

# 虎年虎殇，东北虎惨死谁之过？



这是沈阳森林野生动物园内一只东北虎(3月13日摄)。新华社发

刚刚进入虎年的喜庆气氛还未完全退去，沈阳11只东北虎却相继因营养不良悲惨地死去。

2009年12月至2010年2月底，沈阳森林野生动物园11只东北虎陆续死亡。令人难以相信的是，在长达3个月的时间里，濒危的东北虎一只一只地相继死去，动物园、野生动物保护部门却束手无策，难有作为。如果不是5天前动物园职工停工讨薪不不经意间透露出的信息，不知此事还要被遮掩多久？不知珍稀的东北虎是不是还要一只一只地死下去？

## 讨薪风波透露虎死消息

3月10日，沈阳森林野生动物园数十名员工集体停工讨薪。而就在媒体采访讨薪工人时，工人不经意间透露：“老虎都饿死11只了，我们18个月没发工资，也快饿死了。”

一石激起千层浪，11只东北虎死亡的消息很快得到动物园和沈阳市野生动物保护管理站的证实。

从今年3月14日起，动物园已经被沈阳市政府派出的工作组接管，沈阳市政府拨款

700万元用于维持动物园的运转，工人已经开始上班。

## 百兽之王竟不识肉滋味

动物园负责人武席否认老虎是被饿死的。关于东北虎死亡的原因，记者看到了沈阳森林野生动物园的报告，上面写明，东北虎多因肠炎、肾衰等疾病死亡。

一位不愿透露姓名的饲养员说，从理论上说，一只老虎每天需要消耗10多公斤牛肉，自从动物园效益不好后，一天只给老虎喂食几只白条鸡或鸡架，根本吃不饱。而这些鸡架本来只能作为辅助食品，现在倒成了正餐。

沈阳市野生动物保护站副站长刘晓强告诉记者，他曾经拿着牛肉去喂老虎，老虎不吃。因为老虎从来就没吃过牛肉，所以根本不认识。

难以相信，贵为百兽之王的猛虎竟不识肉滋味。

## 谁该为悲剧负责？

11只东北虎在3个月内陆续死亡，人们不禁要问：“为什么没有采取有效措施阻止

悲剧的发生？”

据悉，作为公益事业的一部分，从2007年起，在旅游淡季时动物园所在的沈阳棋盘山管委会，每年都向动物园进行补贴，平均额度约180万元，而这个动物园每天饲料费用约需2万元，政府财政补贴应基本可以满足淡季时的需要。在旅游旺季时，动物园有一定的门票收入，但就在这种情况下，东北虎仍然长期处在营养不良的状态，以至于成批死亡，动物园经营者显然难辞其咎。

据动物园员工反映，始终未曾露面的动物园老板杨振华3月14日终于在动物园的食堂出现，他向欠薪员工道歉，并表示对动物园出现的状况负有责任。

接受采访的专家认为，野生动物保护部门监管不到位也难脱干系。武席告诉记者，动物园每死亡一只珍稀动物，都要向野生动物保护部门报告，每个月还要汇总报告一次。

无论动物园的经营到底遭遇怎样的困难，无论野保部门到底存在哪些具体

监管难题，人们看到的事实是：在一幕沉重的悲剧中，在长达3个月的时间里，竟然无人过问，挽救那些挣扎在死亡线上的东北虎。

## 利益与动物保护的艰难博弈

开业于2000年的沈阳森林野生动物园是由原沈阳市动物园与私人合资建成，并由沈阳市区内迁到了沈阳远郊，性质上也由政府管理的公益性场所变成私人控制的市场经营实体。

“改制”的目的显而易见：政府减轻了财政负担，经营者则能把“赚钱”和“保护动物”很好地统一起来。然而事实证明，当面临赔钱的时候，哪怕是贵为国家一级保护动物的东北虎也无法和经营者的经济利益相提并论。

在经济利益与生态保护的博弈中，经济利益显然在沈阳森林野生动物园里占了上风。

惨痛的教训应该引起我们的反思：市场经济环境中，经济利益并不是唯一的追求，生态、社会效益不能忽视。

新华社记者 王军

## 首例雪碧汞中毒案系人为投毒

据新华社北京3月15日电 15日，北京警方公布了去年11月北京首例“雪碧汞中毒”事件的调查结果。警方表示，涉嫌向雪碧内投放水银的是与事主马某一同就餐的女子刘某。

北京市公安局新闻办通报，2009年11月7日，马某(男，21岁，北京人)与刘某(女，28岁，北京人)以及刘某表妹张某在北京西城区某餐厅内用餐，马某在饮用的罐装雪碧饮料内发现混有汞，并出现汞中毒现象入院治疗。

经公安机关侦查，初步认定投毒行为系刘某个人所为。同时，马某在明知刘某在雪碧内投放水银后，仍与刘某订立攻守同盟，隐瞒事实真相。目前犯罪嫌疑人刘某、马某等人已被刑事拘留。此案正在进一步调查中。

## 上海虹桥综合交通枢纽启用

据新华社上海3月15日电 作为“十一五”期间上海市的重点工程，2010年上海世博会重要交通配套设施，世界级的交通工程上海虹桥综合交通枢纽工程已经顺利竣工验收，西航站楼将于3月16日正式启用，东、西交通中心以及沪宁、沪杭城际铁路也将陆续投入运营。

虹桥交通枢纽总建筑面积达150万平方米，日均客流可达110万人次，集航空、高铁、地铁、高速公路、磁浮、地铁、公交等“轨、路、空”多种交通方式于一体。



## 本·拉丹之子要伊朗放亲属

据新华社电 “基地”组织头目乌萨马·本·拉丹之子写信要求伊朗释放在伊朗境内受软禁的亲属。法新社15日报道，这封信14日由一个名为“全球伊斯兰媒体阵线”的机构发布，写信人据信为本·拉丹之子哈立德·本·乌萨马·本·拉丹。

哈立德在信中指责伊朗方面逮捕数名本·拉丹亲属。

“阿富汗战争开始后……他们(本·拉丹亲属)，大多是妇女和儿童，被迫经由非官方途径进入伊朗。”哈立德写道，“他们多次要求离开伊朗，却遭殴打或压制。”

哈立德呼吁伊朗最高领袖赛义德·阿里·哈梅内伊出面，释放遭软禁的本·拉丹亲属。

伊朗媒体去年报道，阿富汗战争2001年打响后，本·拉丹一名妻子和6名子女当时软禁于伊朗境内。其中，本·拉丹不到20岁的女儿伊曼当年11月“逃往”沙特阿拉伯驻伊朗使馆寻求避难。

## 中国海军两批护航编队会合亚丁湾



3月15日，在亚丁湾海域，中国海军第四批护航编队指挥所成员(前)向中国海军第五批护航编队挥手致意。当日上午8时，中国海军第五批护航编队在亚丁湾东部预定海域与第四批护航编队顺利会合。两批护航编队将从15日至20日共同执行两次联合护航任务。

新华社发

## “红衫军”逼近总理临时住所 阿披实称不解散下议院

据新华社曼谷3月15日电 泰国总理阿披实15日上午在曼谷北部的泰国陆军第11步兵团举行记者招待会，宣布不会按照反对派“红衫军”的要求解散国会下议院。

这是阿披实政府第一次对支持前总理他信的“红衫军”14日中午向政府发出24小时内解散国会下议院的最后通牒做出反应。阿披实说，执政联盟内已对不解散国会下议院达成一致。阿披实是在“红衫军”集会示威者从曼谷市中心的集会地点繁华桥转移到第11步兵团营地时举行记者招待会的。到第11步兵团营地外举行集会是“红衫军”向政府增压的措施之一。第11步兵团营地位于曼谷北部，距离“红衫军”集会大本营繁华桥约20公里，是泰国政府应对集会“维护和平行动中心”的总部。泰国媒体说，总理阿披实、副总理素贴、陆军司令阿努蓬等军政要员在“红衫军”集会示威期间均临时在那里居住。

### 郑州移动金牌服务档案之五

高标准、严要求，个性化、人性化，从成立第一天起，郑州移动就对自己的服务标准用了最高要求。“十年来，郑州移动不断创新服务手段，从一般服务到个性化服务，从被动受理到主动服务，从简单服务到电子化服务，实现了业务的多元化、服务的多层次化，特别是充分借助“满意100”和全球通VIP俱乐部这样的服务文化载体，提出了领先的思路和服务标准。郑州移动已把服务融入企业文化，视为核心竞争力。”在一次采访中，郑州移动总经理贾大春这样说。

可以看出，郑州移动在“便捷服务、满意100”活动中推出的诸多特色服务，就是利用服务优势吸引用户，从而在未来电信市场竞争中占据主动地位。因为，服务就是竞争力。

## 客户的需求就是我们的目标

本报记者 赵毅 宋笑琳 文/图

解移动最新的促销活动，而且方便补充，在宣传页用完，工作人员能够根据底栏目录进行补充。在这种细节上的精益求精，充分显示了“满意100”文化已浸入郑州移动的企业灵魂。

有一句话被移动人反复提及，中国移动企业文化理念体系的核心内涵是“责任”和“卓越”，注定了移动人不仅要追求数量的超越，更必须成就品质的锤炼。郑州移动对“满意100”服务文化的打造，充分展示了这一理念和特质。

### 服务产品引领新的服务时代

去年3·15前，郑州移动推出了6项便捷服务，2010年的3·15，更主动、更便捷、更个性化的服务产品正被全面推行。据悉，郑州移动通过客户建议、业务办理、咨询、投诉等数据分析，挖掘客户服务需求，依据客户对公司的贡献价值大小设计出了不同的服务产品。服务产品是借助信息化手段将客户需求的服务信息及时地传送到客户手机上，使服务价值显性化。

服务产品包含普遍服务、品牌专属服务、订制服务三大类服务内容，根据客户不同偏好、不同品牌属性、不同消费层实行分层分级服务，满足客户各类服务需求，实现差异化服务。

郑州移动人士表示，服务产品的推出可以确保移动的服务领先地位，主动满足客户多样化的服务需求。这样的期许不可谓不高，所以他们敢于下这样的判断，是因为他们看到只有服务产品才能满足消费者日益提升的需求。

据介绍，服务产品将根据客户对公司的贡献价值大小和品牌实现分层分级服务，分析客户的不同需求实现

客户个性化、精细化的服务，提升客户品牌粘性和情感忠诚度；把服务作为产品进行推广，使服务和营销进行有效地结合，使服务显性化、价值化，提升客户感知，提高市场竞争能力；服务资源向公司高价值客户倾斜，向全球通VIP客户、集团VIP客户、中高端客户提供主动服务、差异化服务、便捷化服务、绿色通道服务，增加客户对移动产品的信赖和粘性，有效促进中高端客户的稳定。

在另一个层面上，通过分析客户的服务行为将客户经常到营业厅咨询的业务通过服务产品主动地发送到客户手机上，由被动服务向主动服务转变，减少营业厅的咨询量，可以有效改善营业厅排队等候服务短板；通过推广服务产品，使客户明白消费，新业务放心使用，也可提高营销活动、新业务、业务支撑业过程服务短板满意度。

据悉，为了让消费者更好地体验到移动的“服务产品”，郑州移动已于日前全面开展“服务产品”培训。为了提升营业厅员工和客户经理对于服务产品的认知和熟练程度，他们从服务礼仪到营销技巧、产品营销口径等方面，进行了全面、统一的培训。一场通信业的新时代的竞争竞争正由他们引导展开。

有专家指出，进入3G时代，电信行业的竞争日益激烈，运营商已经开始从之前的价格竞争过渡到品牌、业务、服务的竞争。而随着业务种类增加，客户要求提高，服务已经从原有的锦上添花转变为企业的核心要素。在“3·15”的特殊日子，尽管人们仍将服务看做运营商对于消费者的义务，但在专家看来，3G时代，服务是凸显运营商差异化优势的有利工具。

3G时代的竞争，植根于用户之上的服务就是企业的核心竞争力。可以看到，郑州移动日益提升的服务水平和能力正为他们在3G时代赢得先机。

郑州移动总经理贾大春在3·15当天现场接受客户咨询。

郑州移动工作人员帮助客户办理业务。