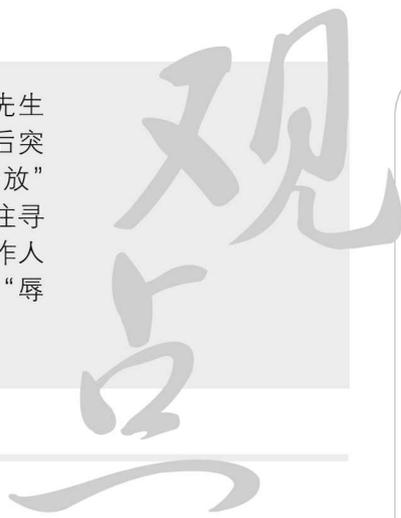


“门”能进了，“脸”如何更好看？



据报道，河南省内乡县居民王先生发布视频称，日前，他在县城买菜后突感内急，看到有“单位公厕，对外开放”的指示牌指向县农业农村局，便前往寻找。但他向一名从值班室走出的工作人员询问厕所位置时，却遭到对方“辱骂”。

温情之外更需筑牢兜底保障

□ 郭元鹏

据媒体报道，日前，有用户发视频称，69岁的丈母娘当晚要从西安咸阳机场飞往大连，老人不识字，也不会说普通话，希望乘坐同一航班的乘客能帮忙照应。没想到这条求助在网上传开了，很多人留言询问情况，也有人主动表示可以提供帮助。当晚10点多，发帖人再次发文：老人已平安抵达，有同机乘客还特意和老人拍了合照。

一位69岁、不识字、不会说普通话的老人独自坐飞机，女婿发了一条求助帖，结果引来百万网友关注，同机乘客主动帮忙，最后老人顺利落地。这件事，以“在外帮助彼此父母”这个约定收场，温暖了很多人。但我们也不能光顾着感动，得冷静想一想：老人这次能平安出行，说到底还是碰上了好心人，是靠运气，不是靠制度。而这样的运气，不能一直拿来当保障。

先说网友的善意，这事儿最打动人就是这股热心劲儿。老人一个人走机场，不会说普通话，不识字，手里还拎着行李，晕机晕车，想想都让人揪心。女婿发帖求助，说白了也是没办法的办法，属于普通人在现实面前的无奈之举。可结果呢？成千上万的网友转评关注，同机乘客顺手帮了一把，这不就是“老吾老以及人之老”的活例子吗？“在外帮助彼此父母”是把自己对家里

老人的挂念，分了一份给素不相识的长辈。这种共情，这种善意，就是人人与人之间最暖的东西。

可话说回来，光有这股暖意还不够。问题是，老人为啥需要靠网友帮忙才能坐飞机？根本原因还是服务没跟上。报道里提到，这条航线本来就没有“无陪老人服务”，就算家属想申请引导上下机，也得自己先联系机场，航司那边只负责“反馈情况”。对不识字、不会说普通话的老人来说，家属不在身边，这些流程根本走不通。说白了，机场和航司的服务缺位，把老人推到了一个很被动的境地。

说到底，老人出行的权益，不能指望偶尔碰上的好心人，得靠制度牢牢托住。现在老龄化越来越深，以后一个人坐飞机的老人只会越来越多。有人不识字，有人不会用手机，有人听不太懂普通话，但他们也有出行的权利。机场和航空公司是公共服务单位，就得担起这个责任：把无陪老人的服务做细，把申请流程简化，安排专人接、送、陪，让不识字、没人陪的老人也能安心出门、顺利抵达。

“在外帮助彼此父母”这个约定很暖心，但它更大的意义，是提醒我们：别光靠人与人之间的热心，还得靠制度和服务的真心，让那些独自出行的老人被温柔以待。

观影后悔权，让选择权真正回归消费者

□ 吴睿鹤

近日，杭州西田城时代联合影城试行推出了一项“观影体验保障服务”，给了观众一份“观影后悔权”：观众只要在影片放映20分钟内觉得体验不佳，即可申请退还40%的票价，无需再为“踩雷”的电影默默买单。“从3月1日到4月30日，这段时间来观影的观众，都能享受这项服务。”

买衣服可七天无理由退货，看电影遇“烂片”却只能自认倒霉，这一消费领域的失衡现象，长期以来刺痛着无数影迷。如今，“观影体验保障服务”似乎打破了“电影票售出概不退换”的行业惯例，将“观影后悔权”交到消费者手中，这不仅是对消费者权益的有力守护，也是电影市场高质量发展的有益探索。

电影作为精神文化商品，其体验的主观性的背后，藏着信息不对称的困境。消费者仅凭预告片、宣传文案难以判断影片质量，一旦进场发现内容粗制滥造，既浪费时间成本，又损失金钱利益。此前，中国电影发行放映协会虽出台过电影票退改签规定，但仅针对放映前，未能覆盖观影中的体验落差问题。

在同质化竞争日益激烈的当下，单纯依靠硬件升级已难以留住观众，而“以消费者为中心”的服务创新，正在成为新的竞争优势。影城方面解释，40%的退款比例已是最大诚意，因票房约60%需结

算给片方及院线，用于覆盖制作、发行与运营成本，影院自主支配空间有限。这种兼顾各方利益的折中方案，既借鉴了胖东来影城“观影不满意可退票”的服务理念，也体现了影院主动让利和凝聚影迷信任的决心，为行业服务升级提供了可参考的范本。

有人担忧，“观影后悔权”可能引发滥用，或倒逼片方投机取巧打造“前20分钟爆款”。但从试行首日零退票的情况来看，消费者的理性选择的与影片质量的整体提升，已给出积极回应。更重要的是，这一机制将形成正向倒逼，最终推动整个行业向“内容为王”回归。

电影消费的升级，不仅需要优质内容的供给，更需要完善的权益保障体系。杭州影城的试行，虽只是行业内的一次小范围尝试，却彰显了消费维权领域的进步，也为文化消费领域的权益保障提供了新思路。当然，“观影后悔权”的推广仍需破解标准界定、分账协调等难题。

从“无理由退货”走进日常消费，到“观影后悔权”试水电影市场，消费者的权益边界正在不断拓展。期待这场小小的服务创新，能引发行业连锁反应，让更多经营者树立“消费者至上”的理念，让每一次消费都能被尊重、每一份期待都不被辜负，推动电影市场在规范中走向更高质量的发展。

不仅伤害了公众情感，更让便民举措善意蒙尘，损害政府公信力。

深入剖析可见，事件背后是基层工作人员服务意识的缺失和单位管理的松懈。涉事门卫魏某作为单位对外服务的第一道窗口，其言行直接代表单位形象，却缺乏基本的文明素养，使得小问题发酵为公众争议。

近年来，不少地方推动机关公厕对外开放。这本是城市精细化治理的体现，但部分单位存在“重形式、轻管理”的现象，只挂标识少做服务，甚至出现拒绝群众使用、态度恶劣等问题，让便民举措打了折扣。

就此而言，此次事件既是警示也是改进契机。需从作风建设入手，强化基层人员服务意识，同时也要完善机关厕所对外开放管理制度，避免类似“小鬼难缠”的问题给民众添堵。

“小鬼难缠”也是作风问题

机关公厕对外开放本是彰显城市温度、践行民生服务的暖心举措，却因工作人员的不当言行陷入争议。这不仅违背了政策初衷，更暴露出个别基层单位依旧存在“小鬼难缠”的作风建设短板。

客观看待这一事件，既要肯定后续处置的积极态度，也要深挖问题根源，才能避免类似闹剧重演。

这一事件的核心矛盾，是公共服务承诺与实际执行的脱节。据了解，内乡县推出机关单位公厕对外开放政策已有多年，初衷是盘活公共资源，解决群众“如厕难”的问题，这是践行公共服务均等化的积极尝试。

不过，政策落地却出现了“指示牌对外，服务态度对内”的尴尬。如工作人员对王先生“眼瞎”和“当神敬”，严重背离政务服务应有的文明规范。涉事工作人员的冷漠与傲慢，

“开放”绝不只是做做样子

此事看起来虽是个人行为，但作为机关单位的第一道“窗口”，门卫的一言一行直接关乎外界对政府形象的认知。正如当事人所言：“如果问个厕所就是这种态度，那来办事的群众是不是也会受到刁难？”所以，当事人的较真、舆论的关注，绝非苛责。

事发政府机关门口，这一幕所对应的就不仅仅只是个人素质的偏差，更可能是作风之弊、服务之失。无论从哪个角度看，在全面推进服务型政府建设的当下，如此“霸道”作风，既不正常，更不应该。

更耐人寻味的，还有事件处理过程中暴露出的“迟钝”与“被动”。从报道的时间线来看，姑且不论2月14日发生的事，当事人在2月26日才得到回复（中间经历了春节假期）是否及时，在最初当事人提出“依据相关规定对涉事人员作出处分，并出具书面答复”的诉求后，对方工作人员在无调查的情况下直接当场拒绝，并称“完全不可能”。而在当事人表明录有现场视频后，该工作人员提出添加微信，要求其提供视频材料与相关诉求，并承诺“已经向领导反映，有消息再联系你”，似乎态度才明显“好转”。这样的被动应对与选择性重视所传递的某种思维，或同样不容忽

视。

进一步看，此事或也反映出一种值得注意的现象，即一些机关单位在硬件“开放”上做到了，但思想“开门”还远远没有跟上。

报道中提到，内乡县早在2021年便推出“共享厕所”，20余个临街单位免费开放内部厕所，最大限度兼顾群众需求。这说明，物理上的“门”确实是开了，但正如此事所反映的，借厕居民问个路，却多次被怼，说明有些“人”的思维还非常“封闭”。

政府机关开放绝不只是挂牌子、做做样子。如果“门难进”的问题解决了，“脸难看”的积习依然顽固，那就难言真正的开放，更谈不上什么服务。更何况，正常回应借厕问路只是一个最基本的礼仪问题，连这一点都难做到，背后的意识偏差可能就更值得重视了。

目前，通报称对涉事人员作出处理，并向当事人道歉，涉事机关还启动了专项整治。但“门”能进了，“脸”如何更好看？“人”的问题如何与“物”的开放同步解决？部分机关单位恐怕还需要有更深层的探索和改进。

综合新京报、红星新闻等
(荔言 整理)