

上海启动“婚恋服务信用信息管理及服务平台” 跨行业联动建立失信者黑名单

青年报首席记者 范彦萍

本报讯 婚托、婚骗等违法婚介行为逍遥法外无人管，婚介机构和婚恋网站对会员提供的婚史、学历、职业等真实信息的审核不严导致悲剧产生……在日前召开的微信时代发挥婚介老品牌引领作用研讨会上，婚介管理会长透露说，本市已经启动“婚恋服务信用信息管理及服务平台”，目前正在建设中，未来将给婚介行业的不诚信个人和机构带上紧箍咒。

失信征婚者和机构 将在行业内无立足之地

近日某婚恋网站翟欣欣事件的发生愈发引起大众关注，婚介机构和婚恋网站对会员提供的婚史、学历、职业等真实信息的审核不严，造成了悲剧事件的发生。上海市婚介管理协会会长兼秘书长徐天立介绍说，近年来，随着婚恋服务需求的不断扩大，婚姻介绍的服务实体和婚恋网站也有了很大的发展。然而在服务过程中，由于利益诱导，以及价值观引导和行业监管的缺失，婚介行业特别是婚恋网站出现的信息不对称、身份认证不严，甚至骗婚、诈婚等现象，一直是征婚人士无法防范和解决以及各级政府职能部门无法有效监督管理的问题。

为此，上海市婚介行业信用信息管理及服务平台应运而生。据悉，该平台由上海市婚介行业协会、上海市

信息服务业行业协会、上海市社会信用促进中心、上海市妇女儿童服务指导中心等四家单位联合启动建设，将从行业内共享和跨行业协作两个方面开展以信用联动奖惩体系为抓手的新型行业监管及服务模式的探索。

“对于个人而言，有任何不诚信、欺诈等行为，譬如证件不真实、婚托等都将列入黑名单，其信息在行业内实现共享，这些婚托、婚骗等就不能在其他地方行骗了。而对于行业从业机构和人员来说，也会采取信用信息共享的原则，公开其成功率、满意度、投诉等。”徐天立介绍说，在行业内部自律管理和信息共享方面，该平台将以婚介行业信用规则体系建设为基础，为行业的从业企业、从业人员以及服务用户建立相应的信用评估体系，发布行业从业企业、从业人员的信用红黑榜和行业服务用户的失信人员名单，通过行业内外客观数据进行行业特色的信用认证和信用评级，实现行业内的有效监管和信息共享。

他还透露说，在跨行业协作监管和联动奖惩方面，平台将与上海市市场信用信息共享平台形成对接，让守信者一路畅通，处处获益，同时让失信者失信成本成倍增加，处处受限。未来在婚介行业的失信从业机构或失信用户不仅在本行业无法立足，而且在其他行业的应聘、就业、考核、评奖等方面的行为将全面受限。

老牌婚介立足诚信寻求转型 有效应对90后婚恋观的变化

现场，浦东、杨浦、黄浦等区民政、社区和工会领导及诚信婚介等就互联网条件下婚介服务如何转型，助推青年“脱单”各抒己见。

梅园婚介创始人红梅老师回顾说，作为一家有20年历史的老牌婚介机构，除了将诚信当成“命根子”，一定要发扬创新精神。譬如近年来，他们在“工会(社区)+企业+专业机构”模式下开展公益交友，与杨浦控江、殷行社区，黄浦南东社区总工会、浦东新区周浦、新场、航头三镇，还有陆家嘴妇联等开展合作，全年大中型交友联谊活动在50场左右，现场牵手为每场10对左右，社会反响良好。但与专家专家认为，相对于参加活动的人数和投入，传统交友方式牵手成功数仍偏少。如何提高工会、团委、妇联等群团组织对员工婚恋关怀的投入产出比，成为重大课题。

高级婚恋顾问楼琼莉认为，婚介服务中，诚信是根本，面对面沟通和精准匹配是基本要求，更需要牵手成功率率的最终支撑。但微信“吸粉”与资本在一段时间中的冲击不可小觑。如何有效应对，成为老品牌婚介机构面临的全新课题。与此同时，90后、95后逐渐成为婚恋主体，婚恋观念较父辈发生了深刻变化。因此，在坚持婚介老品牌优势和特色同时，与时俱进，是跟上时代发展的当务之急。

■都市脉搏

纯上音人打造 原创歌剧《贺绿汀》

本报讯 记者 刘昕璐 以上海音乐学院老院长贺绿汀革命和音乐道路为题材的原创歌剧《贺绿汀》昨晚起至23日在云峰剧院公演。该剧被列入上海文化发展基金会2017重大文艺创作资助项目及上海市教卫工作党委、市教委“大师系列校园剧”扶持计划。

原创歌剧《贺绿汀》是以20世纪上半叶中华民族救亡图存，争取解放的宏大历史为背景，真实再现了人民音乐家、上海音乐学院老院长贺绿汀怎样从青年时期开始把个人融入大时代，始终向往光明，奋进不止，成长为时代的歌手、人民音乐家的感人故事。全剧以真实典型事例为主要情节，表现贺绿汀承先启后，融会中西，开辟文化自信和追求卓越的音乐之路。全剧以主义的、真、人格的善、艺术的美，树立起主人公艺术人生的光辉典范。

该原创歌剧由上海音乐学院党委书记、院长林在勇总策划并作词；著名作曲家张千一领衔作曲，作曲团队包括三位优秀青年作曲家戴维一、邱晓柳、徐可；上音青年剧作家陆驾云编剧。

三个月内两次获央视点赞 红星美凯龙成双十一新零售标杆

继鲁班设计尖货节之后，央视在三个月内第二次点赞了红星美凯龙在线上线下一体化，引领新零售升级的标杆作用。

据央视报道，面对电商的巨大冲击，实体店如何突出重围，争夺更多的市场份额，已经成为实体店重要的课题。

央视记者调查发现，今年双十一期间，越来越多的实体商家采用了线上活动、线下体验的营销模式。

央视报道显示，消费者通过在红星美凯龙APP上领取优惠券，再到线下门店购物，这一线上引流，线下为消费者服务新零售模式，成功拉动了销售额的增长。

红星美凯龙董事长车建新在接受央视采访时表示：“本次红星美凯龙双十一有三大特点，销售额高，客单价高，产品品质高。这是一种消费升级的趋势，同时我们也希望通过这一模式可以促进上游制造业的供给侧改革。”

央视援引专家说法称，未来商业的发展模式，是通过线上线下一体化有机结合补充和融合，提高自主品牌的竞争力，吸引消费者的购物热情，更好地发



展商业本身，促进实体经济与互联网品牌形成共振。

据悉，本次双十一，当大部分企业还在专注销售“量”这个数字时，红星美凯龙已经把重点落在了“质”上。

红星美凯龙线上线下一体化的新零售营销模式，成功引爆了消费者对高品质家居设计尖货的需求：金额超过10万元的订单就有3613单，而最大订单价格更是高达247万。同时，红星美凯龙商户总

销售额再次创下增速纪录，整体同比增长65.64%!

“高销售额，高客单价，高品质产品”三大特点，让红星美凯龙成为2017年双十一完美的新零售新高度新样板。

今年双十一红星美凯龙的另一大亮点，就是通过红星美凯龙APP串联起线上线下，为全渠道共同服务。

双十一期间，消费者通过线上抢优惠券，拼团活动获得超折折扣，并按照APP推荐到

最近的红星美凯龙门店，抢购超过20000款家居设计尖货。

同时，红星美凯龙APP家装平台还推出定金翻倍、免费领取双十一装备包，签约满额即送大牌家电等钜惠活动。

通过设计尖货，配合专业高端的装修管家和在线导购无缝响应，红星美凯龙APP不但成为商户引流及带动销售的营销利器，也是用户体验一站式家居购物服务的逛店神器。

