

河北近200养殖户向康菲讨公道

律师估计乐亭昌黎两地养殖户经济损失达13亿元

本报北京8月24日电 (记者董伟) 渤海溢油伤害了谁, 渤海的渔业养殖户们最清楚。今天, 在一个小型的维权专题研讨会上, 来自河北乐亭的养殖户代表战战兢兢地说, 他们最近发现, 自己的海塘中漂来不少油污, 接着养的海参大量死亡。“刚开始我以为技术出了岔子, 后来知道大伙儿都有这种情况。我们怀疑是渤海溢油闹的, 希望康菲石油作出解释, 还我们公道。”

据悉, 河北乐亭、昌黎近200养殖户已经委托盈科律师事务所为其维权, 并索要经济赔偿。盈科律师事务所初步估计, 仅这两地的养殖户遭受的经济损失就高达13亿元。

在今天的研讨会上, 山东大学威海分校海洋学院副教授王亚民说, 蓬莱19-3油田的油品属于重质低硫高酸性, 对海洋的污染非常大。2000年, 青岛某企业将洗

刷生锈管道的酸性水直接排入胶州湾海域, 尽管量很少, 却造成大量的贝类死亡。“这次渤海溢油可能会对渤海的贝类, 尤其是双壳贝类造成巨大影响。”

他表示, 海洋部门应该及时告知污染团的走向, 对相关利益方给以预警, 尤其是养殖户, 以避免造成更大损失。同时, 渔业部门要积极评估损失, 为渔民伸张权益。

公众与环境研究中心主任马军说, 康菲石油在此次事故中未尽责任, 导致了我国生态环境和渔业养殖更大的损失。尽管在行政处罚上我们只能罚款20万元, 但是在民事诉讼中找回公道。

他还表示, 污染损害举证非常困难, 最高法院有关规定称, 污染方有举证的责任, 即举证倒置: “我这儿漏油了, 我来证明没有造成影响”。在这种情况下, 康菲石油必须提供有效信息。他说, “这次

漏油事故我们还是比较被动的, 很多事情任由康菲自说自话, 我们每次听他说怎么样就怎么样, 这里面缺少公信力, 所以调查需要第三方参与。”

中国政法大学民商经济法教授曹明德认为, 作为作业方, 康菲公司至少要在以下三方面承担赔偿责任: 一、由于作业者的行为造成海洋环境污染损害引起的海水水质生物资源等损害, 给受害方支付费用, 这个损失里包括对海洋生态环境的损害, 对渔业资源的损害。二、由于作业者行为造成海洋污染损害, 造成养殖户的收入损失, 以及受害方采取预防措施产生的费用。三、因为损害取证、认定产生的费用。

不过, 按照我国《海洋环境保护法》第九十条规定, 开展生态索赔须由海洋环境监督管理部门代表国家提出, 环保组织、法律服务机构不具备提起生态索赔的



资格。渤海漏油事件给众多渔民造成严重经济损失, 法律服务机构可接受利益相关方委托提起民事诉讼。但由于相关法规缺

失, 侵权责任难以认定, 所以此类案件大多要拖延很长时间, 获赔金额远低于实际损失。

2006年, 同样是河北乐亭的渔民, 发现养殖场贝类大量死亡, 后经认定与当年渤海油轮事故和海上油田盗油有关。2007年, 鲁月波等6名水产养殖户代表提起诉讼, 要求中海发展、中石油等被告共同赔偿渔业污染损失3066.8万元。

此案历经三年时间, 最终因现行《海洋环境保护法》并无明确规定, 能否适用《侵权责任法》亦有争议, 只能以和解告终。法院下发的调解书显示, 四家被告将在不承担油污损害赔偿的前提下, 按照评估报告所认定污染损失额的40%, 向各原告给付损失补偿金。

据悉, 盈科律师事务所目前投入约30名律师推进维权工作, 并联合环保组织、社会团体共同参与。同时, 还派出约10人的团队报名参加国家海洋局北海分局主导的海洋生态损害索赔诉讼活动。

又讯 今天在康菲石油举行的新闻发布会上, 对有关渤海溢油事故的责任环境损害和生态赔偿问题, 康菲石油均轻描淡写或表示无可奉告。对于赔偿问题, 康菲石油表示, 现在公司还没有收到任何有关的赔偿要求。

图为: 8月24日, 康菲石油在北京召开新闻发布会, 介绍处理漏油事故进展。

新华社记者 邢广利摄

本报记者 刘世昕 李新玲 实习生 钟昌红

使用过百度搜索引擎的网络用户或许都有这样的经历, 想搜协和医院的网页, 但搜索结果的前几项可能都是“协和李鬼”, 协和医院反而排名靠后。还有可能, 本想搜索一家靠谱儿的家电维修公司, 可按图索骥找到的这家公司, 可能是家骗子公司。

这样事与愿违的搜索结果都源于一个业界公开的秘密: 竞价排名。也就是说, 用户输入关键词, 得到的搜索结果是经过人为加工的。因为搜索引擎公司早已把很多关键词拍卖出去, 市场上谁出价最高, 谁就出现在这个关键词搜索结果的最前列。最极端的个案是, 明明输入“肯德基”, 可搜索结果最靠前的却是麦当劳。

最近央视连续报道了百度竞价排名的内幕, 在业界人士看来, 这仅仅是揭开了互联网诚信问题的冰山一角。

有数据显示, 中文搜索引擎的代表公司百度, 已经闯入了全球市值最高的10家互联网公司, 而未来两三年, 中国互联网的总用户数还将急剧攀升, 作为最有“钱途”的企业, 百度等互联网巨头该如何履行社会责任? 今天, 在中国计算机学会青年计算机科技论坛专门召开的特别论坛上, 与会的业界人士都认为, 中国互联网亟待构建新的诚信环境。

赢利与诚信的平衡点被打破

有研究显示, 出现在搜索前10名的资

料非常重要, 对10条以后的内容, 互联网用户的关注度会快速下降。进一步的数据是, 对排在前十名的内容, 公众会有50%的浏览量, 10名以后内容的关注度会急剧降低到10%以下。

正是基于互联网用户关注度的特性, 搜索引擎公司发明了竞价排名的赢利模式, 搜索结果前几名的位置可以用来出售的, 就像传统媒体的广告一样。在国外的一些搜索引擎公司, 他们也搞竞价排名, 只不过, 他们的搜索结果页面会被分为左右两半, 右边是竞价排名的内容, 左边是客户真正需要搜索的内容。或者是, 所有的广告都用特殊颜色标注出来, 并注明是“广告商赞助”。

而百度被曝光的问题是, 广告和内容没有分开, 混在了一起, 而且广告的内容还因为付了费而被排在前面。

中搜网总裁陈沛认为, 竞价排名并不是万恶之源, 搜索引擎公司大多要靠这种模式来盈利。百度的问题在于, 广告和内容混在一起, 打破了公众利益和企业赢利的平衡点, 也可以说是突破了企业诚信的道德底线。

北京淘才信息技术有限公司总经理曲

竞价排名暴露互联网搜索诚信短板

商业巨头怎么成了诚信侏儒

晓东说, 百度的竞价排名首先损害了用户的利益, 用户可能因为不公正的搜索结果上当受骗; 其次, 也损害了合作方的利益, 因为与它合作的公司, 如果不再付费的话, 有可能就被百度屏蔽掉; 再有, 作为中国互联网的代表企业, 百度缺乏诚信的做法有可能损害中国互联网企业在国际上的集体形象。

在曲晓东看来, 搜索引擎早已经被视为一类媒体, 公众从中获得信息, 并给以一定的信任。对传统媒体, 公众早就已经有共识, 就是“内容是内容, 广告是广告”。内容与广告是不能混合在一起的, 不然就是欺骗公众。在这样的背景下, 搜索公司更应该重视其社会责任。

在今天的论坛上, 诸多业界人士都认为, 广告、竞价排名等手段有可能给搜索公司带来短期的收益膨胀, 但从长远来看, 一味地陷入商业利益, 会使企业丧失公信力, 从而走向没落。

“商业的巨头, 精神上的侏儒”

根据互联网实验室董事长方兴东的数据, 2015年, 我国将有8亿网民, 相当于几个发达国家网民数的总和。另外, 在2004年全

球互联网版图中, 市值前10名的公司里还没有中国公司的踪影, 但7年过去, 腾讯、百度已经闯入了前10名。

可是与互联网大国地位不相称的是, 近年来, 互联网公司缺乏诚信的事件频频发生, 除了百度的竞价排名外, 还有之前的3Q大战, 淘宝的假货事件。在方兴东看来, 这些践踏公众利益的事件与互联网最初创新、自由、竞争的精神相违背。

方兴东用“商业的巨头, 精神上的侏儒”来形容当下互联网企业诚信的缺失。为什么互联网企业会频繁出现诚信问题?

中搜网总裁陈沛说, 从微观上分析百度竞价排名的问题, 应先搞清楚究竟是百度整个公司都鼓励这种文化, 还是某些员工或是代理公司出了问题。百度公司也应该从这个角度进行反思。事实上, 哪个公司都有员工超越底线, 关键是公司文化对这些问题是严格纠正, 还是放任。放任的结果是, 超越底线的东西有可能就成为公司文化。

另外, 从宏观上看, 由于互联网整个行业还是个年轻的新兴行业, 这个领域的法

律法规和政府监管都相对滞后。可以说现有的与互联网相关的法规, 都是发生危机事件后修订和改变的。在互联网行业确实存在很多模糊地带, 说不清哪些是可以的, 哪些是被禁止的。对这些模棱两可的边界, 目前只有靠企业自律或是媒体监督。随着互联网用户走向成熟, 互联网企业为所欲为的空间可能会变小。

还有一种观点认为, 今天的百度之所以突破道德底线是因为其在市场上的垄断地位。这一点甚至表现在, 对待百度的竞价排名行为, 互联网界一度集体失语。

而陈沛在认为, 正因为百度是业界的老大, 更应该起到作为领袖企业的标杆作用, 而不是带头损害互联网诚信。

也有人认为, 目前, 对普通互联网用户使用搜索引擎是免费的, 这样对搜索引擎公司和用户来说, 大家的权利义务就相对模糊。这也是互联网快速发展下亟待规范的问题。

如何拯救互联网诚信

竞价排名并不是百度的首创, 早在10多年前, 美国的几家搜索公司就开始尝试“竞价排名”和“付费就收录”的赢利模

式, 把本来不应该出现在某个位置的信息, 比如广告内容, 人为地、更加优先地呈现给用户, 并且没有透明地明示用户。

之后的一场诉讼改变了美国搜索引擎的运营模式。2001年7月, 美国俄勒冈州的消费者团体向联邦交易委员会提出申诉, 控诉一些搜索引擎厂商没有将这种“广告”信息与普通搜索结果明确区分开来, 涉嫌违反“禁止虚假商业行为”的联邦法。2002年6月, 美国联邦贸易委员会发布了有关“明示搜索引擎广告信息”的文件, 要求各搜索引擎公司采取必要的措施标明搜索结果中的付费链接。可以说, 目前美国搜索公司呈现的规范还是源于制度的约束。

在业界专家看来, 目前互联网行业既缺乏法律法规的约束, 也缺乏政府和行业协会的监管, 当然缺失的还有企业的自律。

曲晓东说, 在相关法规尚未出台之前, 对百度来说, 首先要套上道德的枷锁。尤其是在百度内部应该有一种共识, 在大众心目中, 搜索引擎已经成为获取信息的媒体, 那么百度也得按媒体的道德水准来进行自律。

业界一致的观点是, 对互联网行业诚信问题, 监管部门和行业协会也难辞其咎。但也有人担心, 监管走向极端, 以创新为特点的互联网行业就会被管死。如何规范互联网这一颇具“钱景”的产业, 需要各方智慧。

本报北京8月24日电

热烈祝贺奇瑞第300万辆汽车下线!

奇瑞汽车
集安全 集节能 集环保

06至10年连续5年荣获《财富》杂志评选“最受赞赏中国企业”
4月, 奇瑞累计海外出口汽车突破50万辆, 奇瑞创造, 布局全球!

安徽不是中国的经济重地, 芜湖只占中国总面积的0.0075%。这次几乎在地图上无法被描绘的地方, 却成就了中国汽车工业史上非常重要的地位。因为有一群人坚持创新思维, 自主研发, 用了十余年时间书写了中国自主汽车工业的传奇。

不可能 = 可能

如果奇瑞相信不可能, 那么就不会有今日的奇瑞汽车