

百度还有多少“见不得阳光的生意”

□ 苑广阔

博网站盗用其他公司营业执照注册百度推广账户，夜间10点以后通过百度“商业推广”悄悄上线，次日9点前全部下线。(7月18日《新京报》)

经历过前段时间的“魏则西事件”，在空前的舆论压力以及监管部门的约谈和要求之下，百度进行了一系列的整改，包括每页搜索结果商业推广数量不超过4条；商业推广用蓝色字体和自然搜索结果进行区分等等。很多网友以为，从此以后百度的经营会更加规范、健康和阳光。但是事实证明，抱有这种想法的网友实在是太天真了。

媒体持续数月的观察和深入调查证明，百度只不过把自己那些既不道德，同时也不合法的生意做得更加隐蔽了而已，但是他们从来没有真正的收手。比如这些形形色色的赌博网站，采取的策略是深夜10点多上线，然后凌晨时分悄然下线，以这种刻意的

低调来隐藏自己，坑害别人。而对于真正的好赌之徒来说，他们并不在乎赌博网站什么时候上线，只要上线，就聚众豪赌，一些百度推广靠前的赌博网站，半个多小时内的投注额就达几十万元，上亿元，而一些沉溺其中的好赌分子，一晚上就可能输掉十几万元、几十万元。

赌博在我国是非法的，是要被公安机关严厉打击的，不管是现实中的赌博，还是网络上的赌博，那么这些赌博网站，是如何通过百度参与商业推广的资质审查，公然上线的呢？据多名从事百度非企渠道推广的业务员透露，百度非企账户主要用来进行灰色或非法业务推广，如赌博、保健品、“定位找人”等，而这些赌博网站，几乎都是通过盗取其他合法企业的营业执照来通过百度方面的审核的。

表面上看，百度方面好像也是被蒙蔽了，其实不

然，赌博网站盗用合法企业的资源通过百度审核，不过是为了走程序，而这些赌博网站最终还是要通过百度的商业推广来显示，来诱使网友上当，作为提供显示平台的百度，不可能不知道这些赌博网站画皮下的真实面目，只不过在一个赌博网站一晚上就高达30万元的推广费用面前，装作不知道而已。

另一方面，记者通过百度手机端夜间搜索，显示满屏的赌博信息。而在次日早上，多家被推广的赌博网站悄悄下线。百度敢说自己夜间就没有工作人员对搜索内容进行监管吗？这显然是不可能的事情。“魏则西事件”刚刚尘埃落定，百度又再次被曝出“赌博门”，我们不知道百度背后到底还隐藏着多少“见不得阳光的生意”。而作为一家著名的网络企业，百度在追求市场利润的同时，显然应该想想自己的商业道德、社会责任、国家法律。



从2015年12月起，百度非企渠道业务员刘明(化名)持续向百度公司和北京消协举报百度推广赌博网站问题，至今未果。同一时段，长沙的工薪族陶阳(化名)沉溺网络赌博输掉20多万元。此前，他通过百度搜索页面进入“澳门威尼斯人”、“九五至尊”等网上赌场。记者持续两个月关注百度搜索发现，多家赌

地方招商造假 需从源头治理

□ 王 聃

红旗飘扬，彩球飘飘，礼仪小姐落落大方……在西北某省一场招商会的签约现场，几个项目的签约双方大手一挥，双手紧紧相握，笑意融融。而在场的某市一位部门负责人无奈地对记者说：“这里头我们市的几个项目，早在半年前就签约了，如今无非是让老板给个面子，再来捧个场。”记者调查发现，现实中重复签约并不少见。(7月17日《人民日报》)

如果不是媒体的调查，大概很少有人能够想到，那些数字看起来光鲜无比的招商成绩单后，竟然还有着重复签约等种种猫腻。而所谓重复签约，无非两个目的：一是将签约仪式的气氛捧热，营造一种当地是热门投资地域的假象；二是让数字漂亮，提升政绩。换言之，地方招商中的“重复签约”现象，看似荒诞与不可理解。但对于地方部门而言，却是一场乐于参与且收益颇丰的自欺欺人的游戏。

如此来看，真正令人莫名其妙的，或许仍不是“重复签约”本身的不合逻辑，而是这样一场签约双方都心知肚明的游戏，竟然能够大行其道地进行。如此事件重复地上演，当事人都知道其中的问题与漏洞，但不仅他们在有默契地进行，且不会有人因此受到现实的约束与惩罚。在“重复签约”整改事件中，到底谁是那个在故意“装睡的人”？

反思地方招商中的“重复签约”乱象，单纯

地去指责当事双方意义并不大，更值得省思的是如此行为产生的现实背景。具体说来就是，在不少地方，都把招商引资当成了提升地方经济发展的头等大事，甚至招商金额层层分解到各个部门中。而对于招商引资具体效果的考量，也很少注重于招商引资的具体效果，而惟招商引资的“金额”而论英雄。当招商成为压倒一切的任务，当招商总是着眼于数字，不可避免地会催生出“重复签约”的怪现状。

当前，顶层设计越来越淡化地方间的GDP排名，但在不少地方，地方经济发展指标仍是最明显的成绩单，也是政绩考核的重要指标。于招商引资行为中，地方政府最应该提供的，是良好的地方形象和有序的发展环境，继而让投资者看到可持续性经营的可能，如此才能让招商引资的长期效果得以彰显。

正因如此，要让地方招商引资中的“重复签约”现象消失，不可缺少的是一场源头治理。既要适时降低地方政绩考核中的招商引资比例，更要建立起科学的地方招商引资考核体系，以此来避免招商引资成为地方经济发展中压倒性的任务，也避免招商引资成为“纸面上的数字”。“重复签约”充其量只是招商引资中的一种表演，要让这样的表演消失，最不可或缺的，乃是让招商引资回到正途，这是不能被再次强调的。

漫画

作者/ 张建辉



公共免费WiFi作为惠民工程，已成为很多地方建设“智慧城市”的标配。但实际效果并不理想，在很多城市，连不上、网速慢、信号不稳定等问题，备受市民吐槽。(7月17日《人民日报》客户端)

政府公共免费WiFi，政府部门是给运营商付了钱的。公共免费WiFi不好用，一是“政商合作”模式下，对建设单位来说，需要完成的只是覆盖率任务，他们并不关心公众使用的效果；二是参与合作

的运营商也没有动力把免费WiFi弄得特别好，要不然手机流量就没人买了。三是公共WiFi好不好用，既没有具体的考核标准，更没有有效的公众监督，于是仅满足于有，而不会追求好。

说白了，政府公共免费WiFi不好用，真正的核心原因在于公共资金使用效率低下。因此，提高公共WiFi质量，怎样调动更有效率的资金去选择更加靠谱的技术才是问题。

要查清蚂蚁 是怎么进入了药瓶

□ 李振忠

日前，菏泽市定陶区南王店的崔先生反映，其女儿在南王店中心卫生院看病即将输完第一瓶葡萄糖时，发现瓶中有几只死蚂蚁。崔先生担心孩子因输入可能被感染的液体对身体造成损害。南王店中心卫生院相关负责人称，双方可以协商解决，也可进行医疗事故鉴定，再作赔偿。(7月17日《齐鲁晚报》)

一只蚂蚁引发了一场医患纠纷。对于药瓶中为何出现蚂蚁尸体，南王店中心卫生院张姓负责人表示不清楚。他称，卫生院是通过经销商由厂家进货的，对药品清点时，不可能对每瓶药剂挨个检查。但无论如何，医院要对自己使用的药品药剂负责。蚂蚁来自何方“不清楚”，那药品的品质药效等相关情况院方能够“清楚”吗？以责任划分来说，医院对每瓶药剂都应该仔细检查，所谓的“不可能”，当然就是一种责任推诿。然而，医院有权如此撇清责任吗？

当事人质疑蚂蚁是如何进入输液瓶中的，相关方面有责任按图索骥，查出蚂蚁在哪个环节进入了药瓶，而不是不负责任地答复，否则，患者治疗过程中，还有可能出现更大的事故。

空巢老人 急需多元化关怀

□ 白杨林

7月15日，在吉林省长春市自由大街与会展大街交汇处，一位身穿蓝色上衣的老年阿姨手持纸牌，站在人行道路口，引来过往行人注目。这位阿姨说：这些年我实在是太孤独了，如今我只想找个伴儿，安度晚年，男女不限。(7月16日《中青网》)

这位阿姨69岁，老伴和女儿已经相继去世，如今只剩她一人。据民政部数据，目前我国城乡空巢家庭超过50%。空巢老人面临着很多的问题，比如就医、精神生活匮乏、经济、家庭生活困难等等。如何疏解空巢老人内心的孤独与寂寞，让他们的感情得到抚慰，是全社会必须认真面对的问题。

孝敬老人是每个人义不容辞的责任。子女们逢年过节有假期的时候，要尽量多回家看看父母，尽心孝心，让老人家享受到儿女绕膝的天伦之乐。从政府层面考虑，要把关爱空巢老人当做重要的民生工程来抓，加大财政资金的投入，增加相关的基础设施及配套设施建设力度，把空巢和独居老人的晚年生活纳入社会管理当中，加强社会保障体系的“与时俱进”。最后，空巢老人自身也应主动适应，振作精神，使自己老有所学，老有所乐。心理专家曾对13963名城市老人调查，发现40%的老人有孤独、压抑之感。“心病还须心药医”，空巢老人要学会心理自救，充分认识到子女“离巢”是家庭发展的必然趋势，要为自己制订一个计划，向自己布置不同难度的学习娱乐任务或人际交往任务，让老年生活有所寄托。

第1等事

□ 秦玉峰

前不久看到了一条新闻，题目叫《东阿阿胶将退出非主营业务》。说它是新闻，是因为它源起于公司的一则公告，宣布将转让山东阿华包装印务有限公司，东阿阿胶阿华医疗器械有限公司两家子公司股权，实现非主业策略性退出，聚焦补血、滋补、保健业务。

但这样的消息，对我们来说算不上新闻。“东阿阿胶”从非主营业务退出的策略行为几年前就已经开始了，现在只是加快了节奏而已。我们从非主营业务的退出，也是为了能够专注做好产品，聚焦于主营业务——补血、滋补、保健。

与别的公司的退出行为不同，“东阿阿胶”从非主营业务的退出，并非因为它们做得不好，没有前景或者利润太低，而是因为它们“非主营业务”的身份。这些非主营业务尽管短期内给我们带来了比较好的回报，但却分散了我们的注意力，占用了我们大量的精力，使我们不能专注于主营业务。退出，不只是我们的策略，某种程度上是我们的战略。

“东阿阿胶”在自己的“十三五”规划中，计划向世界一流企业迈进。我们将全面对标世界一流企业，传承阿胶文化，提升产品品

质，弘扬民族品牌，用全球化视野打造世界一流企业和百年品牌。

这时候，专注和聚焦就变得尤其重要。它意味着我们要学会不追求快钱，快产品，快影响，不贪求大、浮名和虚夸，而是扎根于主业，脚踏实地，一步一个脚印地夯实未来。

我们所面临的是一个信息高度发达甚至泛滥的年代，变化如此剧烈，以至于我们回想起6年前的世界，就会感到恍若隔世。那时候微信还没有出现，苹果刚刚发布iPhone4，移动互联网的未来若隐若现。仅仅6年时间，一个信息爆炸的未来就已经到来了。

“在信息数据的狂轰滥炸之下，我们只好投机取巧，比如根据标题过滤邮件，忽略大部分语音邮件，快速浏览信息和备忘录等。我们的专注力不仅越来越分散，效率越来越低，更重要的是，过量的信息也让我们根本没有时间去思考它们的真正意义。”

《专注》一书中提到：早在1977年，诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙就已经预见到了今天的情形。他当时对即将到来的信息社会提出了警告：“信息消费的是人们的专注力。因此，信息越多，人们越不专注。”

丹尼尔·戈尔曼的《专注》是一部面向未来的作品，同时他也对企业和企业的领导者提出

了忠告。他说：“对于追求业绩的领导者，他们需要三种专注力：内在专注，可以使他们聆听直觉和价值驱动的声音，做出更明智的决策；对外人专注，使他人之间的关系更加和谐；外在专注，可以让他们在广阔天地任意翱翔。领导者若不关注内心就会随波逐流，不关注他人就会进退失据，不关注所处的大系统就会墨守成规。”

“东阿阿胶”早就已经下定决心，要专注和聚焦。这是一种选择的勇气，更是一种面向未来的能力。在我看来，专注就是东阿阿胶的“工匠精神”，聚焦就是东阿阿胶的“供给侧改革”。

我们最近一直在谈论“工匠精神”。我们已经意识到，如果没有持久的专注，是无法产生匠心的，更谈不上所谓的“工匠精神”；做不到精益求精和创新。同样道理，如果无法聚焦，我们就不能深入到业务和产品的内核，无法为消费者提供未来的产品，自然也无法做到“消费升级”。

专注和聚焦不是为了他人，而是为了自己。它意味着“东阿阿胶”从漫长的战线上收缩，在做大与做强之间首选了“做强”——尽管我们也追求“做大”的目标。因为只有“做强”才会有更好的未来，才会有“做大”的资本和底气，才是“供给侧改

革”所追求的目标。

专注和聚焦不是为了现在，而是为了未来。经过“消费升级”的未来市场，是一个更高需求的市场，是一个重建市场秩序的战略机遇。丹尼尔·戈尔曼说：“专注力能够塑造并决定我们的经验，让我们与世界相连。”在我看来，专注力能够让我们与当下的世界相连，更会让我们与未来世界相连。

我不久前还读到一篇关于魏建军先生的文章。魏建军是长城汽车的掌门人。在他的领导下，长城汽车“默默无闻”地持续多年成为国内最赚钱的民营企业。

“平日里，魏建军谈得最多的就是简单和聚焦。他不像其他长袖善舞的企业家，面对媒体侃侃而谈，在他的世界里，只要瞄准目标，去干就是了，多言无益。正是这种简单，让长城拥有惊人的效率和执行力，缔造了中国汽车界的神话。”

在魏建军身上，我看到了专注的力量，他“永远专注于技术和品质，从不妥协”。我也看到了“聚焦”的定力——魏先生说过：“长城汽车一直奉行品类聚焦战略，在充分市场竞争的前提下，必须通过品类强大，才能建立自己的品牌。”他不希望长城汽车成为“全能冠军”，而是实行“品类聚焦战略”，聚焦皮

卡、SUV、轿车三大品类。

魏建军被认为是汽车界的任正非，华为的任正非说过：“大机会时代，一定要有战略韧性。”魏建军的聚焦与任正非的“战略韧性”，都是一种企业家所应该拥有的定力。

这种战略定力所图谋的，不是一时的得失短长，而是长远的未来。面向未来进行思考，专注于未来的市场、产品和战略，是企业家所应拥有的禀赋。我曾在一篇文章中说，中国的企业家往往喜欢面对过去，比较优秀的企业家会直面当下，只有最杰出的企业家才会面对未来。这不是中国特色，全球同此凉热，是商业的本质决定的。

专注和聚焦是我们的战略。为了我们向世界一流企业迈进的目标，我们就必须专注于产品，聚焦于主业。这是我们对未来的选择，也是对战略定力和战略耐心的考验。

美国科幻作家威廉·吉布森有句名言：“未来已来，只是尚未流行。”我们今天的努力，专注和聚焦，所指向往的都是未来。未来已来，是建立在今天的专注和聚焦之上。它尚未流行，但终将流行。

(作者系中国中药协会阿胶专业委员会轮值主任、国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、上市公司“东阿阿胶”总裁)

未来已来，它终将流行

“人立品为”景芝酒业杯 “讲文明 树新风”公益广告大赛



安全知识从孩子抓起!

只有在全社会普及消防法规和消防科技知识，提高全民消防意识，增强全民防范与扑救能力，才能有效地预防和减少火灾的危害。