

察者看台

# 电影票退改签关键在影院

■维 辰

电影票退改签难是消费“痛点”，日前，有媒体报道“电影票退票攻略”成为社交媒体热门话题。

退票是个技术活。其技术含量首先体现在不同售票渠道退改签标准不一：在线上，第三方平台购票不能退改签，影院客户端有退改机会；在线下，同一影院不同分店退票情况也不一样。其次，不同消费者待遇存在差异：不同积分有对应的退改签次数。

2018年中国电影发行放映协会发布的《关于电影票“退改签”规定的通知》要求，电影票退改签要优化流程、简化手续，履行对观众的告知义务，便于观众查阅和社会监督。从现实来看，这一规定并没有真正落地。在影院、售票系统、第三方电商平台协作过程中，影院可以自主选择平台和退改签服务。退改签功能没有全面落地不是不能，更多是影院不愿。

消费者买票容易退票难，影院工作人员的解释是防止恶意刷票。以近年来出现的恶意刷票锁场为例，粉丝

或宣发方通过大量购买首映日电影票，给影院制造高预售氛围，保证电影排片后退票，用低成本创造高票房记录。末了放映时几百人的影厅只剩几个人，影院即使亏本也不能换片。影院真正在意的是经济损失，比如同样是刷票，包场就比锁场受待见得多。

但普通消费者为什么要替恶意刷票者买单？同为消费者，为什么影院客户端会员就有退改签“特权”？细究起来，防止恶意刷票的理由站不住脚。一方面，可以通过技术手段判定恶意刷票，进行针对性预防，几次粉丝锁场事件中就有影院采取了“反锁场”措施，比如以设备损坏为由退票，自己先把场次锁定让粉丝不能购买预售票；另一方面，影院可以提前声明上座率低于一定比例就更换影片，可见影院并非无计可施。

不论是正常退票还是异常退票，都会造成票房损失，二次销售还会额外增加运营成本。其实电影票，演出票大多没有完整统一的退票机制，究其根本

在于消遣娱乐需求不是刚需，退票对消费者影响不大，但文化演出票品时间有效、数量有限，退票会给经营者造成较大经济损失。因而，当经营者能够自主选择是否开放退改签功能时，会更多为自己考虑。一刀切关闭退改签功能实际上是将市场风险转嫁给消费者，单方规定售出概不退换属于霸王条款，很难说影院不是揣着明白装糊涂。

避免影院各行其是应在消费者和经营者之间兼顾公平，依据退票时间收取不同比例手续费的思路值得借鉴。比如深圳率先出台的根据消费者退改签时距离电影放映的时间实行阶梯式退费标准。韩国电影票退票也是这个思路，提前10天以上、7天、3天、1天取消预约应分别退还100%、90%、80%、70%的票面金额。

此外，还可以探索实名制购票，通过建立恶意刷票黑名单制度减少恶意退票，避免误伤普通消费者，降低影院风险。长远来看，也有利于提升用户体验。

新闻漫话



一瓶水，一场会；会一散，扔一半。参加会议时，多少人曾不经意这么做过？近日，有记者走访多个会议场所发现，瓶装水浪费现象随处可见。有专家估计，我国每年在会议场所浪费的瓶装水有上千万瓶。

有话就说

## 治理婚闹不是多管闲事

■王庆峰

这几天，山东省邹平市发布的《邹平市关于打击恶俗婚闹的公告》火了。公告提到，邹平严禁在婚庆活动中实施强行亲吻、搂抱或采取其他方式侮辱、猥亵新娘、伴娘等低俗、恶俗婚闹行为。违者由公安机关视情节依法予以治安处罚，构成犯罪的追究刑事责任。

眼下，随着个体权利意识增长，很多人已经认识到了恶俗婚闹的不妥，在社交媒体上发起相关倡议。但落到实际中，恶俗婚闹依然有很强的生存土壤。一方面，婚礼本身也需要热闹，但总有那么一些带头者，把握不好“热闹”和“低俗”的分别；另一方面，一些受害人普遍抱有迁就心态，明明吃了

亏，但念在亲戚朋友面子上，选择既往不咎。

这则公告毫无疑问是极有必要的。尽管个别人认为婚闹不需要过多的行政干涉，但实际上，恶俗婚闹从来都不是自家事。把新郎绑树上浇啤酒、倒酱油、砸鸡蛋等，已然扰乱公共秩序，治安管理处罚法师出有名。在一些案例中，众人对新娘或伴娘进行性骚扰，更是触犯了刑法中“以暴力、胁迫或者其他方法强制猥亵他人或者侮辱妇女”的条款。

文明的养成不可能一蹴而就。在那些自律能力有限的范围内，相关部门就需要及时出手，教人们明辨是非。这次公告最大的亮点在于详细列举了

## “半瓶水”浪费需综合施策

■龙敏飞

也应体现在“用水”上。

节约用水，需要全社会共同努力、综合施策。一则，对每一个个体来说，都应该养成“节约用水”的良好习惯，若是只喝了“半瓶水”，应该自觉主动地将另外的“半瓶水”带回家；二则，对主办方来说，或许也可以考虑用开水加水的方式来满足参会者的不同需求，或者用小瓶水来代替当前的正常瓶装水，从源头上减少“半瓶水”浪费的现象；三则，对全社会来说，或许也可以参照“光盘行动”，进行一场针对“半瓶水”浪费的“清瓶行动”，将酒店设置为“主战场”。



婚闹的各种情形，期待相关部门能抓住一批典型案例，用行动提升观念的水位。也期待每个人要敢于说“不”，别再让喜事成为包容过错的借口。

世相浅见

本栏点评 赵 群

1.近日，一段令人气愤的视频在网上流传。视频中，3名游客接连用硬物在八达岭长城城墙上刻划。一名女性游客在刻划后，随即将手中的硬物递给同行的男性游客。八达岭办事处的通报称，视频中拍摄的游客刻划行为发生时间为3月21日13时许，地点位于北三楼至北四楼之间，初步判断游客使用的刻划工具可能为钥匙、铁丝或其他尖利物，刻划内容为游客姓名。

点评：在文物古迹上乱刻乱划，这是一种不道德的“留念”，不仅有碍观瞻、大煞风景，也是公共文明意识的缺失的一种体现。这种行为对文物古迹造成了破坏，在其身上留下了伤疤，也违反了相关法律法规，必须严惩。文物古迹是宝贵的文化遗产，需要大家共同呵护。管住乱写乱画的手，唤醒人们对重要历史文物的珍视，要加大曝光和强化宣传齐抓，严厉惩治和变“堵”为“疏”并举。既要让不文明游客为自己的不文明行为付出沉重代价，也要不断创新解决方案，提升游客的规则意识和法律意识。

2.国家互联网信息办公室等四部门近日联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》，明确了地图导航、即时通信、网络购物等39类常见App必要个人信息范围，瞄准超范围收集用户个人信息问题。

点评：新规为App划出底线、明确红线，释放出一个清晰的信号：收集个人信息不能再“任性乱伸手”，不能想要多少要多少。近年来，一系列保护个人信息的规章制度相继出台，取得了积极成效。但是，有了“硬核”规定也不意味着可以高枕无忧，关键在如何执行。首先，必须加强动态监管，创新监管手段。相关部门要及时跟进市场最新情况，提高技术检测能力，实现监管前置。其二，必须加大处罚力度，提高违规成本。针对侵犯用户隐私权的App，该整治的要及时整治，对拒不接受整治的要坚决下架，让处罚真正见到实效。

3.有口碑，却没热度；频上热搜，口碑却“扑街”。口碑与流量之间形成反差现象，在近几年的影视行业已司空见惯。流量是收视率在网络时代的一种延续和升级。因为它关乎热度和变现，很多时候甚至被当成唯一评价标准。因此，“IP+流量”成为这几年来许多影视剧的标配，但同时，这也导致作品同质化、套路化严重，演员无演技，作品无内涵，“白甜宠”现象一时竟成为潮流。

点评：2020年，我国电视剧产量同比降幅不少，希望减量能成为推动提质的重要契机。观众的审美素养会越来越高，不会一味地被流量牵着鼻子走。因此，影视产业要从我国博大精深的文化中汲取营养，并紧跟时代变化，围绕题材选择、剧本创作、拍摄制作等关键环节下功夫，最终依靠内容输出来获得口碑和流量双丰收，寻求商业属性和文化价值的平衡点。

今日论坛

## 品味“宁静”有回甘

■赵 畅

如今，远离喧嚣嘈杂，享受宁静静谧，成为不少城市居民向往的生活状态。宁静，滋养着人们的心境，让人得以在沉静中聆听大自然的声音，倾听彼此之间的心声。

对于宁静，古人就有一份追寻。“蝉噪林逾静，鸟鸣山更幽”，写出了若耶溪的幽深，产生了动中见静的美学效果。“孤舟蓑笠翁，独钓寒江雪”，描摹出天地间万籁俱寂的纯净景象，折射着“渔翁”一尘不染的心境。宁静，似乎从来没有离开过我们的生活。它是人们生活的必需品，给人们带来无穷的滋味、独特的享受。

其实，宁静也是一种声音。从某种意义上说，它是有声之声、和谐之声。宁静，其实并非绝对的无声，而是在声音的流变中，为人们熨帖心情、抚慰心灵提供一种氛围和契机。也正因此，越来越多的人认同“回归自然”的理念，多走进大自然，不断丰富自己的“宁静体验”。

如果说，宁静可以分为外在宁静与内在宁静，那么外在的宁静是不可或缺的。外部环境越宁静，个体就越容易感觉到自己是周围环境的延伸。当然，外在宁静的作用是有限的，也因人而异。事实上，外在宁静只有经由内在宁静的转化，才能给人增添厚重的理性之美，并逐渐引领人走向生命的充盈和崇高。内在宁静的滋养、升华，往往离不开独处，甚至需要与孤独为伴。

品味宁静，总有回甘。感受宁静、享受宁静，尽情体会个中滋味，需要我们努力改造客观世界，也用心改造主观世界。