

媒体聚焦年轻人“逃回北上广”现象：

无法适应小城市拼关系

这两年，有关“逃离北上广”（北京、上海、广州）的话题受到社会关注（去年《人民日报》7月29日第17版《谁在“逃离北上广”》、9月16日第18版《“中产”的未来在哪里》曾对此作过报道）。

近期，“逃回北上广”的话题引发了新一轮热议。“逃离”又“逃回”，其背后深层次的原因是什么？相对于大城市，中小城市有哪些特点？年轻人该如何结合实际安排自己的生活？

经济压力小了，但精神需求怎么满足？

原以为在小地方生活，压力会更小，过得会更舒服，但事实并非如此。回到二三线城市的“都市人”，感觉又跳进了一个“围城”。

一年前，曾静离开了广州，前往广东东莞常平镇一家外企做企划投资。谈起这段经历，曾静似乎有些不好意思，因为当初“逃离”广州的原因虽然很多，但真正吸引她的却是东莞这家企业“提供食宿”的福利。

“广州当时进行‘城中村’改造，我住了两年的农民房不能再续租了，而且房东要我立即搬家。”曾静说，“你不知道在广州租房子有多难！租金与楼价一样急剧飙升，在公司5公里范围内根本找不到2000元以下一室一厅的房子，光房租就要占月收入一大部分。”加上工作时间不固定，吃饭成了曾静面临的另一大问题：自己做太累，出去吃又不卫生，所以她经常靠方便面、饼干、面包填饱肚子。

在大城市，房子贵、交通难、生活烦，票子却不够花，成为很多身处“北上广”的人“逃离”的理由。那么，节奏缓慢、房价相对低廉的二三线城市，真的就是“世外桃源”吗？

“当时我想，东莞虽然小，但企业提供食宿、工作时间固定，收入低点也无所谓。”曾静说，但真正到了东莞，她却感到诸多不适应：企业提供4人一间的集体宿舍，跟大学宿舍差不多。有些室友经常带小伙子来玩，深夜才走，这让她无法忍受；食堂还算令人满意，厂里每月还把补贴打到饭卡上，但晚饭后走出厂区，根本没有休闲去处，连看个电视也要呆在食堂……

这还不是最难以忍受的。对26岁的曾静来说，现在她已经到了谈婚论嫁的年龄，但厂里生活圈子太窄，那些经常试着约她出去吃烧烤的小伙子，无论学识还是眼界都与曾静的要求相去甚远。这不由让她怀念在广州星海音乐厅听音乐会的日子，留恋珠江边与友人聚会的时光。

几经考虑，今年10月曾静又回到了广州，继续打拼。但和一年前离



开广州时的心态完全不同，现在的曾静多了几分稳重与成熟：“工作虽然辛苦，但不会像以前一样心烦意乱。相反，我更加珍惜今天的一切。”

人生处处是“围城”。原以为在小地方生存，压力会更小、过得更舒服，但事实或许并非如此。小地方物价低，但收入也低；小地方生活比较单调，远没有大城市丰富多彩。有了大城市生活经历、重新回到二三线城市的“都市人”，感觉又跳进了一个“围城”。

一些专家表示，年轻人“逃回北上广”是一种人生的无奈。在一线城市，人们虽然背负着经济压力，但精神需求能得到满足。这不仅在于大城市拥有更多电影院、文化馆、健身房等场所，也在于大城市更加开放、更加包容，人们在这里可以找到更多价值观相近的群体，在经济高速发展中免于沉陷精神荒漠。

讲人情拼关系，“都市人”是否还适应？

一些人回到小城市工作，却发现自己并不适应，因为在一个熟人社会，做事更要讲关系、论人情，发展或许更难，价值观的冲突或许更大。

前几天，张超离开湖南老家，又回到了广州，多少带着一些失望。想当初，他离开广州回家乡时充满激情，但这么快“逃回”广州，出乎所有

人意料。

最初，张超在广州一家广告公司做策划，主管房地产销售策划，他的梦想就是在广州买房，将父母接到广州。但现实是残酷的，广州的房价一个劲往上蹿，就凭他每个月不到5000元的工资，是没法买房的。经过几年的打拼，他累了，想到了回家。

“当时考虑，如果能够回乡创业，也不失为一个好的选择。”张超说，正巧有朋友告诉他湖南的一个地产项目招聘销售团队，他想这是一个机会，可以将业务上有来往的好友组织起来，组成销售团队与公司签下代理合同。此后，张超开始了艰难的创业。

都说房地产开发很“暴利”，但对于承销房地产项目的销售团队来说，却是另外一番光景。张超说，销售团队原则上说是回家乡常德落脚，但实际上总在湖南全省以及外省“流窜”，他们的销售团队力量不是很强，无法与大的开发商、大的楼盘及商业地产接洽，实际就是在一些市县承销小的地产项目。

“在广州给客户服务的时候，主要是谈文案，很‘文气’。但回到内地拼的全是酒桌上的功夫，文案写得怎么样不重要，销售创意也不重要，只要能签下业务就是‘英雄’。”张超说。

更难的在于回款。完成销售业绩后，按照合同，对方应该将属于他们的款项及时付来——这在市场经济

意识很浓的广州来说，根本不是什么问题。但到了内地，“回款”就成了千难万难的事情，对方会千方百计扣除各种费用，拖欠回款更是家常便饭，张超承销的好几个项目回款至今没有着落。时间一长，就影响了团队的情绪。随着几个骨干成员的离开，销售团队不得不散伙。

带着失败痛苦，张超权衡再三还是决定回到广州。按他的想法，在大城市继续打拼几年，今后即使要创业，也会选广州及其周边等市场经济较成熟的地区。“回内地创业，太辛苦。”张超说。

去年，赵文从北京回到了山东泰安，跟着自己的叔叔做体育用品生产销售，深刻体验到在中小城市做事有多么不容易。

为上一个新项目，他去当地政府部门办手续，折腾了半个月也没动静。最后还是在叔叔带领下，通过朋友找到相关部门的负责人，请客、吃饭、送礼、说好话，两天就搞定了。

“我不是不知道在小城市做事要讲关系，但不经历一次，还真难以体会。”赵文说，“以前叔叔总说我需要学的还多着呢，我不服气，现在算明白了。如果说大城市人们还有时间、精力用在做事上，在中小城市则要耗费很大一部分心力在处理人际关系上。”

专家认为，大城市往往更加开

放、相对公平，而二三线城市往往更讲等级关系、人情关系。一些人到了小县城工作，却发现自己并不适应当地的人际交往模式，因为在一个熟人社会，做事更要讲关系、论人情，发展或许更难。

大城市与小城市，到底选择哪儿？

人们应该慎重选择发展的地方。大城市和小城市各有优点、缺点，只有找到最适合自己的，才能生活得更幸福。

到底在大城市发展，还是到小城市谋生？

或许，这个问题永远没有标准答案，人们只能“仁者见仁，智者见智”。在一线城市工作过的人，虽然面临着买房压力、户口歧视等，但二三线城市也绝非世外桃源，不少人无法适应城市间的巨大落差。如何选择，人们应该考虑自己的能力、性格、家庭等多方面的因素，慎重做出决定。毕竟，大城市和小城市各有各的优缺点，只有找到最适合自己的，才能生活得更幸福。

夏玲从江西南昌一所大学毕业，2006年托朋友在上海找了一份会计工作。一年之后，夏玲很不适应，房子太贵、交通太难。后来夏玲回到老家，生活虽然安逸了，却遇到很多想象不到的苦恼。

在人们眼里，夏玲从上海回来，一定是能力不行，或者有啥情况，这让她找对象都很难。“我还是要回北上广。”夏玲说，后来她又南下广州，不仅找了一份工作，也找到了自己的另一半。

实际上，无论“逃离北上广”还是“逃回北上广”，目前都没有准确的数据统计，难以说明这些现象究竟在多大程度上成为一种趋势。但之所以能引起社会强烈关注，主要反映了人们普遍存在的一种心理状态，公众试图找到一个表达生存压力的话题。

当然，即便“逃回北上广”，现实问题依然存在，房价依然很高、生活成本依然很大。为了不让年轻人再次因为这些现实问题而纠结，大城市应该积极解决他们的安居问题，完善社会服务体系。生活有了保障，人们的发展才能有奔头。

专家表示，大城市毕竟容纳能力有限，二三线城市对人才的需求更多，政府应当更加重视营造公平、公正的竞争环境，多为中低层社会成员创造向上流动的机会，为年轻人搭建更大的就业、创业舞台。这不仅是改善民生最直接的体现，更是为地方发展注入活力的必要举措。

（据新华社电）

见证品质传奇 小天鹅百万重金寻找老用户

“小天鹅洗衣机百万重金寻找全国老用户”河南省报名评选活动已于2011年10月26日正式启动，截止时间为2011年12月7日，活动为期2个多月，覆盖全国28个重点省会城市及地市。

活动期间，所有正常使用小天鹅洗衣机超过15年的老用户，即1996年12月7日前购买且现在仍能正常使用的河南用户，均可前往小天鹅洗衣机各大销售点登记报名，也可以通过小天鹅洗衣机公司当地热线登记报名，还可以登录小天鹅洗衣机官方网站和小天鹅官方微博登记报名。

据了解，本次活动的唯一的评比标准就是小天鹅洗衣机正常使用年限的长短。公司将指

派专业人员，对老用户的机器进行上门检测、鉴定，并核实用户资料（身份证或户口本复印件）、机器运行情况、购买凭证（发票、收据、说明书、保修卡等）等，最终将由河南小天鹅洗衣机公司评选出前20名最老用户。

对于评选出来的前20名小天鹅洗衣机老用户，小天鹅采用“以旧机，换新机”的形式，免费赠送小天鹅“纯臻”滚筒洗衣机新品（市场价）。活动期间，小天鹅洗衣机还为新老用户提供了超级感恩回馈大礼包：老用户二次购机给予丰厚的购机优惠，专享老用户的尊贵待遇；小天鹅洗衣机新用户也享受进店有礼，让更多的新用户都可以体验小天鹅洗衣机的高端品质。（王讯）

我的生活 我的路 长安铃木彰显价值认同

“你们长安铃木怎么了哟？”近期汽车厂家频繁的活动，让很多圈内人士坐不住了。其实，埋头做事的长安铃木一直就很务实，搜寻百度你几乎很难看到豪言壮语，更多的是稳定上升的业绩，正如他们自己所说的“精耕细作，打造精品小车”。

2011年CRC首站比赛在“火山旅游胜地”五大连池完美落幕。长安铃木的雨燕赛车在全国数十支车队、53辆赛车、106名车手的激烈角逐中脱颖而出，一举夺得S1俱乐部杯冠军荣誉。从2006年首次出征CRC开始，雨燕就走上了它的夺冠之路，5年已经拿下30个冠军荣誉。雨燕所搭载的K15A全铝发动

机，在2008年就荣获“全国十佳发动机”的称号，其省油节能的优点，更是深受消费者欢迎。2010年雨燕累计销量顺利突破5万台大关，同比增长高达47%，成为名副其实的热销车型。

长安铃木总经理近藤唯志接受采访时表示，“2011年长安铃木要继续提升已有的1000多家代理店的质量和水平，争取实现1200家的网络渠道规模”。率先完成“千店工程”网点布局的长安铃木不但占得了市场先机，还为进一步开拓三四线市场打下了基础。正如“爱车管家”服务品牌的口号“处处为您着想”所彰显的那样，长安铃木将始终以提供人性化服务、满足用户需求为导向，提高客户满意度为核心。（徐如景）