

# “警匪大战”莫置百姓于险境

【今日视点】

昨日的京开高速公路上,在七辆警车的堵截下,一辆帆布十余弹孔的金杯面包车逆向停在路中央。此前3小时内,该面包车因拒捕被警方枪击。警方称,车上人员为通缉犯。

(12月24日《新京报》)

将闯关的通缉犯开枪逼停,也许是警察的无奈之举。但我认为,警察开枪逼停闯关的通缉犯,却不能将普通百姓置于险境。如何在执法中考虑到可能有的风险,不仅考验着警察的应变能力,更考验着他们是否有勇气为了无辜百姓的安危选择可

能麻烦许多的执法方式。

在报道中我们看到,案发后两小时,王肃海望着手中的两枚弹壳回忆起枪战的情景,双手仍不停地颤抖。

“子弹从我耳边飞过。”幸好,当过兵的王肃海立即“将自行车甩向路旁,飞身卧倒在路边的绿化带中”。但在此期间,他又听到冲锋枪的响声,而且还有子弹落在身边。如果没有当兵的经验,也许就会被“警匪大战”误伤,如此执法岂不酿成了悲剧?

同样令人惊心的是,在通缉犯的面包车被警车堵截的时候,路上还有四五辆社会车,好

几次险些撞车。俗话说“狗急跳墙”,通缉犯的面包车在被警车堵截的情况下,也许会通过故意制造交通事故的方法,让这些社会车辆挡住警车。如此一来,社会车辆会不会成了“替罪羊”?以前警察飞车追贼酿成车毁人亡的惨剧也曾经多次出现过。

事实上,在高速公路上行驶,稍有不慎就会引发交通事故,何况警察用冲锋枪射击汽车?即便是通缉犯罪大恶极,也应该谨慎执法,考虑到执法行为在特定场合可能带来的巨大风险。警察在高速公路上枪击汽车,一旦造成车毁人亡,谁来

承担这个责任?

不错,在特殊情况下追捕通缉犯,警察有开枪的权力,但实事求是地讲,在高速公路上逼停通缉犯的汽车,可以采取的方法很多:比如可以在其前方设置路障,也可以以警车超车逼停,或者枪击其汽车轮胎,让通缉犯的车子跑不起来。但无论如何,在高速公路上“开枪逼停通缉犯”,都会将无辜的平民百姓置于险境,想想未免使人心惊。如何尽可能选择不伤害无辜百姓的执法方式和时机,这其实是摆在所有警察面前的一道考题。

(高君波 湖北 职员)



## “七年后的短信”是咋回事

这是一件让人哭笑不得的事。昨天的青岛新闻网报道说,烟台的高三女生小洁“活见鬼”了:她的手机收到一条神秘短信,收到短信的时间竟是2013年8月05日35点50分。乖乖,不得了,人还生活在2006年,却收到7年后的短信,这个女生懵了,她的许多同学也晕了,合计来合计去,最后得出“惊人”的结论:这是一种灵异现象!

Oh, My god! 还真的闹鬼了!小洁头脑嗡嗡直响,心里怦怦直跳,牙关喀喀直响,咋的了?吓的!放学回家后,她愣是哆嗦了一夜。第二天上课,她又是“两耳不闻讲

课声,一心只想闹鬼事”。最后实在没辙了,她找到了记者,记者一听,心里也没个谱儿,就立马咨询移动公司。移动公司回答:之所以收到短信显示的时间与实际时间不符,可能是对方设置的结果,一般这都是不法短信运营商群发的短信。这条新闻一见报,我晕——这种司空见惯的短信恶作剧,怎么就让这个高三女生魂不守舍了好几天呢?现在的老师、家长都是怎么教育孩子的,都什么年代了,作为高中生,竟然一遇到怪事,就认为“显灵了、闹鬼了”,鬼鬼鬼,鬼在哪儿呢?

## 烧纸钱的方式能否改改

冬至那天,南京城外烟雾缭绕,一沓沓冥币在大街小巷熊熊燃烧。因为四处冒烟,所以,当南京天光里小区的一户人家也在冒烟时,没有人在意,还以为这户人家也在给先人烧纸钱呢。谁知道,这是一起火灾,等到大家发现并报警时,很多东西都被烧掉了!

这只是负面影响之一。还有很多人,都习惯在墙根烧纸钱。人们的祭奠之情随青烟而去,却给墙面留下一团又一团乌黑乌黑的熏烤痕迹。比如,马道街上,沿街刚刚刷过的洁白的墙上,三步一岗、五步一哨全是黑团!看来,有些文明的烧纸钱方式,是得改改了!

本版言论除评论员文章外均不代表本报观点

## 公款吃喝为何根治不了

【公民发言】

根据清账小组的统计数据,2006年1月至11月,广西宾阳县殡葬管理所公款吃喝竟花了39万多元,平均一天1100多元。而这家公司规模多大呢?只有24名正式职工,10名临时工。

(12月24日《南国早报》)

一个小小的殡葬管理所之所以能“日进领导口千元”,是因为它有权——管理该县百姓的身后大事。垄断催生暴利是公理——2003年十大暴利行业中,殡葬业被排在第三位,仅次于房地产与中小学教育。

从新闻中我们得知,宾阳县殡葬管理所吃喝掉的公款都是用于接待上级或与同行交流感情的,是典型的公款吃喝理由,那么,为什么百姓深恶痛绝的公款吃喝就禁绝不了呢?山东临沂

市委书记李群在《我在美国当市长助理》一书中曾讲到一个故事:有一天,他看新闻得知美国副总统戈尔到了纽海文市。但市长置若罔闻,只管做自己的事。他惊奇地问市长:“戈尔来,你为什么不出面?”不想市长更惊奇地反问他:“我为什么要出面?”后来李群才知道,在美国,下级官员根本没有恭迎上级官员到来、给上级官员安排食宿、一同观赏风景一说。

我不知道李群是不是学了回国就用,但如果不用,难道出国考察仅仅是开眼界吗?事实上,美国人的做法并不是难道不能借鉴的程度,而是我们没有决心采用。我们知道了也不学习,可见不是技术问题,而是态度问题——如果各级官员都不把公款吃喝当回事,那公款吃喝就真的不是大事了。

(东方晦 广东 职员)

## “推荐上大学”只是玩笑话

【热点纵论】

在第六届21世纪教育论坛上,国家汉语水平考试研究员谢小庆建议高考改为“暗箱操作”,由老师来推荐学生上大学,此外再展开统一考试,分数不对外公开,用以证实老师有没有说谎。

(12月24日《新京报》)

一石激起千层浪,谢小庆的“推荐论”一出,引起了网友的质疑和不满,但我以为,这只不过是谢小庆的“脱口秀”——既然参加论坛了,总得表态,谈谈见解,不管正确与否,先把自己的观点表达再说,这种现象凡是经常出席会议的人都不会陌生。高考透明化是大势所趋,谢小庆偏偏说“暗箱操作”,这有哗众取宠之嫌,但在会议上发言就需要这种效果。接下来谢小庆又笑言:“在

我国信用机制不健全的现状之下,如果由老师推荐上大学,那高中教师就会成为先富起来的人了。”一个“笑”字,说明了连谢小庆本人都清楚所谓的推荐不过是说着玩的。有人说,所有的制度都会受到强势集团在利益驱动下的破坏和利用。诚然,采用老师推荐制,在当前师德严重滑坡的今天,这种举动绝对是开国际玩笑。

但“推荐论”起码说明了两点,某些热衷于赶会场的专家,敬业精神太不够了——不仅不专业而且不敬业,有时简直是明目张胆地混会场,以致拿不出一丁点有技术含量的观点。当然,如果谢小庆说的不是戏言,那则说明我们的某些专家确实有些神志不清了,或者说说私心太重,以致说出了太露骨的话。

(石朝云 安徽 职员)

# 格力空调 辉煌 2006

## ——破解格力崛起的基因密码

在即将过去的2006年,格力电器再次取得傲人业绩,交出了一份满意的答卷:

7月12日,格力空调被中国品牌研究院授予“中国空调行业标志性品牌”;

9月6日,格力空调被国家质量监督检验检疫总局授予“中国世界名牌”称号,截至今年,全国仅有6家企业获此殊荣,是中国空调行业唯一一家;

11月4日,格力电器荣获中国质量领域的最高奖项——全国质量奖;

11月25日,格力电器被国家质量监督检验检疫总局授予自主创新出口企业的最高荣誉——“出口免验企业”,同样也是中国空调行业唯一一家。

“行业标志性品牌”、“中国世界名牌”、“全国质量奖”和“出口免验”是目前中国企业梦寐以求的四大国内顶级荣誉。格力电器一年内独揽这四大荣誉,这不能不说是中国企业的一大奇迹。

格力电器是如何创造辉煌、创造奇迹的?格力崛起的基因密码究竟在是什么?

**没有精品的企业是丑陋的企业**

在格力电器,笔者看到了这样一句话:“一个没有创新的企业,是一个没有灵魂的企业;一个没有精品的企业,是一个丑陋的企业。”

什么是精品?用格力电器董事长朱江洪的话来说,就是要做到“尽善尽美、无可挑剔、爱不释手”。

回顾格力电器的发展历史,“精品”两字早已在全体格力人心中烙下了深深的印迹。

那是一段令人无法忘却的记忆:90年代初,一批刚安装的格力窗机竟然无法启动,一检查,原来是运输过程中空调的铜管都被振断了。当时,还有许多客户投诉格力空调噪声特别大,他们形象地说,晚上开着格力空调,就像飞机在头顶不停地盘旋。

当时的空调市场是卖方市场,就是

这样的空调,还是供不应求。是整顿质量还是放任自流?格力断然拒绝了诱惑,毅然踏上了精品之路。

从1995年开始,一场规模浩大、以“出精品、创名牌、上规模,创世界一流水平”为主题的质量整顿活动在格力全面铺开:

设立零部件筛选分厂、制订“总经理12条禁令”、组建空调可靠性实验室、推行“零缺陷”工程、不拿消费者当试验品、高于国家和国际标准的企业标准……一系列“心狠手辣”的措施,为格力赢得了“好空调,格力造”、“格力水准,行业标准”的美誉。

美国一家大型跨国家电企业订购了4万台的格力空调,存在质量问题的只有4台,也就是万分之一不合格率,这令外商惊讶不已,更令许多空调品牌望尘莫及。

**空调行业的中流砥柱**

市场风云是千变万化,企业的发展不可能没有一帆风顺。而真正伟大的企业,无不经受了无数严峻的考验和挑战。

2000年4月,空调销售旺季前夕,中国空调行业爆发了自1995年以来的第二场空调价格大战,并且持续了整整3年:在海信“工薪变频”活动的挑起下,春兰、科龙、乐华、奥克斯等品牌也一起加入了价格大战的军团;一些大品牌也不得不某些型号的空调机上贴出打折标签。这股战火甚至延伸到了国际市场。

此时,空调“老大”格力的一举一动备受各界关注。

“格力空调不会参与价格战”,现任格力电器副董事长兼总裁的董明珠在当时接受记者采访时旗帜鲜明地表示。

格力是这样说的,也是这样做的。“没有亏损的行业,只有亏损的企业。任何一个企业在竞争中靠亏损、靠亏几个亿来打赢市场,这是对社会与企业本身的不负责任。”董明珠说。

结果,格力的“袖手旁观”,使得几个大品牌均没有贸然拉低价格,中国空调市场的价格虽整体出现下调,但并没有出现类似当年彩电行业一样失去理性的恶性价格大战。

事后,有专家指出,格力在这场价格战中发挥了中流砥柱的作用,是格力,让中国空调行业避免了一场灾难——没有重蹈彩电业几大巨头价格战后从此一蹶不振的覆辙。

而鲜为人知的是,格力为了坚守自己的承诺,付出了多么巨大的代价:2000年以来,格力的销售额均保持了20%以上的增长,2001年和2002年的增幅仅7%;格力的出口增幅也从1999年的70.7%,2000年降至27.23%,2001年降至16%,2002年降至最低点——7%!但即使到了今天,在格力看来,这一切都是值得的。

董明珠坚持,做企业就应该有一股“傻劲”和“吃亏”的精神。她说,“真正能支撑一个企业走向未来的不单是技术,还有精神,这种精神就是‘工业精神’!”

特立独行的格力正是凭借这股傻劲:在行业整体不景气的大形势下,2003年以来,销售额每年均以30%的速度增长,净利润保持15%以上的增幅!2005年,格力一举超越多年位居全球老大的一家韩国空调企业,家用空调产销量跃居世界第一。2006年1至9月,格力的销售收入超过181亿元,接近去年全年的水平,比上年同期增长39.59%,实现净利润4.97亿元,较上年同期增长18.33%。

**“格力创造”挺起中国人脊梁**

很难想象,一个没有核心技术的企业,能在高手如林的国际市场上站稳脚跟并取得实质性的突破?更难想象,一个没有核心技术的品牌,可以称为世界名牌?

“作为一个大国,随着在世界民族之林的不断崛起,在各产业的核心技术领域上,不可能跟在别人的后面,亦步

亦趋。”朱江洪说,“作为专业化的空调企业,格力不仅要在销售量和销售额上领先于对手,更要在技术研发上领先于对手。只有拥有自主的核心技术,格力才能在竞争中取得主动权。”

2005年11月7日,这一天对许多人来说,是一个平平常常的日子,但对格力人来说,却是一个至今仍然铭刻在心、引以为荣的日子。

当天上午,在由国家建设部、发改委等部委有关部门和中国制冷学会、中国制冷工业学会等权威机构专家联合组织的科技成果评估会上,格力最新研制的超低温数码多联中央空调一致通过了专家们的鉴定,被评为“国际领先”水平。在建设部组织评估的、从1999年至今的上千个国内科技成果评估项目中,格力超低温数码多联中央空调是6年来唯一获得最高级别的产品。回顾空调发展的百年历史,一直都是由美国和日本两国相继超越和垄断了大部分核心技术。世界第一台空调就是美国开利发明的,二战后,日本企业在分体机上进行创新,并超过了美国,但美国在中央空调领域始终拥有绝对优势。朱江洪认为,中国要“赶美超日”,必须依靠自己的努力,而不能指望美、日的技术“施舍”,从多年的打交道当中,美、日巨头表现出来更多的是在核心技术上封锁中国企业,企图扼杀竞争对手。

朱江洪对此有着切肤的体会。2001年底,朱江洪带领公司技术团队到日本考察,希望从某日本企业购买、引进变频多联空调技术,却遭到该日本企业的一口回绝,并表示连散件也不卖给中国。

“我们必须要有自主知识产权的核心技术”。回国后,朱江洪立即组织技术攻关小组,仅仅依靠一套从日本带回来的样机和产品说明书,开始了向变频多联技术攻关的历程。一年之后,格力的研发人员终于不负众望,成功研制出中国第一台具有自主知识产权的

变频一拖多空调机组,填补了国内空白。

日本企业震惊了:仅仅在3年前,中国多联式中央空调市场还是日本品牌“一统天下”的局面,而如今,华东、华北和华南等重点市场已经“三分天下,格力其一”,不仅如此,在海外市场,日本企业也感受到了来自中国的威胁。美国企业担心了:因为在格力超低温多联中央空调问世后的2个多月前——2005年8月,中国家电行业首台拥有自主知识产权的大型中央空调——离心式冷水机组在格力电器也正式下线,打破了此前由美国“四大家族”对离心机的技术垄断,并从美国企业的手中,先后夺下了安徽黄山徽州大酒店、山东曲阜国贸中心等近百单大工程。

“一个没有脊梁的人永远站不起来,一个没有核心技术的企业永远没有脊梁。”朱江洪说,“格力要做的绝不是复制品,而是‘格力创造’的世界名牌。”

**追求永无止境**

“越是单纯的东西,越需要百倍的努力去捍卫它。”

在荣誉面前,朱江洪很清醒,他对员工们说,如果不能评上,压力是一阵子的;如果评上了,压力是一辈子的,因为格力人在保护荣誉的时候,需要付出更多的努力和艰辛!

董明珠表示,格力未来将继续加强格力渠道的建设,要把格力的管理精髓和企业文化延伸到渠道,使他们能够跟上格力的发展,为广大消费者提供更优质的产品和服务,把格力空调打造成世界的“世界名牌”。

这就是格力电器,虽不轰轰烈烈,但扎扎实实;虽不张扬,但厚积薄发;虽不高昂,但冷峻中蕴含着不可战胜的骨气。

“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越”。展望未来,格力正在以坚毅而务实的步伐,一步一步接近自己的光荣与梦想!