

“美女”可能是男人 已婚秒变“单身” 婚恋网站里有多少真话?

近日，共青团中央、民政部、国家卫生计生委三部门联合发文，要求推动在婚恋交友平台严格执行实名认证和实名注册，依法整顿婚介服务市场，严厉打击婚托、婚骗等违法婚介行为。

“新华视点”记者调查发现，一些婚恋网站向用户收取高昂的会员费，却对用户信息的真实性筛查存在严重疏漏，完全虚假的信息都能成功注册。有的平台甚至被不法分子利用进行诈骗活动，沦为“骗财骗色”工具，产生诸多法律纠纷。

会员费高达数万元 相亲对象却是已婚

“除了一些基本信息，比如身高、学历等会造假，有些婚姻信息也是假的。”合肥市民蓝蓝在2016年11月花费一万余元购买了百合网一年的高端会员，没想到却掉入坑中。

蓝蓝说，红娘曾介绍一名男生说身高一米七，见面后发现只有一米六。还有一次对方信息写着未婚，实际上不仅已婚，还有个孩子。“幸亏发现早，否则后果不堪设想。”

记者调查发现，由于平台对会员身份疏于审核，一些婚恋网站甚至成为一些已婚人士的“交友”新渠道。

据中国电子商务研究中心企业库数据显示，目前市场上婚恋交友平台众多，比较大的有世纪佳缘、珍爱网、百合网等十多家。其中最大的平台世纪佳缘官网显示，目前已有1.7亿注册会员。但这些会员身份有多少是真实的，很难甄别。

由于平台会员身份混杂，部分网络婚介平台沦为不法分子行骗工具。在法律检索平台“无讼”上搜索“世纪佳缘”，涉及法院判决1329起，其中涉及有期徒刑的446起。

已婚有孩子可注册为单身 网站显示“无法确保每一条信息的真实性”

记者体验发现，在一些平台进行注册完全不需要实名，有些平台对婚姻状况等关键信息也不会进行审核。

婚恋网站最重要的是确保相亲双方都是单身状态，然而，记者选取注册的三家网站均未对用户真实婚姻状况进行审核。

记者为男性，已婚并育有一子，但却能以“未婚”身份在三家网站毫无障碍地通过了注册。在审核方面，其中一家网站与“芝麻信用”绑定，但认证后显示的只是“芝麻信用”的评分，根本无法筛查婚姻信息。

这些网站声称的个人信息认

证功能形同虚设，个人信息可以随便填。记者用网络上下载的网红女明星照片作为头像、编造姓名、学历以及非本人手机号进行认证，均认证成功。记者注意到，有一家网站上的身份证认证和学历认证功能显示正在升级，尚不能使用。

随后，记者尝试对个人信息随意进行了更改，填写博士学位、月收入5万元以上、私企老板、拥有无贷款住宅和豪华车辆等，系统没有任何筛查，这些信息就成了记者征婚的个人标签。

记者还发现，这些网站疑似通过机器替代用户，主动发信诱

导用户缴会费。在三家网站成功注册尚不足五分钟，记者就收到短信，显示已有不少用户对记者“表示出兴趣”。当记者点击这些关注者头像后，三家网站均跳转至付费页面，显示需要先交纳一定的费用才能浏览这些用户的个人信息，收取的费用将直接影响记者下一步在婚恋网站的用户体验和最终婚配的成功率。

记者注意到，这些网站都通过风险提示来规避审查责任。网站的用户注册界面显示，该网站从技术上和成本上无法确保每一条信息的真实性，也无法确保每一个会员的人品及其对待感情的态度。

“婚恋公司的核心诉求就是快速赚钱” 亟待严格推行实名认证

网络安全法明确规定：网络运营者为用户提供信息发布等服务，在与用户签订协议或者确认提供服务时，应当要求用户提供真实身份信息，用户不提供真实身份信息的，网络运营者不得为其提供相关服务。

百合网一位中层管理人员在接受记者采访时表示，当前国内的婚恋网站是没有办法真正核实一个人的婚姻信息的。网站希望用户能自己提供各类情况的证明。但是，用户提交相关证明的

意愿很弱，而且现在找相关部门开证明难度较高。“如果网站强制要求用户提交相关证明，就有可能因此流失大量客户。婚恋公司的核心诉求只有一个，就是快速赚钱，所以从根本上不可能给用户找麻烦。”

此次三部门联合发文，直指婚恋交友网站实名认证问题。业内人士建议，首先，应在制度上推动全国婚姻登记信息联网与查询；其次，在技术上应用已较成熟的人脸识别系统进行真实性认

证；第三，企业应强化当前的用户信用评价机制，通过更多真实意见反馈的数据，辨别甚至淘汰一些无良用户。

民政部相关负责人表示，已关注到社会对婚姻信息查询有较高的需求，但向公众开放婚姻状况信息查询涉及公民个人信息保护，需要建立健全相关配套措施。目前，民政部门正在提升全国婚姻登记信息系统功能，加强婚姻信息交换和共享，提高民政系统婚姻登记工作水平。 据新华社

国庆中秋“超级假日” 预计7.1亿人次出游

新华社电 今年国庆、中秋佳节双节相逢，叠加构成长达8天的“超级假日”。国家旅游局预计，10月1日至8日国内旅游人数将达到7.1亿人次，国内旅游收入将达到5900亿元，较去年同期分别增长10%和12.2%。

据国家旅游局数据中心居民出游意愿调查显示：居民第四季度出游意愿为82.6%，其中64.8%的人选择国庆、中秋假日到十月底期间出游。

“超级假日”使居民出游，特别是国内长线出游热情高涨。调查显示，国庆、中秋假日期间出游4至7日的受访者占总受访人数的48.9%，出游7至30日的受访者占总受访人数的17.6%。据携程网旅游预订数据显示：三亚、北京、昆明、兰州、厦门、乌鲁木齐、桂林、丽江、西安、上海等目的地受到欢迎，西北和西南地区热度不减。

国产大型客机C919 新获130架订单

新华社电 记者从中国商飞公司了解到，9月19日，中国商飞公司在第十七届北京国际航空展上新获130架订单。C919大型客机客户总数达到27家，累计订单730架。

据悉，这130架订单包括中核建租赁签订40架C919购机协议，20架为确认订单，20架为意向订单；华宝租赁签订30架C919客机购机协议，15架为确认订单，15架为意向订单；航空工业租赁签订30架C919客机购机协议，15架为确认订单，15架为意向订单；农银租赁签订30架C919客机购机协议，20架为确认订单，10架为意向订单。

农银租赁曾经在2012年与中国商飞签署45架C919大型客机订购协议。这次的30架使农银租赁成为C919成功首飞后首家增加飞机订单的客户。

目前，C919首架机现已完成两次转场前的滑行试验，计划在上海完成初始检查试飞后转场，开展首飞后的适航取证工作。中国商飞公司计划共投入6架试验机开展试飞，第二架飞机争取今年年底首飞。

共享单车成为深圳 第二大交通方式

新华社电 记者从深圳市交通运输委员会获悉，目前深圳互联网自行车日均客运量已达453万人次，从使用人次上看，已成为深圳第二大城市交通方式。

深圳市交委副主任娄和儒介绍，目前深圳常规公交日均客运量达到474万人次，互联网自行车日均客流量达到453万人次，轨道交通日均客流量约450万人次。共享单车成为仅次于公交车的城市交通方式。

深圳市是共享单车使用较早、发展较快的城市之一。8月初，两款摩拜单车被捐赠给深圳博物馆收藏，在深圳博物馆“改革开放史”展厅进行展出。深圳博物馆改革开放史研究中心主任付莹认为，共享单车的出现成为社会生活变迁中的一个重要里程碑，正持续引领和改变着城市居民的出行习惯。

“打着吊瓶送快递”

——如何让快递小哥的形象不再悲情?

递员与客户之间的冲突。

近期，国家邮政局委托第三方对快递员生存状况进行了调查，在接受调查的1000多名快递员中，约70%的人表示不堪重负，其中约30%的人表示有较大压力、28%的人承受着很大的工作压力、还有14%的快递员表示在工作压力面前几乎崩溃。

快递服务纠纷暴露相关配套管理问题

中国快递协会法务部副主任丁红涛说，快递行业发展异军突起，但并不是孤立发展的，离不开城市综合交通体系、道路使用、城市管理各个环节。

快递员骑着电动三轮车收派快件，因车速快，与路人发生冲突、甚至交通事故的情况时有发生。快递员也经常遇到快件被盗、多次派送无人签收等各种复杂情况。

“快递服务与城市配套不协调。有些单位和小区不让快递员以及车辆进小区，有的快递车辆硬闯入小区内行驶、占道，容易产生纠纷。”丁红涛说，除了外界客观因素外，快递服务自身的问题也容易引发纠纷。“比如有客户吐

槽，快递员送货时家里没人，把包裹放在门口就走了，由此产生的丢件问题，经常互相扯皮。”

据中国快递协会调研统计，快递员一次派送成功的包裹只占50%，这意味着50%左右的包裹，快递员必须二次甚至多次派送，增加了劳动强度。

丁红涛说，快递服务中发生的矛盾纠纷，暴露了相关的配套管理问题，需要社会资源的支撑、消费者的体谅和理解。“在快递已经成为全社会需要的今天，我们需要的是尊重。”圆通速递总裁刘松表示。

行业面临“利润危机”和“人才危机”

阿里旗下的物流平台菜鸟网络品牌部总经理牛智敬说，得益于电商的高速发展，中国快递10年间走完了美国50年的发展道路。对比欧美等发达国家，一件快递六、七美元，一周左右才送到，中国的消费者享受的是全世界最高性价比的快递。

业内人士向记者透露，快递的单价从10年前的平均20元以上，降到了2015年以来的10元3件，今年则更低。以从浙江发往

北京的快递为例，平均价格为2.6至2.8元，这其中包括上门取件、上千公里的运输、送货上门乃至多次派送，连成本都不够。

“上游电商掌控了快递的选择权，快递企业之间打价格战，压下去的不仅是价格，还有服务。如果消费者知道一件快递的费用不到3元，对快递服务还会有多少期望值呢？”一家快递企业负责人说。

中国物流学会特约研究员杨达卿表示，快递业经历了近年来的高速增长，以廉价劳动力、逃避合规成本为基础的粗放发展模式，已初显疲态。下一步，企业比拼的是人才优势，以及由人才带来的技术创新、商业模式创新和管理创新。

专家表示，人的因素始终是一个行业能否长足发展的关键。快递企业不仅要面对“利润危机”，更要意识到“人才危机”，对奔走在烈日下、风雨中的快递小哥给予更多关心，让他们更安全、放心、舒心地工作，才能筑牢这个新兴业态发展的根基。政府部门要在基础设施、道路运输、各种政策方面给予支持，使之跟上整个行业的发展速度。 据新华社

“打着吊瓶送快递”“送货途中晕倒”“被客户殴打”……快递小哥的遭遇引发公众同情的目光，也给快递员贴上了“疲于奔命、负重前行”的标签。我国快递规模世界第一，与行业发展不匹配的是，服务千家万户的快递小哥缺乏应有的社会地位和尊重。

快递小哥的职业烦恼

近两年来，几乎每个知名快递品牌都有快递小哥遭遇同客户的冲突。

据国家邮政局最新统计，快递每天服务2亿至3亿消费者，每天约300万快递员在不同领域作业，几十万辆的各种快递车辆在运营。对于北上广等地的快递员来说，人均每天送出100多件快递，这意味着一个快递员要与100多个消费者打交道，面对面沟通。

由于快递员人行门槛较低，素质良莠不齐，快递员与用户沟通中容易发生一些争执，引起消费者不满。很多快递员不知道如何化解摩擦和纠纷，甚至不懂得保留证据，维护自己的合法权益。

业内人士透露，快递企业总部需要对网络进行管控，罚款成为一种管理手段。总部罚省区，省区罚分部，分部罚网点，很多“板子”最终都会落到快递员身上。有的快递企业以罚代管，只要有客户投诉，不管是不是快递员的责任，快递员都要被罚款，从一两百到几百元不等。这种简单粗暴的管理方式，容易引发快