦躁，多了隐私的空间，而更可贵的是，旁边没有紧盯不放的眼睛。

信任，这个曾经被无数次寄予厚望，又被辜负的东西，如今在超市里再现江湖，让人好不欢喜。

一年半以前，北京国贸附近一家便利店曾尝试撤掉店员开放一天，让顾客们体验“无人收银、自助消费”。然而，“无人超市”这未来幻想般的现实实验，最终在千人哄抢中无疾而终。

自助收银台的存在其实已有二十年了，至今还未变成一个主流常态，因为，就现有的技术，机器在发现和阻止盗窃行为、处理突发事件上的能力远比不上人类。

这家永辉的自助尝试我不知道持续了多久，但可以推出一个结论：至少在目前，超市因偷盗等不自觉行为造成的损失要少于此前用于服务和监督的人力成本。

从营业员柜台取货，到开放式货架自助挑选商品，再到自助打印价格、自助结账，多了信任，有了温度。社会素质的提高当然是基石，超市的大胆革新也值得赞许。

在很长一段时间里，我以为理想的未来超市类似即将向公众开放的Amazon Go，一次扫码，机器通过计算机视觉、深度学习以及传感器融合等技术识别有效购物行为，然后离店后自动结算。节省了劳动力，方便了消费者，也能最大程度的容错。但是现在，信任超市更让我心仪。

永辉只是走了一小步，自助收银机哪怕空着，人工收款处仍旧理直气壮地排着队，明面上的眼睛藏起来了，但是四处旋转的摄像头，和可能存在的监督或许在我看不见的地方繁忙着。但是，那把曾经以为发潮的炭火燃起了希望的火苗，燎原就是时间问题了。

也有人试图灭火，关于未来超市的网络舆论更多地指向机器人抢走人类工作的担忧和排斥。不久前，亚马逊(Amazon)宣布将在美国增加十万个包括软件开发和仓库管理等在内的工作岗位通过加大对物流的投入，给用户带来更快速的物流体验。或许，这就能说明问题。

自由谭

最近读了一本书挺有意思，书名叫《金钱与好的生活》，英国政治经济学家罗伯特·斯基德尔斯基，与他的哲学家儿子爱德华·斯基德尔斯基联袂写作，试图探讨一个问题——经济增长与幸福之间的内在联系。

一说到“幸福”这个事情，不少人最先想到的恐怕还是金钱、财富。我记得几年前，央视曾经做过一个街头采访——你幸福吗？回答五花八门，不过在这些回答中，幸福始终与一个字形影相随，那就是钱。《小康》杂志也曾经做过一项调查，结果显示“提高工资水平”是提升公众幸福感最有效的方式。当然了，我们偶尔也能听到“钱财乃身外之物”的通达之语，也可能见识过“视钱财如粪土”的豁达之人，但对于普罗大众来说，真正不受金钱财

富羁绊的智者又能有多少人呢？

不过，幸福似乎也不是钱多少的问题。有学者就认为，影响幸福的主要是财富的使用和分配，而不是财富的多寡。世界上很多富豪都热衷于慈善事业，捐起钱来很慷慨，当然这在客观上帮助了很多贫困弱势群体，值得点赞。但话又说回来，慈善对于捐助者而言，也是提高幸福感的有效手段，所谓“赠人玫瑰，手有余香”就是这么回事。

金钱财富和幸福息息相关，但是很多研究也表明，如果钻到了钱眼里，恐怕也恰恰是幸福感不高的重要原因。早在1974年的时候，经济学家理查德·伊斯特林就在多个

幸福与金钱

薛世君

国家开展关于幸福感和国民生产总值的全面调查，答案是经济增长“可能不会”带来幸福感的增强。美国有位学者罗伯特·莱恩，通过研究得出结论：在财富达到一定高度前，财富的增加确实会增加幸福感，但是，一旦财富达到一定程度，幸福感便不再随着财富的增加而显著增强。

钱多了也未必幸福，那么对于幸福来说，什么是最重要的？《金钱与好的生活》这本书里就归纳了7项幸福生活不可或缺的基本元素，即健康、安全、尊重、个性、与大自然和谐相处、友谊、闲暇。把幸福落到个人内在的精神诉求层面，并不是简单地排斥经济增长的贡献，排斥金钱和财富

的作用，而是传达了一个道理——你是否幸福，很可能不是来自于物质丰足，不是来自于他人的羡慕乃至追捧，而是你自己的内在感受，是你对生活环境的满意度。

在一部电影叫《耳朵大有福》的电影里，范伟有句台词，虽然粗陋了一点，但直白浅显——我饿了，看到别人手里头拿着个肉包子，那他就比我幸福，我冷了，看见别人穿了件厚棉袄，那他就比我幸福。这么看来，幸福也是比较出来的，难怪现在“攀比”心态像荆藤一样蔓延，“炫耀性消费”、“炫富”之类几乎成了一种时尚，而越是这个时候，越能显示出古人那句“知足常乐”中蕴藏着巨大的智慧。

幸福归根结底是一种感受，是一种自我感觉和自我满足，还是网上那句话说得更简洁，“幸福就是猫吃鱼，狗吃肉，奥特曼打小怪兽”。