



## 影院推出“午休服务”

□本期主持人:于理

主持人:近日,陕西西安有影城在工作日推出了“午休服务”,把电影院打造成打工人的午间休憩地,提供免费消毒毛毯、充电设备、午后咖啡等,办理单人月卡39.9元,按每月20天计算日均2元都不到。有人认为,这是影院“花式自救”的聪明跨界,也有人认为,这不过是营销噱头,既睡不好,也难解影院困境。你怎么看?

本期嘉宾:戴先任、黄思安、贾迪敏

### 盘活闲置资源

□戴先任(职员)

影院经营面临着不容忽视的现实压力。一方面,票房本身存在明显的淡旺季波动,淡季客流量骤减已是常态;另一方面,随着银幕数量持续增长、影院布局日趋密集,行业内部竞争愈发白热化,不少影城的经营压力很大。与此同时,当代消费者的文化娱乐选择极为丰富,从流媒体、短视频到各类线下体验空间,都在分流观众的电影消费时间和预算,观众“用脚投票”的意愿和能力都比以往更强。在这样的背景下,影院的多元化探索并非舍本逐末,而是业态主动破壁、自我重塑的有益尝试。

比如影院工作日中午观影人员本来就较少,大量客座、恒温影厅资源处于近乎空转的闲置状态。影院推出“包月午睡”服务,能够解决影院周边上班族没地方午睡的痛点,也有利于提高影院座位使用率,盘活影院“午间资源”。同时,推出“包月午睡”服务,也能为影院起到引流作用,比如这些人可能顺手买一杯咖啡、一份爆米花,甚至在下班后留下来看一场电影。“午睡”成了引流的工具,真正的生意在“睡”之外。

当电影院不再仅仅被定义为“放电影的地方”,而是一个可以承载休憩、社交、办公等多元需求的复合型公共空间,其抗风险能力和商业弹性便随之增强。

### 噱头大于实质

□黄思安(教师)

部分影院推出的低价午休包月服务,看似是盘活闲置资源、贴合打工人需求的创新举措,但笔者担心,这个服务恐怕会流于形式。

从消费者体验来看,影院并非适配午休的理想场景,根本无法保障高质量的休憩环境。电影院大厅及放映厅属于公共开放空间,参与午休的人员流动杂乱,无法实现封闭式安静管理。午休时段,难免有进出人员走动、轻声交谈,部分使用者还会接听工作电话、刷手机播放音频,各类细碎噪声交织,彻底打破了午休所需的静谧氛围。对于需要短暂深度休息、恢复精力的上班族而言,这种嘈杂多变的环境,根本无法实现安稳午睡,难以达到休憩放松的核心目的。

对比职场现有休息条件,影院午休服务并无优势,反而徒增通勤成本。多数企业办公场所均可摆放简易躺椅、折叠床,上班族无需往返奔波,午休时间可完全用于休息。而选择影院午休,员工需在有限的午间时段往返办公区与影院,挤占本就短暂的休息时间,路途奔波容易加剧疲惫。即便影院配备毛毯、充电设备等基础物资,也无法抵消环境噪声与通勤损耗带来的负面影响,还不如办公室就地休憩便捷舒适。

概言之,影院午休服务缺乏标准化的管理体系,无法把控服务体验,难以形成稳定的客流与消费转化,所谓的“引流效应”大多流于空想。

### 深耕方为根本

□贾迪敏(评论员)

近年来,国内影院行业深陷同质化竞争、客流下滑、营收单一的发展困境,各大影院纷纷跳出单一观影业务,开展多元化经营探索。影院主动突破经营边界的思路值得鼓励,但多元化经营的核心从来不是品类堆砌的“多样”,而是落地可行、运营规范的“经营”。

长期以来,影院行业的多元化探索始终陷入“重形式、轻落地”的误区。过去,影院曾先后试水餐饮零售、亲子游乐、剧本娱乐、场地租赁等各类跨界业务,初期均收获一定热度,但最终大多不了了之。究其根源,多数影院的跨界尝试仅停留在填补闲置时段、盘活闲置场地的浅层层面,缺乏完整的商业模式、标准化服务体系和精细化运营支撑,看似业务品类不断增多,实则并未形成可持续的营收能力和核心竞争力。

针对此次午休服务,影院若想真正落地提质,不能只简单开放场地、提供基础物资,而需建立一套专属的规范化运营体系,例如划分专属午休影厅、实行单人隔位就座制度,制定静音守则、专人现场秩序维护与巡检机制,统一午休时段、消杀标准和服务流程,通过规范化、精细化的管理,补齐体验短板,让闲置场地利用从“粗放空置填充”转向“高品质合规经营”,真正把跨界服务做成可持续的增量业务。

影院自救不能依赖花样翻新的跨界尝试。唯有摒弃“重多样、轻经营”的浮躁心态,建立标准化服务体系、完善商业化运营模式,让主业务务落地生根,才能真正实现行业转型升级,摆脱昙花一现的经营困局。

# 一杯咖啡,让泉州更“有范”

□温文清



伴随着泉州世界遗产城市红利持续释放,“世界美食之都”城市名片不断擦亮,年轻群体源源不断涌入古城,咖啡文化正扎根刺桐沃土,不断生长、蜕变、创新。当醇厚馥郁的咖啡香气,萦绕在古巷骑楼、山海乡野之间,一场跨越古今、融汇中西的风味变奏,正在泉州徐徐奏响。(据《泉州晚报》报道)

如今,从写字楼的清晨,到老城街巷的午后,一杯咖啡正在成为越来越多年轻人的日常标配。它早已不只是一种饮品,更成为一种生活态度、社交语言与城市文化的符号。一杯咖啡,搭配一缕阳光、一本喜欢的书,或是和朋友的一场轻松交谈……在咖啡馆这个“第三空间”里,藏着年轻人对生活的热爱、对自由的向往,不只是远离喧嚣,更是一种松弛与自洽,令人上瘾。

泉州咖啡店的特色在于“隐”。不只是古城核心街巷,在山麓、湖畔、海岸、乡野、天台,都可以藏着咖啡店的影子,山海之间,处处皆有咖啡香:隐

匿在清源山脚下的咖啡馆,空间设计简约雅致,搭配窗外山林,成为年轻人逃离城市喧嚣、打卡休憩的目的地;坐落于仙公山的山间咖啡馆,如同世外桃源,令人尽享清幽;取景于西湖公园的森系咖啡馆,草木环抱,推窗即见湖光山色;潜藏于古城楼宇的天台咖啡馆,更是坐观车水马龙、俯视人间烟火的优雅站位。

泉州咖啡店的灵动在于“新”。咖啡本是外来文化,但是扎根世界美食之都的丰厚土壤,本土咖啡主理人不断挖掘闽南特色风物,将代代相传的古早食材,与现代咖啡工艺巧妙融合、加以创新,孵化出富有在地文化的创意特调。石花膏咖啡、惠女薯咖、铁观音咖啡、烧肉粽咖啡、润饼菜咖啡等打破了常规的饮品搭配,把泉州餐桌的古早风味搬进了咖啡杯,让传统饮食文化与外来咖啡文化碰撞出奇妙火花。一个小小的咖啡杯,成为在地文化创意展示的灵动画布,也推动着咖啡业自身在泉州的深刻转型。

泉州咖啡店的活力在于“连”。一杯咖啡,串起了匠人、产地、城市与生活。咖啡店蓬勃发展的背后,是青年群体源源不断的创造力和消费力,大量在外求学、工作的泉州年轻人选择返乡创业,也有不少外地青年人奔赴泉州扎根开店。随着精品咖啡文化的普

及,越来越多年轻人学会关注豆子的产地、烘焙度、冲煮方式,从“喝一杯咖啡”变成“懂一杯咖啡”,他们开始用专业的眼光,重新定义对一杯饮品的理解。与此同时,咖啡周、咖啡师赛事、产区杯测、行业分享等活动,让年轻人在交流、体验、分享的同时,逐渐读懂了古城的时尚与包容。

咖啡是一种低调、自我的生活方式。一座有活力的城市不能没有咖啡,一座有厚重文化的城市值得拥有咖啡。泉州不仅拥有深厚的历史文化资源,更具备发展精品咖啡产业和主理人经济的天然优势。一杯小小的咖啡,不仅让泉州凸显“文艺”范,更加活化了古建筑、盘活了旧厂房、唤醒了老街巷,为城市更新注入了勃勃生机。

当然,也要看到,当前泉州的咖啡行业仍存在良莠不齐、同质化等隐忧,但是,这丝毫不影响咖啡对泉州文艺品质的加分。我们期待,相关部门在加强食品安全监管的基础上,积极做好咖啡业的发展规划和产业引导,让未来的泉州能以咖啡为载体,推动城市产业升级、文化传播与人才集聚的同频共振,真正成为一座有影响力的精品咖啡之城。



近日,山东省滨州市市场监管局10名青年干部化身外卖骑手,穿梭于城市大街小巷。14天累计跑完1148单,在接单送餐的奔波之中排查梳理出145个行业问题,依法取缔2家“幽灵外卖”。

有人为这种下沉一线、接地气的调研方式点赞,认为跳出办公室才能看见真问题;但也不乏质疑之声,担忧这只是一场摆拍作秀、流量式的“短期表演”。褒贬交织的舆论背后,恰恰说明沉浸式调研要经得起现实的打量。(济南日报/文 惠清/图)

# 善意不容辜负 法治更应扬善

□曾于里



近日,湖南衡阳祁东县发生的一起事件引发社会广泛关注。8月17日,一位老人因身体不适走进路边一家牌馆,在门口凳子上坐下休息,不料一分多钟后便失去意识晕倒。女店主发现情况不对,上前询问未获答复,随即与旁人将老人扶到店外并拨打120。尽管及时送医,老人最终还是因自身基础疾病不幸离世。警方调阅监控、司法所核实病历后均明确认定:店家无过错,不承担法律责任。

然而,老人家属认为老人是在牌馆出的事,且店主有帮扶行为,店家就应当为老人的离世负责。老人家属坚持索赔10万元,甚至威胁不赔钱就把老人遗体放在牌馆门口。双方在派出所协商两次,赔偿金额从10万元降到1.9万元后协商成功。店家向老人儿子支付了款项。店主坦言,并非理亏,而是实在耗不起无休止的纠缠。

店家明明没有错,警方和司法所也给出了“无过错”的明确结论,为何在派出所调解之后,仍然要支付一笔“人道主义补偿款”?派出所的调解理

辑,才是整个事件最值得追问的核心问题。

不必讳言,这类事件在基层矛盾纠纷调解中并不鲜见。怕事情闹大、怕影响稳定、怕耗费精力,于是倾向于用“摆平”代替“公平”,用“妥协”替代“正义”。这类调解把“调解成功”当作唯一目标,而忽略了调解应当承载的公平正义内涵。

作为化解社会矛盾的重要方式,调解的本意当然是消弭纷争、修复关系,但是,高明的调解绝非简单的“劝和”“压事”,它有着一系列内在的价值准则。调解必须符合公平正义,不能以牺牲一方的合法权益为代价去换取表面的平静;必须符合公序良俗,不能纵容无理取闹者、伤害守法善良者;必须以事实为依据、以法律为准绳,在明辨是非的基础上寻求共识。如果把息事宁人当作唯一标准,而不管“调”得公不公平、“解”得平不平,调解就沦为了对正义的回避。

也正是因为如此,这起事件才引发了如此巨大的舆论波澜。它触碰了一个根本性的问题——当善意施救者不仅得不到保护,反而要为举手之善付出代价时,社会道德的根基正在被侵蚀。有责依法担责,无责则不应承担责任,这是法治社会最基本的底线;如果每一次善意的帮扶都可能面

临被索赔的风险、每一次挺身而出都可能变成一场旷日持久的纠缠,那么“扶不扶”“救不救”就将从一个道德选择题,变成一个利益计算题。在鼓励助人为乐这件事上,每一个“花钱息事”的先例,都在无形中抬高行善的门槛、降低冷漠的成本。一旦纵容这种歪风邪气,影响的将不只是个案中的当事人,而是整个社会的法治素养和道德水平。

8月24日,湖南祁东县司法局已就店主帮扶老人遭索赔一事介入调查,我们期待司法部门的调查能够给出一个经得起追问的结论。8月26日,被索赔店主收到老人家属退回的1.9万元。我们也呼吁,基层矛盾纠纷的调解能够从这起事件中吸取深刻的经验教训。调解的过程应当是情、理、法相结合,确保调解结果符合人民群众判断是非曲直、公平正义的价值理念;调解不能成为为无理诉求的纵容,不能成为对法律原则的妥协,更不能成为对善良者的二次伤害。

唯有让每一次挺身而出都有法律的坚实支撑,让每一份善意都不必担心被反噬,社会才能在崇德向善的轨道上行稳致远。



## 九口人千里送学 应理性看待

□魏芳

8月25日,上海交通大学迎来2026级本科新生报到。电气工程学院的一位新生在家人的陪伴下抵达校园,一家九口从千里之外的湖南专程相送入学。(8月25日《澎湃新闻》)

历经十余年寒窗苦读,孩子顺利考上大学,这无疑是整个家庭的一件大喜事。对于长辈而言,这是孩子人生重要的转折点,这份千里相送承载着全家人长久的期盼。我们应该理性看待,不该简单地把九口人送学贴上“溺爱”的标签。因为亲情自带仪式感,全家人结伴送上祝福,这份真挚的情感理应得到理解。

然而,盛大的送行场面暴露的成长短板同样不容忽视。大学,正是青年挣脱家庭庇护,逐步走向人格独立的关键阶段。完成报到登记、整理宿舍内务、摸清校园布局,一桩桩琐碎的小事,都是难得的成长课。倘若家长习惯于事事代劳,大小难题都替孩子摆平,久而久之便容易催生依赖心理。家长满腔的疼爱,一不小心就会变成困住孩子的枷锁。

高校同样肩负引导的责任。学校无需下达硬性禁令,限制到校家属的人数,却可以借助报到指南、校园宣传栏、公众号推文发出倡议,倡导简约送学。通过温和的宣传,扭转部分家长大包大揽的习惯,号召新生主动扛起报到的各项事务。与此同时,应不断优化报到服务,增设志愿服务岗,简化各项登记流程,让独自报到不再是一件麻烦事,降低学生独立办理手续的门槛。愿每一份厚重的亲情都懂得给孩子适度“留白”,放下包办的执念,给予孩子足够的历练空间,这才是家人对孩子最好的“爱”。

## 敌敌畏消杀餐厅 须严惩不贷

□阿丁

记者调查发现,一家为数十家连锁餐饮企业提供消杀服务的公司,长期使用敌敌畏进行消杀。为规避检查,员工将敌敌畏原液灌入矿泉水瓶并撕掉标签,还使用“三无”杀鼠剂。记者对多家餐厅消杀后地面残留液体进行采样,采用敌敌畏胶体金快速检测方法检测,结果为阳性。(8月24日《新京报》)

许多人对餐饮消杀的认知,还停留在“灭蟑螂、防蚊虫”的常规操作,认为这是给食品安全加的一道保险,万万没想到,本该守护安全的环节,反而成了最大的风险源。消杀公司为了压缩成本,用几块钱一瓶的敌敌畏,替代合规的专用消杀药剂,既不告知餐厅实情,也不做任何安全提示,完全把消费者的生命健康当成了随意牺牲的代价。

在这条黑色产业链里,消杀公司和部分餐厅往往形成“默契”。餐厅仅关心消杀的报价够不够低,能不能快速“灭掉虫子应付检查”,根本不核查消杀公司的资质,也不检查用药是否合规。本该双方共同守住的食品安全关卡,在逐利的冲动下却彻底失守,消杀公司赚了黑心钱,餐厅省了成本、应付了检查,最后所有的健康风险,全部转嫁给了毫不知情的消费者。

针对此类违法事件,必须采取严厉措施。监管部门要对涉事消杀公司立案彻查,顶格处罚,追究相关人员刑责,让“消杀变投毒”的违法者付出惨痛代价;要对辖区所有餐饮单位开展全覆盖排查,核查消杀服务的合同、用药记录和资质证明,把这个被忽略的“隐秘角落”风险点,纳入常规监管体系,让消杀在阳光下进行。餐饮经营者也须守住食品安全防线,杜绝违法消杀,保障消费者生命健康安全。

## 服务码变隐患码 当压实责任

□天歌

3年前,山东的吕女士从浙江某商家购入一款油烟机,最近出现滴油现象,找到购买凭证后,吕女士用手机扫描上面的售后服务二维码,不料页面却跳转至某盗版电影网站。二维码在越来越多领域发挥重要作用,但“服务码”成为“隐患码”的情况时有发生,频频成为黑灰产引流入口。(8月25日《工人日报》)

二维码乱象的滋生并非偶然,根源在于企业服务“数字烂尾”。不少商家、企业投放静态二维码后便置之不理,忽视域名续费、后台运维与页面巡查。一旦域名到期未及时续期,被黑灰产恶意抢注接管,原本正规的服务二维码就会沦为非法引流的“任意门”。部分商家关停迁移、品牌更换后,遗留的“僵尸码”无人清理,持续误导消费者。

除了域名闲置被抢占,网络劫持也是安全陷阱。公共WiFi若被黑客篡改,就会出现域名劫持,用户扫码请求会被恶意篡改,正规域名强行跳转至涉黄、赌博、盗版等违规页面。这种“所见非所得”的隐蔽漏洞,让消费者难以辨别真伪,大幅提升了网络受骗、信息泄露的概率。

整治二维码乱象,必须坚持监管、责任、技术多管齐下,筑牢数字安全防护网。各类商家、企业作为二维码投放主体,需摒弃“一投了之”的惰性思维,建立常态化巡查清理机制,及时更新失效链接、彻底移除闲置“僵尸码”。监管层面需加大对二维码黑灰产的打击力度,严厉惩处域恶意抢注、网络劫持、非法引流等违法行为。同时,要补齐技术防控短板,推广动态加密二维码技术,替代易被篡改的静态二维码,为用户扫码安全保驾护航。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为: qzwbpl@163.com