THE BEIJING NEWS

创刊于2003年11月11日

总第3216期

统一刊号
CN11-0245

主管
中共北京市委宣传部

出版
新京报社

社长、总编辑:戴自更
执行总编辑:王跃春
副总编辑:何龙盛 王悦
编委:吕约 王爱军 刘炳路

地址:
北京市东城区幸福大街37号
邮编:100061
传真:010-67106766
新闻热线:010-67106710
(24小时)
发行热线:
010-67106666
新京报网:
www.bjnews.com.cn

广告经营许可证号:
京宣工商广字第0068号

常年法律顾问:
北京市岳成律师事务所

声明:
未经本报许可,不得转载、采用本报及本报网站刊载之内容。

■ 社论

“三百大战”别伤害消费者利益

中国搜索市场欢迎竞争,但不要把这场搜索战争打成广告战、公关战、骂战、煽动战,而应是技术战和服务战。

近日,百度和奇虎360为争夺中国搜索市场爆发的“三百大战”忽然升级。双方展开网络攻防战,百度对360搜索业务展开反制,用户通过360综合搜索访问百度知道、百科、贴吧等服务时,将会强行跳转至百度首页。而360昨日午间做出回应,将网址导航搜索框中所含百度服务全部撤掉。

这场“三百大战”源于360于8月16日推出的综合搜索。360搜索推出后,百度遭受到10个月来最高的股价跌幅,奇虎360股价却大幅上涨。而伴随着百度反制,奇虎360股价又大跌6.22%,百度则涨了3.69美元。股价的变化象征着投资者对公司未来前景看法的变化,这足以显示出,这场“三百战争”的胜负,对两家互联网巨头未来的重要性。

更充分的市场竞争将更有利于用户,从这个角度讲,中国搜索引擎市场多一家服务提供商不是件坏事。但现实经验又告诉消费者,万不能为市场竞争的升级而盲目乐观,在中国市场上,消费者已经见多了杀破底线的恶性竞争,比如这个月刚发生的电商价格忽悠大战;比如2010年360杀毒与腾讯打的那场强迫消费者进行二选一的“3Q大战”……消费者不怕竞争双方会否“玉石俱焚”,只怕自己在战争中被企业绑架成为无辜的“肉弹”。

从目前的“攻防战况”看,无论是百度还是360,其手段虽然都很直接有力,但总归仍在底线之上。而人们担心的是,随着战争的进一步升级,利益相关、生死攸关之时,两巨头是否还能hold住底线,不把消费者卷入进来。

之所以有这种担心,是因为它们确实都有把消费者卷进来的能力。相对于传统行业,互联网企业有更强的平台特性,对用户的干预性也更大。尤其是百度和360,在所属行业中占有近乎垄断的强势地位,如果它们为了竞争而放弃底线,还有很多手段可以用,比如百度可以全面封杀奇虎360所有信息,360则可以通过它的杀毒平台拦截百度广告或警示不安全等,为之付出代价的则是无辜的用户。

或许这种担心有些多余。但在经历一系列池鱼之灾后,消费者真心希望发生在巨头间的市场竞争能够坚守底线。中国搜索市场欢迎竞争,但不要一开始就陷入恶性竞争,归根结底,真正对用户有效的“杀器”还是技术和服务。几乎每个网民都是搜索引擎的用户,人们希望双方吸取电商价格战教训,重视商誉,珍惜羽毛,不但不要在竞争中卷入消费者,也不要把这场搜索战争打成广告战、公关战、骂战、煽动战,而应是技术战和服务战。

近年来,发生在中国市场上的、损害消费者利益的恶性竞争越来越多,连最与国际接轨的互联网业亦不能例外,而同样的市场竞争行为,在国外却往往进行得很平和,这种差别很值得深思,是中国的市场出了问题,还是中国的企业家或企业文化出了问题?

相关报道见B03版

■ 观察家

“微笑局长”的名表仍待“公家”说明

一个厅局级官员在公共舆论空间,就自己的不当表情而公开道歉,这首先值得肯定。不过,官员消费名表的背后是否存在贪腐,需要监督机构出面回应。

昨天晚上,陕西省安监局局长杨达才通过微博回应网友质疑。杨达才就其在事故现场“微笑”的不慎之举,向遇难者家属表示诚挚的道歉,同时称其所佩戴名表品牌属实,但均为自己个人购买。

对于何以会有“微笑”的“不当表情”,他说:“有些基层同志向我介绍情况的时候,都显得特别紧张,有的同志口音比较重,有些话我听不太清楚。我让他们放松些,可能一不留神,神情上有些放松。现在回想起来,我也很内疚。”

一个厅局级官员在公共舆论空间,就自己的不当表情而公开道歉,态度也相当真诚,确实并不多见。这首先值得肯定。

当官员身处舆论危机之中,就应该降低身段,拿出诚意,承担责任,错了就道歉,对公众的舆论监督保持谦卑。这样方能获得当事人以及公众的谅解。

从昨晚的网络舆情来看,很多网友也对“局长道歉”给予了肯定,“微笑门”算是基本过关。然而,舆论并未就此平息,原因就在于,“名表”的问题还没有详细说明,而且也缺乏权威的说法。

这场舆论风波虽然令一位官员陷入了一场个人危机,当事官员以个人身份回应公众质疑,相对于过去的官方回应“公私不分”,只见“组织”不见“个人”,也是一种突破。

不过,如今这场舆论风波也并非完全是官员个人的“私事”,其中也有“公事”。公众质疑的矛头,乃是杨局长消费名表的背后是否存在贪腐。这就不是个人的私事,是需要公权力机构出面的“公事”。

在名表的问题上,杨达才称,5块手表为其10多年来,用个人合法收入购买,最贵的一块是今年买的万宝龙106500型号,价格是3.5万,不是江诗丹顿牌子。其他几块表的牌子跟网友所说的差不多,每块价格大致在一到两万左右。

这一说法并未平息、反而引发了民众进一步的质疑。比如,以他并不算高的收入,花费十多万元连续购买多块价格不菲的名表,似乎不合常理;而且这些表究竟是什么品牌,价格几何,也没有更进一步的详细说明,公众难以就此相信,这些名表确实“物美价廉、自费购得”。

显然,个人无法自证清白的回应,尚不具备充分的说服力。既然杨达才局长已经向纪律监察部门做了汇报,公众也就希望看到相关部门为此而做了哪些工作,最终结果如何。那些表究竟是什么款式,当时值多少钱,是否为杨局长个人所买,这些问题如能一一作答,舆论的责难自然就烟消云散。

也只有这样,杨达才局长才能真正恢复清誉,公众也才会相信,戴名表纯粹是杨局长的个人爱好。

□新京报评论员 于德清

相关报道见A13版

更正与说明

【文字更正】

1、8月29日A29版《“富婆”征婚 见面要走金佛》(校对:何燕 编辑:李东)一文,第1栏第1段第2行“预找伴侣同度余生”中的“预”应为“欲”。

2、8月29日C04版《下一站,看青春爱情》(校对:庄文湄 编辑:甘丹)一文,图说中的“张均甯”应为文中提到的“张钧甯”。

本报谨就以上错误和疏漏向读者和相关单位、人士致歉。
挑错热线:010-67106710
栏目编辑:李赛

责编 王华 美编 鲁嘉 责校 付春愔