

我省启动 不动产登记试点

本报6月10日讯 经过长时间的等待,不动产登记工作终于有了新的进展。今日,记者从省国土厅了解到,我省已经正式在长沙浏阳市、常德澧县、怀化芷江侗族自治县先行开展试点。日前,已下发通知要求各试点县市抓紧研究制定具体试点工作方案。

据省国土厅相关人士介

绍,此次试点工作最重要的是解决技术问题,并不是将试点县市的所有市民的不动产都进行实际登记。该人士表示,试点所要解决的就是摸清目前的不动产登记的现状;实际操作中,土地、房屋、林地、草原等要素的登记如何融合;住建、农业、林业等部门如何融合;然后针对操作过程中遇到

的困难提出解决方案和建议,给全省全面开展不动产统一登记提供借鉴和参考。

据介绍,试点工作结束时间没有确定,省国土厅将在试点结束后,根据试点成果制定适合本省特点的不动产统一登记实施的整体方案。

■三湘华声全媒体记者 肖祖华

微信封杀集赞,微信个体户担心波及 省工商:别再为奖品拉朋友点赞

新浪微博将于本月底开放微博支付,肉搏微商经济

6月9日起,微信正式开始打击清理商家借朋友圈“集赞”的行为,对此,长沙律师李志员认为自己“功不可没”。

几天前,他在遭遇朋友圈点赞骗局后,向腾讯微信团队进行投诉,并要求彻查维护权益。6日,在微信团队给予了李志员私信回复的同时,腾讯微信也正式对外公布了整顿公众号“集赞”行为的处理措施:累计发现一次集赞行为,封号7天;累计发现四次的,永久封号,不可解封。

出人意料的是,这一针对性的举措却赢得长沙许多微信营销商户纷纷点赞,“集赞营销本来就不是长久之计。”我省工商部门有关负责人也表示,此举将有效抑制微信营销背后的消费纠纷。

■三湘华声全媒体记者 杨田风

【事件】 长沙律师投诉,微信处理新政出台

一直以来,朋友圈内的集赞送礼活动暗藏陷阱受人诟病,但看到“赢大奖”的集赞活动,很多人依然难以抵挡诱惑。湖南万和联合律师事务所律师李志员最近就上了当。

6月3日,他看到一名律师同行发布了一条“满38赞加10个好友的分享就可送小米3手机一部”的活动微信后,也心动的跟着点赞转发,并群发给千名微信朋友邀赞。奇怪的是,先后有400多名微信好友发来信息说,根本看不到他发的集赞微信。李志员当即向微信团队投诉。

6日,腾讯微信正式对外发布整顿公众号“集赞”行为。当日,微信团队也向李志员发来反馈信息,声称集赞商家账号可能是由于违规操作,遭到了其他用户举报而导致功能无法使用。

“这些集赞商家看似送大礼,其实只是虚假宣传想赢取关注,这种无良商家的行为必须制止。”李志员在谴责商家行为的同时,也特意发布微信为腾讯点赞,“一次投诉,认真受理,并迅速制定了具体可操作的政策,支持微信。”

【声音】 微商:集赞营销非长久之计

在一部分微商看来,集赞营销是打知名度好方式。

“一次集赞活动,能够让上千人知道我的店,只要清楚明白地写好活动细则,就不会产生纠纷。来领取礼品的消费者,可能顺便在我店里购买一些其他东西,甚至成为我的忠实客户。限制集赞活动,等于一竿子打死所有人,一些不骗人的集赞活动商家也被否定了。”经营湖南特产的微商林先生说。

事实上,一些每天“勤勤恳恳”推送营销信息的微商,对集赞营销这个方式并不热衷。接受记者采访的多位长沙微商认为,集赞的确被一些人“玩坏”了。

“禁止公众号在朋友圈进行集赞,能够清理掉一部分不良商家,提高微商的信用度。如果‘不靠谱’的集赞活动不断泛滥下去,微商的信誉很可能被彻底损坏。所以,我很支持这个机制。”长沙微商韩玲玲说。

【影响】 “微信个体户”担心被举报功能波及

本次,腾讯微信并未表示是否将对“微信个体户”,也就是使用个人账号在朋友圈内推销东西的用户集赞行为进行处罚。然而,即将推出的“人工举报”功能,让“微信个体户”们捏了一把冷汗。

杨卓是一名大四学生,在长沙某媒体实习的空闲,会在朋友圈里卖点亲戚外贸工厂生产的衣服和包包,一天要发

十几条销售信息。得知公众号将被限制集赞后,杨卓非常担忧,微信很可能将“人工举报”的功能用到朋友圈中来。若朋友圈对个人用户也增加了举报功能,她很可能短时间内就被举报封号。

“这几天营销信息都是控制节奏,不敢发得太猛了。”通过朋友圈做韩国化妆品代购的“个体户”市民吴晨告诉记者。



■制图/王珏

疑惑

“集赞”若涉诈骗,分享者是否担责

一般的公众分享“集赞”链接,如果该链接涉嫌诈骗,分享者是否也需要承担责任?

腾讯官方表示,“集赞有奖”属于“诱导分享”行为,是违规的。商家以物质利益诱惑网友点赞,侵犯了消费者的知情权,属不正当竞争;网友在不知产品质量的情况下,为一己私利,拉朋友点赞、网上买赞,帮企业误导他人,可能涉嫌违法。

不过,李志员律师则认为不需要担责。他说,一般人分享集赞链接的初衷(故意骗人者除外),一方面是为了自己获得奖励,另一方面是将一个可能获利消息分享给朋友,主观上并不构成诈骗,“这种情况下,其实分享者也是受害者,而不是施害人”。

省工商部门工作人员则表示,对于此类营销目前尚未形成完善的监管机制,消费者易陷入维权困境。因此,建议用户个人不要分享。

动态

微博VS微信, 博弈微商经济

就在微信出台封杀集赞行为的6天前,微信刚推出了微信电商体系的“正规军”——“微信小店”。在大多网友看来,微信这些接二连三的行为都是明智之举,但很多人并不知道,微信在商业化的道路上已经迎来老对手的强有力反击。

日前,新浪微博宣布将于本月底全站开放微博支付,并推出基于微博支付的第三方电商应用“微卖”。无论具有经营执照的企业事业单位还是普通实名认证的个人账号都能提交申请,审批通过后即可接入微博进行交易。

值得注意的是,微博卖货门槛大大低于微信。在微博,没有注册公司的个人也可以在微博系统内卖货,这更接近“微商”的概念,用户还可以通过搜索找到感兴趣的东西,这与淘宝网的流量结构相似。

猜想

小商户、实体店 或迎新机会

销售平台增多,对于商家来说是好事。淘宝店主秦先生认为,对于在淘宝创业失败、在PC时代没有分到羹的小型创业者而言,微信小店和微博微卖的粉丝经济和精准营销或许是一个机会。而对于线下实体店而言,用户加个公众号成本很低,及时发布优惠信息,顾客对实体店印象好的,重复购买次数也会变多,还可以推荐给身边朋友,“熟客的生意总是更好做”。

记者从微信小店的门槛设置和官方表态上看,微信目前并不鼓励个人用户直接在朋友圈做营销卖货。“微信朋友圈并不是营销平台,有营销需求的用户可通过公众号进行。”微信团队表示。

而微博平台的公开性和可传播性,可能更具备自净机制。“用户在微博上被骗了可以通过@网友和转发等形式对卖家进行谴责,卖家不得不珍视信誉,但在微信朋友圈被骗了很难广而告之。”湖南电商观察人士蒋曦说道。

不过,在蒋曦看来,微博的微商发展也并不会一定发展得比微信好。最主要是因为微博的活跃用户数不如微信,虽然微博的低门槛是最大优势,但想做微商的用户毕竟只是少数,同时,一旦微博微商经济表现积极,微信肯定会马上跟进,未来两者的博弈将进入常态化。