

观点  
扫描



珍爱寻不到真爱?这个问题不仅是对珍爱网的拷问,更是对整个婚恋行业的警醒。只有坚守诚信原则、尊重消费者权益、承担起社会责任的婚恋平台才能赢得消费者的信任和支持,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

## “珍爱”不真爱?莫让虚假宣传毁了良缘

日前,《每日经济新闻》记者从国家市场监督管理总局官网获悉,市场监管总局公布了7起网络不正当竞争典型案例,其中包括深圳市珍爱网信息技术有限公司(以下简称珍爱网)虚假宣传案。市场监管总局介绍,根据2024年央视“3·15”晚会曝光,珍爱网在提供婚恋居间服务中通过捏造符合客户心意的“虚拟人”形象,向潜在客户“抛诱饵”,再根据客户的消费习惯、存款等信息,利用年龄焦虑、生育焦虑、离异后小孩的感受等痛点,让客户把婚恋平台当成唯一希望,从而诱导消费者购买价格动辄上万元的会员服务。

回顾事件始末,珍爱网的虚假宣传,无疑是对消费者信任的肆意践踏。在婚恋这个特殊的领域,斩断了维系双方关系的信任纽带。一旦信任被打破,婚恋平台将失去其存在的根基。珍爱网的这一行为,不仅让自身陷入了信任危机,也让整个婚恋行业蒙上了阴影。

珍爱网的案例绝非孤例。在婚恋市场中,虚假宣传、诱导消费等问题层出不穷。近年来,一些新兴交友平台虽然满足了现代人对交友便捷性的需求,但同样存

在宣传夸大、信息不实等问题。一些不法交友平台通过精心策划的广告和宣传,营造出浪漫美好的交友氛围,吸引消费者注册付费,但消费者进入平台后却发现现实与宣传大相径庭,例如盗图行为、交友诈骗等,引发强烈不满和投诉,甚至陷入金钱诈骗的泥潭。

对于珍爱网等不法行为,我们不仅要予以严厉谴责和惩罚,更要借此机会对整个婚恋行业进行深刻审视。在追求商业利益的同时,婚恋平台是否坚守了诚信原则?是否尊重了消费者的权益?是否承担了应有的社会责任?

目前,虽然相关部门已经加强了对婚恋平台的监管力度,但仍存在诸多漏洞和不足。一些不法商家利用监管盲区,采取虚假宣传、诱导消费等手段牟取暴利。因此,加强婚恋行业的监管力度,建立健全相关法律法规和政策措施迫在眉睫。

同时,消费者也应提高警惕,增强自我保护意识。在选择婚恋平台时,要仔细甄别平台的真实性和可靠性,避免被虚假宣传所蒙蔽。  
肖瑶 来源:红网



一件行李,看似小事,却事关城市旅游形象,考验旅游服务的温度与精细度。希望这样的探索越来越多,经验推而广之,不断增加旅游的体验感、便利度,也提升城市好感度、吸引力。

## 减行李之负,为城市加分

不久前,杭州开始推进“轻松游”行李服务一件事改革,在全国率先上线行李“送件进站”服务,实现“行李跟人走”。这一便利化举措赢得了广泛好评。

不少人在出游时都会有这样的烦恼:拖着沉重的行李箱,抵达目的地后要先去酒店安置行李;退房后,距离返程时间还早,想再去逛一逛,要么得大包小包拖着行李,要么寄存行李,还得留出足够的时间,再返回来取。杭州推出的行李服务,可以说直击游客痛点,体现出了城市旅游服务的温度。

对游客来说,出行更方便了,玩得更尽兴了;对地方政府来说,打造出了更具有辨识度的城市旅游服务IP,提升了城市旅游形象;而对于企业来说,开拓了新业务,创造了增长点。而效果也立竿见影,据统计,“轻松游”行李服务改革运行3个多月来,人均延长约半天的在杭州停留时间。

当下,文旅业蓬勃发展,如何推出更优质的文旅产品、营造更好的旅游环境,成为各地促进消费、拉动

内需的重要内容。而改革进入深水区,单打独斗式的改革已很难见效,更需注重系统集成,在结合处找到发力点。“轻松游”行李服务的改革,既事关公共服务,又具有市场属性,说到底就是探索多元参与机制,找出“公共服务”与“市场运营”之间的平衡点。因此,保持这一服务链条上各个环节的丝滑配合与顺畅衔接,是这一服务接下来能够持续进阶、迭代壮大的关键。对于政府来说,要整合好快递公司、景点、酒店、地铁、铁路等各方资源,引导行李服务尽快扩容,方便更多旅客。例如,为了方便广大市民和来穗游客“轻装上阵”出行,广州地铁在地铁、城际选定的30个车站推出智能寄存试点,为乘客提供行李寄存服务。而对于各经营主体来说,则要抓住新的业务增长点,不断“上新”服务内容和网点。只有把握便民与盈利的平衡,实现市场与公共服务的双赢,行李服务才能持续发展、活力无限。

谭敏 来源:广州日报



吃垮一家自助餐厅不是消费者的本意,让顾客吃得既不舒服又不舒心也不是商家的目的。在相互尊重和理解的基础上,各自运用合理的策略和规则,才能实现“你吃好我赚钱”的共赢局面。这,也正是博弈论的精髓所在。

## 自助餐里有博弈

“扶墙进扶墙出”,是不少吃货眼里打开自助餐的正确方式,钱已经花了,回本是关键,少吃就是亏,吃多才赚到。于是,便开始了一盘又一盘取餐,撑得不行方才罢手。胡吃海喝真的赚到了吗?从边际效用递减角度来分析的话,其实未必。

在吃自助餐时,刚动筷子那会儿吃啥都香,但随着时间的推移,边际效用慢慢减少直到为零,这个时候吃自助餐的总效用是最高的,也是停下筷子的最佳时机。但现实中,很多人却不想停下来,总觉得吃少了就是一种损失,哪怕此时胃已难承其重。

自助餐经营者常会利用消费者“吃回本”的心理,对外宣传餐厅拥有丰富菜品、高价食材,还会灵活定价,开展各种促销优惠活动吸引顾客。顾客临门,如何实现收益最大化成为商家考虑的问题。

“进口车厘子畅吃”“不限次数排队领大闸蟹”……也有一些商家把自助餐作为引流手段,将盈利大头放在其他项目上,比如将含有高档食材的自助餐作为卖点的温泉酒店等。这些自助餐品质的优劣、性价比的高低同样也在一定程度上影响着商家的利润水平。

一方想吃回本,一方想多赚钱,自助餐上演的其实是

商家与消费者的博弈。那么,该怎样让这种博弈成为双方共赢的正和博弈呢?

作为消费者,简单粗暴地把自己吃撑肯定不是“自助”江湖里的高手。在充分了解自身需求和避免浪费的前提下,要善于运用自助餐的用餐规则,巧妙分配用餐时间,实现效用最大化。不在量上“回本”,而在结构上“优化”。找个合适时间,带着能享受优惠的老人和孩子,前往口碑好、人气旺的餐厅,优先选取平常不舍得吃的食材、家里不常做的菜品以及性价比高的食物,循序渐进取菜,合理控制食量。

对商家来说,则要拿出足够优质的产品和真诚的服务。总有消费者吐槽:部分自助餐厅广告言过其实,品质降级、种类减少等现象时有发生。如何选择科学的定价策略并制定明确合理的用餐规则,商家需要好好动一番脑筋。

吃垮一家自助餐厅不是消费者的本意,让顾客吃得既不舒服又不舒心也不是商家的目的。在相互尊重和理解的基础上,各自运用合理的策略和规则,才能实现“你吃好我赚钱”的共赢局面。这,也正是博弈论的精髓所在。  
余健 来源:经济日报