

## 观点

读端

## 投资于人,为何投如何投

■ 周国辉

最近,全国多地的“十五五”规划建议纷纷出炉,从国家到地方,未来五年“干什么、怎么干”都已清晰地呈现在老百姓面前。在笔者看来,群众关心的这些问题都落脚于一个词——“投资于人”。

前几天,中央经济工作会议在北京召开。会议认为,通过实践,我们对做好新形势下经济工作又有了新的认识和体会,即“五个必须”。其中之一就是必须坚持“投资于物”和“投资于人”紧密结合。

如何“投资于人”,我们又该如何理解“投资于人”呢?

为什么要“投资于人”?这既是民生关怀,又是面向未来的战略选择。

一是实现高质量发展的迫切需要。

创新的关键在于人才,“投资于人”能直接提升全要素生产率,为发展注入持久动力,以实现核心驱动的转换。

“投资于人”是一次深刻的发展理念变革。它要求我们将人力资源视为最宝贵的资本,通过系统性的长期投入,既提升个人创造价值的能力,也保障个人享有发展的成果。

二是破解社会主要矛盾的关键性路径。解决发展不平衡不充分的问题,必须回应美好生活期待,要求资源优先向教育、医疗、养老等民生领域倾斜,直接提升民众的获得感、幸福感。增加民生领域的投入,能有效提振消费能力、扩大内需,从而形成“民生改善—经济发展”的良性循环。

三是践行“以人民为中心”的发展思想。“投资于人”,将人从“发展的手段”进一步回归到“发展的目的”本身,旨在促进人的全面发展。这体现了中国式现代化民生为大的根本要求。

怎样“投资于人”?需要系统思维,避免将其简单等同于增加福利支出。

维度一:明确和突出投资的战略重心。这是回答“钱和资源投向哪里”

的问题,需兼顾“做大蛋糕”的能力与“分好蛋糕”的保障。一方面投资于“做大蛋糕”的能力。投资覆盖全生命周期的教育体系,投资于人工智能通识教育等面向未来的素养培育。投资于稳定和扩大就业,保障新就业形态劳动者权益,并通过建设创业平台等支持创新创业。另一方面投资于“分好蛋糕”的保障。要加强全生命周期服务,建立健全覆盖婚嫁、生育、养育、教育、就业、就医、住房、养老等环节的公共服务体系。并投资于优美的生态环境与精神文化产品,满足更高层次的需求。

维度二:投资的实践原则。这是回答“用什么思路和方法去投”的问题,是实现投资效能的关键。要坚持系统思维,促进“人”与“物”协同。“投资于人”

不是取代“投资于物”,而是要让两者更紧密的结合。要注重长期主义,超越短期经济衡量。投资于人,诸如教育、医疗,都是软投资,周期长、见效慢,其回报体现在劳动生产率提升、社会凝聚力增强等综合价值上,需要战略耐心和长远的制度安排。要立足国情实际,尽力而为又量力而行。需统筹需要和可能,把保障和改善民生建立在经济发展和财力可持续的基础之上,避免不切实际、盲目跟进。从“规模扩张”转向“质量优化”。运用数字技术实现资源精准匹配,或通过产学研融合提升人才投资的产业适配性。

总之,“投资于人”是一次深刻的发展理念变革。它要求我们将人力资源视为最宝贵的资本,通过系统性的长期投入,既提升个人创造价值的能力,也保障个人享有发展的成果,以此构建一个“人的能力提升—社会创造更多价值—民生进一步改善—人的全面发展”的增强回路,为中国式现代化筑牢最坚实的人力资源支撑。

■ 本报评论员 王彬

日前,国家市场监督管理总局发布《汽车行业价格行为合规指南(征求意见稿)》,规定车企除依法降价处理积压商品外,不得以其他方式使出厂价低于生产成本;强制明码标价,须显著标示车辆配置、价格、促销规则,严禁价外加价;销售方须在合同内写明具体交付日期,违约担责。《指南》从源头遏制“低价换量”的粗放模式,倒逼企业建立以成本为基础、供求为导向的科学定价机制,系统构建了覆盖汽车全产业链的价格行为规范体系。

市场监管总局此次出手,直指中国汽车产业转型升级进程中的深层议题:价格战对产业发展利弊几何?我们究竟需要怎样的市场竞争?

应当承认,价格竞争是市场经济的常态,适度的价格战能够倒逼企业提升效率、推动技术创新、优化管理体系,最终使消费者受益。然而,一旦价格战演变为“低于成本价销售”的恶性无序竞争,其性质就发生了根本变化。这种“杀敌一千、自损八百”的策略,短期内或许能迅速抢占市场份额,长期来看却可能侵蚀企业的研发投入、拉低产品品质、损害品牌价值。另外,“低于成本价销售”本质是“烧钱换市场”,以资本实力而非产品竞争力为主要筹码,其结果往往是,资金雄厚的企业或可凭“输血”维持一时,却因缺乏核心竞争力难以行稳致远,而专注技术与创新的企业,则因利润空间被严重挤压而举步维艰。长此以往,扭曲市场机制,让行业极易陷入“低质低价”“劣币驱逐良币”的恶性循环,是典型的“内卷式竞争”。

此次《指南》的核心意义,在于为汽车行业竞争划定了一条清晰底线,标志着汽车行业监管进入规范化、精细化新阶段。规定除清理库存外不得低于成本价销售,并非否定价格竞争,而是防止企业不切实际靠价格盲目扩张,或凭借资本优势进行掠夺性定价害人害己,从而维护基本的商业伦理与市场秩序。当价格被约束在合理区间,竞争的重点也会更容易转向产品性能、技术创新、服务体验、品牌价值等更深层次的维度。

这种转向,恰恰契合中国汽车产业从“规模扩张”转向“高质量发展”的内在需求。我国已成为全球最大汽车市场,但在核心技术、品牌溢价、全球影响力等方面仍有提升空间。如果行业长期陷于低水平价格战,将难以积累足够利润支撑前瞻性研发,也无法培育出真正具有国际竞争力的高端品牌。

对此,长城、长安、小鹏、北汽、比亚迪等车企已表态支持,承诺优化价格管理、杜绝价格欺诈,比亚迪称将以《指南》为指引完善合规体系并发挥示范引领作用,这释放出积极信号。龙头企业以身作则,有利于凝聚行业共识,推动竞争逻辑从“盲目扩张”转向“理性竞合”,引导汽车行业走向健康、可持续的发展轨道。

同时,我们须注意,汽车业的恶性竞争由来已久,各家大厂发声表态停止过度“内卷”也有多次。这一次,一份《指南》真的能管住厂商的价格战冲动吗?如何堵住企业变相大幅降价的漏洞?这些都有待《指南》在落地后不断完善,有待企业从行业长远利益出发,与监管相向而行。

## 别揩老年卡的油

近年来,违规使用、冒用老年卡事件时有发生,一旦被发现,当事人不仅面临信用受损、罚款等后果,其老年卡还可能被没收。对此,北京、上海等地通过升级智能老年卡、实行年审制度等措施强化管理,防止养老资源被滥用和非老年群体“揩油”。只有通过制度完善与社会监督相结合,才能让养老保障体系既充满温情又不失刚性,真正实现“老有所养”的庄严承诺。

庞平作

## “爱你老已”,但别捧杀自己

没有宏大的叙事、没有精致的修辞,没有咄咄逼人的锐气,“爱你老已,明天见”以朴素的面貌,击中众多网友的心,成为火遍全网的社交货币。

回顾过去一年的互联网热梗变迁,青年心态的演变轨迹一览无余。以“鼠鼠”“小丑”“吗喽”为代表的自嘲文学是防御,年轻人通过自我矮化来防御外界的审视与嘲讽;“勇敢小羊”“宝宝文学”等带有低龄化色彩的话语出现,大家又试图通过幼儿化的表达寻求慰藉。而到了年底,“爱你老已”异军突起,在长达一年的演化之后,网友们终于摒弃了自嘲、拒绝了低幼,转而寻求一种平视的、成年人之间的自我和解。

中文语境里,带“老”字的称呼往往属于那些知根知底的伙伴:老张、老王、

老李……一句老已,让沉重的自爱带上了轻盈的市井气息,也巧妙地将模糊的自我具象化为一个可对话的客体。

然而,作为热梗的参与者和观察者,在被这份温情打动的同时,我们也必须保持必要的清醒:商业逻辑总是敏锐地捕捉着情绪风向,“爱自己”的叙事很容易被转化为营销工具。比起被消费主义收编,更值得警惕的是滑入“溺爱老已”的极端。在刚刚过去的四六级考试中,就有一大批学生用“爱你老已”缓解焦虑,“就算考零鸭蛋也没关系”“明年再来”“恨你四级明年见”等表达都是一种对抗优绩主义的自我接纳,但如果将不备考、不努力,乃至暴饮暴食、逃避责任、通宵放纵等也合理化为一种常态,就变成了对自己的捧杀。如果“爱你老已”成了我们逃避现实、拒绝

成长的挡箭牌,那么这种所谓的爱就变成了一种危险的失重。在这种失重里,我们培养的就不再是心理韧性,而是溺爱出的巨婴心态。

进一步看,个体与“老已”的对话虽能缓解焦虑,却也存在着封闭化的风险。与自己建立良好的内部关系固然重要,但如果过度沉迷在“我和老已”的二人世界,可能导致个体进一步切断与真实世界的连接,加剧自恋式的孤独。真正的心理健康,依然需要真实的人际互动与社会连接,既能跳脱社会框架,真正重视自己的感受,看到自己的需求,肯定自己的成长,温和地接纳不完美的自己;又能脚踏实地,承担起成长的重量。

(作者系浙江大学传媒与国际文化学院学生)

## 面对模仿秀“小米”该包容吗

■ 本报评论员 逮海涛

便宜还卖乖”的嫌疑。更为关键的是,混淆了事情的真正焦点,这种操作并不值得称道。

目前,当事村支书已发布道歉视频,并下架相关产品,但这场“小米”之争似乎并没有赢家。其实,如果双方真的能各秉初心,这段争议本可以成就一段佳话。

“小米”公司在发现助农产品来自主流量时,如果能主动出手,大方来一把梦幻联动,“小米”助农卖小米,相信这个热搜流量同样不会小,但是社会效果肯定和现在不同。对这位村支书来说,助农缺流量确实是现实问题,这也是普遍现象。但是不一定用“硬蹭”大厂流量的方式,值得商榷。完全可以通过更多合理创新与优良品质,让拓展市场不失分寸,让助农诉求不背虚名。

舆论场上,很多类似的“口水漩涡”本可以避免。每个置身其中的角色,出发点都不应是把分歧推向对立,或者一遇到问题就准备战斗。真诚直面争议,多些化解矛盾的意识,相信很多问题是能够找到共赢之道的。

相关负责人说,他们将持续以衬衫大会为纽带,优化人才政策与服务保障,推动人才与产业深度融合,助力“中国衬衫之乡”向“衬衫之都、未来之城”迈进。



义乌数字与智能化产业社区服装设备创新对接会。

图片由义乌市大陈镇提供

数智聚才添动能 产业焕新启新程  
——义乌大陈以衬衫大会为媒激活人才引擎

■ 钱关键 魏佳佳

2025中国服装协会衬衫发展大会

近日在金华义乌市大陈镇落幕,这场以“数智引领未来·产业‘陈’就新篇”为主题的行业盛会,既为中国衬衫产业高质量发展锚定方向,更成为大陈镇招才引智的“黄金平台”。作为全国最大单品衬衫生产基地,大陈镇以大会为核心,通过“授、交、归、学”四维发力,让人才扎根产业一线,为产业从“制造高地”迈向“价值高峰”注入强劲动能。

精英授课破瓶颈,科技人才补短

板。“以前只懂埋头赶订单,听完大咖分享才明白,数字技术能让老产品焕发新生。”12月15日,大陈镇某衬衫企业技术主管李工会后感慨。此次大会云集行业大咖与学术专家,构建“实战+理论”培育课堂:白T小T创始人张勇拆解“以用户场景造超级产品”逻辑;声白集团陈柯伟详解精细尺码体系与无水染色专利;浙江理工大学刘正教授破解“重生轻研发”困局……授课内容精准对接企业智能生产升级、品牌差异化打造的核心需求,其中无水染色等绿色智能技术方案直击环保与品质提升痛

点,已有多家企业当场与专家达成初步意向,计划引入该技术。

“大会让我和行业大咖零距离头脑风暴,一下子解放了设计理念。”会上,青年设计师小王说。大陈镇相关负责人说,以衬衫大会为契机,他们将联合湖州织里商会共建产业人才实训基地,搭建常态交流平台,助力青年人才快速成长;通过定向开展人才交流、企业论坛等活动,让青年人才持续获取行业前沿理念。

归乡创业聚力量,高知人才挑大梁。衬衫大会展现的产业升级前景与

人才服务生态,更坚定了归乡人才的创业信心。“家乡的产业基础和大会搭建的资源平台,让我能专心搞智能改造。”活动中,天驰服饰总经理金铭康介绍,源于衬衫私人定制、柔性生产想法,自主研发了自动裁床系统,最快5分钟可做好一件衬衫。

近年来,大陈镇以大会为窗口,积极招引企业家子女、高知人才回归,形成中坚队伍:佳康实业在新一代经营者带领下拓展海外市场,外贸业务稳步提升;嘉维服饰青年创业夫妇聚焦时尚细分领域,其潮流T恤、内衣内裤凭借年

轻化设计收获市场青睐……截至目前,大陈镇硕士以上创业人才超10人,成为产业转型“领头雁”。

这两年,大陈镇进一步深化“走出去”与“引进来”双向发力,先后组织企业赴桂林、湖州服装研发中心等地参观学习,重点借鉴先进生产管理经验与智能化生产线运营模式,同步制定出台外出参展补助政策,从资金层面降低企业外出成本,激发企业承接大会先进理念、让实干人才专业本领与企业核心竞争力同步提升。

以才兴产,以产聚才。大陈镇党委

## 萧山区闻堰街道做好“小切口”里的民生“大文章”

■ 管利雅 骆剑

近日,走进杭州市萧山区闻堰街道三江新村安置小区,一幅宜居新景

呈现眼前:崭新的加装电梯平稳升降,居民实现“一键直达”;整齐美观的共

享晾衣区遍布角落,长期困扰居民的“晾晒难”得到有效化解。这是三江社

区监察工作联络站将群众的期待作为

集中整治的目标,参与监督的两件民

生实事。

作为闻堰街道首批安置小区,建成

已有20余年的三江新村,逐渐显现出

公平、工程实施规范透明、群众权益落到实处。截至目前,该小区26台加装电梯通过联合审查,19台已验收交付,7台施工中。

同样,在整治小区“乱拉晾衣绳”这一“文明痛点”过程中,从晾晒点位的选址调研、居民民主票决,到建设资金的规范使用、晾衣杆等设施的质量验收,再到后续“晾晒公约”的制定与“物业+志愿服务队”双轨管理机制的落实,街道纪工委督促村社监察工作联络站全程跟踪监督,推动这一“微实事”精准对接群众需求、建设管理优质高效。如

今,5处共享晾衣区、11组防锈晾衣杆不仅切实解决了老年群体晾晒难题,更提升了小区整体环境,引导居民养成文明习惯,使曾经的“杂乱角落”蜕变为“文明风景线”。

像三江社区这样由“小切口”描绘的“风景线”,正在闻堰街道各个角落生动铺展——在郁金香社区,闲置多年的小区会所蝶变为书香雅韵的城市书房,成为居民触手可及的“精神粮仓”和温情弥漫的“文化客厅”;在湘湖人家社区,曾经斑驳漏雨的旧凉亭,经居民共绘,化身“邻间湘伴亭”,日常对弈、

儿童彩绘、邻里议事在此温情流转;在闻江社区,“小江时光”项目串联起银龄红色研学、青春创意潮集、全龄中秋团圆,让“一老一小”和青年群体在多元交融中情感共鸣、归属相连;在闻堰老街,新增的50个停车位巧妙化解了常年“一位难求”的窘境,让老街在畅通有序中重新焕发出蓬勃的烟火气。

下一步,闻堰街道纪工委将持续聚焦民生实事项目,督促各村社监察工作联络站发挥“探头”和“前哨”作用,从群众关心关切中找准监督检查的发力点和突破口,办好惠民生、暖民心、顺民意的实事,切实提升群众获得感、幸福感、安全感。

停上价格战,让良币占领市场