

全国老旧小区加装电梯近10万部

最高法:仍是老旧小区改造中群众反映强烈的难点问题

■新华社电

最高人民法院和住房城乡建设部8日联合发布第一批老旧小区既有住宅加装电梯典型案例,共11件。

最高人民法院民一庭庭长陈宜芳介绍,截至2023年10月,全国老旧小区既有住宅已累计加装电梯近10万部,但加装电梯仍是老旧小区改造中群众反映强烈的难点问题。

据悉,我国民法典及无障碍环境建设法对加装电梯作出了相关规定。房屋所有权人应当弘扬中华民族与邻为善、守望相助等传统美德,加强沟通协商,依法配合既有住宅加装电梯或者其他无障碍设施。典型案例中加装电梯行为都依法履行了民主决策程序、完成了报建审批手续,明确了其他业主不得违法阻挠依法加装电梯的行为规范。

同时,本次发布的多起典型案例均通过调解方式处理,将矛盾化解在基层。例如,张某等八人诉李某、任某排除妨碍纠纷案中,人民法院

通过调解,促使当事人优化施工工艺、安排安全监测,打消其他业主对加装电梯的安全顾虑,化解群众心结;苏某、吴某诉谌某等十人排除妨碍纠纷案中,人民法院通过调解引导当事人互谅互让、睦邻友善,有效化解电梯加装后的使用纠纷。

处理邻里纠纷,既需要法治,也需要自治。在浙江杭州某小区化解加装电梯纠纷时,当地街道办搭建听证平台,邀请各方参与听证,让法律专业人员释法,由人民群众讲理,让法治与自治有机衔接,使人民群众在充分协商的基础上自行化解纠纷。

“本次发布的多起典型案例中,纠纷化解都得益于人民法院、政府部门引导当事人通过协商解决争议,将矛盾化解在基层,让纠纷不出街道,实现了政通人和的效果。”陈宜芳表示,下一步,最高人民法院与住房城乡建设部将积极履职、通力合作,通过信息共享、司法建议、案例发布、政策协调等方式积极开展多元解纷、诉源治理,为实现人民安居乐业、社会安定有序、国家长治久安提供更加有力的法治保障。

国家出台指导意见

规范实施政府和社会资本合作新机制

■新华社电

记者8日从国家发展改革委了解到,国务院办公厅近日转发国家发展改革委、财政部《关于规范实施政府和社会资本合作新机制的指导意见》。

指导意见提出,规范实施政府和社会资本合作新机制,充分发挥市场机制作用,拓宽民间投资空间。坚决遏制新增地方政府隐性债务,提高基础设施和公用事业项目建设运营水平,确保规范发展、阳光运行。

指导意见明确,聚焦使用者付费项目,全部采取特许经营模式。合理把握重点领域,优先

选择民营企业参与,明确管理责任分工,稳妥推进新机制实施。

在规范推进建设实施方面,指导意见提出,严格审核特许经营方案,公平选择特许经营者,规范签订特许经营协议,严格履行投资管理程序,做好项目建设实施管理。

在加强运营监管方面,指导意见明确,定期开展项目运营评价,惩戒违法违规和失信行为。规范开展特许经营协议变更和项目移交等工作,建立常态化信息披露机制。此外,指导意见还明确了支持民营企业参与的特许经营新建(含改扩建)项目清单(2023年版)。

“双11”购物要实惠更要识伪辨伪

■新华社电

“双11”将至,“预付满减”“限时秒杀”“瓜分现金红包”等优惠活动多多,各类电信诈骗也花样层出。中国人民银行甘肃省分行负责电信网络诈骗“资金链”治理的工作人员提示消费者,在思考如何叠加优惠的同时,更需识伪辨伪,避免落入五类骗局。

骗局一:网购退款诈骗。不法分子通过非法渠道获取消费者购物信息,冒充购物网站客服,以货品丢失、产品质量问题或交易失败等理由,主动提出退款赔付,诱导消费者在虚假网页填写个人信息;或提出多倍赔付,但需垫付同等资金才可完成理赔,最终将消费者资金骗走。

骗局二:虚假购物诈骗。不法分子先在正规网页、平台发布“低价促销”等虚假信息吸引消费者,在取得消费者联系方式后,要求其按照指示操作,诱导消费者脱离平台进行诈骗。不法分子还会发送包含木马病毒的虚假促销信息链接,该链接一旦点击就会造成个人身份信息

泄露。

骗局三:虚假红包诈骗。“双11”活动期间,各大电商平台会以派发红包的方式为促销活动预热,不法分子借机在微信朋友圈、微信群等平台诱骗消费者点击“虚假”红包,借此收集大量个人信息,进而实施诈骗。

骗局四:预售商品诈骗。不法分子在微信群、朋友圈或网购平台冒充电商,发布“预购”“限时购”等信息吸引消费者,骗取消费者信任后编造收取定金优先发货、货物被扣要交罚款等理由,要求消费者汇款转账,随即拉黑联系方式。

骗局五:中奖免单诈骗。不法分子利用“双11”电商平台抽奖活动,向消费者发送中奖短信,诱骗其登录钓鱼网站实施诈骗;或当消费者根据短信内容求证中奖信息时,要求消费者先缴纳“公证费”“手续费”或“保证金”进行诈骗。

工作人员提示,退款渠道选正规,脱离平台要当心,红包领取需谨慎,抽奖免单细甄别。这样才能在享受优惠的同时,避免“踩坑”被骗。

手一“抖”就跳到广告

让人反感的流量有意义吗



■据《中国青年报》

打开手机,启动软件时轻微晃动,屏幕上立刻就跳转到第三方购物软件;软件使用过程中离开片刻,返回时广告会再次弹出;试图点击关闭按钮,却还能继续跳转到广告……近日,不少用户吐槽手机软件广告的不良体验。

手机软件广告惹人烦,这不是新问题。此前,针对APP开屏弹窗信息“关不掉”“乱跳转”问题,工业和信息化部持续进行了整治,已经取得了明显成效。不过,一些软件弹出广告诱导点击的手段不断“升级”,让用户越来越防不胜防。比如,不少网友吐槽,自己在行走时轻微晃动手机,就会被强行跳转到第三方APP;此外,软件又“发明”出上滑广告、前倾广告、扭一扭广告等模式,让用户用手机也如履薄冰,生怕一动就跳转到莫名其妙的链接。

手机软件发布广告,本是正常商业行为。但是,不顾用户体验甚至违背用户意愿强行推送广告,就超过了“正常”的界线。我国广告法明确规定:“以电子信息方式发送广告的,应当明示发送者的真实身份和联系方式,并向接收者提供拒绝继续接收的方式。”“利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。”

很明显,那些明明点击了关闭按钮,却反而跳转到第三方链接的广告;那些虽然有关闭按钮,却强制要求过若干秒以后才能关,用户再着急也只能等着的广告;那些晃一下就跳转的广告,都涉嫌违反以上规定。难怪不少网友对这类广告深恶痛绝,戏称它们是电子“牛皮癣”。

关不掉、乱跳转的广告,不光剥夺了用户的自主选择权,还涉嫌侵犯用户隐私。“摇一摇”等互动类广告离不开手机陀螺仪和运动传感器数据的调用。这些个人数据的使用是否取得用户授权?软件是否存在违规收集信息、过度索权等问题?都必须调查清楚,厘清责任所在。如此,才能更好保护用户权益,不用担心自己的隐私数据被当成引流工具。

当前,手机和手机软件都已成为大众不可或缺的日常工具,电子“牛皮癣”式的广告,严重影响用户使用体验,也涉嫌侵害个人合法权益,决不能听之任之。广告法明确,违反上述规定的,由市场监督管理部门责令改正,对广告主处5000元以上3万元以下的罚款。因此,相关部门应加强对手机软件的监管,畅通投诉渠道,加大执法力度,以保护用户合法权益。

对于投放这些广告的商家来说,即使借此吸引了一些流量,但实际转化用户的意义极其有限。以用户反感为代价的流量,无异于饮鸩止渴。真正有眼光的企业应该认识到这一点。

拍卖公告

受委托,本司定于2023年11月17日10时在十堰市北京北路95号公开拍卖东城惠众公司的一批报废资产(3台低压开关柜、4台电力变压器、3台单梁起重机),起拍参考价6.6万

元。有意竞买者请于11月16日17时前,转账交纳竞买保证金叁万元,持转账凭据和证件,到本司登记参拍。汇款账号:17234901040009562,开户行:农行北京路支行。

联系电话:叶先生 13986894668

湖北嘉信达拍卖有限公司

2023年11月9日

办公及住宅楼整体出租

现有位于东岳路世纪花园小区内7号楼(G座)两个单元房(1-7层,1层是独立车库,共10个车位,产权面积共计3510平方米,产权隶属国企)拟对外整体出租。环境好位置佳、商住均可,是你理想的投资与居住场所,有意者请联系:胡先生 18772882888。