

# 科学家做不科学营销,你信不信?



张盖伦

近日,华大基因董事长汪建的发言又火了。5月28日,他在出席贵阳数博会论坛时说,华大基因员工都要活到100岁,员工的孩子不能有出生缺陷。为此,公司定了三大纪律:不允许肿瘤晚于医院发现;不允许做心脏支架手术;不允许坐电梯。

想来汪建应该习惯了争议。之前,他曾公开反对打宫颈癌疫苗,惹得医生们撰写科普文章反驳。这次汪建没针对具体科学问题发声,但“三个不允许”,总透着点荒诞。而且,此话出自科学家汪建之口,就更

加刺耳。科学家为自家企业站台无可厚非,但在公开场合制造噱头,对公众的误导性恐怕更强。

先来说说汪建最新的这番发言。想让员工活到100岁,符合华大基因的愿景,但加上“都要”二字,就变了味。仿佛寿命这事可以任由你控圆搓扁,仿佛人能活多少岁已经尽在华大基因的掌控之中。然而,华大基因CEO尹烨自己就曾经说过,关于人类寿命延长是个综合课题,目前来看还没有什么单一因素能够形成显著的寿命差异。

比如做产前基因检测,确实可以减少出生缺陷的发生。但能拍着胸脯说,100%杜绝出生缺陷的发生吗?汪建说,华大基因用智能化监控员工三餐,让他们“健康饮食”,但这样,就一定不会得心脑血管疾病吗?更有意思的是,华大基因不允许员工做心脏支架,难道得了心血管病,就得在“离职”和“别活”之间做出选择?这已经有

“ 华大基因的一项业务是做精准医疗,为不同的人提供定制化医疗方案。怎么到了自家员工头上,就变成一把尺子量到底?营销需要话术,但也别将科学精神抛弃一边。否则,营销本身,就走向了一家科技企业使命的反面。”

违反法律的嫌疑了。最后说电梯。要求员工多运动没问题,但一刀切说你们谁也别坐电梯,也实在莫名其妙。华大基因的一项业务是做精准医疗,就是要为不同的人

提供定制化医疗方案。可怎么到了自家员工头上,就变成一把尺子量到底?

也有人说,汪建这番话明显就是夸张,何必一句一句辩扯,那么斤斤计较?只是,“绝对化”和“打包票”本就是科学大忌。华大基因是一家科技公司,做的就是关于健康的生意,在寿命延长、基因检测这些老百姓容易被糊弄的领域,应该表现得更为专业和冷静。而“都要”“不允许”这些词,没有让人看到对逻辑的尊重,对前提条件的考虑。将一切简单归纳为“A必然导致B,控制住B必然能改善A”,恰恰体现的是无视客观规律的傲慢,这与一家科技企业应展现出的形象,并不吻合。

类似的宣传,令人困惑,也容易造成误导。因为汪建“华大基因董事长”的身份,还很可能让这些困惑变得更深。营销需要话术,但也别将科学精神抛弃一边。否则,营销本身,就走向了一家科技企业使命的反面。



冬虫夏草历来被视为保健珍品和尊品,每年四五月是新鲜冬虫夏草的采摘、销售旺季。不过,继2016年2月4日原国家食品药品监督管理总局(CFDA)发布“关于停止冬虫夏草用于保健食品试点工作的通知”后,近日又在其官网再次发布该通知,再次将冬虫夏草踢出保健品圈子。视觉中国

# 儿童票新政折射生活中的科学精神

眉间尺

今天是六一儿童节。前不久,河南16家省内景区宣布实行新的儿童免票政策,把年龄作为儿童票的标准之一。或许,这算不上地方部门的全新创举。因为早在2012年,国家发改委就发布通知提出过年龄和身高并行的青少年门票价格政策。但是,河南的做法依然值得称赞,因为它体现了一种实事求是、应时而变的态度,而这种态度是科学精神的重要体现。

我们一谈起科学精神,首先想到的往往是实验室、科学家。其实,科学精神是有多个层次的,并不局限于自然科学领域,也不仅在学术研究中管用。科学精神是一种生活理念、人生态度,也是一种思维方式和行为模式。它既体现在日常生活和工作之中,也体现在社会管理

和决策之中。秉承科学精神的人,在处理个人生活时,襟怀坦荡,就事论事,有理说理;在工作之中,则从实际出发,密切关注外部环境和需求的变化,善于及时调整状态。

生活中的科学精神和实验室里的科学精神在本质上是一致的,但在表现形态上有一些差别。就拿儿童免票来说吧。众所周知,“儿童”是一个和年龄有关的概念。从实验室的科学精神来看,儿童免票当然应该与年龄挂钩。但在现实生活中,却必须考虑一时一事的环境和条件。

以身高作为标准由来已久,这一政策的制定和当年的实际情况有关。我国在1980年代中期才正式推行身份证制度。取消办理身份证的年龄限制,更是近十几年的事。在儿童没有身份证可用、户口本

又因承载着购粮凭证等重要使命而不宜随身携带的年代,儿童拿着户口本坐车或去景区都是不现实的。相反,身高不仅可以目测,也便于检测。以当时儿童实际身高状况制定儿童票的标准,也就容易被有关部门和社会大众接受,即便会给个别“大个子”带来麻烦,但在社会管理意义上依然是一种最优的选择。

随着我国经济社会发展,青少年营养水平在提高,平均身高也在增加。从2014年进行的第4次全国体质监测工作数据来看,全国7岁男孩平均身高126.6厘米,女孩125.1厘米。也就是说,如果按照原有的标准,相当一部分小朋友刚刚成为一年级小豆包,就无法享受免票政策了。显然,这不符合人们的心理预期,而且与儿童免票政策的初衷相违背。如果继续维持“以身高论儿童”的做法,就难免刻舟求

剑之讥了。于是,有的地方在几年前就把免票和儿童票的身高上限上调了10厘米,应该说,这也体现了一种实事求是的精神。但这样一来,儿童免票的身高标准必须经常动态调整,否则依然会不断碰到“大个子”难题,而这又将增大社会管理的成本。况且,随着身份证制度的全民推行,年龄核查比以往容易得多了,把免票标准从身高改为年龄,实际上已成为客观要求。如果有相关部门或工作人员图省事,面对新情况还是老方一帖,那就离科学精神太远了。

当然,年龄成为青少年门票的标准会带来一些新的问题。比如,乘坐公共交通或出入景区时,验证年龄可能会降低通行效率。然而,问题有时恰是社会活力的象征。只要秉承科学精神,就能在正视问题中解决问题,不断推进社会福祉。

# 电商大促不应止步于消费战

王钟的

时间进入六月,一年一度的“6·18”电商大战揭开帷幕。近年来,科技元素日益成为电商大促的主题,各大平台纷纷借助大促的社会关注,展示自己的最新技术。

每年两三个电商大促的时间窗口,消费者都翘首以盼,商家摩拳擦掌,平台、快递公司严阵以待,俨然成了我国消费市场的新常态。在短期急速提升销售额的意义之外,如何深层次拓展电商大促的社会价值,已是摆在平台面前的重要命题。

互联网创造了新的交易情景,电商大促又推动消费者养成网上购物习惯。但是,消费者对网络购物形成依赖以后,对其功能提出了更高要求。例如,能否在更短时间内收到货品,如何把线下购物体验移植到线上。归根结底,技术改善生活,不应该让人被动地适应技术,而是技术更好地满足人的需求和习惯。

无人驾驶重型卡车、续航1000公里的无人飞机、由机器人炒菜服务的餐厅……京东在“6·18”前夕展示的这些案例,开拓了人们对技术应用场景的想象空间。无论如何,电商大战不是把传统销售促销的疯狂和弊端放到网上,甚至放大,不能无止境展示技术的引领能力,用科技的力量将人们从繁琐、重复的工作中解放出来。

技术为平台带来了大量的流量和财富,但互联网巨头不能满足于现状。加大创新投入,是互联网公司义不容辞的责任,也是它们取得长足发展的前提。

互联网企业受益于技术,任何一家有理想的互联网企业,都不能忘记对科学技术的反哺。此前,由企业家捐赠资金设立的,未来科学奖,奖励那些在基础研究领域作出卓越贡献的科学家,就是企业家回报科学的体现。

利用互联网公司的资金,推动创新技术走进现实生活,能形成资本与科技发展的互动。在这种互动中,最终受益的是普

通人。埃隆·马斯克等国际知名企业家人人大飞机、由机器人炒菜服务的餐厅……京东在“6·18”前夕展示的这些案例,开拓了人们对技术应用场景的想象空间。无论如何,电商大战不是把传统销售促销的疯狂和弊端放到网上,甚至放大,不能无止境展示技术的引领能力,用科技的力量将人们从繁琐、重复的工作中解放出来。

技术为平台带来了大量的流量和财富,但互联网巨头不能满足于现状。加大创新投入,是互联网公司义不容辞的责任,也是它们取得长足发展的前提。

互联网企业受益于技术,任何一家有理想的互联网企业,都不能忘记对科学技术的反哺。此前,由企业家捐赠资金设立的,未来科学奖,奖励那些在基础研究领域作出卓越贡献的科学家,就是企业家回报科学的体现。

利用互联网公司的资金,推动创新技术走进现实生活,能形成资本与科技发展的互动。在这种互动中,最终受益的是普

通人。埃隆·马斯克等国际知名企业家人人大飞机、由机器人炒菜服务的餐厅……京东在“6·18”前夕展示的这些案例,开拓了人们对技术应用场景的想象空间。无论如何,电商大战不是把传统销售促销的疯狂和弊端放到网上,甚至放大,不能无止境展示技术的引领能力,用科技的力量将人们从繁琐、重复的工作中解放出来。

技术为平台带来了大量的流量和财富,但互联网巨头不能满足于现状。加大创新投入,是互联网公司义不容辞的责任,也是它们取得长足发展的前提。

互联网企业受益于技术,任何一家有理想的互联网企业,都不能忘记对科学技术的反哺。此前,由企业家捐赠资金设立的,未来科学奖,奖励那些在基础研究领域作出卓越贡献的科学家,就是企业家回报科学的体现。

利用互联网公司的资金,推动创新技术走进现实生活,能形成资本与科技发展的互动。在这种互动中,最终受益的是普

## 观点速递

### 高考选择“爆款”专业要避免盲目跟风

高校在人工智能教育的学科布局、专业建设、教材建设等方面都还没有探索出成熟的经验,在人才培养模式上依然处于摸着石头过河的阶段,培养方案也是五花八门。考生选择这类新开设的“爆款”专业,应当结合自身兴趣爱好、理性抉择,要避免盲目跟风,同时要提前做好心理准备。从目前机器人工程等与人工智能相关的课程安排来看,课程较庞杂,且可能难度较大。

——杨三喜《北京青年报》评今年新增“数据科学与大数据技术”专业高校数量达250所,大数据、机器人等新开设的“爆款”专业

# 别让新闻反转伤了网民信任

杨仑

让新闻再飞一会儿,已经成为社交媒体时代人们常见的选择。从移动互联网崛起以来,公共事件陷入罗生门不止一次,谣言与事实反复变幻,消磨着受众的耐心。

王凤雅事件就是如此。这是一次没有赢家的公共事件。困顿中,王凤雅的家庭饱受舆论攻击与道德指责;志愿者与公众的同情又一次廉价而毫无意义地被消耗。但受伤最深的,是人们对募捐平台、公益机构与媒介的信任。

新闻反转现象不断出现,与传播模式发生了根本改变有关系。传统媒体拥有训练有素的“把关人”对信息进行筛选和过滤,传播出的消息不会离谱;而新媒体时代,扁平化的传播结构让信息源与受众点对点直接传播,固然有传播速度快的优势,但如果缺乏了理性分析,就容易使标

“ 在公共话题传播制度的设计上,互联网公司、相关机构并非无力介入。在移动互联网时代,我们需要对消息源建立多元化评价体系,提高理性分析声音的‘音量’,降低多次发表极端言论声音的‘嗓门’。”

签化、量化的新闻实现现象畅行无阻。这就是为何新闻反转会反复出现的原因。不仅仅在我国,社交媒体与移动互联网时代崛起后,西方发达国家新闻反转

事件也层出不穷。

毫无疑问,新闻反转伤害到了当今社会人们最宝贵的财富——信任。信任因其脆弱与难得,而显得更加珍贵。当如此珍贵的信任受到冲击,难道我们对此束手无策吗?答案应该是否定的。

以王凤雅事件为例,从志愿者发出消息、某作家写长篇“檄文”讨伐王凤雅到自媒体一拥而上的过程中,并非无人质疑此事不合逻辑,但声音很快被淹没在讨伐的声浪中。

在公共话题传播制度的设计上,互联网公司、相关机构并非无力介入。为了呵护公众脆弱的信任,在移动互联网时代,我们需要对消息源建立多元化评价体系,提高理性分析声音的“音量”,降低多次发表极端言论声音的“嗓门”。对于曾经有过误导舆论“前科”、只为流量和眼球的消息源,应对其发出的消息进行标记,以便让公众得知此消息源发出的信息并非绝

对真实,需等待主流媒体、官方的正式调查,或许能从源头上减少新闻反转出现的概率。

另一方面还要呼吁的是,无论是志愿者还是吃瓜群众,我们的社会需要一些宽容。太过追求完美让人们对公众事件的角色事先有了心理定位:偶像必须完美无瑕,没有犯过任何错误;向社会求助者,必须痛哭流涕感激涕零。这与人性不符。

如果事件起源时,志愿者不是被小凤雅去世的消息冲昏头脑,主观上给她贴家庭打上了“农村”“弃女救子”的标签,或许不会引发如此滔天的声浪。再者,如果自媒体尚有一丝宽容,能够冷静地思考、等待事件的真相,也就不会为了流量与眼球不顾忌地蹭热点,对当事家庭造成巨大的心理伤害。

互联网时代,最宝贵的莫过于信任。呵护信任,既需要宽容的心态,也需要有力的监督,唯有这样才能让我们的善良与信任,不再被伤害。

## 科技周活动爆棚 揭示科普提升空间

华凌

近日,一年一度的全国科技活动周暨北京科技周活动落下帷幕。据报道,相关科普活动预约爆满、一票难求,等候入场的人们排数百米长队,对参与科普活动的热度前所未有。

让“高精尖”不再“高冷”,给科技注入乐趣和温度,今年,24岁的北京科技周比起往年来说,更富激情和活力。除了传统的图片、视频和文字展示外,很多科普形式让人眼前一亮:手绘动画、三维生长视频、信息图示等,讲述科学原理、成果应用和科技人物,同时还运用AR、VR、MR和多点触控交互等增加展项的体验性和互动性。

科技周活动一票难求,说明在各界努力下公众参与科普的热情有了大幅提升,但也对科普活动提出了更高要求。科普活动可以在科普深度、广度上进一步提升。

首先,应鼓励、支持和引导科技工作者和科普从业人员做科学的“园丁”,播撒科学的“种子”。此次科技周从航空、航天、深海等方面,安排了460余个科技项目和科普展项。

## 科技周活动爆棚 揭示科普提升空间

但由于面向公众提供科普服务的人,大多是来自各个科研项目的人员,在科普技巧方面尚有提升空间。

在这方面,不妨借鉴英国的做法,下功夫培养科普人员的科技传播能力,提升深度传播效果。例如,英国生物技术与生物科学研究委员会每年为若干名研究人员提供科普技能培训,包括新闻报道技能、科学新闻写作,以及如何接受采访等。

其次,科普对象需有所侧重。青少年是年年参加科技周的特殊人群,其科学兴趣及科学素养的培育,关乎国家发展的持续竞争力。但是,目前活动现场安排青少年互动体验活动有限,成人孩子几乎混在一起对待。

此外,科普传播形式要拓展。毕竟,每次科技周持续时间仅7天,场馆可容纳的人数有限,并不是每个人都有机会到现场体验。可以开拓新的形式,增加公众的参与度。比如在网络上设置虚拟展馆,还可让一些展示项目从户内走向户外,设立在闹市、公园、广场、社区街道,又或者将优秀科普展教具、科普作品和互动展项移动巡展,让更多的人接触、认知创新科技成果。



扫一扫 欢迎关注 科技评论员 微信公众号