

一些练习生的选拔,实际上是“钓鱼”敛财

——揭秘“演艺练习生”招募乱象

“3万元包出道”“5万元就可拍电影”……不少青少年对“明星梦”满怀憧憬,网络社交平台常常发布各种“练习生招募”信息。然而,记者调查发现,一些练习生的选拔,实际上是“钓鱼”青少年实施敛财。

为圆“明星梦” 被忽悠甚至受骗

北京的大学生萧艾(化名)在微博私信中收到一家自称总部在香港的经纪公司“星探”的邀约。喜欢偶像团体的她一直有着“明星梦”,于是答应参与线下面试。

在面试现场,萧艾发现,多数考生是年龄更小的初高中生。经考官简单问了几个问题后,萧艾被告知符合签约条件。但“星探”提出,萧艾“不是专业艺术院校出身”,需要接受包装和培训,费用为5万元。

“公司承诺,签约之后一年可以有固定的电视剧和电影拍摄资源,这笔前期支付的培训费用很快就可以通过工作挣回来。”被“明星梦”打动的萧艾决定签约,“当时很激动,感觉可以出道了。”

萧艾兴冲冲回家要钱,但家人认为她的决定太草率没同意。不久后,萧艾发现这家公司因涉嫌诈骗人去楼空。没过多长时间,她又遇到一次类似的招募,只不过培训费变成3万元。

萧艾遭遇的练习生骗局并非个案。

所谓“练习生”,最早起源于日韩,是演艺公司挖掘、培养新艺人的一种模式。近年来,国内娱乐圈也引入这一模式。

一些不法分子乘虚而入。今年6月,江苏无锡网警公布一起案例,两名憧憬当明星的中学生陷入“练习生招募”骗局。两人加入一个名为“练习生招募交流群”的QQ群,群内自称是韩国某娱乐公司负责人的李某,伪造公司营业执照和身份信息,向两名学生索要练习生报名费、护照办理费、服装费等费用。

“星探”遍地撒网忽悠人 有培训机构“挂羊头卖狗肉”

在微博练习生相关的超级话题、练习生百度贴吧等网络渠道中,存在大量“招募”“成团”信息。

据广州某经纪公司新人开发部经理王海棠(化名)介绍,这些招募信息真假难辨,具体操盘者往往也是鱼龙混杂。

记者以“想成为练习生”为题发表微博,不到一个小时,就有10余名自称“星探”的注册用户向记者发来私聊信息,在推出公司海报、讲了几句内容相差无几的招揽“套话”后,纷纷要求添加微信。

一个号称是“韩国cube娱乐公司中国分公司”的“经纪人”称,记者进入公司后可以去韩国进修,报名费是10万元到20万元,并称“有老师安排节目,争取中心位,一到两年就能小有名气”。

记者查询发现,该“经纪人”提供的分公司名称在网上查不到任何有效信息,其发送的公司地点显示是上海某地的厂房仓库。当记者提出疑问,该名男子随即表示是“公司刚成立名气太小”的缘故。

王海棠表示,以“潜力不错”为由忽悠人到公司面试后,这些“星探”和“面试官”往往会在现场承诺给予各种资源,诱导年轻人缴费签约。只要完成签约,这些“星探”就能获得相应提成。被“招募”的年轻人进入公司后,还可能遭遇各种要求“续费”的操作。

此外,一些培训机构也打着经纪公司的名号招募练习生。一位自称“湖南台旗下经纪公司”的“艺人统筹”对记者说,交一笔近2万元的训练费,就能获得演出机会。但经查询,该公司只是一家教育培训公司。

值得注意的是,记者调查发现,还有不法分子冒充大型经纪公司工作人员,以视频面试为由引诱未成年人脱衣。

记者在发布“想成为练习生”的个人微博后,一个名为“正在招练习生中”的微博用户主动向记者发起私聊,表示“现在是秘密考核期,考核期间任何内容必须保密”,随即提出拍全身无遮挡身材等要求。

加大规范整治 切实保护青少年利益

当前,练习生已经成为演艺产业一个不可忽视的存在。爱奇艺公布的一组数据显示,《偶像练习生》节目中的100名练习生是从全国87家经纪公司、1908名练习生中选拔出来的。《创造营》《青春有你》以每年一季的频次播出,每季都招募了上百名练习生参赛。

多位专家表示,随着选秀节目热播,练习生市场走热,要高度关注这个领域的乱象,切实保护青少年群体的利益。

专家建议,相关部门应加大对市场的规范,同时有关平台也要注意对信息的监测和审核,减少不良信息传播。
(据新华社)

学习党史办实事 交行推进适老服务工程

交通银行积极贯彻落实《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》(国办发〔2020〕45号)、《关于银行保险机构切实解决老年人运用智能技术困难的通知》(银保监办发〔2021〕40号)工作部署,从硬件、软件两方面做实、做细适老服务工程。

一、打造适老化服务网点

·打造爱老设施。在网点设置无障碍坡道或无障碍求助电话,厅堂内配备爱心座椅,提供老花镜、轮椅、饮水机、点钞机等便民服务设施。

·设置服务专员。设置老年客户爱心服务专员,主动询问和引导老年客户。发挥手持设备作用,为不会或不愿使用智能服务的老年消费者提供便捷的金融服务。

·保留现金业务。网点均保留现金窗口,保障老年人需求。同时改造相关设备,提供指纹确认功能,帮助视力障碍、手部有疾病的老年客户办理业务。

·优化厅堂自助智能设备业务功能。

(1)针对高频应用的风险测评

功能,在自助智能设备实现客户身份信息读取后,自动登记年龄,减少客户手动输入信息项;在获取年龄信息基础上,调整风险测评题目,使风险测评更具针对性;调整字体展示大小,满足老年客户便捷查询与回复各测评题目。(2)针对常用的自助智能设备对账簿打印功能,整体调整字体展示大小,便于老年客户查询及打印对账簿信息。

(3)结合老年客户诉求,优化调整自助智能设备结构性存款购买页面,为产品做减法,减少产品展示数与展示项,回归产品基础要素,突显产品收益率、投资期限与风险等级等产品重要信息,便于老年客户快速了解产品与购买产品。

二、打造智能化惠老设施

(一)推出手机银行关爱版。推出手机银行关爱版,具有一键切换大字版功能,内设语音播报功能,帮助老年客户得到快速而直观的回答。

(二)做好门户网站适老化改造。通过页面代码改造方式,对老年人实现网页文字放大缩小、网页界面放大缩小,阅读辅助十字光标,

文字放大专用屏等服务功能,计划于三季度上线。将针对视力障碍人士,引入智能引擎方式,实现用户语音阅读服务。

(三)建设新一代客服系统。建立新一代95559客服系统,优化老年客户呼入转接方式,通过语音对话即可实现快速转接人工服务,真正让老年客户敢用、会用、好用。



三、打造“五享”服务体系

(一)发布个人养老金融服务品牌,丰富品牌内涵。发布“交银养老”服务品牌,围绕沃享财富、专享保障、智享便捷、安享健康、乐享生活,构建“五享”服务体系,提供专业化、可持续、稳健型的养老金融服务。

(二)提供专属老年客群产品,关注老年群体金融需求。针对大龄断保人员,上线“个人助保贷”产品,惠及更多老年客户。坚持以养老基金、

终身寿险、大额存单作为老年客户资产配置的黄金组合,结合老年群体需求有针对性地做好服务。

(三)优选老年客群增值服务,贴近老年群体健康需求。针对老年客户喜欢走路锻炼的特点,在微信小程序和手机银行APP开展“健步走”活动。端午前后,无锡交行多个网点开展针对老年客户的活动,受到了客户一致好评。

四、打造厅堂外宣传阵地

(一)共建惠老社区,积极开展各类金融宣传。

(二)深化“银发讲堂”,走入社会宣传阵地。

(三)依托线上平台,多形式开展宣传教育。分行公众号每月发布“消保之声”电子期刊,增加了金融知识宣传有声读物。

(四)坚守传统媒体,做实老年客

户警示教育。

“老吾老以及人之老”,随着人口老龄化迅速发展,服务老年人的责任也更加重大。交行将一如既往地以热情的态度、耐心的服务和专业的能力为老年客户提供最暖心、贴心的服务,让老年人享受科技进步的红利。