ICS 03.080.30

A16

团 体 标 准

20XX-XX-XX发布

20XX-XX-XX实施

**中国电子商会** 发布

T/CECC \*\*—2023

互联网婚恋交友行业服务规范

Service specification for online dating and matchmaking industry

目 次

[前 言 I](#_Toc152578826)

[引 言 II](#_Toc152578827)

[1 范围 1](#_Toc152578828)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc152578829)

[3 术语和定义 1](#_Toc152578830)

[4 服务内容 1](#_Toc152578831)

[4.1互联网婚恋交友平台 1](#_Toc152578832)

[4.1.1实名认证 1](#_Toc152578833)

[4.1.2婚恋交友敏感词 2](#_Toc152578834)

[4.1.3服务流程 2](#_Toc152578835)

[4.1.4费用标准 2](#_Toc152578836)

[4.1.5退费规则 2](#_Toc152578837)

[4.1.6售后服务 3](#_Toc152578838)

[4.2婚恋交友门店 3](#_Toc152578839)

[4.2.1服务流程 3](#_Toc152578840)

[4.2.2费用标准 4](#_Toc152578841)

[4.2.3退费规则 4](#_Toc152578842)

[4.2.4售后服务 4](#_Toc152578843)

[5 服务要求 5](#_Toc152578844)

[5.1服务过程的要求 5](#_Toc152578845)

[5.2服务交付标准 5](#_Toc152578846)

[5.3服务人员要求 5](#_Toc152578847)

[5.3.1培训内容 5](#_Toc152578848)

[5.3.2培训方式 5](#_Toc152578849)

[5.4服务场所要求 5](#_Toc152578850)

[5.4.1基础设施 5](#_Toc152578851)

[5.4.2公示要求 6](#_Toc152578852)

[5.4.3办公环境 6](#_Toc152578853)

[5.5信息安全 6](#_Toc152578854)

[6 管理要求 7](#_Toc152578855)

[6.1经营管理责任主体 7](#_Toc152578856)

[6.2管理承诺 7](#_Toc152578857)

[6.3管理职责 7](#_Toc152578858)

[6.4服务记录要求 8](#_Toc152578859)

[6.5服务质量监督 8](#_Toc152578860)

[参考文献 9](#_Toc152578861)

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第一部分：标准化文件的结构和起草规则》给出的规则起草。

本文件由深圳市消费宝网络科技有限公司、江苏省消费者权益保护委员会、深圳市珍爱网信息技术有限公司、深圳我主良缘科技集团有限公司提出和发起。

本文件由中国电子商会归口。

本文件起草单位：深圳市消费宝网络科技有限公司、《消费电子》杂志社、江苏省消费者权益保护委员会、深圳市珍爱网信息技术有限公司、深圳我主良缘科技集团有限公司、深圳市木光科技有限公司、幸福有方（广州）咨询服务有限公司、杭州迈优文化创意有限公司。

本文件主要起草人：王福山、傅铮、黄雪怡、胡怡、付强、赵劲松、邓达、陈超、魏鹏、周致莱等。

引 言

根据互联网婚恋交友行业服务过程中存在的现实问题，江苏省消费者权益保护委员会、深圳市消费宝网络科技有限公司共同牵头，联合有关单位制定互联网婚恋交友行业服务规范。

本标准的制定和发布，将有效维护广大消费者的合法权益，保障适婚人群的婚恋安全，同时有利于营造良好的婚恋交友行业发展环境，规范婚恋交友行业的服务行为，提高行业诚信度，从而推动婚恋市场健康有序发展。

互联网婚恋交友行业服务规范

1. 范围

本文件界定了婚恋交友行业的术语和定义，制定了婚恋交友行业服务要求和管理要求。

本文件适用于：婚恋交友企业的服务及其管理活动。

1. 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 23861-2009 婚姻介绍服务

GB/T 19001-2016《质量管理体系—要求》

GB/T 35273-2020《信息安全技术个人信息安全规范》

1. 术语和定义
	1. 婚恋交友 dating and matchmaking

指交友双方以达成恋爱、婚姻关系为目的，通过相互了解、沟通、交流等行为，最终找到适合自己的恋爱、婚姻对象的交友行为。

* 1. 互联网婚恋交友平台 online dating and matchmaking platform

提供婚恋交友服务的网络平台。

* 1. 婚恋交友门店dating and matchmaking service store

提供婚恋交友服务的场所。

* 1. 婚恋交友服务人员 dating and matchmaking service provider

为具有婚恋交友需求的用户提供婚恋交友服务的工作人员。

* 1. 婚恋交友用户 dating and matchmaking user

通过婚恋交友平台寻找恋爱或结婚对象的单身人士。

1. 服务内容

4.1互联网婚恋交友平台

* + 1. 实名认证
1. 注册账号：用户需要进入平台的注册页面，填写个人基本信息，如姓名、手机号码等，完成个人账号注册；
2. 提交资料：用户注册成功并登录后，进入实名认证页面，需要按照提示填写个人信息，包括真实姓名和身份证号码；同时完成上传照片等；
3. 防止虚假注册：针对一些可能存在虚假注册的情况，平台会采取多种方式进行验证，如人工审核等；
4. 等待审核结果：平台会对用户提交的信息进行审核，审核通过后用户即可正式注册并使用平台服务。
	* 1. 婚恋交友敏感词

婚恋交友平台为了维护网络环境、保护用户权益和营造良好氛围，通常会禁止用户在注册账号、填写个人信息、发布动态内容等方面使用敏感词汇。以下是一些常见的婚恋交友敏感词：

1. 涉及性别歧视、种族歧视、宗教歧视等的词汇；
2. 涉及暴力、刑事犯罪、毒品买卖、赌博等违法行为的词汇；
3. 涉及政治敏感话题、涉及国家安全、传销等的词汇；
4. 涉及色情、低俗、淫秽、暴力、恐怖等不良内容的词汇；
5. 涉及欺诈、骗局、虚假宣传或误导用户的词汇等。

注：具体的婚恋交友敏感词可能因地域和企业的不同而有所差异，因此用户在使用婚恋交友平台时，应当遵守平台规则和相关法律法规，尽量避免使用不当言论和敏感词汇。

* + 1. 服务流程
1. 用户注册：用户需要在平台上注册账号，填写基本的个人信息，如姓名、性别、年龄、城市、职业等；
2. 身份验证：为确保用户真实性，平台会要求用户进行身份验证；
3. 完善个人资料：用户需要填写更详细的个人资料，如教育背景、工作经历、收入、婚姻状态等；
4. 浏览与搜索：用户可以浏览平台推荐的其他用户，也可以通过搜索功能，根据自己的喜好和要求找到合适的对象；
5. 互动交流：用户找到感兴趣的对象后，可以通过平台提供的聊天功能进行交流，了解对方的情况。

注：以上步骤可能因不同的互联网婚恋交友平台而略有不同，但大体上都遵循此流程。



**图1：互联网婚恋交友平台服务流程**

* + 1. 费用标准

一是会员费用，一般根据会员级别和服务内容收取；二是向用户提供付费功能（如查看联系方式、私信等）所需支付的费用，一般是按次数或时间计费。

* + 1. 退费规则

根据服务周期的长短或使用频率、服务内容的完成情况等因素，制定相应的退费条款，明确退费标准、退费流程和申请方式，建立专门的客服团队负责处理退费事宜；强调用户在使用服务过程中应遵守相关规定。

* + 1. 售后服务

线上客服小红娘，明示人工服务时间；若智能客服无法解决用户问题时能快速对接人工服务。

* 1. 婚恋交友门店

4.2.1服务流程

1. 婚恋咨询：一般在用户未到店之前，门店服务人员会先进行电话沟通，向用户介绍公司的服务内容等各项情况，并邀约用户到店进行面谈；
2. 面谈：门店会安排专业的婚恋顾问与用户进行面对面的咨询，以详细了解用户的配偶标准和期望；
3. 填写签字材料：如果用户决定使用服务，需要填写基本信息表、承诺函、服务须知、首次访谈表等；
4. 资料审核：用户需要提供的证件材料包括身份证、婚姻情况证明、有房提供房产证、有车提供车辆行驶证、工作证、有自有公司提供营业执照、大专及以上提供学历证等；审核部门对证件材料进行审查，对于材料有异样的，用户需配合查验，并在必要时提供相应佐证，否则无法开启服务；
5. 确定服务项目：工作人员根据用户自身情况和择偶要求为其推荐服务项目，同时也要参考用户的意见；
6. 签订服务合同：双方沟通好服务项目之后，即可签订合同，签订后双方需要践行合同内容约定的权利和责任，接着根据服务内容缴纳服务费用；
7. 约见服务：工作人员根据用户要求进行匹配安排，约见之前将双方的信息进行如实介绍，并征得双方同意，用户应在约见的前一天或当天再次予以确认，若有变化应及时处理；
8. 回访跟进：在约会完成后，工作人员将于48小时内进行回访，及时反馈双方意向，同时对用户进行后续的服务，包含恋爱指导、情感分析等。



**图2：婚恋交友门店服务流程**

4.2.2费用标准

一是服务套餐费用，根据不同服务内容和级别的套餐，每个套餐对应不同的收费标准；二是咨询费用，一般是按照咨询次数计费；三是信息发布费用，用户在门店内发布个人信息需要支付的费用，一般是固定单价或按数量计费；四是相亲活动费用，组织相亲活动需要收取的费用，一般是按照参与人数和服务内容计费。

4.2.3退费规则

根据服务类型、服务周期和用户使用情况等因素制定相应的退费标准，如按比例退费或全额退费等；明确退费时间、退费方式、退费流程及申请方式，建立专门的团队负责处理退费事宜；如果存在手续费用，需要明确收取标准。

4.2.4售后服务

婚恋交友企业需提供售后服务，包括处理客户投诉、退款请求等。

1. 服务要求
	1. 服务过程的要求

按照GB/T 23861-2009的规定，对婚恋交友企业服务过程的要求包括：

1. 向用户明确服务内容、期限、费用和交付标准；
2. 查验用户的身份证、户口簿、学历证书等身份证明文件，以及房产证等资产证明文件；
3. 让有婚史的用户出示离婚证明或丧偶证明；
4. 要求用户如实填写个人信息登记表，并签署个人信息真实性声明；
5. 对用户的档案妥善保管，保护用户个人隐私；
6. 及时收集用户的反馈意见；
7. 规定48小时内响应用户投诉，7个工作日内给出解决方案。
	1. 服务交付标准
8. 制定服务周期，并明确用户和企业应承担的权利义务；
9. 明确服务范围与服务内容，以及用户和企业应承担的权利义务；
10. 制定服务质量的具体要求和指标，如响应时间、服务态度等；
11. 明确服务流程，保证服务的顺畅和标准化；
12. 设立数据安全保障机制，确保用户个人信息安全；
13. 建立服务评价机制，收集用户反馈并及时改进。
	1. 服务人员要求
14. 应持有相关职业资格证书，如情感咨询师、婚姻家庭咨询师、心理咨询师等；
15. 了解婚恋行业相关政策、法规；
16. 关注婚恋交友用户的需求，积极主动做好服务工作；
17. 熟悉婚恋服务内容、服务流程、收费标准；
18. 上岗后完成定期培训与考核。
	* 1. 培训内容
19. 相关政策、法律法规；
20. 服务意识和职业化；
21. CRM操作手册；
22. 婚恋心理学；
23. 人际交往和沟通技巧；
24. 案例分析。
	* 1. 培训方式
25. 现场授课：由专业讲师在现场进行授课和讲解；
26. 在线学习：通过网络平台开设在线学习课程，服务人员可以进行自学和测试。
	1. 服务场所要求
		1. 基础设施
27. 接待区：作为门店的前台接待区域，负责接待客户、提供相关服务信息等；
28. 会员服务区：为已经成为会员的客户提供专业的婚恋服务，包括约见服务、婚恋咨询等；
29. 后勤区：包括员工休息室、卫生间、储藏室等；
30. 基本设备：计算机、打印机、电话机、照相机等；
31. 支持性服务：互联网接入、户口本/身份证/结婚证/单位证明查验等。
	* 1. 公示要求
32. 公示企业基本信息，包括营业执照、经营范围、营业时间等；
33. 公示服务内容、服务流程、收费标准、监督电话；
34. 明示服务人员姓名、照片和工号；
35. 提供用户投诉的途径和处理流程；
36. 对可能存在的风险进行明确提示，如网络诈骗、个人信息泄露等风险，并提供防范方法。
	* 1. 办公环境

婚恋交友企业应建立有利于提高服务质量的办公环境，包括：

* 1. 具备安全稳定的条件，如防盗、防火、防震等设施；
	2. 应当保持干净整洁，健康卫生，空气流通良好；
	3. 保证网络畅通和稳定，以方便员工处理工作事务；
	4. 对于涉及用户隐私信息的工作区域，需要保证私密性和安全性。
	5. 信息安全

按照GB/T 35273-2020规定，对婚恋交友企业在信息安全方面的要求包括：

1. 信息收集：企业应向用户告知收集信息的目的、方式、范围等规则，并获得用户的授权同意；
2. 信息存储：收集用户信息后，应立即进行去标识化处理，并采取技术和管理措施，将可用于恢复识别用户的信息与去标识化后的信息分开存储并加强访问和使用的权限管理；在传输和存储用户敏感信息时，应采用加密等安全措施；
3. 信息使用：企业应限制与第三方分享用户个人信息的情况，除非得到用户的明确同意或符合法律法规要求；对敏感信息的访问应进行严格控制，确保只有授权的人员可以访问和处理用户的个人信息；
4. 信息主体的权利：用户对个人信息具有查询、修改、删除、注销账户等权利；
5. 信息安全事件处置：企业应制定信息安全事件应急预案并及时将事件相关情况以邮件、电话、推送通知等方式告知受影响的个人信息主体；
6. 信息安全管理要求：企业应明确责任部门与人员；在设计、开发、测试等环节考虑信息保护要求；同时建立适当的数据安全能力，防止用户个人信息的泄漏、损毁、丢失、篡改；定期进行安全审计，检查和评估信息系统的安全性，发现并及时处理安全隐患；
7. 法规合规：了解并遵守相关的法律法规，如《网络安全法》、《个人信息保护法》等，确保企业的信息安全行为合法合规。
8. 管理要求
	1. 经营管理责任主体
		1. 婚恋交友平台
9. 合法经营：平台需遵守相关的法律、法规，取得经营许可证，如增值电信业务经营许可证、网络文化经营许可证等；
10. 用户信息保护：平台需严格遵守数据保护和隐私法规，保护用户个人信息，不得未经用户许可而擅自收集、使用、公开或出售用户个人信息；
11. 服务质量：平台应提供高质量的服务，包括用户体验、匹配效果、客服响应等；
12. 用户反馈处理：平台应设立用户反馈机制，对用户的投诉、建议进行及时处理；
13. 广告和营销：平台在进行广告和营销活动时，应遵守相关法规，不得进行虚假宣传或误导消费者；
14. 透明度：平台应向用户明确告知其服务条款、收费标准、退款流程等信息，保证其运营的透明度。
	* 1. 婚恋交友门店
15. 合法经营：门店需要遵守相关的法律、法规，包括取得合法的营业执照，遵守消费者权益保护法等；
16. 用户信息保护：门店需要严格保护用户个人信息，不能未经用户许可就擅自收集、使用、公开或出售用户的个人信息；
17. 服务质量：门店应提供专业的咨询服务、精准的匹配服务以及优质的客户服务等；
18. 用户反馈处理：门店应设立用户反馈机制，对用户的投诉、建议进行及时处理；
19. 安全性：门店需要对会员进行身份验证，对会员的行为进行监督，以及提供安全的线下见面环境；
20. 透明度：门店应向用户明确告知其服务内容、收费标准、服务流程等信息，保证其运营的透明度；
21. 专业培训：门店应对其员工进行专业培训，以确保他们具备专业知识和技能，包括心理咨询、人际交往、婚恋知识等，为用户提供专业的婚恋服务。
	1. 管理承诺

婚恋交友企业的最高管理者应根据GB/T 19001-2016的规定，建立和实施服务质量管理体系，并满足以下目的和要求：

1. 确定服务质量目标；
2. 让员工充分认识和理解以用户为中心的基本原则；
3. 承诺尽可能满足用户的需求，并不断改进服务的方法；
4. 进行管理评审。
	1. 管理职责
		1. 服务质量管理部门

管理者应在企业内设置服务质量管理部门或指定一名服务质量管理负责人，负责管理质量管理体系的实施，并在定期召开的管理评审会议上，向管理者汇报服务质量管理体系的实施情况和改进建议。

* + 1. 内部沟通

管理者应在企业内建立沟通机制，使员工有更多机会与管理层沟通，内部沟通应注重：

1. 使员工充分理解婚恋交友企业的管理制度、服务规范；
2. 定期听取服务质量管理负责人的汇报；
3. 向员工传达服务质量会议的内容；
4. 提供能够促进内部沟通的场所；
5. 开展能够促进内部沟通的活动。
	1. 服务记录要求
6. 服务资质证明文件；
7. 员工管理制度；
8. 面向用户的服务说明书；
9. 婚恋服务合同范本；
10. 用户资料管理规范；
11. 相关服务记录。
	1. 服务质量监督
		1. 收集反馈

婚恋交友企业应及时了解平台用户、政府相关部门、行业组织等对于服务的反馈意见，并对此类信息进行整理和分析。

* + 1. 内部审核

婚恋交友企业应定期进行内部审核，以确保服务是否达到本标准的要求以及企业自身规定的要求。

# 参考文献

[1] DB31/T520-2011婚姻介绍机构服务规范