

敞开大门,在复工中找回生活的节奏

观点
提要

从复工到找回正常生活节奏,需要时间来一点点治愈疫情留给公众的心理创伤。以影院复工为例,既需要影院先敞开大门,让一部分胆大的人先去试探,也需要慢慢有人跟进,最后回到影院过往的市场节奏。这需要一个引流的过程,而前提是先敞开大门。只有更多的公共和经营场所打开大门,公众才会跟着市场的步调找回生活的节奏。

继洋说事

□ 王继洋

据《大河报》报道,3月20日全国486家影院复工,当日总票房1.38万元,其中河南128家影院、广东38家影院,票房均为0元;21日,全国共507家影院复工,全国单日票房3.1万元;22日全国523家影院复工,全国单日票房4.14万元。

对于以往动辄单日票房过亿的中国电影市场来说,复工前3天累计票房不足9万,这样的数据着实有些惨淡。24日,淄博本地影院也将复工,从趋势上来讲,票房估计也不会好看。毕

竟,复工后电影院放映的都是复映电影,对影迷吸引力不大。不过,当前电影票房低迷,更重要的原因,是在疫情还没有完全消失的情况下,大家的心理防护还要继续一段时间。影院属于人群密集场所,所以观影者寥寥是情理之中的事情。

22日,淄博市委新冠肺炎疫情防控工作领导小组(指挥部)发布《关于调整疫情防控措施的通告》(以下简称《通告》),明确指出包括影剧院在内的公共和经营场所即日起可恢复开放,但同时要求“加强通风换气、清洗消毒,合理控制场所内人员数量,严格落实对员工健康监测和内部管理措施”。很显然,相关部门认为时机已到,影院也满足

了复工条件,才会有复工一说。

当前形势下,复工的影院短期内大概率是赔本赚吆喝。不过对于影迷来说,此次疫情也许是好事——部分影院的卫生条件堪忧,这次疫情,起码提高了对影院的卫生要求。接下来影院要想吸引影迷回归,新风系统的更新与维护,观众座椅的更换和清洁,影院内外环境的消毒保洁工作等,都将成为影院恢复影迷安全感必不可少的日常工作。

影院复工是这样,其他公共和经营场所也该如此。在消费者还没有主动意愿的情况下,复工的初始阶段注定会很艰难——要求高、要求多、要求严,不仅对复工单位和企业是不小的考验,对相关部门也是极大的

考验。企业要生存,员工要吃饭,经济要稳定,长时间大范围完全停摆,是经济社会不可承受之重。在有效落实防控要求的基础上,单位和企业复工后的压力,还需要相关部门出台政策措施兜底。

从复工到找回正常生活节奏,需要时间来一点点治愈疫情留给公众的心理创伤。以影院复工为例,既需要影院先敞开大门,让一部分胆大的人先去试探,也需要慢慢有人跟进,最后回到影院过往的市场节奏。这需要一个引流的过程,而前提是先敞开大门。只有更多的公共和经营场所打开大门,公众才会跟着市场的步调找回生活的节奏。

“等疫情过后”的冥想不妨少些

□ 张翼

等疫情过后,“这类人将脱颖而出”;等疫情过后,分餐会成为潮流;等疫情过后,在线教育会在学校扎根……诸如此类的畅想与疑惑,某种程度上成为当下的一种时髦。不可否认,其中不乏某种告诫、警示或憧憬,可整体上考量起来,这类冥想并没有什么实际意义。

历史从不等待一切犹豫者、观望者、懈怠者、软弱者。只有与历史同步、与时代共命运的人,才能赢得光明的未来。这些天来,支援湖北、武汉战疫一线的白衣天使们,受到了英雄般的礼遇,无论是对其子女必要的照顾政策,还是包括民航、交警等以最高礼仪接送,从物质到精神上都让其中不少人发出了“此生无悔”“人生也就这样了”的感慨。为什么会这样?最根本的原因,是他们在国家和人民面临病魔挑战的危难关头,舍身忘我地承担起了救死扶伤的逆行职责。在时间的长河里,他与无数普普通通的逆行者、坚守者、贡献者一起,写下了可歌可泣的一页。

他们什么时候犹豫过、观望过、懈怠过、软弱过?他们忙得连网上的“闲言碎语”“风言风语”都顾不上看。正是因为有这些不忘初心、脚踏实地、埋头苦干、精心实干的人,才让“疫情过后”一步步从畅想变为现实。

一步行动,胜过一切冥想、幻想、胡思乱想。疫情防控和经济社会发展两翼齐动,防境外输入一丝一毫都马虎大意不得,个人防护和养家糊口、贡献社会也要统筹兼顾,等靠要的意识一丝一毫都要不得。

经济社会生态要良性修复,光靠几个“大个子”撑着,光靠单向度地给贷款、减税降费、消费券“输血”并非长久之计。从产业链角度看,中小微企业、个体户、小商贩、农民工、普通群众,都需要在应急响应的相应级别之下,借着大好春光,戴好口罩,登记好信息,依法依规采取适度适宜的应对方式,慢慢动起来、干起来,“吃住娱购游”起来,各做各的一份儿事去,共同赢得一泉汨汨活水,获取一派勃勃生机。

放下“等疫情过后”这类冥想,还是代之以当下干点啥的实际行动吧!哪怕暂时不出门、看慕课学知识、看短视频学一门手艺,也比长时间无所事事中冥想要靠谱。

结婚证



大众报业集团十大名牌专栏

诗评画议

辛冠费妍成眷属,
如此玩笑太无度。
博人眼球失底线,
幸灾乐祸不可恕。

绘画 陶小莫 配诗 王继洋

近日,有网友晒出的一张结婚证走红:结婚证上的男方为辛冠,女方为费妍,合起来与“新冠肺炎”谐音。网友看后直呼“全网唯一,最牛结婚证”。随后当事人出来辟谣称,证件照被人冒用,名字不是自己的,希望大家不要再恶意转发了。

据3月23日中新网

在线旅游投诉激增给旅游业上了一课

观点
提要

消费者出于安全担忧取消行程计划,虽构成合同违约,但按照合同法相关规定,因不可抗力不能履行合同的,依据不可抗力影响,部分或者全部免除责任。对于有损退订这种情况,平台需要向消费者出具退款前资源方已经扣费的相关证明。同时,在线旅游平台与供应商之间的责任划分仍然不够清晰,存在平台与供应商互相“踢皮球”的现象。

□ 胡建兵

北京阳光消费大数据研究院通过对1月20日至2月29日之间相关数据的分析发现,国内各大在线旅游平台需要应对的退改工作量,保守估计在1亿人次左右。所有平台都迎来了规模空前的退改需求,投诉量也随之增加,2月的消费者投诉量环比增长300%以上。

疫情期间,旅游业受到了较大冲击。1月24日,文化和旅游部、民航局、交通部等多部门分别发布通知,要求自当天起,全国旅行社及在线旅游企业暂停经营团队旅游及相关产品,妥善处理退团退费等诉求;此前已购买民航机票、铁路火车票、公路水路的旅客自愿退票的,应给

予免费办理退票,不得收取任何费用。通知一出,各种退改需求在短期内集中激增,各个旅游平台客服系统进入极限运行状态,企业也承受了巨大压力。

疫情期间,在线旅游消费者投诉量猛增300%。出现这样的情况,与退改需求的激增有关。受疫情影响,加上境外疫情扩散,在线旅游消费者在行程退改方面遇到了诸多困难。在投诉量大幅攀升的非常时期,在线旅游平台对消费者知情权的保障不足问题较平时更为突出。例如,对于机票退款周期的回复不及时、不准确,会加剧用户的焦虑情绪。此外,部分在线旅游企业遇到规则争议时,没有及时采取有效措施维护消费者的合法

权益。比如全额退款政策发布前因疫情自愿退款的订单,能否要求退还退票手续费等问题,不同公司有不同政策,由此引发了很多投诉。

突如其来的疫情确实让一些旅游企业一时难以招架。由于疫情出现大量退改订单,一时之间应接不暇,一些境外资源方沟通起来又较为耗时,导致一些退订申请出现延迟。与此同时,对于类似新冠肺炎疫情这样的不可抗力的认定仍然存在模糊地带,在疫情响应等级提高之前发生的退改是否能按不可抗力处理,也存在标准不一的问题,由此导致的消费者投诉也较多。

疫情期间,在线旅游投诉激增给旅游业上了一课。消费者出

于安全担忧取消行程计划,虽构成合同违约,但按照合同法相关规定,因不可抗力不能履行合同的,依据不可抗力影响,部分或者全部免除责任。对于有损退订这种情况,平台需要向消费者出具退款前资源方已经扣费的相关证明。同时,在线旅游平台与供应商之间的责任划分仍然不够清晰,存在平台与供应商互相“踢皮球”的现象。平台与供应商之间出现标准差异和分歧,最终容易导致消费者权益受损。

此次疫情是对旅游企业的一次考验,希望相关旅游企业优化交易规则,在网页醒目位置写明平台退改规则,及时公示相关政策及处理进度,保障消费者知情权。