

马寺钟声

转发是力量,也是责任

□本报新闻观察员 洛谭

【新闻背景】近日,“新安县抚育保健站一名婴儿被人抱走”“陕西老人来洛寻女流浪街头”两条微博被网友大量转发。洛阳晚报记者采访证实,前一条为虚假信息,后一条部分内容系杜撰。(见本报13日A09版报道)

我们喜爱微博。它让信息得以即时传播并高度共享,它让人人都能发声并可能得到关注——从某种意义上说,它给了每一个普通人以前所未有的力量。正因此,我们不希望它有闪失,出现让那些企图对其进行“污名化”的人可以抓住的小辫子。

遗憾的是,虚假信息频频出现在微博中。近日,由社科院新闻所和社会科学文献出版社联合发布的中国新媒体发展报告显示:去年1月至今年1月的100个微博热点舆情案例里,事件中出现谣言的超过1/3。

有人说,“谣言倒逼真相”,虚假信息并不可怕。这话有问题。

第一,谣言和怀疑是不同的:当事实不明时,当然可

以怀疑、追问,但这种怀疑应当建立在对既有事实客观判断的基础上。

第二,目的合理不是随意发布虚假信息的借口——试问谣言发布者,你是否愿意成为被谣言击中的当事人、当事单位,在经历各种莫名其妙的伤害后,成为“倒逼真相”的工具?

通过微博发布不实信息的动机可能有两种:一种,为追求个人利益而进行的“利己性恶意传播”;另一种,为求证事实或帮助他人而进行的“利他性善意传播”。前者在主观上故意作恶,当被严惩;而后者,虽然其情可悯,但危害也不小:混淆视听、浪费公众的注意力,甚至带来十分严重的社会后果。

公众的知情权我们要维护,身旁人遇危难我们应该帮助,但不能不讲方式。没有真实信源和客观判断,没

有小心谨慎的态度,就手指一点发了微博,太荒唐。

像“新生婴儿被抱走”“老人因寻女流落街头”的微博,用戏剧性的描述追求爆炸性的效果——大家看得或心惊或心疼,却不知这煽情的内容只是“听朋友说的”和“老人自己说的”。

使用微博,边界意识与规则意识不可缺。面对碎片化的信息,应多一些独立思考 and 理性判断,少一些偏激冲动和轻信盲从。要让常识和逻辑发挥作用,万不可有预设立场的极端思维或单纯凑热闹、“求关注”的不良心态。

无疑,一个信息自由流动的社会才能培养出充分的理性和判断力。而微博,在这个网络时代,是使信息通畅的重要渠道。我们喜爱它,珍视它带来的话语权,更要对它多一些责任感,让它更真、更美、更有力。



河洛观潮

高储蓄率:爱银行还是爱自己

□本报特约评论员 邓海建

【新闻背景】日前,有关“我国人民币存款突破百万亿”“中国人均存款77623元”的消息受到广泛关注,不少市民惊呼自己“拖了后腿”。事实果真如此吗?专家指出,人民币存款的统计口径既包括个人存款,也包括企事业单位存款和财政性存款等。以全国人口总数13.5亿计算,截至今年5月底,中国人均存款为32719元。(7月14日《北京青年报》)

不管是怎样的微观数据之争,唯一的共识是:中国当下储蓄率之高,起码是“前无古人”的。

中国人爱把钱存进银行,在道理上其实很难令人想通。

一方面,国内银行业“垄断”魅影时有闪现,各种乱收费的骂声几乎伴随着中国银行业的成长;存款收益显然也不足以拉近客户与银行之间的关系。

另一方面,不少家庭

仍在为房子烦恼,房贷压力之下,存款几无可能。

高储蓄率之所以值得我们警惕,是因为钱不花掉,不用于消费,再生产难以为继;更可怕的是,中国人存钱未必是为了改善明天的生活,而是攒购房首付款或备以活命。

造成今天中国储蓄率如此之高的原因,恐怕有三:

一是在高储蓄率中,富人与政府存款的份额,可能占据了相当大比例。

二是投资渠道狭窄,经商环境又得不到根本性的改善,民间游资找不到更稳妥的出口,只能堆在储蓄的山头。

三是普惠型社保体系尚未建立,加之在老龄化压力之下,“延休”的呼声越来越高,存钱养老也是不得已的办法。

要解决高储蓄率的问题,根本的办法还是推进收入分配体制改革,规范楼市、强化社保、创新金融,这些配套工程都搞好了,储蓄率自然不会如此疯狂。

王老吉配方之争有官方新解

广州市国资委表示:广药集团是王老吉在国内的唯一合法传承实体

红罐凉茶包装装潢案尚无最新进展,加多宝却抛出“撒手锏”《传人篇》15秒广告。针对加多宝的凉茶配方“正名”广告,广药集团于5月29日会同广州市检察院、广州市国资委紧急召开新闻发布会奋起反驳,公布大量不曾公开的历史资料,澄清事实真相。

广州市国资委有关负责人在会上表态,王老吉商标及其相关无形资产属于国有资产,由广药集团拥有;广药集团是王老吉在国内唯一的合法传承实体,享有和王老吉相关的所有权益。广州市公证处则作出10份公证材料,证明广药集团王老吉185年来从秘方到工艺一脉相传,广药集团拥有独家正宗秘方。

0.03%的商标使用费——国有资产严重流失

全程参与王老吉商标案的广药集团副总经理倪依东算了一笔账,他说:“按照鸿道集团董事长陈鸿道通过贿赂手段与广药集团签订的协议,王老吉商标使用费2000年为400余万元,到2010年为491.4万元,即便到2020年也只有500余万元,而王老吉经营收益早在2010年就达160余亿元。按照国际惯例,商标使用费按销售额的5%收取,鸿道集团所付商标使用费仅占其销售额的0.03%。这堪称史上最廉价商

标租赁,国有资产严重流失。”

据悉,王老吉创始于1828年,主要有广州和香港两脉,其中香港支脉于1890年前后单独发展,1913年正式与广州王老吉分家,100多年来无任何经营关系。广州王老吉继承了王老吉的祖业和秘方,也就是今天广州王老吉药业的前身。广州王老吉在民国时期,注册了王老吉商号、王老吉商标、王老吉公孙父子图商标等一系列无形资产。

1956年,按照公私合营政策,国家以赎买方式从王老吉第四代传人手中承接了广州王老吉商标、秘方、工艺、员工等所有生产资料,广州王老吉成为国有企业并发展至今。1996年,广药集团成立,广州王老吉作为下属企业纳入广药集团管理,王老吉商标等无形资产归广药集团持有。至此,广药集团成为王老吉在国内的唯一合法传承实体,拥有和王老吉相关的所有权益。1995年,羊城药业(王老吉药业的前身)与鸿道集团(加多宝母公司)签订商标许可合同,授权鸿道集团生产红罐和红瓶王老吉凉茶。

2000年,鸿道集团与广药集团签订商标许可主合同,将商标的使用期限延长至2010年。为了更长时间使用王老吉这个凉茶行业的百年老字号,获取更多商业利益,在合同还有8年到期的情况下,鸿道集团有关人员向广药集

团当时的负责人行贿300万元港币,签订了两份补充协议,将王老吉商标许可期限延长至2020年。

2004年,行贿案东窗事发。2004年12月,广州市检察院立案侦查。2005年10月2日,广东省公安边防部门将涉案嫌疑人抓捕归案,当月19日,涉案嫌疑人取保候审,后弃保潜逃。2008年,广州市检察院依法作出中止侦查的决定,去年又依法恢复侦查。“陈鸿道现在仍在追捕当中,一旦追捕到案将继续刑事诉讼程序。”广州市检察院相关负责人介绍。

找不到的加多宝董事长

“在和解之路上,我们进行了多次努力,但都没成功。甚至在去年收回王老吉商标授权之后,我们仍多次在公开场合表达合作的意愿,但并没有得到对方的响应。这与鸿道集团董事长的缺位关系密切。”倪依东告诉记者。

2004年,广药集团新班子调整后,认识到严重偏低的王老吉商标使用费将造成国有资产巨额流失,一直寻求各种方式予以纠正。2010年5月,双方所签的主合同到期,广药集团通过电话、公函、律师函等方式多次与鸿道集团联系,对方皆以“董事长不在”为由不予理睬。为协商解决商标授权问题,广药集团专门派出高管到其香港总部沟

通,对方仍说“董事长不在”将广药集团代表拒之门外。“由于陈鸿道潜逃,王老吉商标纠纷无法进行对话。与此同时,加多宝不断加强侵权行为,通过篡改商标字体等形式侵犯王老吉的权益。”倪依东说。出于万般无奈,2011年4月26日,广药集团向中国国际经济贸易仲裁委员会正式提出仲裁申请。

新闻炒作+舆论暴力引发恶性竞争

在持续了两年之久的王老吉凉茶口水战中,双方就商标、包装装潢、配方、销量等问题针锋相对,线下线上多次过招。其中,加多宝的民企身份说备受关注,一度得到很多人的同情。对此,王老吉同样予以驳斥。

广药集团法务工作人员告诉记者,经查证,加多宝是在英属维京群岛注册的外资企业,是香港鸿道集团全资子公司,企业性质为外资。

“10多年来,加多宝利用外资身份在国内获得了土地、税收等特殊优惠政策,却处处以民企身份不断攻击广药集团,博取民众同情,故意挑起不同经济体制企业之间的矛盾。”广药集团工作人员说。

对于身份的质疑,加多宝官方未作出回应。

本文摘自2013年6月7日《中国工商报》4版