

记者观察

• 赵夙岚 著 •

一线新闻作品及杂文评论集

华南理工大学出版社

记者观察

• 赵凤岚 著 •

一线新闻作品及杂文评论集

华南理工大学出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

记者观察：一线新闻作品及杂文评论集/赵夙岚著. —广州：华南理工大学出版社，2007.3

ISBN 978-7-5623-2513-0

I. 记… II. 赵… III. ①新闻-作品综合集-中国-当代②杂文-作品集-中国-当代 IV. I217.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 136478 号

总 发 行：华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

营销部电话：020-87113487 87110964 87111048(传真)

E-mail: scutc13@scut.edu.cn

<http://www.scutpress.com.cn>

责任编辑：王 磊

印 刷 者：佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本：880mm×1230mm 1/32 **印张：**8.5 **字数：**260 千

版 次：2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

定 价：20.00 元

版权所有 盗版必究

序 言

先说点“题外话”。

《广州日报》的人才吸纳与培养极具全国视野，从上世纪 90 年代中期开始就执行一个计划性极强的“人才工程”：每年从京、津、沪、鄂、粤的一流高校招考毕业生，报考者甚众，实招的人数也在平面媒体中数一数二，多则一百以上，少时也有五六十；招人本科、硕士、博士不拘，谁考得优异就要谁，如此十余年持之以恒。如今中青年一代可谓人才济济，具有稳定性、成长性俱佳的特点，其吸引力缘何这般强？原因有三：

一者，《广州日报》的企业文化有着鲜明的岭南文化品格：包容、实干、崇尚本事（才能）。十年前，在《广州日报》的办公室里，粤语是主流语言。仅仅四五年后，普通话便取代粤语，成为绝对的主流语言。90% 的新进员工是来自五湖四海的名校高材生，绝大多数掌握了 3~4 种语言：国语、英语、家乡方言、粤语。不少记者还外加精通日、俄、德、法等语种。在上述语言区域采访，大都不用请翻译。

二者，《广州日报》是一个令人羡慕的展现才华的大舞台。其日发行量 8 年前已攀上百万之巅，目前更高达 185 万份，无论订阅量还是零售量，长期稳居国内三甲高位。换言之，只要记者编辑的名字上了报，就有机会吸引数百万人的眼球。谁勤快一点、用功一点、文风内容扎实一点，谁就能较快地奠定自己在行业内的“江湖地位”。如此大舞台、金舞台，怎能不让渴望个性张扬的年轻人孜孜以求？

三者，《广州日报》打造记者编辑不惜血本。每年仅国内、社内专业培训就耗资百万，送去美、英、法、澳高校学

习且拿到学位的人也难计其数。最有效的培训主要来自日常,每年从元旦到除夕,各种跨省跨国采访连绵不断,2006年仅出国采访的记者就达300多人次。在内容为王的时代,本报记者这种在全国范围、全世界范围的纵横驰骋,既大大充实、丰富了本报的信息量,也提升了新闻的质量,增加了报道的真实度和深度,彰显了实力大报的底气。同时,也迅速打造着一支有较高境界与素质的采编队伍。

在这里说了那么多,目的是介绍赵凤岚成长与出书的背景。近两年,本报包括赵在内的一批年轻记者纷纷著书出书,年轻人的学术气氛、创新意识空前活跃,令人十分欣慰。他们正是在《广州日报》“十年人才工程”中成长起来的一代。赵凤岚1998年从南开大学进入本报,起初对新闻不甚了解,但她热情洋溢,活力十足。8年多来,她做过驻站记者、专栏作者、责任编辑,跑过农村新闻、社会新闻、经济新闻,2003年起担任经济新闻中心副主任,2005年又转做国际新闻,并担任国际部副主任,一路走来十分扎实。总体来说,她做事有心,下笔快而敏,兴趣多多,涉猎面较广,以“多面手”为主要特点。这与她的性格相似:有点自我,有点个性,追逐趣志,同时也勤奋、自信。此次出书,便是一个注释。

作为新闻人,不仅仅要“达则兼济天下”,更要时时刻刻关注当下、放眼天下,以自己敏锐的感觉和笔触,去记录事件和社会、去承担道义与责任。从本书来看,作者在努力地追求着,也做得不错。

是为序。

李婉芬

2006年12月13日

李婉芬系《广州日报》社总编辑。

目 录

上 编 新 闻

第一章 深度报道	3
第一节 特别关注	3
个人支票为何难流行	3
产品召回：中国不再是“绝缘地带”	5
本土饮料业何去何从	7
白酒企业告别“幸福时光”	9
小心“文化”游戏误了白酒业	11
“黑水”为什么这样黑	14
掏消费者荷包的最佳办法	17
中国 MBA 教育面临三大尴尬	20
专利费征收何处是尽头	24
月饼异化之道能走多远	26
第二节 标准专题	29
我国农副产品须向国际标准迈进	29
中国蜂蜜盼回欧盟重振“甜蜜事业”	31
质量安全认证震荡食品业	34
节能灯企业要求得到公平待遇	37
第三节 民营企业专题	40
亿万富豪遭遇经营困惑	40
成功民企揭示经营之道	43
诚信比什么都重要	46
民营企业缘何难避发展瓶颈	48

第二章 资本市场	52
第一节 会计行业	52
本土会计业：有多少信任可以重来	52
会计师事务所：诚信面前决生死	55
第二节 证券分析师	58
你知道自己在说什么吗	58
第三节 资本专题	64
中外合资：谁借我一双慧眼	64
警惕日元贬值危险	66
20 亿突袭期市	68
期货业有望放宽政策	69
银行贷款担保难 难倒中小企业	72
第三章 社会生活	75
第一节 热闹房产	75
零首期是馅饼还是陷阱	75
首个房屋拍卖会昨成交三成	78
本世纪广州最后一次土地拍卖	79
带个律师去买房	80
售楼小姐收入秘密	81
群雄鏖战华南板块	83
房改房继承赠与不办公证后患多	85
“无理由退房”潮涨潮落皆有理	86
广州年轻白领买屋首选买小房	88
广州楼市或会升	90
买房新招时兴先租后买	92
广州打造个性楼盘	93
广州二手楼拍卖实录	94
无良房产中介抢钱损招多	95
买楼就买这样的楼	97
广州人买楼越来越精明	98
业主与发展商相爱才能相守	99

小心别买到抵押房	102
高级会所打保龄 5 元 1 局	104
第二节 热点人物	106
“企业不炒作，就是木乃伊”	106
“打工皇后”又逆风飞飏	108
轻点鼠标买卖二手货	112
一位民营企业家的银行梦	114

中 编 评 论

第四章 经济评论	119
第一节 市场	119
本土可乐迂回包抄洋可乐	119
标准之乱	120
广纳良言完善“办法”	121
何妨先“洗”未来钱	121
机票涨价的背后	122
天上永远不会掉馅饼	123
楼市新闻短评	124
轻描淡写的隐患	125
人性关怀：在艰难中前行	126
饮用水行业几个“关键词”	127
游戏者与游戏规则	128
有一点“猖狂”	129
欲速则不达	130
在“刁难”中进步	130
谁造就谁	131
房地产业呼唤品牌	132
第二节 质疑	133
“天价”背后	133
不说，不代表永远不说	134
大品牌跟谁借了胆	135
航空业的“盛世危言”	136

快餐而已	137
食品业有多少模糊地带	138
勇敢的企业真不少	139
涨价需不需要理由	140
近忧与远虑	141
第三节 述评	142
上市公司谁能派年终红包	142
股民讨说法之路不再远	144
为何道歉总是迟到	146
“封杀令”的弦外之音	147
第五章 国际评论	150
第一节 综合	150
这一年，世界举步维艰	150
丑闻，层出不穷	152
美国的“两副面孔”	153
人道与规则	154
第二节 名人	155
高处不胜寒	155
利益·民意·道义	156
最后一根稻草	158
第三节 感怀	160
海的女儿	160
可怜的国王	160
不拿枪，我就弹吉他	161

下 编 杂 谈

第六章 生活杂谈	165
第一节 街谈巷议	165
哪怕说声“对不起”	165
牛比较重要	166
网民一动怒，上帝就发笑	167

代课老师：那些卑微而尊贵的生命	168
第二节 惊鸿一瞥	170
做楼记的日子	170
《昆虫物语》：真实的童话	171
德国人的“艺术人生”	171
由百年岳云说及中学教育	174
这世间，怎能没有诗歌	177
第七章 人生感悟	180
好的人生：乐于且善于此道	180
思想有多远	181
幸福的本源	182
片语人生	183
木子美怎么就不能“恨嫁”	185
江山·美人	186
美貌与才情	188
胡侃：为何我们跳不好街舞	189
谁是真绅士	190
有关爱情的六种说法	193
人生琐谈三则	195
名词新解三则	197
认真二字	197
健身房里的人生	198
第八章 人物随笔	201
袁崇焕，376 年前的心痛	201
末代皇后，她比烟花寂寞	203
范蠡，传说中唯一完美的男人	206
谭嗣中，永远的“人中佛”	210
被逼到墙角的人	213
大慈大悲：悲鸿三恋	215
胡适与陈衡哲：一生遥遥相望	218
说说萧红：片刻温暖与一生命运	220

徐志摩裤子上的洞	222
恨·爱：解读李敖与胡因梦	224
从安妮宝贝到胡兰成	227
花凋有声：悲情王妃戴安娜	228
第九章 阿岚信箱	233
1998 年	233
1999 年	234
2000 年	238
后记	257

上编 新闻

深度报道

资本市场

社会生活

第一章 深度报道

第一节 特别关注

个人支票为何难流行

(2003年3月28日)

昨日，个体老板李先生因为业务关系需支付一笔两万元的款项给朋友刘先生，他在餐厅里拿出个人支票簿签了一张两万元的支票，刘先生微笑着收下，个人支票离普通人距离越来越近了。但是记者在近日的采访中了解到，这种门槛不高、方便实用的个人支票在广州遭遇的依然是“寒流”。

原因一：消费习惯难以改变

“个人支票？我可以申请吗？我听说普通人是申请不到的。”月入近万元的广州白领黄小姐在接受记者询问时如此回应。为此，记者以普通顾客的身份到各大银行走了一遭。

在体育中心附近的中国农业银行，营业员非常热情地接受了记者的问询。听说记者欲申请个人支票，她说：“请带上户口簿、身份证和印鉴，再开一个5000元的户头，买一本个人支票簿就行了。”记者还了解到，只要证件齐备，申请者就可以马上拿到个人支票。同样在体育中心附近的中行网点、体育中心地铁站里面的建行网点，记者在亲历中发现，个人支票的门槛其实并不高。

“门槛”不高的个人支票在广州却遭到冷遇。在广州某大型超市，收银员告诉记者，现金、银行卡都能使用，但个人支票没有专门规定，他们收的支票基本上是单位的，如果个人使用要确认钱款到账后才能提货。广州友谊商店的负责人也表示，他们商场接收个

人支票，但业务非常少，一般一个月只有一笔，而且金额不大。记者随机问了几位消费者，70%的消费者表示，他们不知道可以申请个人支票业务，现在使用信用卡挺方便的，而且也有免息期，所以对使用个人支票也不太感兴趣。

来自银行方面的消息也证实“个人支票”受冷遇的尴尬。银行业人士认为，支付习惯是个人支票在国内难流行起来的另一原因。据介绍，个人支票在欧美国家已有上百年历史，支付环境已十分成熟，即使是普通老百姓也有用支票支付税款、水电费等日常支出的习惯。

原因二：银行卡替代支票部分功能

据了解，早在1986年开始试行个人支票，广州、上海、深圳等7个城市为试点。直到20世纪90年代以后，在一些城市继续推行个人支票业务使用量非常小。据建行透露，自从上个世纪90年代初该行推出个人支票业务以来，发展一直缓慢。目前，建行广州个人支票账户上的存款也就只有几个亿，所占比例1%左右。工商银行广州分行营管部有关负责人也表示，该行早在1993年就推出了个人支票业务，目前也有部分客户在使用，但量不大。

此外，在广州这样的大城市，电子银行网络比较完善，银行卡已开始替代支票的支付、转账功能，能申请到个人支票的客户一般都是银行的高端客户。工行广州分行营管部的一位负责人说，“在我国，支票尚未发育成熟已被电子手段所代替”，而在欧美国家是支票先于电子银行、网络银行的发展。

原因三：信用体系不健全成瓶颈

信用体系不健全也成为阻碍个人支票业务发展的主要路障。一位业内人士告诉记者，一般来说，个人支票用在个人与个人之间。

建行广东分行荔湾区支行行长李晓峰认为，支票首先是信用工具，其次才是支付工具，但我国目前的信用体系尚不健全，支票不能联网查询，商家担心假支票和空头支票的存在，往往是等到资金到账后才允许消费者提货，这就给出票人带来了极大不便。商家只对那些有信用的老客户才敢“破例”见票发货，如果是以前根本没

有打过交道的消费者，商家便要心存谨慎了。

产品召回：中国不再是“绝缘地带”

(2002 年 12 月 24 日)

汽车和饮料业开始尝试“召回”

在国际上，很多国家都有缺陷汽车产品召回制度。随着汽车普及程度越来越高，我国是否实行汽车召回制度日益成为一个社会热点话题。国家质量监督检验检疫总局法规司司长刘兆彬日前透露，《缺陷汽车产品召回管理规定》即将发布。

汽车召回规定出台经过了相当长的一段时间。据悉，《缺陷汽车产品召回管理规定》经过缺陷产品研究课题组近 10 个月的调研、起草、征求企业意见和反复修改，国家质检总局在此基础上也进行了认真的修改。8 月初，又分别征求了国务院有关部门和各地质量技术监督局及各直属检验检疫局的意见。10 月，该局将《缺陷汽车产品召回管理规定（草案）》通过报纸和互联网对外公布征求社会意见。国家质量监督检验检疫总局法规司一位负责人表示，一个月内他们接到大量反馈意见，有 99.9% 的消费者对该制度表示赞成。

北京饮料业也已部分实行产品召回制度。近日，北京工商联饮料食品商会有关负责人表示，已制定出了严格的产品召回规则，并开始实施。据悉，目前商会拥有自愿参加的会员企业 400 余家，占该市饮料企业总数的 2/3。这些企业如果在定期抽样中被查出不合格产品，商会负责人将调出该企业的全部存档资料（包括送货流程图），监督企业将流入市场的该批次商品全部召回。

中国距离“召回”不再遥远

作为一种国际通行的做法，在召回制度成熟的国家，产品召回的程序、监督和赔款等都有明确的规定。我国目前还没有正式的缺陷产品召回制度，甚至何谓缺陷产品，也没有一个权威的界定。业内人士分析认为，我国企业普遍存在的生产、营销环节不规范，厂

家对消费者没有立册登记，以及大多数企业自身缺乏实力等使企业“召回”难以实行，而相关法律、法规、规章、政策的空缺更成为我国建立召回制度的最大“瓶颈”。

这也使得中国曾是国际大公司实行召回制度的“绝缘地带”。如日本某汽车公司今年5月24日宣布在全球范围内召回200多万辆车，但在中国召回时却遭遇了“不知道找什么部门，不知道找谁，也不知道依据什么法律”的尴尬，最后该公司在中央电视台播出有关声明。

可喜的是，经过一轮轮的策动，中国庞大的消费市场也令众多跨国公司开始重视，像召回这样的一些国际规则也逐渐引入中国市场。如在不久前柯达的全球75 000台数码相机召回行动中，中国市场受到此次召回影响的DC5000变焦数码相机虽不到100台，但一位业内人士指出，数量的多少在其次，重要的是“中国不再例外”。

部分国产品牌也开始自觉遵循国际上的召回制度。今年9月1日，深圳清华同方销毁了1 000多台不合格“QH-911”复读机。与此同时，深圳清华同方宣布，在“清华同方”品牌的消费类电子产品领域实施不合格产品“召回制度”，这是我国消费类电子产品领域的首次召回行动。

真正建立召回制度尚需时日

全方位建立召回制度，尚需时日。广州某百货商场总经理指出，建立统一检测监控体系，是建立召回制度的“前奏”。这位总经理认为，目前的召回事件基本上都是涉及进口产品，主要是进口产品由国家商检部门统一检测，海关严格把关，一有问题马上在全国实施召回。但是在内地大部分地区，国内生产的产品一般都是省市、地区质监部门检测，没有统一的检测体系，“一个地方检测出瑕疵、缺陷来，如果不是很致命的，一般检测到哪家有问题就直接作出处罚等决定完事，比如某地产的轮胎出了问题，本地处罚就可以了，但是流到外地后如果没有检测出来的话，依然在外地流通，最主要的原因便是目前没有形成全国统一的检测体系，也就无法实现全国性的召回”。