

上海公安网警重拳整治网络直播平台乱象

封百万余账号 关上千直播间

■ 强化用户自身管理措施
上海公安网安部门通过日常管理和专项整治相结合,指导网络直播平台全面推行主播实名认证制度和用户注册信息审核制度。每名主播在注册时,必须上传本人手持身份证或有效证件的清晰头像图片,待平台审核后才能开通;网民想要成为网络直播平台注册用户,必须通过手机验证。目前,上海市所有网络直播平台已落实了约45万名主播的实名认证工作,对未实名认证的主播1000余人进行了注销。

■ 建立黑名单制度
对于公安机关通报、用户举报或网站自行发现的违法违规用户,纳入黑名单管理,采取禁言、关停、注销措施。目前,公安机关依法永久封禁账号100万余个、关停违规直播间1000余个,对“同游圈”、“金融道”、“游戏风云”等14家违法违规网络直播平台进行警告并限期整改、停业整顿等处罚。

警方的整治行动,也得到了各大直播平台的支持。熊猫直播网负责人昨天透露,除了实名认证、严格主播准入,平台还设立了用户举报途径,可通过4种方式举报违规主播,并对有效举报给予奖励。“哔哩哔哩弹幕网”负责人透露,网站自主研发了“鉴黄模型”,黄图查全率达到98.3%,审核效率提高300%,违规用户比例下降了50%以上。

为规范网络直播平台信息传播秩序,上海公安网安部门主要从三方面进行治理:

■ 集中清理违法违规信息
针对骚扰用户的违法违规信息,上海公安网安部门组织网络直播平台对用户名、频道名、备注信息等栏目存在涉及淫秽色情、暴力、赌博、诈骗等违法违规信息的情况开展清理。目前,共清理违法信息3.6万条。

上海推出首本小学男生性别教材

《小小男子汉》教男孩更阳光更阳刚

■ 保护、悦纳自己的基本能力,从而提升敢于担当的勇气与素养。
这本教材共分6个篇章。主要帮助男生理解“为什么我是男孩不是女孩”“男孩和女孩究竟有哪些不同”“什么样的男孩算得上‘酷’”“父亲对儿子意味着什么”“为什么男子汉要有担当”“男子汉怎样表达‘爱’”“生活中要不要讲‘哥们义气’”“怎样成为面向未来敢梦敢想的男子汉”等问题。

上教社表示,《小小男子汉》课程的对象是小学四五年级的男生。之所以采用男女生分班上课模式,是为了在同性伙伴中更开放地讨论一些平时很难展开的问题,借用各种游戏和活动帮助男生轻松补上“人之初”的必修课。

“近年来,男生的健康成长备受关注,寻找‘小小男子汉’也成了一个大社会话题,我们希望通过这一课程为广大男生走出成长中的烦恼补充一点正能量。”教材主编、静安区闸北第三中心小学校长尤睿说。

纪念红军长征胜利80周年 长征医院今举行义诊

■ 第二军医大学长征医院肾内科血透中心护理团队是长征医院医护人员中的杰出代表,也是继承长征精神、践行长征作风、传播长征正能量的先进典型。自1977年组建以来,她们主动加压,用时间换空间,率先提供全国唯一24小时不间断血透服务;先后为15000名患者打开被称为血透病人“生命线”的血管通路,同时

开展国内首例人造血管搭桥内瘘手术,成功解决了部分血透病人因糖尿病、年龄偏大导致血管条件差、不能建立动静脉内瘘的难题。

今天,汇集长征医院血透中心护理团队先进事迹的《南京路上的爱民天使》首发赠书仪式结束后,由著名皮肤病学专家廖万清院士领衔的40名专家教授用义诊形式,将整个活动推向高潮。据悉,长征医院还将在本月举办纪念长征胜利80周年“军医惠民送健康”系列义诊活动,分赴黄浦区、静安区、浦东新区、警备区等为广大人民群众送医送药送健康。

前三季度销量劲增两倍 林肯在华强势崛起



林肯中国总裁梅蕙明 (Amy Marentic)

享受“林肯之道”服务。

■ 林肯中国总裁梅蕙明 (Amy Marentic) 表示:“林肯为中国消费者带来了独一无二的体验。除了设计独到的一流产品外,我们还带来了温馨、个性化的购车拥车模式。正因如此,林肯才成为中国成长极快的豪华汽车品牌之一。今年晚些时候,我们的旗舰轿车全新林肯大陆Continental也将上市,它的到来,将成为林肯在华发展的又一个里程碑。”

据梅蕙明女士透露,林肯在中国的扩展计划将继续进行。预计在2016年年底前,林肯将在全国布局65家林肯中心,并在2017年底,建设80家林肯中心,为消费者提供量身定制的购车拥车体验。而第四季度即将上市的中大型豪华旗舰轿车全新林肯大陆Continental,将为林肯的销量带来新的增长点,并将完成林肯在2016年年底前为中国消费者引入五款产品的坚定承诺。

近日,就林肯汽车在华发展的相关问题,林肯中国总裁梅蕙明 (Amy Marentic) 女士作了相关说明。她于2016年7月1日起赴任,领导林肯在中国与亚太地区其它市场的经营活动。

■ 林肯汽车今年前三季度取得了非常好的销售成绩,对此,您如何解读?
梅蕙明:今年前三季度较去年同期增幅190%以上,准确数字是

191%。销量的增长,一方面是由于入华两年来,很多消费者都认定林肯汽车代表高端、成功、精英、魅力、尊重,有非常好的品牌形象;另一方面是林肯中心即经销商网络的倾力协助,目前我们有52家林肯中心,未来还增加到65家。与此同时,我们也在不断推出新产品,最早的时候我们只有MKZ和MKC两款产品,到今年年底之前将有5款产品在中国市场销售。在全新林肯大陆Continental推向市场之后,林肯将占据豪华车最重要的几个细分市场。

■ 林肯进入中国两年了,在品牌推广上做了哪些工作?
梅蕙明:推广品牌上,我们依靠传统和数字化传播手段,并增加在各车展上的参与。另

外,我们举办了非常多的体验活动,主要是让更多的消费者坐在林肯的车里亲自驾驶和乘坐,亲眼去看,亲身体会林肯汽车带来的驾乘体验。过去一段时间增长最快的市场主要在SUV领域,也就是家庭用车。林肯非常重视家庭用户,在SUV领域推出全系列的豪华SUV家族,从中型豪华SUV林肯MKC到中大型豪华SUV林肯MKX,到全尺寸的豪华SUV林肯Navigator,在SUV市场里面占据了非常重要的地位。藉此,我们希望林肯汽车的品牌形象更为精英、更可信,同时更具现代感和时尚感,让使用林肯汽车的人成为大家追求的偶像。

■ 我们新的竞争力在哪里?



全新林肯大陆Continental

梅蕙明:让林肯汽车最与众不同、最独特的地方就是“林肯之道”。“林肯之道”是特别强调消费者的消费体验,是完全个性化的体验,是每一个消费者可以得到的个性化服务的消费体验。与此同时,我们还将通过林肯汽车对广大的经销商团队进行深入的培训,提升消费者满意度。我们接下来将采取一个重要的动作就是进一步的提升“林肯之道”给大家带来的服务体验。我们强调不仅仅是在服务体验,还在于产品的个性化驾乘体验。不光是购车中提供一对一这种服务,也是要强调我们的产品。举一个例子,现在全新引入的全新林肯大陆Continental这个车里面有一个叫做尊享全车感座椅,带30项调节功能。30项调节功能意思就是不论你的身高、体型和性别都可以找到自己绝佳身体座位,可以坐得极其舒服。

■ 相对而言,中国市场带来的挑战是不是比你预想的更大?
梅蕙明:中国消费者对林肯品牌是有感情的,而且有非常强烈的拥护感。中国市场增长速度很快了,这让我觉得非常惊讶,同时竞争也是最激烈的。我觉得只要林肯有非常好的产品、可以为客户带来更好的服务,同时可以不断地超越广大消费者对我们的期待,最后市场一定会给我们支持,让我们的销售有更好的增长。