

央行拟定新规,互联网不能随意买卖黄金了?

互联网黄金新规来袭,还能随意投资黄金吗?日前,记者从上海黄金交易所官网获悉,央行下发《互联网黄金业务管理暂行办法(征求意见稿)》(下称《意见稿》),拟从金融机构、互联网机构资质、信息披露、投资者保护等多个角度进行规范。其中要求,在互联网黄金业务中,互联网机构不得提供任何形式的黄金账户服务等。那么,《意见稿》对金融机构、互联网机构和投资者会分别带来怎样的影响?

划定多条红线

目前,两大互联网巨头腾讯和阿里旗下产品均提供对接金融机构的黄金理财产品。其中,腾讯微黄金系腾讯财付通与工商银行合作,推出的在线黄金交易服务。而支付宝的“蚂蚁财富”页面下也提供了博时黄金的购买入口,并

在推广页面中宣称“1元起买”。与此同时,“黄金钱包”这种黄金特色理财平台也应运而生。

伴随着互联网产品的风靡,非法黄金交易的风险也受到了监管部门关注。

5月8日,央行征求对互联网黄金业务暂行管理意见。《意见稿》中首先明确什么是互联网黄金业务,“本办法所指的互联网黄金业务,是指金融机构通过自己的官方网站和移动终端以及委托互联网机构代理销售其开发的黄金产品的活动。”

在16条征求意见稿中,多条红线受到了市场人士关注:一是互联网机构不得提供任何形式的黄金账户服务;二是不得提供黄金清算、结算、交割等服务;三是不得提供黄金产品的转让服务;四是不得将代理的产品转给其他机构进行二级或多级代理;

五是不得向风险承受能力不足的投资者销售黄金产品。

治理互联网贵金属理财乱象

在互联网机构资质上,《意见稿》明确互联网机构注册资本应不低于3000万元人民币,且必须为实缴货币资本,同时应具备熟悉黄金业务的工作人员。

业内人士认为,此举意在设定一定门槛,增加风险抵御能力。

此外,《意见稿》还对金融机构委托互联网机构代理销售其开发黄金产品做了规定。《意见稿》拟明确,金融机构和互联网机构应做好投资者信息保护工作、互联网机构代理销售黄金产品的宣传口径应与金融机构官方网站和移动终端的宣传口径保持一致等,进一步对互联网黄金产品销售进行规范。互联网机构

代理销售金融机构的黄金产品,由产品开发的金融机构一级法人主体向中国人民银行总行备案。

“整体上,监管承认了互联网黄金这个市场,为了防范风险也设置一些门槛:一个是3000万元的注册资金,一个是有相关的从业人员,但没有特别难以达到的要求。”金融分析师、500金研究院院长肖磊表示。

交通银行金融研究中心高级研究员孙长华认为,央行此次新规有助于治理互联网贵金属理财的乱象,接下来可能会继续整顿。他还指出,黄金是贵金属的一种,除此之外,白银也占据了贵金属交易的很大份额。在整顿了黄金之后,白银等贵金属势必也将纳入整顿的范围内,以防监管套利。

对商业银行利好

“对商业银行是一个

利好。”孙长华认为,此次央行的规范对商业银行是一个利好,金融机构特指受一行两会监管的持牌经营机构,这就排除了众多野蛮生长的互金公司。而对做市商资格的要求则进一步限制在了若干家银行身上。

《意见稿》显示,金融机构和互联网机构应做好投资者信息保护工作、互联网机构代理销售黄金产品的宣传口径应与金融机构官方网站和移动终端的宣传口径保持一致等,进一步对互联网黄金产品销售进行规范。

肖磊认为,规定未来可能会对提供互联网黄金服务的“上游”要求更高。“比如说银行,可能会对其传播、营销有一定的影响。”

短期内会给投资者带来不便

对于征求意见的出

台,财经评论人皮海洲认为,限制互联网金融机构提供黄金账户服务,短期内可能会给投资者带来不便。

“互联网黄金市场越来越火,但实际上规模相比P2P市场还很小。可能会对客户群体产生影响,因为黄金还不是特别热的市场,可能会有一部分客户群体流失。”肖磊说。

记者随机采访了几个普通投资者,不少均表示接触过互联网黄金产品。“买了两万元,亏了450元。”小马(化名)告诉记者,他就通过互联网配置了相应黄金产品,目前仍持有。

另一方面,也有投资者坦承,因为对产品属性了解不多又担心背后的风险,“尝鲜”过后就选择了卖出。“买过,感觉每天都提心吊胆的,一个月后就卖了。”

(据《新京报》)

病毒式网络谣言如何消除?

张家界一些景区近日再次陷入困扰:耸人听闻的“缆车起火、17位游客变‘烧鸭’”谣言又一次在网上出现。一边是权威部门找到了谣言根源、依法惩处了造谣者并利用各大平台不停辟谣,另一边,却是谣言依旧在各大社群、点对点对话中活跃。一条网络谣言,经过反复辟谣,为何仍有旺盛的生命力?谣言的生存和病毒式传播的缝隙还有多少?反复打击仍难肃清,消灭网络谣言究竟难在哪里?记者进行了调查。

缆车起火谣言反复发作

这两天,一条小视频再次在社交软件中传播开来。24秒的视频中,是一个缆车轿厢燃起熊熊火焰,冒出浓烈黑烟,画面下方一段鲜红的文字写着:“张家界吊缆,17位游客变烧鸭。关在笼里,没有逃生机会。”

“怎么又冒出来了啊?去年开始就有人在网上乱发这个小视频,平均每两个月就能不同规模地‘发作’一次。”张家界市委外宣办、市政府新闻办主任

王建军深感无奈。

经查证,这个视频是2015年3月发生在巴勒斯坦的一起因游客在缆车内燃放鞭炮所致的缆车事故,被“张冠李戴”到张家



界。在各大网站、微博、微信搜索“张家界 缆车 起火”关键词即可发现,该谣言已被张家界市政府、公安部门等辟谣多次。

无独有偶,2017年2月,一段“张家界索桥断裂”的视频在各社交平台被大量转发。视频显示,有人疑似从高处坠落造成死伤,场面十分血腥。经公安部门核实,此视频发生在越南,因吊桥断裂致多人坠落丧生。

张家界市公安局查明

此信息首发造谣者系四川成都金牛区一名退休工人聂某,专案组民警赴成都将其抓获。聂某被张家界市慈利县公安局依法行政拘留10天。随后,公安部门

通过各大媒体对“张家界索道轿厢起火”和“张家界索桥断裂”两条信息辟谣。

但辟谣效果很有限。“最早传播时我们就辟谣了,但谣言不时沉渣泛起。我们痛恨,又没有其他办法。这些谣言的后遗症,不是辟谣就可以弥合的。”王建军说。

国外惨祸被拿来炮制谣言

记者调查发现,轿厢

起火、索桥断裂等谣言小视频病毒式裂变的能力惊人,而且,造谣者出于吸睛、猎奇或其他扭曲甚至阴暗心理,把国外惨祸包装后搞“本国化”或“本地化”传播。记者在网络上搜索发现,成都青城山、福州云顶景区、广西凤山等景区也“躺枪”。

截至记者5月10日发稿时,在百度搜索“巴马凤山”,第一条结果仍是“今早巴马凤山出丧抬棺材过木桥,桥断棺材连人一起掉下河里”,点开视频,赫然又是前文所述的越南那次事故。

梳理不难发现,这类病毒式裂变的谣言主要有三大特点:一是画面、言语极具冲击力,满足猎奇心理,如熊熊烈火、血腥暴力等元素;二是所含信息中没有明显的地区标识,制谣者可以轻易把谣言“本地化”;三是主要靠点对点接触式传播。

记者亲测发现,公众号文章的“投诉”选项中有不实信息这一项,但在微信对话框中勾选一条谣言,却无法直接举报。一些受访者认为,不能直接在对

话界面对谣言本身进行举报,为谣言在各社群、好友间点对点传播打开了方便之门。

多方合力方能“灭谣”

移动互联网时代,常有虚假信息经网络放大、迅速发酵,造成恶劣影响和社会危害。受访公安人员及专家分析,谣言之所以难灭,主要因为“转得轻易”“管得不严”“罚得太轻”,亟须政府部门、互联网企业、自媒体用户等形式“灭谣”合力。

遏制“转得轻易”。“潜在原因之一是部分人缺少理性分析能力和甄别能力。”湖南师范大学文学院副教授李爱民认为,谣言反复传播背后自有其市场,应该加强教育引导,促进公众媒介素养提升。“传播背后的公众心理、社会心理也值得探究。”湖南师范大学新闻与传播学院教授、网络与新媒体系主任燕道成建议,着力解决各种现实问题,以便铲除网络谣言传播的社会土壤,从深层次遏制谣言。

避免“管得不严”。受访专家认为,社交平台企业须承担更多社会责任,加强技术能力、加大监控力度,要加强对失实、虚假信息过滤,尤其在传播前期要严格把关,如在点对点、社群传播中发挥更大作用,不要等谣言泛滥再试图遏止。

改变“罚得太轻”。慈利县公安局刑侦大队大队长唐斌告诉记者,网络谣言打击难度大、办案成本高。在“张家界索桥断裂”谣言办案过程中,他和同事辗转江苏、四川等多地,“只能一级一级往上找,时间、经济成本比一起杀人案还高。”而形成鲜明对比的是,尽管谣言传播时间长达一年多,但造谣者仅被行政拘留了10天。

目前,我国刑法、治安管理处罚法等对散布谣言有具体处罚措施,但燕道成等专家认为,对数量庞大、生命力旺盛的网络谣言而言,处罚力度不够,违法成本很低。因此,专家和公安部门呼吁,加大对造谣传谣的法律惩处力度。

(据新华社报道)