今日言

“查单人开房记录500元，查同住记录800元……查询别的项目也可以，比如手机定位、机主信息、火车航班信息、淘宝收货地址等，具体看你需要什么，我们配合。”

调查发现，提供一个手机号码或者身份证号，就能查到被调查人的全国开房记录、通话记录、微信聊天记录甚至名下资产等十几项个人重要隐私数据。更匪夷所思的是，这些数据或许正被人以500-900元的价格随意买卖着。 （中国新闻网）

在影视剧创作中，人物造型是“演员身上的台词”。个性化的人物造型必须正确传达角色的年代、身份、性别、民族、职业等情景设定，要与影视剧创作整体化风格、主题相统一。如果男演员只是为了“帅气”，女演员千方百计让自己出镜“漂亮”，忽视了对“表演真实性”的追求，不仅很难获得观众的喜爱认可，也无异于戕害了自己的艺术生命。

随着大量热钱涌入，影视行业呈现出过度泡沫化，造成了“拍什么都有人看”的假象，在浮躁的创作心态下急功近利，好作品越来越少，以至于让观众感觉“无剧可看”。

（光明日报）

“单位已经落实了独生子女护理假。但职工申请护理假，需父母年满六十周岁，同时提供父母的身份证、独生子女父母光荣证、入院证的照片或扫描件，报主管领导审核……实际请假的人很少。”

为了缓解独生子女在父母赡养方面的压力，多省相继出台独生子女护理假的相关政策。然而这项听上去很贴心的政策在落地的过程中却并不顺利，普及少、门槛多、审批难，让独生子女难享这份贴心假期。 （人民网）

2018年十大流行语：命运共同体、锦鲤、店小二、教科书式、官宣、确认过眼神、退群、佛系、巨婴、杠精。

流行语是社会生活的一面镜子，它不仅记载着本年度人们身边发生的种种事情，也传达着人们对事件和生活的态度。自有互联网以来，年度流行语已经成为当代文化的新景观，其背后折射的大众心理和诉求，值得思索和回味。

（南方日报）

锐评

没坏、能骑的共享单车越来越少，问题出在哪？

“眼看他起朱楼，眼看他宴宾客，眼看他楼塌了”的曲子唱了300多年，到现在依然适用，这也是不少共享单车运营方在过去两年里的真实写照。

在过去的两年里，共享单车一度出现“颜色都不够用了”的情况，街头也一度出现投放车辆的“军备竞赛”。但那其实并非共享经济的盛世，更多的是一场一拥而上的资本盛宴。各家运营公司除了车辆颜色不同外，都是在复制类似的商业模式。这种同质化竞争虽从创新开始，但到后来却成了进入市场的时机、烧钱的能力以及现金流的管理水平的“老式”比拼。

在这种比拼过程中，也暴露出这个行业在商业模式上、管理上的缺陷，由于资本的退潮或缺乏有效盈利途径，不但曾经车辆的颜色在逐渐减少，一些一度有较大影响力的公司也被洗牌出局。

今年以来，上海、广州、西安、长沙等城市共享单车数量明显减少，市民出行遭遇“找车难”“刷车难”。在小区门外、地铁口、商场等人流量大、共享单车需求量高的地方，共享单车却越来越少。好不容易看到一辆共享单车，兴冲冲拿起手机刷码解锁，结果要么显示是一辆故障车，要么单车已锈迹斑斑严重损毁。广州市民朱女士的一番话很有代表性：最近早晚高峰时间，单位周围共享单车都很少，没坏、能骑的共享单车更少，共享单车都去哪儿了？

一些城市的共享单车数量之所以明显减少，主要有三方面的原因。一是去年以来，全国多个城市先后出台“禁投令”，暂停在市区范围内新增投放共享单车。各地之所以颁行“禁投令”，是因为此前多家共享单车运营企业无节制大量投放车辆，导致共享单车在道路、街巷等公共场所泛滥成灾，对市民生活、市容环境和公共交通造成很大影响，到了必须加以整治的地步。二是一些运营企业对共享单车疏于管理，许多故障车未能及时维修恢复使用，导致共享单车数量逐渐减少。三是一些运营企业由于经营不善、竞争不力、业务调整原因，最终选择退出共享单车市场，导致共享单车数量进一步减少。

一方面增量为零，另一方面存量不断减少，一些城市出现共享单车数量锐减、市民“找车难”“刷车难”窘境，也就不难理解了。弄清楚了上述原因，才能探寻保持共享单车合理数量、缓解市民“找车难”“刷车难”的办法。一些企业由于经营不善等原因退出共享单车市场，政府部门应当督促企业做好退还用户押金等善后工作。更重要的是，“禁投令”应当从绝对禁止新增投放共享单车，转为根据共享单车实际数量的变化、市民出行需求的变化等动态因素，进行科学、有效的动态管理，将共享单车的数量保持在与市民出行需求“动态适应”的水平，使共享单车充分发挥解决城市交通“最后一公里”难题的作用。

“禁投令”政策背景下的共享单车动态管理，一方面要从总体上严格控制共享单车的投放量，避免重新陷入共享单车泛滥成灾的局面。另一方面，应当通过灵活而有力的政策引导，鼓励合法经营、管理有方的运营企业通过良好的市场表现，获得更多“积分”，并可用“积分”换取更多车辆投放指标（包括允许企业将部分严重损毁无法修复使用的车辆，置换为新增车辆指标）；同时，对有违规违法经营、管理不善导致市场失序（共享单车投放无序、调度不力、维修不及时）等不良记录的企业，给予相应的“扣分”，并按相应的比例折减企业的车辆投放指标。

奖优罚劣是动态管理的一种重要手段，一些地方将其用于“禁投令”政策背景下的共享单车管理，已经探索出一些有益的经验。如昆明在出台《共享单车运营服务管理实施细则（试行）》和《共享单车运营服务管理考核办法（试行）》的基础上，引进第三方机构开展共享单车运营管理考评，从车辆性能（包括智能锁状况等）、运维调度配备、停放是否规范、车辆是否张贴广告等多方面，每月对市场上运营企业进行两次综合评价，最终结果将影响企业的共享单车投放数量。

这种奖优罚劣的综合评价也是一种“动态评价”，有助于政府职能部门对运营企业进行全面、严格的动态管理——既鼓励表现良好的企业进一步完善企业治理，提高管理和服务水平，更加积极主动地参与市场竞争，为自己赢得更多的市场投放量，也警示那些表现不佳的企业正视自身问题，及时进行调整或弥补，力求在共享单车市场上占据应有的位置。那些屡被“扣分”仍迟迟不能改进管理和服务、不能提高市场竞争力的企业，最终将难免被淘汰出局的命运。

共享单车都去哪儿了？答案既在共享单车运营企业手中，更在各地政府和相关职能部门手中。

（《北京青年报》）

从押金难退到好车难寻，共享单车的发展一直争议不断，矛盾重重。

鼓励创新发展应为新事物留下试错空间

市场淘汰是正常的商业逻辑使然，但也并不能否认共享单车最初在技术上的创新，以及在解决交通“最后一公里”的问题上给人带来的方便。

在习惯了共享单车带来的出行便利后，人们已经很难再回到有桩单车的时代，因为那是一种倒退。共享单车本来就是基于移动互联网和共享经济的全新产物，在发展和管理方面没有现成的经验可循，一切都要摸着石头过河，因此对一些“湿了鞋”的现象也应该多多宽容，为新事物留下试错空间，这样才能营造鼓励创新发展的大环境。

两年多来，共享单车领域经过了从“起朱楼”到“楼塌了”的整个周期。除了市场的力量外，为了行业的健康发展，其他力量也应发挥作用，毕竟出行解决方案除了商业属性外，还带有一定公共产品的属性。正是基于这样的逻辑，在共享单车行业火热并展开“颜色大战”的时候，有监管的力量一度介入，让行业不至于滋生太大的泡沫。在行业的寒冬里，同样需要从监管到消费的各方提供温度，让已创造出的方便不至于消失。毕竟现在共享单车几乎已成为中国继小汽车、公交、地铁之外的第四大出行方式，在交通出行中发挥着重要作用。

给它们一点温暖，也再给它们一点时间。

我们关注的不是某一个具体的经营企业，而是共享单车这一新事物本身。如何为陷入困境之中的共享单车提供温度，让它们活过冬天，的确是一个很难的问题，但也不是不可能。只要看到共享单车在过去两年给很多人带来的出行便利，我们或许能想出办法。给它们以更多时间，也就有更多的可能性。试想一下，过去一些城市运营有桩单车，每年的成本其实并不低，车辆损耗问题也不小。共享单车陷入困境也许就说明，单靠市场的力量去解决带有公共属性的问题，存在不小的挑战。

而对于每一个骑行者来说，文明骑车、不乱停乱放，减少单车运营企业的成本，本身也是在为这种出行方式做贡献，为陷入寒冬的它们带来一点温暖。实际上，对于很多人来说，过去两年几乎是以非常小的经济成本解决了“最后一公里”的问题。如果共享单车真的从城市的街道中消失，空留下无法使用的废弃车，那才是对各方而言多输的结局。

（央视评论）