

谣言是如何成为“谣盐”的？

证实：一网民散布“核电站爆炸污染我国海域”谣言被拘 调查：“云南盐化”等盐业股“过山车”行情背后有黑手



市民讹传谣言，抢盐推高股价

“据有价值信息，日本核电站爆炸对山东海域有影响，并不断地污染，请转告周边的家人朋友储备些盐、干海带，一年内不要吃海产品。”

3月15日上午，在杭州一电脑公司工作的陈某在网上聊天时看到了上述信息后，不假思索使用网名“鱼翁”将该信息复制并转发。

此信息被人们通过手机短信、电话和互联网手段等广泛传播。电信部门负责人告诉记者，16日、17日，浙江全省的通话量出现爆炸性增长，话务量主要集中在16日傍晚。

从16日起，浙江、广东、上海等地市民纷纷前往超市、便利店、农贸市场抢购食盐，导致这些地区食盐的销售量相较平时猛增了十几倍。随后，这股恐慌性的购盐潮从东部沿海开始向内陆和中西部地区蔓延，并席卷了中国大部分地区。一时间，人心惶惶。

不仅仅是现货市场，这股恐慌还直接体现在了股市上。17日受市场牵动，A股市场中的云南盐化等相关盐业个股放量大涨。

3月20日，杭州市公安局西湖分局作出处罚决定，依法给予在网上散布日本核电站爆炸污染山东海域谣言的陈某行政拘留10天，并处罚款500元人民币。

百姓恐慌从众，游资或为推手

为何仅仅是一些小道消息，便让大家陷入慌乱？反思谣言的生成机制和快速传播的原因，专家认为，这是多种因素综合的结果。浙江省网监总队队长丁仁仁分析认为，互联网和手机等通信工具的普及，为信息的快速、大范围传播创造了条件。中国互联网络信息中心公布的数据显示，截至2010年12月，中国网民规模达4.57亿，手机用户数量近8亿，其中手机网民规模高达3.03亿，这为信息的大规模快速传播创造了基本条件。

而百姓在面对纷繁复杂的信息时，缺乏判断能力，以及所表现出的恐慌、从众和“宁可信其有，不可信其无”的心理，也是造成谣言被快速复制和传播的重要原因。非典时期抢购“板蓝根”；甲流来袭抢购“大蒜”；凝冻期间连蜡烛也成抢手货……这种集体性的人心浮躁由来已久，表现出民众信息甄别能力和危机应对能力的严重缺失。

还有一些人则认为，反观去年，大蒜、绿豆、苹果、白糖、棉花等大众日用消费品都出现超乎寻常的疯涨，其中除了受供应量和国际国内环境因素影响外，游资在其中所起到的作用也不可小视。

加强危机应对，共建应急机制

“公众对自身安全状况的忧虑，以及相关核知识的匮乏是造成这次非理性抢购的原因所在。”联合国媒介与传播研究会会员、浙江大学宁波理工学院副教授何镇飏认为。

与此同时，抢购风波也反映了我国公众独立思考能力、危机应对能力和科学常识的欠缺。碘盐和碘片不能等同，且食盐摄入过量对人体有害无益。何镇飏表示，政府在事件发生之初便做好危机处理的快速反应，是打消公众恐慌心理的有效手段。

【网民追问】

“云南盐化”蹊跷涨跌背后的疑点

过去的一周内，日本9级强震牵动着A股市场的“神经”。而在部分城市乍现“抢盐风波”背景下，以“云南盐化”为代表的盐业股遭遇“过山车”行情，令人惊诧。

一时间，“云南盐化”成为网络热议焦点。网民质疑：这波“过山车”行情是否存在异常波动？在其诡异的走势背后，究竟是投资者在盲目跟风，还是有幕后“黑手”？记者对此进行了调查。

疑问一：云南盐化是否存在异常波动？

【质疑】网民“好盐网络”：云南盐化短短两个交易日跌幅已经超过12%。上周四股市“抢盐”投资者损失惨重。

网民“郭志伟”：云南盐化暴涨暴跌，害死一批人啊！相信有一大部分人为自己的盲目听从谣传埋单。

【调查】绝非正常的“过山车”行情

3月17日，随着“碘盐可防核辐射”“中国食盐将遭受核辐射污染”等传言的散播，长三角地区多个城市出现了碘盐“抢购风波”。与此同时，A股市场有限的盐业股集体飙升，云南盐化更是自开盘便出现“一字涨停”。

随后的一个交易日风云突变。由于中盐公司及及时回应保障供应，发改委紧急通知要求严打造谣惑众、恶意囤积、哄抬价格、扰乱市场等不法行为，昙花一现的盐业股纷纷“跳水”。

从15日的最低价12.83元，到17日的涨停价15.10元，云南盐化短短3个交易日大幅上涨近18%。同期，上证综指和深证成指的最大波幅仅为3%左右。

在股价大幅波动的同时，成交量的变化也透露出云南盐化的异动轨迹。3月15日，云南盐化成交量由前一交易日的2195万元猛增至9323万元。17日、18日两个交易日，成交量更达到惊人的1.1亿元和2.86亿元。

疑问二：有没有“黑手”在操纵？

【质疑】网民“sara”：游资在炒作“盐王爷”！浙江游资周二、周三在股市大量买入云南盐化等个股，并在收盘后到浙江各地抢盐，随后又散布谣言，周四游资将云南盐化拉至涨停大幅获利。

【调查】浙江地区的异常波动迷雾重重

值得注意的是，在云南盐化“冰火两重天”的行情背后，游资的身影若隐若现。

一系列的公开数据显示：3月15日，云南盐化资金净流入1396万元，其中仅有488万元来自主力资金席位，其余均为游资席位。

17日当天，云南盐化资金净流入2535万元。当日高居买入榜前五位的营业部，清一色来自浙江地区。机构根据几家营业部的买卖资金计算，参与云南盐化炒作的浙江游资至少在5000万元以上，占当日这个股成交量的比例高达50%。

浙江证监局有关负责人表示，在这次以失败告终的云南盐化炒作中，一些盲目跟风的投资者某种程度上起到了推波助澜的作用，并最终因自己的非理性而深陷其中。

据新华社电

或是因为盲从，或是为了从中获利，通过网络和手机散布食盐被污染的消息，如瘟疫般迅速传遍中国大地，并最终演变成一场全国性的食盐恐慌性抢购。

这已经不是中国的日用消费品第一次因为个人的言论不慎，或者游资的恶意炒作而奇货可居，并出现全国范围的恐慌性抢购了。从去年的“蒜你狠”、“糖高宗”、“豆你玩”，到几天前的“谣盐”，其中的教训值得反思。

公众对自身安全状况的忧虑，以及相关核知识的匮乏是造成这次非理性抢购的原因所在。

——联合国媒介与传播研究会会员何镇飏



3月18日，上海徐汇区一超市内的食盐货源充足，售货员准备将食盐上架。

生活资讯

天价薪酬凸显红木家具用工瓶颈

近日，多地屡屡出现“3500月薪难留工人”的现象，不少单位发现，随着招工越来越难，农民工、技工等要求的工资也开始水涨船高，但红木家具巨头连天红公司却称“我们公司的工资是同行的两倍高，不会出现招工难。”

据了解，“天价薪酬”和企业招工难的出现，凸显我国家具行业“蓝领瓶颈”，企业要真正留住人才，还需花费更多精力。

“红木蓝领”青黄不接

近日，连天红红木家具公司打出招聘广告，立即吸引了大批持有家具生产技能的技工。记者采访发现，近年来，以红木家具为代表的国内传统加工企业普遍面临“蓝领瓶颈”，不少企业采取各种措施，力求最大限度留住人才，吸引工艺师。连天红家具有限公司相关负责人（表

示），红木家具生产包括几十道工序，每一道工序不仅需要时间积累，更需要相当程度的天赋。好的红木家具精雕师傅，3至5年可能都遇不上一个。该负责人算了一笔账，国内目前有2万多家大大小小的红木家具生产企业，按照每家企业平均20个员工计算，从业人员超过40万人，但真正能满足高端企业需求的“红木蓝领”，还不到十分之一。

很多企业开出高薪条款

据了解，针对这种情况，江苏、福建、广东、浙江等地的家具加工企业，纷纷开出高薪条款。业内专家学者认为，仅靠“高薪大旗”已无法满足劳动力追求自身发展的综合需求，只有切实为员工打造“归宿感”和“成就感”，才能挽回员工队伍的稳定。

蒙牛发布 2011 冰淇淋流行趋势 萧亚轩领衔“随变”新风

3月14日，一场主题为“一切随我而变”——2011年冰淇淋流行趋势暨蒙牛随变冰淇淋新品发布会在北京星光现场绚丽上演。作为蒙牛随变新一季形象代言人，萧亚轩也以百变魅力闪亮现身发布会现场，在现场刮起一阵“随变”旋风。

据介绍，此次推出的新品蒙牛随变顶顶杏仁巧克力口味雪糕上半部分采用了大块巧克力+整颗坚果，下半部分则采用了巧克力脆层的经典结构，其中还添加真实奶酪，香醇中更有质感。它的推出，不但带给消费者丰富多彩的惊喜享受，也充分诠释了蒙牛随变“一切随我而变”的个性品牌主张。

“以品质争市场、以创新促发展，通过持续

创新不断满足消费者日趋多样化的需求，是蒙牛冰淇淋赢得市场的不变法则。”

负责人称，以蒙牛蒂兰圣雪为例，就以“限定产地无添加”，打造出经典纯正的高品质冰淇淋，带给消费者实实在在的品质感受。而蒙牛2011年推出的随变顶顶杏仁巧克力口味雪糕，还有采用独特芒果切片造型的冰+芒果口味雪泥，也是蒙牛不断挖掘消费者需求、将创新转化为行动力的直观体现。

