

央视披露“假宽带”真相引舆论热议

事件回溯:

“假宽带” 电信联通不回应

10月7日,央视《每周质量报告》播出“假宽带真相”,揭露目前国内宽带服务市场的“缺斤短两”问题。

报道称,全国固网宽带用户达到的实际带宽仅是标称带宽的55%。“假宽带”现象普遍。而这主要是由于二三级宽带运营商以及小区宽带运营商从一级宽带运营商(联通公司和电信公司)手里集中购买一定数量的宽带,然后分卖给尽量多的用户,来摊薄运营成本,实现利益最大化,从而使得大量用户拥挤在有限的资源上,造成网络拥挤,网速下降的情况。此外,在节目中,央视还邀请专家通过网络公开测速软件测试,发现测速软件设计多有缺陷,测试结果可以轻易地被多种方法干扰;其中,360宽带测速器遭点名指出“不靠谱”。

当日,央视网发布了该节目的文字实录,随即获得逾百篇次的网络转载量,引发了首波舆论关注热潮。

10月8日,一些知名地方传统纸媒各自将文字实录整合后刊发新闻报道,引发的网络转载量高达700余篇次,并且获得电信行业意见领袖毛启盈、付亮等人的微博转发,舆情由此得到扩散。

10月9日,两方面的因素促使舆论浪潮达到了一个顶峰,媒体原发报道数量即逾80篇,网络转载量则达1400余篇次之多。首先,除纪实性的新闻报道外,媒体更多地选择将重点放在探讨促使“假宽带”出现的表面及深层原因以及如何破解“假宽带”等话题上。中央级官方媒体、地方级媒体、专业领域媒体纷纷发表相关深度社评、社论,推高了当日的网络转载量。

其次,360的“积极发声”与中国电信、中国联通的“避而不谈”亦受到媒体和公众的集中关注。当日,被指测速软件不准而被央视点名的360方面表示,360宽带测速器采用

的是目前最科学的测速方法,之所以测速结果不准,是由于有部分运营商“搞小动作”;360还称,当天下午将推出新版更为全面的测速工具。而同日,中国电信、中国联通均表示,对央视报道不做回应,中国电信称“那是二三级运营商的事,与他们无关”。

10月10日,“假宽带”话题的舆论热度开始有所降低:在媒体原发报道数量上体现的尚不明显,但所获网络转载量较前一日来说出现了大幅下滑。

舆情解析:

挑战“假宽带” 需“真慧眼”

“假宽带”真相一事引发了媒体及公众的高度关注与热烈讨论。纵观媒体报道与网民评论,其焦点主要体现在以下两个方面:首先,出现“假宽带”的原因。舆论一致认为,出现“假宽带”“缺斤短两”的现象,深层次的根源在于垄断经营,直接原因则是监管部门的不作为或严重“缺位”。其次,破解“假宽带”的办法。借于“对症下药”,舆论指出,一则在宽带领域引入竞争机制,打破其“玻璃门”;二则须尽快出台宽带监管的法律法规,让监管部门有法可依,同时监管部门也应从“酣睡”中醒来,严格执法。

“假宽带”现象根在垄断 须引入竞争机制

《工人日报》题为《“假宽带”急需真治理》的社评称,“假宽带”的问题,全民喊打了一年多,竟又成了新闻。根源就在于资源被有限几个公司垄断经营。弊病不能革除,运营商就会肆无忌惮,媒体炮轰,它不怕;网民不满,它不怕。面对如潮质疑,不以为然,甚至用“共享是国际惯例”、“监测工具很科学”等作为说辞。

《长江日报》题为《“假宽带”根在垄断》的报道则引述业内人士称,目前的中国宽带市场上游基本是属于联通、电信两大家的天下,这也最终导致了下面二三级运营商的肆意

经营行为,打着五花八门的旗号忽悠消费者从中谋取暴利。

现代金报题为《“假宽带”是真垄断炼成的》的评论文章还指出,“假宽带”乃是运营商高度垄断所致,缺乏市场竞争对手的宽带行业,当然没有主动提升服务质量、提高上网速度的动力,只靠行政主管部门在后面敲打,难以获得实质性的改善。迟滞难行的“三网融合”方案,即为最好的例证。因此,改变宽带服务格局,开放宽带资源,让运营商自由铺设架构网络,并且以法律的形式,强迫一级运营商向二三级运营商平等开放网络。

“假宽带”现象折射监管缺位 急需“真治理”

红网题为《“假宽带”缺斤短两,根源在垄断》的文章称,显而易见,“假宽带”缺斤短两是消费欺诈行为。但宽带用户与宽带运营商的博弈是不对称的,宽带用户是弱者,取证困难。更要命的是,宽带监管方面立法滞后,现有的法律法规难以帮助宽带用户维权,被人打掉了牙齿只能咽到肚子里。

《上海法制报》题为《垄断一日不除 宽带“龟速”依旧》的社论则指出,既然已经知道“假宽带”缺斤短两是行业内的普遍现象,那么,监管部门就不应该跟“看客”比看功,而是应该高度介入,迅速启动带宽调查。刚刚修改后的民事诉讼法,增加了关于“公益诉讼”的内容。明确规定,对污染环境、侵害众多消费者合法权益等损害社会公共利益的行为,法律规定的机关和有关组织可以向法院提起诉讼。无论从哪个方面看,“宽带不宽”都可以也应该成为公益诉讼的内容。消协完全可以据此规定,对运营商提起公益诉讼。

《华西都市报》题为《“假宽带”与缩水的契约伦理》的文章还进一步指出,破解“假宽带”,治理维度上的严查、重典及纠偏,不能缺位。在起码的监管强度之外,还必须构筑制衡的“网络”:比如让竞争机制更趋外放,对技术检测的广泛运用、降低收费等。公众的“用脚投票”,也最终建立在公平的秩序的基础上。

舆情点评:

“不回应” 凸显垄断霸气

近年来,由于宽带上网的拥挤情况不见改善,月租、套餐等收费千奇百怪,无线上网费用畸高等多个问题的频频曝光,作为一级运营商的中国电信、中国联通,长期以来总是身处舆论旋涡,而此次央视的披露以及二者随后采取的“不回应”态度,更是令其遭到不少舆论诟病。

可以发现,凡是被贴上“垄断者”标签的企业,均承担着比较大的负面舆情压力,大部分的媒体都选择扛起“反垄断”的先锋大旗,大多数公众亦不会给予其同情。而在这种舆情危机之下,企业更应当以一种开放的心态面对媒体,面对公众和消费者才是。

经验表明,企业越早介入舆情事件,越有助于舆情危机消退。当自身服务被质疑时,及时、主动地站出来给予真诚的、细致的回应,理应成为最起码的态度;否则极易被舆论认为是逃避责任,从而产生新的质疑,致使企业陷入新一轮的舆情危机。

但中国电信、中国联通却相当淡定,给出个“不回应”即作壁上观,其傲慢底气由此可见一斑。“不回应”,一句简单的托辞表面上看是敷衍了事,实质的内涵却是“你奈我何”,实实在在地反映出运营商的垄断霸气。尤其,“不回应”也并不令其撇开与“假宽带”之间的干系。事实上,尽管在中国电信、中国联通看来,“假宽带”所针对的仅仅是二三级宽带运营商。但作为国内宽带骨干网的拥有者,同时也是国内宽带业务的一级运营商,显然不会对宽带业务领域的这类普遍“猫腻”毫无察觉,全然不知。相比为了盈利而不得不在带宽上“弄虚作假”的二三级运营商,中国电信、中国联通恐怕才是“假宽带”的最大获利者。作为“假宽带”链条中如此不可或缺的重要角色,岂有故作清白,还“不回应”之理?

撰稿:中企舆情实验室(执笔:张敏 数据统计:肖丽)

策划:中国企业研究院
数据提供:优讯时代(北京)网络技术有限公司

诺贝尔文学奖:艺术与商业之间的魔幻与现实

(上接第十六版)

莫言获奖后,其作品销售急剧升温,有人预测,仅版税估计将近3000万元。莫言有望成为中国作家首富。

诺贝尔奖的“点金”效应是普遍的,每一次奖项揭晓甚至从宣布提名起,就开始了一场极尽张扬的事件营销。与作家相关的照片、生平、作品,成为媒体和公众关注热点,形成了巨大传播效应。

尽管一些诺贝尔奖得主多已成名,但是其中更不乏因此一夜成名的作家。2005年度诺贝尔文学奖得主英国剧作家哈罗德·品特正是其中之一。在获得诺贝尔奖之后,这位剧作家才拥有真正的知名度,他的许多剧作才被出版商青睐,而之前那些剧作已久未有人问津。诺贝尔发现了哈罗德·品特,也成就了他。

在诺奖揭晓前,盛大文学CEO侯小强表示特别希望莫言得诺贝尔文学奖,因为他“希望中国人离文学更近一些”。茅盾文学奖评委汪政将莫言得奖称为“文学上的马太效应”,在他看来,莫言获奖不仅对他本人,对整个中国文学,对许多的中国作家都是一个好消息。他认为“大批的中国作家将会因此被世界知晓”。“大家开始准备吧,准备好你们的‘出口’作品。”汪政说。

显然,诺奖效应是普遍而巨大的,成名作家因获得诺贝尔文学奖而到达更高级别,非著名作家则因此声名大振。寂寂无名的作家一举成为世界级、大师级名家,他们的作品因此超越了原先的狭小受众,直达世界中心。

反观国内文学奖,从国家级到专业性文学奖到一些由企业赞助的文学评奖,奖项的知名度和覆盖面始终狭小,无法达到辐射人群更广的品牌效应,更加难以推动中国文学“走出去”。虽然出版商有意愿将获奖作为出书噱头,但是冲着某个奖项去买书的读者并不多,更不会形成像莫言拿到诺奖后形成的巨大品牌效应。

作家麦家认为莫言得奖“对中国文学是幸事”,因为“中国文学已被娱乐逼死了,文学死了,中国人只剩下钱了”。财经作家张志勇认为应借莫言获诺奖契机“唤醒中国人的读书热情,从而提高全民族的文化素质和教养”。

诺贝尔奖虽然每年准时开奖,但赢家始终只有一个。更多的作家,因为种种原因和微妙境遇而未能斩获此奖,这意味着他们无法获得诺奖所特有的“魔幻”提升速度和“现实”商业成功,而只能用自己的方式和更多时间去成就各自的经典。

2012中国(淮北)煤矿机械博览会开幕

10月16日,为期三天的2012中国(淮北)煤矿机械博览会开幕。本届博览会将继续秉承“打造产业基地、构筑贸易平台”的宗旨,致力于打造国家级、国际性、专业化的煤矿机械展平台,重点展示煤机新设备、新技术产品,推介重点招商引资项目,开展投资贸易洽谈,展现淮北优越的投资环境和优惠政策,加快煤机产业集聚发展。

2006年以来,中国(淮北)煤矿机械博览会已经举办六届,共吸引来自国内外客商2万余人、2600余家企业参会,贸易成交额100多亿元,签约项目投资额300多亿元,博览会已成为国内外知名的煤机专业展会品牌,为国内外众多煤矿生产企业、煤机制造企业、煤机经销企业提供了良好的合作平台。

全心全意小天鹅

小天鹅洗衣机iAdd自动投放科技 每一滴洗涤剂,都精准到位



小天鹅iAdd自动投放科技,集成新一代洗衣智能系统,自动感应衣物重量、环境温度并定量注水;组合式洗涤程序,更精准出洗涤剂量完美配比方案,令每一次投放都如衣所需,点滴到位,衣物洁净无残留,轻松洗涤不烦恼。小天鹅引领精准投放革命,为你开启全新洗衣未来。

- 重力感应系统
- 三维变量智能程序
- 超微精准投放装置
- 洁净度感知系统



http://www.littleswan.com

无锡小天鹅股份有限公司
WUXI LITTLE SWAN COMPANY LIMITED

地址: 中国无锡市新区长江南路18号 邮政编码: 214028
电话: 0510-83704003 传真: 0510-83705002

小天鹅全国服务热线
4008-228-228