



信息安全的“守护者”

□ 本报记者 卢岳

一台电脑、一根网线、一个鼠标，新一天的工作就这样开启。上午9点，在位于天津市滨海区的58同城大楼内，员工们已经在三层的审核区就位。

他们是58同城的信息审核员，是信息的“安全守护者”，更是身经百战的“反诈”专家。每天从海量信息中筛选出“问题”并及时拦截处理，就是他们的目标——看似简单，却又复杂。

“火眼金睛”让细微风险无处遁形

入冬的清晨寒冷已越发明显，但审核员们工作区域却一片热火朝天。在58同城上，每天用户发布的信息几近海量，诸如招聘用户每天发布的招聘帖数量就超100万个。一条条工作岗位、用人要求各不相同的招聘信息，从信息编辑到经审核后发布，这些内容究竟会历经哪些“考验”？

记者随着招聘信息资深审核员贾晖打开的审核系统，体验起一名信息审核员的“日常”。

“从用户手里发出的招聘信息，首先会经过系统筛查，看其中是否含非法及敏感信息。如若含有非法信息，则将由系统做直接删除处理；若含有敏感词，则将划为人工审核，审核后再次进行阶梯式处理。”开启一天工作的贾晖，用最简短的词汇总结了每条信息的基本审核流程。

她介绍，每天待审的超百万招聘帖中，约5%需进行人工审核。在她看来，每天海量的招聘帖中，绝大多数都是合法合规的正常招聘。但正是极少数的“问题帖”，其中暗藏着违法、诈骗等套路，甚至对消费者的财产和人身安全存在巨大隐患。而他们的工作，就是让这些极少数的问题帖也无处遁形。

10点15分，一则被推送的人工待审信息吸引了贾晖的注意——一则看似普通的餐饮服务人员招聘信息，却在具体工作要求中对身材、颜值进行了特别要求。“其实每个服务行业企业都希望员工高颜值，这无可厚非，但过高的薪资和常用暗语的组合，基本可以判定为敏感信息。”

通过系统可以看到，58同城的信息词库对海量内容进行了分级，相对于含有政治或“献血”等无争议的非法内容将被直接做删除处理外，更多词汇及信息属于需经“人工审核”的敏感信息。其中，最常见的是“公关、按摩、出台”等



色情信息，此外也不乏涉及药物测试、银行流水、户口本的其他非法信息，以及有关地域、民族、生育或性别歧视的招聘信息。含有这些敏感词的招聘信息，将在系统筛查后被推送到人工审核环节进行复审。

针对这些“敏感”信息，审核员需要先进行内容查看。常见的信息如公司地址、公司名称、标题、岗位职责、公司简介、图片等，都可能隐藏不同问题。“如常见的色情信息，发帖人为了绕过系统筛查，常使用网络用语、暗号或字母进行表述。”

面对海量的新增招聘帖，除了与诈骗分子斗智斗勇以外，更需要分秒必争。

斗智斗勇 细微之处见“真招”

“见得多了，就算在数千字的信息中，也可以被我们快速识别。”在贾晖这些火眼金睛的反诈高手眼中，真正有难度的是更为隐蔽的问题。

14点27分，贾晖的鼠标光标再次停留在在一则看似十分“正常”的招聘信息上。在这条信息中，公司名称、招聘岗位、薪资标准、用人要求等并无异常，但相对简短的办公地址却引起了审核员的注意。“这条信息的问题在于，办公地址按‘市-区-街-数字’排列，系统显示其存在多个帖子地址模板化雷同，这类帖子通常存在以虚假信息非法收集求职者信息等目的的可能。”

算法更加聪明的审核系统，也让不法分子的“应变花样”不断翻新。“我们的系统模型策略对很多异常的信息发布行为也进行实时段监控，如非工作时间的深夜发布、一分钟多次发布等，

都会被系统判定为异常，对于这类问题同样会做系统直接删除和人工审核的处理。”在贾晖看来，这类信息多数以虚假信息为由，骗取求职者信息后，最终将引导相关人员流向刷单等非法市场。事实上，由于信息不对称，网上发布的部分企业招聘信息一直以来饱受诟病。在招聘求职的高峰期，各类骗局层出不穷，涉世未深的“准职场人”，想要“赚更多”的宝妈等群体，在大量网络、短视频的“高薪”渲染下，都更容易成为诈骗分子的目标。这也让高薪诱饵、付费入职诈骗、高成本“囤货”骗局、诱导刷单等事件频发，招聘信息安全与信息真实性问题亟须解决。

多措并举 做信息安全的“守护者”

“每天面对的问题五花八门，我们有时候会把工作比作打怪。”从业超过十年，贾晖对于这份工作有着更深刻的理解，她打趣道，“每天要经历的，肯定比唐僧师徒的九九八十一难多多了。”下午四点，键盘和鼠标的敲击声还在继续，一天的工作时间已过大半。

在过去的几个小时中，经由贾晖审核的招聘信息已达数百条。其中，经过人工审核后明确存在问题的招聘内容，将被划分为不同级别并进行针对性处理。审核员会通过系统，根据具体问题勾选不同的处理按钮和问题描述标签，以对应不同的处罚方式和用户站内信的推送内容通知。被处理完的该条信息，所属操作系统、审核时间、审核人、推送原因等都会在系统内被明确呈现。

“我们对于招聘信息中存在的不同问题，在系统中对其进行相应‘阶梯处

罚”。”贾晖向记者展示着审核系统的页面。“例如对违规预留私人电话、类别错误、图片不合规等招聘信息做‘返回修改’处理；对于存在性质和岗位明显不符、薪资明显高于市场水平、特定岗位超范围招聘等问题的帖子做单条删除处理；对存在涉黄、非法‘刷钻’、诈骗等问题的招聘信息，将做冻结账号处理。”贾晖还透露，此外对于部分涉及线下违法违规的行为，58同城还会和公安部门进行联动。

人工审核，其意义就是对“可疑”内容进行人为把控，既要让暗藏的问题被及时发现，也要让合规的信息不被“冤枉”。贾晖表示，从业十年来，自己最大的感触是信息技术不断革新，不法分子在招聘信息中实战的“套路”也不断升级。

“诈骗团伙利用科技手段不断更新骗术，导致信息审核的难度持续推高。为了应对随时出现的新挑战，我们在不断总结、提高‘防守’能力的同时，也要采取主动进攻，深入一线企业调研，摸清行业薪资水平等真实情况，了解虚假信息背后的骗术套路。”

持续打击黑灰产成效显著

如今，作为2020年人社部确立的新职业工种，“互联网信息审核员”已经成为当前互联网时代不可或缺的重要岗位。“总觉得我们的工作和网络欺诈有点‘类似’。一个人、一根网线、一台电脑，只不过他们是发帖的，我们是删帖的。”贾晖曾算过，以每个帖子占据一屏幕的规格为例，自己手里鼠标滚动一年的量，能从58同城的天津总部滚到北京总部，再滚回来。

一直以来，为保障求职者权益，58同城持续打击黑灰产，织好审核安全防护网，在原有的反诈经验上全面升级风险治理体系。今年前三季度，58同城通过大数据算法模型、举报反馈，以及人工审核等方式，多次成功拦截电信网络诈骗。同时，平台加大反诈知识宣传力度，通过多频次、强曝光的公益活动增强人们的反诈意识，避免更多求职者落入电信诈骗“圈套”。

通过努力，今年第三季度，58同城已封禁违规招聘者账号超6.4万个，清除高危招聘帖超109万，58同城日均拦截风险登陆次数9万次，季度阻断违规电话请求次数131万次，日均拦截线上高危电话259万条，预警易受骗求职者70万个。

□ 本报记者 卢岳 实习记者 王紫茜

严寒冬日，泡温泉、滑雪等体验类项目成为消费者的热门选择。记者了解到，近几年温泉游行业呈上升趋势，相关主题旅游产品的订单量也在不断攀升。随着消费者生活水平的提高，他们也更加重视旅游综合体验，高品质、个性化的产品供给不仅为消费者带来不同的互动体验，还能够拉动温泉游消费的升级。

降温带火温泉游消费 本地游、周边游深受消费者青睐

近年来，随着人们健康意识和休闲娱乐需求日益增加，温泉度假行业呈现快速增长的趋势。据悉，近十年，我国温泉相关企业注册量呈整体增长态势。企查查数据显示，我国现存温泉相关企业1.07万家。截至目前，今年我国新增温泉相关企业1203家，已超去年全年注册量，其中，前10月新增1109家，同比增长14.80%。

随着气温逐渐降低，温泉等场所迎来消费热潮。记者看到，今年温泉主题旅游产品搜索热度及预订量明显攀升。据央视财经报道，11月份以来，“温泉酒店”的相关搜索量同比增长120%。途牛《2023温泉游消费趋势报告》(以下简称“报告”)显示，11月以来，“泡温泉”“温泉门票”“温泉酒店”“私汤温泉”等关键词搜索量较10月同期增长超2倍，温泉游产品预订量增长显著。

记者了解到，本地游、周边游是温泉游用户更为青睐的选择，出游人次占比达47%，其中，浙江、北京、黑龙江、江苏、广东、上海、四川、安徽、广西、吉林等地用户更倾向于选择近距离的短途游。他们大多将出游时间安排在周末，在减少自身出行压力和成本的同时，也为周边的温泉景区、温泉主题酒店带来了更多的周末客源。

来自北京市海淀区的李女士告诉记者，“上周末，我和朋友一起去了崇礼万龙滑雪场的龙宫温泉。在这里不仅可以滑雪，欣赏雪山风景，还能在滑雪之余泡温泉，让自己放松下来，缓解一天的疲惫。”记者看到，报告也指出，冰雪游热门目的地对温泉游用户展现出了较强的吸引力。赏雪、滑雪和泡温泉成为今年冬季备受欢迎的“旅行三件套”。

温泉游产品多元 满足消费者高品质、个性化需求

现如今，越来越多的用户已不再满足泡温泉本身，而是追求更加多元化、高品质、个性化的温泉休闲体验。

报告指出，在温泉度假地的选择上，用户更加注重自然环境、文化氛围和舒适度等方面的综合体验。尤其是景区的拥挤度、温泉水质、配套设施、服务质量、儿童体验等，都是消费者关注的焦点。在此类需求影响下，近年来，温泉主题酒店、温泉度假村、温泉主题乐园等一站式度假产品热度持续走高。北京西山温泉度假村、南京园博园悦榕庄酒店、常州恐龙谷温泉度假中心、北京海湾半山温泉度假酒店、南京汤山一号温泉度假区、珠海御温泉度假村、沈阳清河半岛温泉度假区、湖州喜来登温泉度假酒店、常州天目湖御水温泉度假酒店、扬州瘦西湖温泉度假村等预订热度排名靠前。

据悉，北京西山温泉度假村作为短途度假目的地，汇聚了温泉、乐园、住宿、餐饮、活动、儿童托管、养生休闲等一站式服务。记者了解到，这里的每个泡池有不同的功效和作用，可以给消费者带来不一样的泡汤体验。同时，乐园内还有各种游乐设施和魔力活动，包括DIY手工、城市露营、趣味游戏、演出剧秀、主题节等。

对于用户向往多元化、高品质、个性化的温泉游体验，中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力在接受本报记者采访时表示，“随着收入水平逐步提升，人们的需求从单纯的放松逐渐转向追求精神层面的满足与自我价值的实现。这对温泉产业来说，既是挑战也是机遇。挑战在于如何满足消费者更高层次的需求，而机遇则在于通过提供特色服务和产品，吸引更多高消费人群，从而提高整体收益。”

深化产业融合 推动国内外温泉游可持续发展

记者在采访时了解到，不仅国内温泉游订单不断走高，出境温泉游也呈现了较高的人气。在途牛11月温泉游产品预订订单中，出境游订单占比接近15%。“温泉游的走俏说明消费者对于这种休闲娱乐方式的认可和喜爱。”专栏作家黄海在接受本报记者采访时说道。

尽管国内外温泉游的热度和参与度有所提升，但也要注意，温泉游产品在发展过程中还存在诸多不足。环球旅游专家杜山川认为，“目前产品同质化竞争严重，很多温泉项目缺乏特色，难以吸引消费者；服务质量参差不齐，部分温泉景区服务水平不高，影响消费者体验；环保意识不足，部分温泉景区在开发过程中对环境产生了不良影响。”

对此，杜山川建议，“温泉游应深化产业融合，如与旅游、文化、健康等产业相结合，拓展其产业链；加强科技创新，利用现代科技手段提高温泉游的品质和效益，如运用大数据分析消费者需求，实现精准营销；注重温泉资源的保护和可持续利用，遵循绿色发展理念，推动温泉旅游业的可持续发展；提升温泉旅游产品的文化内涵，弘扬温泉文化，提升游客的体验感和满意度。”

同时，黄海也提到，“未来，温泉游除了加强产品创新和提升服务质量外，还可以考虑将温泉游与其他旅游资源相结合，如自然景观、历史文化、主题乐园等，为游客提供更丰富的旅游体验。此外，也可以通过品牌推广和合作营销等方式，提高温泉游的知名度和影响力。”

“总之，温泉游产业发展前景美好，但需不断创新和提升，以满足消费者日益丰富多样的需求。在这个过程中需要多方共同努力，推动温泉旅游业的繁荣和发展。”杜山川在接受本报记者采访时表示。



首届儿博会吸引超十万人次观展

近日，为期3天的首届儿童友好博览会(以下简称“儿博会”)在深圳闭幕，共吸引了超10万人次观展。

在本届儿博会上，国内50多个城市带来了儿童友好城市案例展示分享，来自美国旧金山、德国雷根斯堡、巴西圣保罗、瑞士日内瓦、哥伦比亚波哥大、挪威奥斯陆等17个国外城市的30个国际案例参与交流。儿博会联合多家社会组织打造三大儿童活动区，即儿童乐园区、儿童创作区、航空体验区，共开启30多场儿童互动体验，并设置了五大儿童沉浸式体验空间，如儿童安全小实验、“深圳号”航空体验等，开展五大系列儿童主题沙龙，如儿童财商课堂、小小演讲家、小小创客家、沉浸式故事小剧场等。在200平方米的儿童竞技运动区，昨日全天举办了儿童体能障碍酷跑。

在儿童友好博览会闭幕欢乐秀活动上，鹏城、狮城双城联动，通过非遗童行服装秀、童画拍卖等儿童参与的方式，宣传倡导“从一米高度看城市”理念，并颁发友好童行伙伴、守护童心奖等奖项，举行儿博会会歌《你好，你好，我们的城》快闪，唱响属于儿童的歌。

此外，本届儿博会与CBME大湾区孕婴童展同期举办，在45000平方米展览面积内，共有来自10个国家的560多家优质品牌到场参展。(樊怡君)

国办：鼓励发展反向定制(C2M) 培育一批中国特色品牌厂商折扣店

国务院办公厅日前印发《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》。其中提出，加快内外贸品牌建设。实施“千企百城”商标品牌价值提升行动，推进全国质量品牌提升示范区建设，支持发展区域品牌，发展绿色、有机、地理标志和名特优新农产品公共品牌。支持内外贸企业培育自主品牌，鼓励外贸代工企业与国内品牌商合作，支持流通企业、平台企业发展自有品牌，与制造企业开展品牌合作。鼓励发展反向定制(C2M)。培育一批中国特色品牌厂商折扣店。建设新消费品牌孵化基地，增强内外贸领域品

牌孵化创新活力。加大中国品牌海外宣传力度，鼓励老字号走向国际市场。培育知识产权优势示范企业，支持企业发挥专利、商标等多种类型知识产权组合效应，提升品牌综合竞争力。

(界面)

“南宁消费IP”亮相赛场 提升本地品牌影响力

12月9日至10日，2023年广西文化旅游发展大会城市酷动先锋系列赛事活动嘉年华在柳沙体育公园举行。此次活动除设置五大板块内容外，还推出文旅相关企业展示区、乡村振兴和工业振兴产品展示区，吸引众多市民参与。

据了解，在首届中国—东盟(南宁)文化月期间，南宁市结合一系列体育赛事开展南宁消费品牌进赛事系列活动，

组织水牛乳、茉莉花茶、蛋黄酥等“南宁消费IP”亮相赛场，发放“南宁市消费地图”，通过宣传、推广、促销，不断提高南宁消费品牌的知晓度。

此外，市商务局还开展商旅融合优惠券包促消费活动，通过发放消费礼包券，给予消费者实实在在的优惠，借助各项赛事和八方来客进一步打响首府消费品牌的知名度，帮助南宁市本地

商家拓宽宣传渠道。同时与零售、百货、文旅等南宁市本地商家开展“品味青春南宁”等活动，面向来邕嘉宾、运动员、青年学子、区内游客等群体推介南宁本土产品及南宁热门景点，大力推广首府九大消费商圈及本土消费品牌。

2024年元旦期间，市商务局还将继续开展宣传推介活动，助力本地消费品牌扩大影响。(胡光磊 黄琴)

中国品牌建设促进会刘平均：

中国积极为全球品牌建设贡献力量

12月2日至5日，2023中国企业家博鳌论坛在海南博鳌举办。中国品牌建设促进会理事长、国际标准化组织品牌评价技术委员会顾问组主席、国家标准委原主任刘平均在4日举行的主论坛上表示：“我国高度重视品牌建设，一直为全球品牌建设贡献力量。”

据悉，中国首先提出品牌价值评价应该包括质量和服务两个指标，得到德国和美国标准化机构支持，形成了当代品牌价值发展理论。

刘平均介绍，中国联合美国标准化机构，推动国际标准化组织成立品牌评价技术委员会，制定了品牌评价的国际

标准，并建立了全球第三方科学公正的品牌评价发布平台。

刘平均表示，中国致力于为全球品牌评价标准体系发布和理论体系完善做出贡献，也为中国企业走向世界搭建良好平台，世界可以共享中国的品牌发展机遇。(上证报)