

“百度地图”遭利用成招嫖新平台

有知情人士近日向媒体反映，上海部分地区地下色情业猖獗，而且利用百度地图招嫖已经成为违法犯罪新动向。相比传统招嫖方式，线上招嫖更具针对性和隐蔽性，形成巨大的黑色利益链，相关利益人分工明确、配合默契，给警方打击带来更大的难度。

招嫖新平台浮出水面

甄诚经营着一家正规的足浴店。3个月前，他通过邮件向本报反映，上海市长宁区、普陀区一些场所的地下色情业猖獗。

按照甄诚的指引，记者选择在晚上8时左右驱车来到长宁区地界，打开百度地图，在搜索栏输入“洗浴”，点击搜索，一下子出来2604个地址，店名都非常妖艳和时尚。大部分店名都有一个明确的地址和服务电话（基本上都是手机号码）。

“地址都是假的，你如果按照上面标注的地址找过去，根本找不到这个店，那个服务电话才是关键。”甄诚说。

记者随机选择点开一家名为“威尼斯水磨桑拿会所”的地址，上面显示为长宁区古北路555号，访问量为4048人次。地址下面提供了一个手机号。

“你好，我导航过去怎么找不到你们的店？”记者拨通了号码。

“哥，不是的，那个地址是空的，我们真实的地址在仙霞路345号东方世纪大厦二楼，你到了打我电话，我到门口来接你。”一名自称李靖的男子接了电话。

记者来到了东方世纪大厦，发现这里是中国出版集团东方出版中心所在地。记者再次拨通李靖的电话。

之后，记者顺利进入大厅。李靖还给来一个价目表。解释说：“字母代表价位，数字代表排号。T牌的1498元，S牌的1998元，SS牌的2498元。都是莞式全套服务带水磨，保你满意。”

记者借由价格太贵，离开了。

黑色利益链环环相扣

事后，记者通过警方了解到，这些场所为了逃避打击，提高所谓的安全性，就采用利益链进行捆绑，分工明确、配合默契。

他们一般选择写字楼或者星级较低的酒店入驻，门面极其隐蔽，里面一般分为两个厅和一个服务场所，相互之间用暗门隔开，服务场所还留有后门。

记者通过李靖了解到，这些场所的人员配置一般是有多少小

姐就有多少“公关”，像东方世纪大厦和鑫达大厦这样的场所有60多个小姐和60多个“公关”。

记者根据李靖提供的信息作了个初步测算，像李靖这样的“公关”每个月至少要完成400名客人的经营任务才能保证每月4万余元的收入。以此类推，一个业务量正常的“公关”每月可完成经营额60万元以上，由此地下色情业的黑色利益之巨可见一斑。

一名不愿具名的业内人士告诉记者，这个领域是最近一两年才开始的，以前一些不法分子利用百度推广发布招嫖信息，被警方打击后就转移到了百度地图上。这一转移更具针对性和隐蔽性，因为一方面现在利用地图导航已经成为人们的习惯，客人在寻找色情服务的时候往往首选地图导航；另一方面利用网络平台招嫖又能有效避开警方对色情业的打击和监控。

除了百度地图，记者还对另外几款地图导航软件进行调查，发现也有疑似招嫖信息。

上海警方透露，在对现有地下色情业定点清除和有效打击之外，要对这些网络平台建立扫黄数据监控系统。

（据8月9日《法制日报》）

凤眼时评 >> 百度地图成招嫖平台拷问监管创新

文 / 何勇海

以前一些不法分子利用百度推广发布招嫖信息，被警方打击后就转移到了百度地图上。这让我们不由得想问：为了自己的经济效益，百度为何老是为假医院、涉赌行业、色情服务等作商业推广？

拿百度地图为色情服务场所作商业推广来说，相比在路边揽客、在快捷酒店发放色情服务联系卡等传统招嫖方式，利用地图导航软件在线上招嫖，更具有针对性和隐蔽性，给警方打击色情服务带来更大的难度。而且，当有百度地图为他们不遗余力地做推广，即使那些地下色情场所在被举报与打击，在转移阵地之后，也更容易另起炉灶、重操旧业，毕竟它们交了钱，就有百度地图为他们变相牵线搭桥。这场利益合谋织就了一个巨大的黑色利益链，警方又如何将色情场所及其服务赶尽杀绝？

百度地图成为招嫖新平台，再次沦为违法犯罪的帮凶，恐怕表明，百度在竞价排名等负面新闻缠身、被舆论口诛笔伐多次后，仍然屡教不改。对于“百度地图成为招嫖新平台”之说，百度在8月9日中午回应称，经核查，此乃“不法分子利用虚假营业执照等信息，提交虚假标注，以违法的手段获取利益”。然而，一个问题是，不

法分子拿着虚假营业执照等信息，提交虚假标注，难道百度不去工商局网站等权威渠道核实营业执照的真假？不核实真假就为不法分子的商业推广放行，这是见利忘义。

犹记得在“魏则西事件”发生之后，处于风口浪尖的百度表示，将全力配合主管部门调查，接受监督，不给互联网虚假信息和违法行为留下可乘之机。如今看来，百度又一次食言了。在上述报道中，上海警方警告百度等网络平台不能只顾经济效益而忽视法治意识，要求他们对现有推广业务进行合法化认证，对有害信息进行整顿，过滤那些涉嫌违法犯罪的招嫖信息，起到根除犯罪土壤的作用。要我看，还应该深挖彻查百度内部给互联网虚假信息和违法行为留下可乘之机的责任人，同时也应依法依规对百度予以到位的处罚。

相关部门也应反思，监管为何总是滞后于违法犯罪的“创新”，或者说，监管为何总是滞后于媒体曝光？各地警方除了对现有地下色情场所定点清除和有效打击外，还应加强信息技术的运用和整合，建立扫黄信息数据平台，严密监控各类网络推广渠道，及时掌握地下色情犯罪的新动向，如此才能有效防控地下色情业的蔓延。

新中产：消费升级的新群体

——智联招聘联合吴晓波频道共同发布《2017年新中产调查报告》

新中产来自于哪里？

调查发现，新中产主要由80后组成，大多来自一二线城市。80后是当下新中产的最大子群体，占比为54%，其次是70后和90后。其中，来自一线和二线城市的人群占比分别为32.91%和40.03%，有27.06%来自三四线及其他城市。此外，他们普遍接受过高等教育，超过91.7%的人拥有大学本科或专科学历，其中21.3%拥有硕士或博士学位。

新中产的收入与资产水平

在新中产的收入与资产水平分布上，净收入（除去各项开支的家庭净收入）10—50万和可投资资产20—500万，这两群人都占据了一半以上，且两者存在交叉，很多人同时符合两个条件，他们是新中产的中坚力量。

新中产的消费升级

旅行是新中产标配

热爱自由行

数据显示，未来一年，93.3%的人有出游计划。其中，有3/5的人计划出国游。出国游的目的地首推欧美，其次是东南亚及南亚、日韩。计划出游的人中，86%倾向自由行。像中东、非洲、拉丁美洲这些相对冷门的旅游目的地，自由行的占比仍超7成。在旅行上，新中产毫无疑问是一群既有见识、又有能力的人，跟团游对他们来说有一定程度的拘束。

62.9%。而娱乐类的知识产权消费则相对偏弱，为视频、音乐、网络文学付费的人分别占35.9%、22.5%和13.3%。在83%的购书者中，超过2/3的人有固定的书籍阅读习惯，这意味着至少56%的新中产尊重知识、乐意阅读，并以此作为终身学习、自我提升的主要方式之一。

一二三线消费趋同

都能过一样的生活

依赖移动互联网的发展，在绝大多数方面，一二三线城市的生活，没有存在明显差异。比如消费升级的前五名是一致的，都是学习提升、旅行、居住、子女、餐饮，而且比例接近。在未来，相比于所在城市，价值观、审美观、消费观之间的差异才是真正区分不同圈层的衡量标准。

学习是终身大事

爱读书胜过看电影

过去一年，知识产权类消费中，比例最高的是购买书籍，83%的人有过这方面消费。其次是看电影，占74%。第三位是在线课程或知识类产品，占

新中产的工作与生活

城市级别与 高薪行业数量成正比

对于新中产而言，城市对消费选择的影响很小，但对职业选择的影响却很大。关于新中产的职业，一线城市中，有57%的调查对象从事IT互联网、金融、房地产、制造业四类行业；而在二线城市，这个比例为51%，三四线城市则更低，这是新中产大调查中少数几项与城市级别显著相关的差别。这些行业的集中度越来越高，公司总部大多位于一二线城市，这些因素都使得在大城市相关行业的从业人员比例更高。值得一提的是，公务员、政府部门和事业单位工作，一线城市占比6.0%）比例要低于二线城市（占比10.3%），相对于商业领域的人才流动，体制内工作者受城市级别的影响要小得多。

注重自我提升

学习渠道多元化

自我提升更多体现在自主意愿上。新中产选择的充电方式，个人的自发行为明显高于公司安排的比例。此外，选择“自费购买在线课程”的也有50%，可见大家在学习过程中更加注重

生活方式

中产的标准不仅仅是收入，还有生活方式和价值观。净收入水平相同的家庭，在大部分问题的回答上都非常接近，而区分他们是否认为自己属于中产或新兴中产家庭的关键问题主要集中在健康和生活方式方面。

调查发现，即便在同一收入水平上，认为自己属于新中产的群体，更注重走出去看看，增强自己对世界的理解；也更注重健康，他们在消费、审美和与世界的连接方式上更现代也更加新潮。

以20—50万净收入的家庭为例，教育背景、婚姻、年龄基本一致，但认为“我是中产”的群体在旅行、出国游、购买空气净化器/净水器、商业保险、运动健身等方面的支出明显高于认为“我不是中产”的群体。