

# 楼房倒塌事故源于安全意识“塌陷”



评论员观察

现在很多城市里,都有那种“建造年代久、看上去质量差”的房屋,通常只有在“盘活存量土地”时,这些布满老旧房屋的片区才会被关注。如果不把群众安危放在第一位,如果看待经济数字重于看待群众安危,类似的塌楼事件恐怕还会重演。

在房子倒塌的瞬间,父亲将3岁的女儿护在怀里,用脊梁顶住了倒塌的楼体,女儿成功获救,而父亲早已没了呼吸。这一幕,就发生在10月10日的温州,一座民房于凌晨倒塌,带走了至少20条生命。在感叹父爱如山的同时,想必人们更想知道的是,这座楼到底是怎么塌的。

据当地官方初步分析,倒塌的是一处农民自建房,年代久、质量差、地质基础不牢,尽管还要等最终的调查结论,但官方的回应分明是“与我无关”的另一种表达。的确,房子是农民自建的,自住或外租的决定权也在房主手中,但如果眼睁睁地看到了安全隐患,相关部门就没有义务做点什么吗?非要等到楼塌了、人死了,才在公众目

光的注视下有所行动吗?

从新闻报道来看,倒塌的那座楼以及周边的住宅明显是存在安全隐患的,而这些隐患就摆在当地相关部门的面前。“年代久、质量差、地质基础不牢”的情况就很能说明问题,这些情况就摆在那里,楼塌了被叫做“原因”,楼没塌则被称为“隐患”。在事件发生几个小时之后,当地官方就能得出这样的初步结论,恰恰证明了隐患有多么明显。更何况,该片区正处于改造之中,属于当地政府的工作重点,相关部门没有理由对上述隐患一无所知。

至少从目前来看,在楼塌之前,隐患并没有得到重视,当地政府更关心怎么跟没签协议的房主讨价还价,却没有去考虑住在房子里的人是否处于危

险之中。就像常见的那些拆迁现场,很多楼房是不完整的,签了协议的部分被迅速拆掉,没签协议的还在使用之中。警示安全隐患和组织住户撤离,都发生在楼塌之后,紧接着就是一场城乡房屋安全隐患的“大排查、大整治”。当地相关部门对群众生命财产安全的关心,更像是用人命换来的。

的确,说到造成塌楼的因素,可以追究建房者的责任,可以拿“违章建筑”来说事,也可以责备那些顽固的“钉子户”,但这并不意味着相关部门可以对群众的安全“放任自流”。该检测的检测了吗?该提醒的提醒了吗?而且据报道,两月前因台风带来暴雨,该区域就有群众反映地基长久浸泡的问题,这个问题解决

了吗?而今当地官方表示,将对事故进行彻底调查,依法对相关责任人作出处理,但愿最终的处理结果能够警示“后来者”,将群众的安危放在心上。

事实上,很多人关注温州塌楼事件,并不仅仅关心这件事导向怎样的结局,更多的还是出于对自身安全的某种担忧。现在很多城市里,都有那种“建造年代久、看上去质量差”的房屋,通常只有在“盘活存量土地”时,这些布满老旧房屋的片区才会被关注。这种关注,更多的是出于地方政府对土地资源的挖潜,出于功利化的需求,所谓的隐患排查只不过是“副产品”罢了。如果不把群众的安危放在第一位,如果看待经济数字重于看待群众安危,类似的塌楼事件恐怕还会重演。

## 尊重消费者是三星最好的止损方法

试说新语

杨飞越

11日上午,韩国三星电子公司发布公告称,将暂时停止销售和更换Note7手机,沸沸扬扬的“爆炸门”终于尘埃落定。兜了一个大圈子,还是回到了原点,对消费者太过傲慢的电子巨头,为一款问题产品“挣扎”了一个多月,非但没能解决问题,反倒自己给品牌形象抹了黑。

自8月24日“首炸”之后,三星始终没有正视自身存在的问题,充满歧视色彩的召回,更是有损企业形象。Note7暴露的问题非常早,第一批产品在韩国

和美国小批量上市后,就有韩国用户发生了问题。然而问题没能解决,Note7依然按部就班地向中国大陆和欧洲市场铺货,等到中国质监部门出手,才有条件地部分召回。为了掩盖问题,其间三星还发布了所谓的系统更新法,在充电量上做手脚,已然涉嫌欺诈了。

狡辩来狡辩去,最关键的质量问题解决不了,Note7的全面下架就成了必然。事实证明,把消费者当傻子,或是傲慢无礼,最终的受害者还是企业自身。据了解,“Note7爆炸门”以来三星诸多无视消费者的行动,一点一点地损害了品牌的形象,其在大陆市场的出货规模

明显下滑。而且,在最能反映人们对企业未来展望的股市上,Note7的全面停产带来了高达7%的股价下跌。

事实上,手机也好,其他消费品也罢,这些年来因隐患召回的产品很多,单论对企业的影响,肯定不如三星Note7这一次。问题的关键就在于,发现问题时,企业究竟采取了怎样的态度,如果能够及时承认问题、解决问题,最多就是赔掉相关生产的成本,但若是遮遮掩掩欺骗消费者,不仅该赔掉的成本省不了,还会因消费者的不信任造成更大的损失。Note7的全面停产、停售,算是给此次事件画了一个句号,但未来对三星品牌的

影响还未可知。

从这一点来说,三星为它的自作聪明和傲慢付出了代价,对其他企业来说,相比看三星的笑话,更重要的则是从中吸取教训。企业的发展还是得从提高产品质量上入手,营销手段的更新也是可以的。唯独一点,消费者的权益和消费者的声音忽视不得,谁“欺负”了消费者,终将遭到来自市场的反噬。之所以一些品牌会在产品安全事故爆发之前主动召回瑕疵产品,可以说体现了企业的责任心,但更重要的则是避免因隐患显形造成更大的损失。归根结底,最好的止损方法就来自对消费者的尊重。

记者来信

### 靓号不该被钱“绑架”

韩爽

近日,深圳市车管所正式启用全国统一版机动车选号软件,新的选号系统将取消号牌竞价。此举赢得许多赞许之声。

对特殊号码公开拍卖或者进行高价营销的争议也由来已久。因为这使得所谓靓号只能满足部分富人的需要,无形中剥夺了中低收入消费者的选择权,且助长数字迷信,对社会风气带来不利影响。本来不用付出什么代价就有机会选中的靓号,却被金钱“绑架”,让普通消费水平的用户望而却步。

通信运营商仅就号码的数字组合,而不是对该号码实际提供的服务来区分普通号和靓号,从而大幅提高所有靓号的消费底线,是利用其优势地位的垄断行为,损害了用户的合法利益。车牌靓号被拍出“天价”,让极少数有钱人占有,也人为制造了社会不公。

在靓号问题上,公平不是要吃大锅饭,而是要在手段优化中实现社会效益的最大化。比如,吉祥号完全可以明码标价,甚至拍卖,只要这部分所得的用途为全社会所认可。比如,选号费所得一律捐献给慈善事业或者希望工程,由有关部门监督所得数目及使用过程。

投稿邮箱: qilupinglun@sina.com

## 期待对“韩春雨实验”的独立调查

一家之言

邓海建

10月10日晚,12位学者决定实名公开他们“重复”韩春雨实验方法的结果:“阴性的”“不工作”等等。通俗表达即是,他们没能“重复”出韩春雨的实验。

谁也不希望轰动世界的“韩春雨实验”是一场误会,乃至一场闹剧。不过,即便在本月10日,对于多名科学家实名发声无法重复实验一事,韩春雨仍坚持“不做任何评价”。他还提到,“过上一两周左右,我们这边还会有

回应。”正如论者所言,一番番此般自辩,感觉更像是官方式谨慎而消极的抗辩,而不是一个科学家积极坦诚的说理。

当然,有个常识需要重申:“韩春雨实验”的不可重复性,与实验本身的主观造假可能性之间,并不存在必然的逻辑关联。若没有充分的调查、没有独立的论证,谁也不该匆忙给年轻的科研学者扣上臆断的黑帽子。

不过,这是一个问题的两个层面:一方面,基于对科学研究的尊重,不宜直接对真相未明的“韩春雨实验”做有罪推定;另一方面,也正是基于对科学研究的

尊重,才需要抽丝剥茧将“韩春雨实验”证实或证伪在公共理性之下。略显遗憾的是,作为年轻学者,韩春雨在面对业界或舆论质疑上,多少有些游离于公众关切的核心。这样的姿态,并不利于舆论对之的支持与信心。更何况,当事人因实验而荣誉加身、平步青云,基于公共资源的监督管理理性来说,“韩春雨实验”也当有个清楚的最终版结论。

好在,10日刊发的《韩春雨就“重复实验失败”答科技日报记者问》中提到,“韩春雨(说):他们(指实验重复失败的科学家)要是愿意实名出来,我们就

让重复实验成功的人实名出来。”那么,实验失败的专家实名发声了,实验成功者的实名信息也该披露了吧?更要紧的是,科研单位和学术组织,不能面对公众质疑而始终缄默不语。

眼下,唯有独立调查能还“韩春雨实验”以清白。说句题外话,经此一役,地方部门当深谙一个基本道理:论文与成果,不是一回事;高级刊物论文与资源倾斜之间,别太功利地画上等号关系。最起码,屠呦呦得诺奖的事实早告诉我们,科研贡献与论文之间,不存在太表象化的臆断关系。



# 山东大学 管理学院高层管理EE项目(原总裁班)

山东大学管理学院总裁班以“打造鲁商群英,振兴山东经济”为目标,汇集国内著名企业管理专家,铸造齐鲁企业家管理黄埔。每年招生四个班,被评为山东大学优秀教育培训项目。10年来,就读学员近5000名,其中90%为企业董事长、总经理、部门总监等企事业高层管理者,涉及建筑、房地产开发、金融贸易、制造业等二十余个行业,学员来自山东省各地市,已成为省内企业家学习交流的最佳平台。



## 投融资与资本运营七班招生通知

- 【开学时间】** 2016年10月28日
- 【招生对象】** 企业董事长、总经理等企业决策层;金融、投资公司高层管理人员
- 【课程价值】** 解读国家金融政策,掌握融资策略,拓展投资视野,优化商业模式,构建企业核心竞争优势,提升企业价值,实现企业家财富升值和企业跨越式发展。
- 【学 制】** 一年半不脱产学习,12门核心课程,每月集中两天授课
- 【报名电话】** 0531-82523306 88362508
- 【班级网址】** www.sdemba.com
- 【学习地点】** 山东大学中心校区

总裁40班12月15日开学,欢迎报读!

商海凯旋 重返校园

