

“1 元购”骗局乱象待整治

文 澜



今日论语

近来,多家媒体曝光了“1 元购”平台存在的乱象。1 元钱买 iPhone 手机、1 元钱中路虎越野车……看似搏一搏手气、拼一拼人品的“1 元购”,实际涉嫌打“博彩”擦边球,已有违法违规嫌疑。网站后台可人为操纵中奖,虚拟投注人数,有的网友为此投入几十万元,血本无归。

从被曝光的“受骗”网友经历来看,他们都是先尝到了“小甜头”,接着失去冷静,财务窟窿越来越大,掉进了无底洞,甚至不知不觉之中失去了全部身家。这样看,所谓的“1 元购”网购平台,和赌场的运作模式何其相似,正所谓“赌

博无大小,逢赌必有诈”。

通过专业人士和律师对“1 元购”平台运营模式的剖析,可以看到,类似平台上“所有商品都要加价4%到20%。提现还要再加5%的手续费”,从定价机制上看,平台是稳赚不赔。而中奖的噱头更是存在内定中奖者、人为操纵中奖、虚拟投注人数的嫌疑。从现实的结果看,“1 元购”打着互联网新经济的幌子,引诱网友进行不理智的消费行为,存在多重法律隐患。是时候,把所谓游走在法律灰色地带,利用监管空白的“1 元购”,纳入法律监管体系中来了。消费者也应该擦亮双眼,与其做着“一夜暴富”的黄粱美梦,陷入他人精心编织的陷阱,不如脚踏实地、勤劳致富,先设定一

个自身增值、财富增长的小目标。

随着互联网经济的兴起,各种新型商业模式层出不穷:共享经济解决了信息不对称,降低了交易成本,提升了社会的整体运行效率;电子商务日益成为经济发展新引擎,为实体经济服务,前景广阔。然而,当互联网之窗打开,释放清新空气的同时,如果放任自流、监管滞后,曾经的“海阔凭鱼跃”也可能沦为泥沙俱下、欺诈横行的“泥坑”。网约车、P2P 网贷等平台,也是在发展过程中,不断引入监督管理机制,不断完善相关法律法规,逐步走向健全和完善,实现消费者权益保障和平台健康发展的。

目前“1 元购”类平台存在严重的欺诈嫌疑,也发生多起“投注者”

疯狂投注、被诱导消费的事件。今年初,泉州公安公众服务网曾发布预警:警惕“一元夺宝”类网站。这则预警信息里提及,此类行为符合赌博的特征。变相设定赔率,诱导夺宝者按照赔率对各个商品以小博大进行夺宝,网站则坐收高额佣金,夺宝参与人涉嫌赌博,网站管理者涉嫌为赌博提供条件或开设赌场。

眼下,“1 元购”的危害已初露端倪,相关行业监管者应当在其造成更严重后果、给消费者带来更大损失之前及时介入。消费者在遭遇此类欺诈骗局时,也应当想办法拿起法律武器维护自身权益。与此同时,也必须弥补司法裁判的空白,通过修法、公布指导性案例等方式,将“1 元购”的监管纳入法治体系。

推进基层治理方式创新

权威声音

基层是社会治理的基础,国家治理现代化离不开基层治理现代化。城市的社区治理、农村的村落治理,都属于基层治理范畴。基层治理涉及面宽、量大、事多,直接面对群众,在整个国家治理体系中占有重要位置。

长期以来,各级党委、政府高度重视基层治理,取得了重要成效,积累了丰富的经验。在看到成效的同时,我们也要看到我国基层治理面临的一些突出问题。主要表现为:基层群众自治在一些地方流于形式,居民、村民权利得不到有效保障;基层治理中权力运行不公开、不透明的现象时有发生,群众的知情权、表达权、参与权和监督权受到侵害;基层群众自治的相关法律、党和政府的一些具体政策没有得到很好落实;等等。提升基层治理能力和水平,可以从以下两个方面入手,推进基层治理方式创新。

有效发挥居民代表大会、村民代表大会在权力授予、运行、监督中的作用。从我国基层治理的现状看,少数地方之所以出现权力运行失控,一个重要原因就是在基层治理主体的产生和权力授予方面出了问题,权力运行、监督等难以真正发挥作用。

运用信息化、网络化手段创新基层社会治理和公共服务。信息化、网络化不仅可以提高基层治理的公开性和透明度,让群众更好地监督基层权力行使,而且可以简化服务流程,实现办事不出村和社区。从这个意义上说,创

新基层治理,最终要体现在服务、便民上。只有在基层治理的权力产生、权力运行、权力监督以及服务等多个层面形成有效的治理结构,基层治理的基础才能筑得更牢。(汪玉凯 刊今日人民日报 本报有删节)



这“子弹”便宜,两千块一万发!

天呈 画

新民新语

别拿创业当借口

范 洁

上周,创业圈不太平静。

先是一家名为“宅代洗”的 O2O 洗衣平台在接受采访时,自曝初期曾为增加订单,剪断一所高校自助洗衣机的电源线,这次“强制试用”让平台订单量增加,首月盈利 60 万。该团队一名员工还引以为荣地转发报道:“先给自己定一个度,可以实现的小目标,比如先剪断十万条电源线!”

后是电商企业“楚楚街”副总裁蒙克凌晨在朋友圈、微信群等连续发出多条“救救救救”信息,随后手机失联、住宅公司遍寻无果,引起亲友同事及热心网友自发找人,最终选择报警。

两起风波都被证明只是营销。

宅代洗 CEO 郭超宇微博发布公开信,澄清并未剪断过洗衣房电线,承认该事件纯属商业炒作:“想快速打出品牌知名度,公关团队才会策划本次‘剪电线’事件……望所有人给年轻人一个机会。创业不易,心里的苦只有自己知道。”

而“失联”的蒙克则在当天下午发文道歉,称“救救救救”只是为推广楚楚街 9 月 9 日 9 时 9 分举行的年度大促:“每个营销人内心都有一个想做‘事件’的心,我也不例外,况且我正处在一个非常想证明自己的年龄。”

创业圈怎么了?如此策划“事件”、博取“头条”,难怪有人问,本以为在娱乐圈才会看到的无底线炒作,什么时候蔓延到了创业圈?

双创热潮,追名逐利也许无可厚非,创业者的急迫甚至焦虑也能理解。眼球经济,生怕刚冒出尖尖角就被一波一波的后浪淹没,于是借助热点甚至制造热点将“营销最大化”。但纵是如此,也不意味着可以无视公序良俗和法律责任,刻意、恶意地消费外界对人性的信任以及对生命的尊重。

财经作家吴晓波对这场风波评价道:“创业者的底线是不作恶。年轻人过度透支信用,肯定是不合适的。”深以为然。我们常说,营销与推广只是手段,产品与服务才是核心,现在看来,品德与理念更是生命。如此三观不正、行为不端的企业,让投资者、用户和同行情何以堪?

创业本是一件美好的事,不该成为突破底线的借口。成功路漫漫,望前赴后继者引以为戒。

自由谭

近日,《财富》杂志发布了“2016 年 50 家改变世界的公司”榜单,英国制药公司葛兰素史克排名榜首,以色列的 IDE 科技公司和美国的通用电气分列第二、第三位。滴滴出行是今年唯一上榜的中国内地公司,排名第 30 位。

要改变世界,首先得改变自己。因此,公司体量,或者说公司业绩是一个重要的衡量标准。《财富》的衡量标准中,首要考虑年度营收 10 亿美元及以上的企业。年营收达 10 亿美元,这意味着公司至少有过很好的成长性。衡量业绩,却又不唯业绩。成为巨人,如果丧失了成长性,也就难以持续影响世界。

改变世界,必须能产生显著的、

怎样成为“改变世界的公司”

关育兵

正面的社会影响。IDE 科技公司经过多年研究,开发出一系列节省能源和成本的海水淡化技术。在难以找到淡水的地区,该技术能将海水转化为淡水,供人们饮用和灌溉。对于目前存在的水资源短缺现象,此类技术突破比黄金更可贵。而截至 2015 年底,老牌的通用电气在清洁科技方面的研发已达 170 亿美元,产品获得的收入达 2320 亿美元。可以说,强烈的社会责任感,为人类和地球造福的理念,让他们成为改变世界的先行者。在 21 世纪,真正改变世界的公司,必须是能解决人类生存和发展所遇到的社会问题的。

改变世界,离不开创新。创新对于一家公司、一个国家的重要程度,无须多言。耐克的“飞织”生产线、万事达的援助网络,都是通过创新解决了困扰行业发展的难题,也造福了更多人群。同样地,滴滴出行作为今年唯一上榜的中国内地公司,对出行方式产生的影响已普遍为人们感知。

这些“改变世界的公司”还证明,商业利益和社会公平可以共存。葛兰素史克是全球第六大制药公司,却占据榜单鳌头,是因其在多方面的影响力。其中较显著的是,其在较贫穷的国家放宽了知识产权标准,发放专利保护期内的药品,还下调了价格,虽

然影响了收入,但在明显提升公司商誉的同时,市场表现也日渐强劲。

《财富》杂志具有全球影响力,其评选虽难以完全客观、公正,入选的公司也难免言善尽美,但仍然可以给企业更多的反思和借鉴。企业当然要追求业绩,但改善人们的生活、帮助建设一个更宜居的社会,此类追求也应成为企业前进的动力,而且从中还可以发掘到新的发展机遇,令企业登上一个新的台阶或开辟一个新的领域。“改变世界”或许是个过于宏大的目标,所以,以正面的方式影响身处处的社区和社会领域,不妨成为企业们发展的立足点之一。



新民随笔

一声“请”与 2 欧元

卫 蔚

最近,有一家西班牙餐馆,依照顾客的礼貌程度对咖啡差别收费。如果你有礼貌地点一杯咖啡,用到“请”字,收 3 欧元;如果表现粗鲁,一杯咖啡就要收 5 欧元;如果你非常有礼貌,点单时不但用了“请”,还说了“早上好”,那么折上折,只收 1.3 欧元。店主说,这么做是为了敦促顾客有礼貌。“如今人们总是忙忙碌碌,忘了说‘请’,不过推出上述措施后,大家在点单时开始说‘请’了”。

我们正生活在一个匆忙而随意的年代,我们越来越关心自己,而非他人;我们越来越不愿意律己,也越来越不愿意敬人。正如音乐剧《芝加哥》里唱的:“高尚道德和举止优雅都去哪了?‘请问我是不是可以’‘是的,谢谢你’这样的话很难听到了。”

最能体现这一点的社交变化就是越来越多的人沉溺于自我陶醉。从上世纪 50 年代到 80 年代,美国青少年认为“我是一个十分重要的人”的,从 12%上升到 80%。而社交媒体更是把这种美式“自我肯定”推向全世界。如今,越来越多的人去看展览或看戏,不再重视切实体验,而是先拿出手机拍照;去餐馆吃饭也不再关注饭菜是否可口,而是看发在社交媒体上是否好看;在电影院里,不时有人不断掏出手机查看信息……手机在人们生活中的作用不断被强化,连自诩“绅士国度”的英国媒体都在疾呼:英式礼仪正在数码时代崩坏。

所谓礼仪,就是律己、敬人的行为规范,是表现对他人尊重和理解的过程和手段。可是,自我陶醉的人,很少愿意自律,更不愿意敬人。他们生活在智能手机和社交媒体搭建的虚拟世界中,依赖关注度和点赞数完成自我价值的确定;在这个世界里,他们可以摒弃一切批评、一切拘束自己的条条框框。将这些虚拟感受带到生活中,于是我们看见了:在公交上,被让座的孕妇面无表情地安然就座;在餐厅里,享受服务的顾客客于一笑地漠然就餐;在电梯里,比邻而居的住户彼此无视地连一句“早上好”都欠奉……

人终究是群体性动物,需要稳定的家庭、朋友和社会关系。这些都需要在现实的交往中,依靠以礼相待、互相尊重来维持。既然现代的教育无法教会所有人这一点,那么这家西班牙餐厅用金钱换礼貌的做法,虽有些粗暴,但或许不失为一种有效的方法。