

公安部严厉打击“重金求子”电信诈骗犯罪 抓获犯罪嫌疑人153名

新华社北京10月10日电(记者 赖星 邹伟)近日,在公安部统一指挥部部署下,江西、河北、安徽、福建、河南、四川、陕西、甘肃等8省公安机关统一行动,严厉打击“重金求子”电信网络诈骗犯罪。截至目前,共抓获犯罪嫌疑人153名,摧毁“重金求子”电信诈骗犯罪团伙及上下游灰色产业链犯罪团伙24个,初步查破涉及全国20多个省区市的200余起电信诈骗案。

近年来,不法分子通过电话、网络等散播“重金求子”“以高价找人生孩子”等内容的虚假信息,待被害人信以为真后,通过冒充“富婆”“律师”“工作人

员”等让被害人缴纳名目繁多的费用实施诈骗。今年3月,江西省公安机关在侦办一起“重金求子”电信诈骗案件过程中,经循线追查,发现该案涉及上下游“产业链”上10余个犯罪团伙,涉案人员众多。鉴于案情重大,国务院打击治理电信网络新型违法犯罪部际联席会议办公室对该案挂牌督办,公安部刑侦局成立专案组,对该案进行侦查,并派员多次赴江西督导案件侦办工作。经过艰苦的缜密侦查,公安机关逐步查清了10余个具体实施诈骗的犯罪团伙和多个上下游灰色产业链犯罪团伙的分布情况、人员构成和具体作案手法,

初步串并案件200余起。

近日,在公安部统一指挥部部署下,江西、河北、安徽、福建、河南、四川、陕西、甘肃等8省公安机关对该案同步开展集中收网行动,共抓获犯罪嫌疑人153名,摧毁“重金求子”电信诈骗犯罪团伙及上下游灰色产业链犯罪团伙24个,捣毁2个网上语音平台、9个服务器平台、43个短信群发窝点,查获短信群发器300余台,缴获银行卡、手机卡、魔音手机、电脑、POS机等一大批作案工具,初步查破涉及全国20多个省区市的200余起电信诈骗案,涉案金额3000余万元。

公安部有关负责人表示,电信网络诈骗严重侵犯群众的财产安全和合法权益,严重影响群众的安全感。公安机关将全警联动、合成作战,出重拳、下重手,不断加大对此类犯罪的打击力度并通过“打源头”“摧网络”“端窝点”全链条打击电信诈骗犯罪。同时,加强与电信、金融等职能部门协调配合,全面落实综合防控措施,坚决将电信网络诈骗犯罪分子的嚣张气焰打下去,切实保护人民群众的财产安全。公安机关提醒广大群众,切实提高防范意识,捂紧自己的“钱袋子”,不让犯罪分子有机可乘。

新华社杭州10月13日电(记者马剑) 微信公众号靠机器刷阅读量试图“瞒天过海”,几十元钱就能买到成千上万微博“僵尸粉”,黑屏直播却有20多个“观看者”不离不弃……随着微信、微博等自媒体平台越来越融入老百姓的日常生活,各种自媒体乱象也大有愈演愈烈之势。

面对乱象,有关部门应依法加强治理打击,营造健康有序的舆论环境。

公众号刷量只是冰山一角 网络直播有赶超之势

根据国内自媒体大数据公司“新榜”对8744个微信公众号的监测显示,近期明显出现阅读量大幅下降的公号,类别涵盖了汽车、民生、娱乐等多个领域,其中缩水最严重的一个汽车微信公众号,其9月底的单篇平均阅读量与上周七天的日均单篇阅读量对比下跌了99.85%。

业内人士指出,这些正是容易吸引大众眼球从而“吸金”能力较强的领域,也是此次泡沫破灭最明显的领域。

新华调查:

愈演愈烈的自媒体乱象该治治了

而刷量带来的阅读量泡沫只是微信公众号乱象的冰山一角。网上有人细数了公众号的“七宗罪”,包括内容低俗、故意欺诈、传播谣言、诱导分享、抄袭泛滥、诽谤他人、垃圾信息。

中山大学大数据传播实验室发布的《“两微一端”用户报告》显示,通过对2015年4月至2016年3月间微信中被举报次数较多的2000多条疑似谣言文章分析研究发现,占比最高的失实报道类达31.4%。

事实上,随着互联网的高速发展,给人们生活带来困扰的,远不止是微信公众号,最近开始爆红的直播平台,也有赶超之势。据不完全统计,已知的116个网络直播APP已有108个获得融资,但部分“奇葩”直播和涉黄“网红”也遭人诟病。

北京市文化执法总队及北京网络文化协会6月1日公布了一批违反《北京网络直播行业自律公约》的主播名单,包括六间房、酷我(聚星)、花椒、在直播、映客、69秀(玫秀)、陌陌、咸蛋家、黑金直播在内的9家网络直播平台的40名主播被永久封禁。

易观智库互动娱乐研究中心分析师认为,一些网络直播充

斥着低俗猎奇,这确实会给直播平台带来短暂的用户流量高峰并获得暂时的经济利益,但从长远来看,将走入内容低俗与高度同质化的死胡同。网络直播平台应尽快制定行业自律公约,让低俗化的主播和内容失去生存空间。

唯独不见真相 自媒体江湖有哪儿把“刷子”?

从微信公众号到网络直播,从年初的“东北村庄‘礼崩乐坏’”事件,到近期的上海楼市谣言,记者梳理发现,自媒体领域主要存在以下三大乱象。

——“刷”字当头,流量造假吹起繁荣泡沫。在自媒体江湖,阅读量是与广告价格密切相关,点击率、阅读量、粉丝数是考量新媒体平台传播力的重要依据。在早期如火如荼的生长之后,自媒体的营销价值逐渐得到重视,越来越多的广告主将重金砸向微信、微博和新兴的直播平台。

——谣言滋生,危害社会健康稳定发展。新闻有其严格规范

“意外身亡”。随后,虽然上海警方及时通过官方微博予以回应,但仍然挡不住小道消息满天飞。面对一个生命的逝去,个别微博与微信对死因肆意揣度甚至恶意抹黑,有些网站则用“标题党”推波助澜。

互联网不是法外之地 亟待建立行业“诚信机制”

随着科技的发展,之前必须通过大众媒体才能实现广泛传播的信息,得以依靠“两微一端”进入公共空间。但专家指出,网络空间不是法外之地,自媒体运营者要依法合规从事互联网信息服务。

复旦大学新闻学院教授周葆华认为,自媒体只是一种广义上的“媒体”,专门从事新闻信息、特别是原创新闻生产的其实很少,真正具有影响力的品牌性自媒体需要足够的付出,也会越来越促进自律和他律。

“政府应该出台相应的法律法规,指定专门的监管部门,对不正当网络营销行为进行规范和制裁。”浙江大学光华法学院

教授钱弘道说,我国亟待建立覆盖整个行业的“诚信机制”,借助大数据技术,助推互联网流量造假问题的解决。

《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》《互联网信息服务管理办法》等法律法规都明确规定,利用互联网造谣、诽谤或者发表、传播其他有害信息,构成犯罪的,依法追究刑事责任。

在钱弘道看来,发布平台的主要责任是审核账号的身份和资质,建议平台做好分类备案,为不同类型的账号贴上不同标识,采取不同的管理办法。

针对微信、微博等自媒体平台,国家网信办发布的《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》明确,对违反协议约定的即时通信工具服务提供者应当视情节采取警示、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施,并保存有关记录,履行向有关主管部门报告义务。

周葆华说,自媒体生态环境的规范是这个行业、平台自身发展的内在要求,需要参与这个生态的利益相关方共同参与协同治理。“这其中包括法律法规的制定、政府部门的管理、行业自律组织的形塑、平台运营者的规则、自媒体人的自律,以及绝不是可有可无的网民的监督和参与。”

电商“炒信”行为将入“黑名单”严惩

新华社北京10月25日电(记者于佳欣 安蓓)为加强对网上“炒信”行为的监管,“双十一”来临前,阿里巴巴、京东等8家电商企业共同签署了“反炒信”协议,在国家发改委等部门指导下,“炒信”行为将被纳入“黑名单”严惩。

国家发改委副秘书长许昆林说,“炒信”就是利用网络虚拟交易炒作信用,目前已呈现职业化、专业化等特点,是电子商务领域的一大毒瘤。加强对“炒信”行为的监管,有利于促进电商健康发展和社会信用体系建设。

会上,阿里巴巴、腾讯、京东、58同城、滴滴出行、百度糯米、奇虎360、顺丰速运等8家企业签署了《反“炒信”信息共享协议》。根据协议,各企业将加强内部信用管理,记录“炒信”行为信息。在国家发改委、人民银行、中央网信办等有关部门指导下,企业将在全国信用信息共享平台定期共享信用信息,并应用到各类场景中。

国家发改委财政金融司副司长李聚合表示,根据协议将建立并定期共享“炒信”黑名单和联合惩戒子系统。“炒信”黑名单包括但不限于为“炒信”行为提供账户、数据、技术等服务的单位、个人、网站和移动应用程序。对“炒信”主体将限制新设立账户,屏蔽或删除现有账户,扣除信用积分,限制提供互联网金融服务,限制严重失信寄递物流企业入驻电商平台,限制网络广告推广等。

李聚合表示,反炒信不能电商单打独斗,需政府、企业联合发力。这一机制将通过制度、技术措施保护商户的商业机密和个人隐私,也鼓励广大市场主体对“炒信”行为进行举报。

新华社北京10月13日电(高敬 任可馨)“双11”又要来了!中国消费者协会13日宣布启动2016年“双11”网购商品价格及服务体验式调查活动。

“双11”期间网购销售额屡创新高,相关消费纠纷也呈现急剧上升的趋势,消费者权益受到损害情况较为突出。目前,很多电商平台及相关经营者正在为“双11”活动做前期准备。为了加强对国内主要电商平台“双11”商品价格及服务的质量监督,切实保障消费者的合法权益,中消协将针对去年“双11”期间主要电商平台销量相对较多的商品类别开展体验式调查活动,详细监测相关商品在今年10月中旬至11月下旬期间价格变化,具体体验送货服务及无理由退货情况,并重点测评相关商品质量状况等。

此次体验活动将由消费维权志愿者模拟消费者身份,获取视频、录音、照片、网页等图文影像一手资料,并将相关商品委托专业机构进行测试。中消协相关负责人表示,体验结果及发现的典型问题将及时向社会公布,并移送政府有关部门,建议作为信用建设负面典型处理。

他介绍,2015年“双11”前后,中消协针对国内主要电商平台声称折扣力度大、标示销量多的94款商品的价格、售后服务、产品质量开展了体验式调查活动。结果表明,在价格方面,部分商品涉嫌虚假折扣,存在虚标原价,存在“清仓价”“限时抢购”等价格误导宣传形式;在售后服务方面,部分商品以“快递爆仓”为由延迟送货,存在不提供正式票据或让消费者补缴税点再开发票的情况;在产品质量方面,部分服装、箱包、鞋类样品存在纤维成分含量与实际不符等问题。

中消协启动“双11”网购商品价格及服务体验式调查活动