

小区公共停车位收费 业主打市长热线投诉

事发金域天下小区;市物管处:公共收益归全体业主所有



本报讯(记者 陈驰)业主在小区公共区域停车,物业公司能不能向业主收费?收的这些钱又到哪里去了?近两天,天元区佳兆业·金域天下小区多名业主致电市长热线投诉,希望相关部门能前来调查此事。

业主 车停小区里,收停车费合理吗?

前天上午,记者跟随市长热线督办员来到该小区。申先生是佳兆业·金域天下3期的业主,他有两台车,由于没有购买地下停车场车位,就只能停在小区地面停车位上。但是,每天出门,物业公司保安向他收取停车费,每次10元钱,一个月下来,两台车就要交费600元。

申先生认为,物业公司即便对停车进行管理,只能适当收取管理费,目前这样的

收费形式他不能接受。而且,收取的停车费去向不明,他和邻居们质疑,此行为是否符合规定?

对此,小区物业经理肖飞表示,小区3期虽然画了地面停车位,但只有36个车位,为了实行人车分流,让更多的业主主动把车停到地下停车场去,地面停车位暂时只供临时停车。如果申先生等业主要解决停车问题,还是建议租赁或者购买地下停车位。

市物管处 地面停车位权益属于业主

没有购买地下停车位,在地面停车就得交停车费,这是否合理?市长热线办召集市物管处、天元区物管办工作人员开展现场督办。

市物管处工作人员罗学帮表示,根据相关法律规定,小区地面停车位属于全体业主所有,也就是说,地面停车位的产权是属于业主的,产生的公共收益必须归全体业主所有。物业公司如果对停车实行收费管理,须经得业主方同意,可以扣除合理的成本费用,并向业主公示,剩余的公共收益

必须归还业主。

罗学帮还说,由于该小区没有成立业委会,如果要收取地面车位的停车费,就必须召开业主大会征求业主的意见。

市长热线督办员赵越表示,要彻底解决这些问题,就要成立业委会,并制定地面停车收费管理办法,写进业委会管理条例,以规范管理。

对此,天元区物管办工作人员称,目前,小区已经成立业委会筹备组,他们将积极给予指导,等业委会成立后商议此事。



泰山路细水流满街

昨日,有市民向本报反映,天元区泰山路边一处下水井中不断有水向外涌出,且水量较大。涌水沿街流出差不多50米,部分路段已出现积水,影响市民通行。昨日下午,记者已将情况反馈至天元区市政维护处,工作人员表示将马上前往了解情况并进行处理。

记者 戴凇 摄影报道

四三〇报刊亭原建设方负责人: 建时已明确,报亭去留依城管政策而定



本报讯(记者 伍靖雯)昨日,本报报道了荷塘区四三〇的报刊亭存在占道经营问题,要面临拆除。然而,报刊亭的周老板表示,这些报刊亭是2003年统一建设的,不认可这是违法建筑。这究竟是怎么回事?记者昨日进行追踪。

2003年,原四三〇车辆厂三产业公司(下称“三产公司”)在片区内统一建设一些报刊亭,周先生买下其中一个用于经营。他说,经营报刊亭每个月收入1000多元,这也是他唯一的经济来源。直到8月28日,他接到宋家桥街道办事处、荷塘城管执法大队通知,报刊亭占道经营,要求其限期自拆。

这让周先生很不解,他说,自己虽然没有产权证或者国土、规划部门的审批证明,“但我当年也是花钱买的,为何现在成了违建?”

三产公司早已改制,现在是株洲创通物业管理有限责任公司。昨日,该公司负责人邱志辉向记者还原当时的情况。邱志辉介绍,当时三产公司的“三供一业”并未移交,也有自己的城管队,片区内的建设,都是厂里内部审批,不需要向国土、规划部门申请。

“当时我们内部审批建了几个报刊亭,但在建设的时候就明确了,今后一旦城市管理的政策和要求发生变化,报刊亭的存续与要求相悖,就要坚决支持政府的工作,予以拆除。”邱志辉说。

对此,荷塘区城管大队相关负责人介绍,该片区的城管工作权限已经移交,现在按照属地管理原则,由街道办负责管理。对于周先生等人经营的报刊亭,目前除了下达自拆通知,并未有进一步强制措施。

目前,市城管局已要求荷塘区相关部门,对报刊亭经营户的情况进行核实,如果确实存在经济困难等问题,将通过引导就业等方式妥善处理。

寻人

六旬疾驰从医院出走 儿子寻找5天杳无音信

刘先生拨打晚报热线28829110反映:8月25日,我母亲在中医伤科医院出走后至今未归,我们找了几天都没有找到,希望好心人能提供相关线索。

霍爱群 受访者供图



记者 刘玺 核实

刘先生介绍,他母亲霍爱群,63岁,8月中旬,母亲摔倒后导致右臂骨折,被送到中医伤科医院治疗。“25日下午,母亲趁我们不注意偷偷离开医院,一直没有回家。”刘先生说,母亲没有手机,还患有精神疾病,家人寻找几

天,也报了警,但目前没有进展,一家人都很着急。

霍爱群身高约1.58米,体型偏胖,出走时穿黑色带紫花衣和黑裤,脚穿拖鞋,右手肩膀绑有绷带。如果您有相关线索,请致电刘先生:18973366366。

买阅读量、买粉丝、买留言,借造谣渔利…… 自媒体:真真假假知多少

日前,国内首例因视频网站“刷量”而引发的不正当竞争案在沪宣判,引发关注。流量造假、内容侵权在自媒体平台上并不鲜见,也由此形成了体量巨大的黑色产业。自媒体,这个曾经被认为是小打小闹的群体成长为一股洪流,然而,快速生长的背后,泡沫逐渐浮现。

替换字词、调整语序 改头换面“洗”出伪原创稿

数据显示,目前微信公众号的数量已经超过了2000万个,也就是说,大约每69个中国人中就有一个微信公众号。自媒体的进入门槛低,能通过流量快速变现,想分一杯羹的人蜂拥而上。不过,竞争激烈,想持续吸粉就得保持活跃度,产出优质内容,但生产力跟不上,怎么办呢?洗稿这条捷径,应运而生。

今年1月,某著名自媒体人在自己的公众号上“抱怨”多篇文章被洗稿的遭遇:“事实上不少‘大号’都在做这种事。平台管理方很头疼,受害者也很头疼,都努力想解决,但又没什么好办法。”“因为直接删窃、抄袭,平台的打击很严厉,所以就改成了‘洗’,改头换面,变相删窃。”“那么多读者真心实意看你们的文,你们拿洗的稿给人家,还把自己打扮成文艺、独立、原创的样子,还要钱,对得起那些读者吗?”……

一边是绞尽脑汁的原创者,一边是伺机而动的“剪刀手”,一手素材和原创内容被改头换面,通过替换字词、调整语序、删改等方式,搬挪思想逻辑等最核心的部分,洗出伪原创的新文章,有的甚至洗出了爆款,比原文传播还广。

高级的抄袭、隐蔽的手法,让洗稿大摇大摆地行走在灰色地带。维权成本高企,侵权成本却很低。与刷量相似,洗稿也已经形成成熟的产业链,分为比较粗糙的机器洗稿和更费时的人工洗稿,不少网店提供的公众号托管运营服务,大多使用的都是洗出来的伪原创文章,而被侵害的自媒体人想要维权时,却常会遇到举证难、认定难等问题。请问声声,无可奈何。

不过,今年7月,国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部等四部门联合开展网络侵权盗版“剑网2018”专项行动,将利用4个多月的时间开展3项重点整治,网络转载版权专项整治就是其中之一。

生产、传播环节明码标价 造谣也可以渔利

人民网舆情监测室观察到,不久前,一位自媒体人在微信公众号发布文章,指责某公关公司请假网红应付广告主,“微博作假分两种情况,一种是博主本身有一些粉丝,但不多,所以在有数据任务的时候,只好靠刷量来支撑门面;而另一种则是彻头彻尾凭空生造出来的网红号,显著特征就是真实互动无限接近于零”。他在文中还统计了假网红的一些微博数据,总共产生原创微博为25条,真实转发几乎为零,但僵尸转发总计高达3018次,一下子就将活动微博话题热度炒到2271多万次。

这些通过购买假粉丝、假留言等手段造出来的假网红、假“大V”,因为要价低,成为不少公关公司的选择。看起来,他们完成了广告主的投放目标,扩大了内容在社交平台上的曝光量,但实际上,又有多少能带来直接的转换?

此外,造谣也变身成渔利的手段。文章套路各有不同,有的靠耸人听闻、夺人眼球的标题,有的蹭社会热点,还有的走温情脉脉的路线,散播“吃西红柿炒蛋能抗癌”等关怀式谣言,不过,目的很一致:文章阅读量、转发数等与经济利益挂钩,要通过造谣渔利。近些年,造谣行为也呈现产业化趋势,生产、传播环节明码标价,转发不单扩散了谣言,也帮助这些自媒体获利。

造假、造谣、侵权,这些行为造成的危害很明显,不仅影响自媒体平台上内容输出的质量、原创者的创作热情,更会伤害行业生态,消耗公众的信任。这样的模式,注定没有出路。

(据人民日报)

阅读量、粉丝数、留言都能买 已成行业潜规则

“您是否在烦恼,公众号文章枯燥、点击量低,经营了这么久还是没效果?我们来帮您解决难题,热文搜集、图文推送、渠道推广”“微信代运营,帮您提供一条龙微信管理、运营、推广、营销服务”……

这是几家网店的“宝贝”详情,卖的是微信公众号的推广运营服务。曾经明目张胆的“微信加粉”“刷阅读量”“加点赞数”等服务,如今“换脸”成“公众号托管运营”,通过隐蔽包装逃避被下架的风险,但本质并没有变化,传播刷量、马甲灌水、粉丝交易,只要想得到,没有刷不出,随手点进几家网店,月销量都在几千甚至上万。

2016年9月,微信后台端口升级,六成微信公众号大号阅读量下降,超过200个账号降幅高于90%,部分账号阅读降幅甚至达99.9%,众多“大号”的数据“裸奔”,将造假与掺水大规模曝光。第二天,微信团队回应,称会继续加强技术手段,打击刷量行为。

造假的披露带来了成本的提升,但这并未抑制旺盛的需求。比起写原创内容、苦心经营吸粉,刷量成本依然低廉,并且能迅速换来庞大的阅读量与点赞量,赚到真金白银,这笔账,许多自媒体号算得很清楚。

刷量掺水也会露出马脚。“通常,文章发布首日点击量最大,之后如果没有额外的爆点或推广,阅读量会不断衰减,从第三天起就增长缓慢或不再增长。但我们监测到,一些公众号文章刚发布不久阅读量就不再增长,一些阅读量呈现折线状,凌晨时还有浮动增长,并且与刚发文时增长数据接近,还有的发布当日阅读净增长趋势明显,第二天突增好几千,接着又增长停滞,注水明显,阅读量在万级以上的文章是重灾区。”清博研究院相关人员介绍。此外,通过观察自媒体中的互动数量、互动质量以及互动时间,也能判断阅读量水分的多少。



造谣

