

罗老号一射冲天 朝鲜不高兴了 你射卫星 我玩核弹 朝全军戒备准备核试射



据韩联社报道，韩国“罗老”号卫星与挪威实现了信号交换，确定发射获得成功。

韩国已正式进入“太空俱乐部”

“罗老”号在当地时间30日下午4时发射升空，卫星成功进入预定轨道。“罗老”号发射后9分钟内(540秒)经过整流罩分离、一级火箭分离与点火、二级火箭点火和卫星分离等阶段后卫星进入预定轨道。罗老宇航中心将对卫星传回的速度、高度等有关信息进行分析，以确定卫星是否正常运行。

卫星发射1小时后，地面人员可以判断卫星是否以每秒8米的速度进入轨道，确认卫星是否按照预定轨道运行。若一切正常，表明运载火箭发射阶段已获成功。

卫星发射2小时后，位于挪威斯瓦尔巴德的地面卫星接收站将对卫星信号进行初步探测。若探测无误，证明韩国已正式进入“太空俱乐部”，拥有了自主开发运载火箭的相关技术。

发射成功 也难具备洲际导弹能力

韩国罗老号运载火箭终于成功发射。与朝鲜发射的运载火箭不同，韩国罗老号火箭的军事价值并不是很大。罗老号是俄罗斯韩国联合研制。韩国在其中仅负责二级火箭的制造，更关键的大推力一级火箭为俄罗斯制造。因此不能认为韩国也借此拥有了发射洲际导弹的能力。

深度分析

火箭技术成与朝对话筹码

即使在缺乏独立技术和盟友帮助的情况下，韩国人也从未放弃过送火箭上天的念头，“捆绑式”发射一再令人失望，也在所不惜。

第三次发射任务再次延期后，韩国《中央日报》用“全民充满失望和叹息”来表达当时的国民心情。调查显示，超过80%的受访者表示不管“罗老”号第三次发射成功还是失败，韩国仍需继续开发航天运载器。

值得关注的是，促使韩方对火箭开发如此热衷的，还有“来自北方的压力”。朝鲜半岛南北对峙已有60余年，火箭运载技术和运载能力的竞争是朝韩对抗和心理战的重要领域。

朝方去年12月宣布用“银河3”号火箭把“光明星3”号二期科技卫星成功送入太空，更是刺痛了韩国的神经。作为两国“暗战”的重要领域，韩国在研究火箭发射技术上一直以朝鲜为竞争对手，它积极打捞“银河3”号残骸，并对其进行缜密研究。

1月24日，韩国在联合国安理会通过制裁朝鲜的第2087号决议后两天，就正式宣布将第三次发射“罗老”号，且表示发射程序演练已于当天开始。同日，朝鲜以国防委员会的名义发表声明，全面驳斥联合国安理会涉朝决议，称将进行更高层次的核试验。朝鲜还警告称，如果韩国履行联合国对朝制裁决议，将采取“物理性的应对措施”，甚至表示“对朝制裁”意味着对朝宣战。

韩朝彼此心存芥蒂，而火箭技术的开发就成为较量的一颗重要棋子，也在一定程度上影响着朝鲜半岛局势的走向。

金正恩宣布全军戒严令 朝将进行核试验



据韩国《中央日报》1月30日报道，消息人士29日透露，朝鲜国防委员会第一委员长金正恩已经下达了“在1月29日~30日两天内完成检查工作后实施核试验”的指示，还宣布了全军戒严令。分析称，朝鲜即将进行核试验。

据报道，对朝消息人士1月29日称，金正恩1月26日在平壤召集劳动党和军方核心干部召开了非公开秘密会议，此后便下达了核试验相关指示。消息指出，金正恩还向全军下令，从1月29日0时开始进入戒严状态，前线与中央部队全部投入备战状态。

据消息人士透露，金正恩在会议上表示，朝鲜要继续进行弹道导弹的相关研究。金正恩还指示，准备搭载并启动现在朝鲜拥有的核装备，并强调核试验是捍卫国家主权的正义行为。

据报道，在朝鲜劳动党党细胞秘书大会上，负责宣传的党秘书金基南表示，“美国及其追随者恶劣的敌对行为导致局势严重恶化”，“全体朝鲜国民都应参加此次全面对决，以捍卫我们的国家主权”。

本版综合中新、《环球时报》

郑州中大肝病专科医院
专治 肝病 丙肝 肝硬化 腹水
 电话：0371-5568 5568 地址：郑州市城东路东大街交叉口

专家商界呼吁社会、经济亟须“信”回归

随着中国经济增速趋于平稳化发展，诸多经济学专家、专业机构、企业纷纷审视经济发展中的新课题，信任的问题作为社会经济的重要课题也多次被提及。近日，中国社会科学院社会学研究所发布《中国社会心态研究报告》显示，总体社会信任降到了“不信任”水平。从行业和部门看，居民对政府机构的信任程度最高，对商业行业信任程度最低；从城市分布看，中西部城市的社会信任高于东部城市。中国社会信任度已跌破警戒线，64%的民众认为现今的中国社会“不公平”。

经济专家：信誉是最重要的社会资本

厉以宁认为社会资本的重要性表现在经济活动、社会活动都是人和人之间的关系问题。在谈到社会责任时，应该牢牢记住它有两底底线：一条底线是法律底线，任何人不能违背，不能突破法律底线；第二个底线是道德底线，一定要坚守道德准则，如果道德底线破了，便没有人会跟你来往。

北京大学光华管理学院经济学教授、人文经济学家张维迎表示“我们要真正理解道德情操是什么东西，才能更好地理解市场经济，市场经济怎么使一个人的利己之心变成利人之行。然后导致人类的合作，给我们人类带来共同的进步”。

知名企业：商道惟信从我做起

企业作为市场经济的基本单位，要让社会和市场从根本上转变“信”缺失的现状，必然需要从企业开始做起。自古以来，在中国传统商业文化中，商人最重要的品德就是“信”。在刚刚过去的2012年，国内家电零售连锁的开创者和领军者国美在新品牌及战略发布会上，明确提出了以信为核心的品牌理念“被信任是一种快乐”，并提出了品牌理念与企业战略协同发展策略。

在国美看来，首先，“信”是任何一家成功企业必备的文化品质，是企业的本质，是一个多方利益相关者，交换价值、创造价值、共享价值的公共平台。企业有“信”，则进可创造更多价值，退可有效降低成本；无“信”，则不仅难以创造新的价值，还将无端损耗成本。得信赖者得天下，失信者身不存。



国美高级副总裁魏秋立表示，26年来，国美对“信”的理解和坚守一脉相承，让“信”变成一种基因，根植在国美企业文化元素的最深处。“信”也是国美领航零售未来的坚实基础。国美以“率先践信、垂范各方”的责任自觉，站在经济发展与社会进步的最前沿，树立并擎起“商道惟信”的旗帜，以真诚的信行赢取消费者及其他利益相关方的信赖，领航零售的未来；以内聚员工、外聚伙伴，共同取信消费者的“信”文化彰显商业文明的发展方向。这既是国美履行使命的必然，也是成就事业理想的必然。

对国美而言，商道就是“信”，“信”可融通天下，“信”是国美之本。这是企业能够在激烈竞争的市场丛林中脱颖而出，一跃而为当代中国商业标杆企业的制胜法宝。

樊无敌 文/图