

杭州一影城推出保障服务,观影体验不佳可退还40%票款 看到“烂片”可以不用忍了?

文明棱镜

看见问题的每一面

编者按>>>>

近日,浙江杭州一家影城试行推出一项“观影体验保障服务”:从3月1日到4月30日,观众在影片开场20分钟内觉得体验不佳,可到前台申请退还40%票款,不用再为“踩雷”的电影默默买单。其实,观影退票机制早有探索。2024年1月,湖南长沙部分影院试点观影30分钟内可退票。同年12月,河南许昌胖东来影城实行“影片结束后20分钟内不满意可退半价”,这项服务至今还在持续。

随着观影退票机制的出现,争议随之而来:有人点赞,认为保障了消费者权益,还能倒逼影片提质;也有人质疑,认为电影好坏偏主观,可能引发恶意退票,退票牵扯到多方利益,难以获得产业链普遍支持……看电影不满意可退票,究竟该如何看待?本期《文明棱镜》就此展开讨论。



王怀申 图

点赞

赋予“观影后悔权”,是尊重更是倒逼

◎ 余明辉

长期以来,观众习惯了“一旦进了电影院,概不退换”的做法,此次杭州相关影城的“可退票”尝试,无疑让人眼前一亮,这既是对消费者权益的尊重与保障,也是电影消费走向成熟的务实一步。

众所周知,电影兼具文化产品与商品的双重属性。观众付费购票,即与电影院形成服务合同关系,应适用消费中常见的“不满意可退换”原则。2018年,中国电影发行放映协会发布《关于电影票“退改签”规定的通知》,要求优化流程、简化手续,实现电影票的“退改签”,以体现公平合理、亲民便民原则。但规定主要覆盖放映前的环节,放映后因内容不符预期能否退票,长期缺乏明确指引。现实中,

“电影票一经售出,概不退换”成为行业惯例,把影片的审美与内容风险全部转嫁给消费者,既不符合《中华人民共和国消费者权益保护法》的消费公平原则,也与服务型消费的发展趋势相悖。

此次杭州相关影城的探索,规则清晰、诚意十足。据悉,试行期间,观众在开场20分钟内觉得体验不佳,即可申请退费,现场办结、离场不补。影城坦言,票房约六成需按分账规则结算给片方与院线,退还40%是在现有框架内最大限度地让利于观众。该影城赋予观众观影“后悔权”,直击行业长期存在的服务短板。此前,河南许昌胖东来影城已长期推行不满意可半价退票。这些实践证明,电影票的

售后保障并非不可行,关键在于是否愿意尊重消费者的权益。

“看电影不满意可退票”政策,绝非简单的营销,对行业生态也有良性引导作用。对观众而言,退款是及时止损。对电影院而言,短期让渡部分收益,可换来信任与忠诚度,在硬件趋同的市场中形成差异化优势。对行业而言,观众拥有“后悔权”,会倒逼片方重视内容质量,减少粗制滥造,推动市场从流量导向回归品质导向。

真正的服务升级,不是无底线让利,而是在规则内平衡多方利益。杭州该影城没有突破分账体系,没有设置隐形障碍,用最简的方案解决最普遍的痛点,为行业提供了可复制的样本。据悉,杭州这家影城试行“看电影不满意可退票”的首日“零退票”,恰恰印证了退票机制的合理性。这可能不是影片全无敌,而是兜底设计带来安全感,也体现出观众的理性包容。

消费市场的活力,源于对消费者的充分尊重。电影产业高质量发展,既需要精品内容支撑,也需要健全的消费保障。从“忍烂片”到“有后悔权”,是观影权益的进步,更是服务理念觉醒的体现。期待更多电影院跟进完善,把观影可退票从自选动作变为行业标配;更期待有关方面以此为契机,推动全产业链重视消费体验,以内容与服务双向发力,让观众放心走进电影院、安心享受观影体验,实现消费者满意、产业健康发展的良性循环。

“看电影不满意可退票”的首日“零退票”,恰恰印证了退票机制的合理性。这可能不是影片全无敌,而是兜底设计带来安全感,也体现出观众的理性包容。消费市场的活力,源于对消费者的充分尊重。电影产业高质量发展,既需要精品内容支撑,也需要健全的消费保障。从“忍烂片”到“有后悔权”,是观影权益的进步,更是服务理念觉醒的体现。期待更多电影院跟进完善,把观影可退票从自选动作变为行业标配;更期待有关方面以此为契机,推动全产业链重视消费体验,以内容与服务双向发力,让观众放心走进电影院、安心享受观影体验,实现消费者满意、产业健康发展的良性循环。

质疑

别急着为“看电影不满意可退票”叫好

◎ 夏熊飞

兴冲冲地买票进入电影院看电影,没想到却是一部“烂片”,这样的扫兴经历相信不少观众都遭遇过。如今,有电影院赋予观众观影“后悔权”,看似既有利于吸引观众走进电影院,又能让他们在遭遇“烂片”时及时止损,还能倒逼电影制作方改进质量,可以“三全其美”。然而,事实果真如此吗?

“电影难看”的定性较为主观,很难有可量化的明确标准,正如“一千个读者有一千个哈姆雷特”,以“电影难看”作为退票标准,将扰乱电影市场的秩序。电影作为消费品,自然需要满足观众的需求,可是,电影也是一种文化载体,应有自身的创作规律与审美标准,不能也不该一味迎合观众。否则,将降低整个行业的制作水准。对于观众的意见建议,电影制作方当然应该倾听,不过在大众意见与专业标准中取得平衡,而不是因为观众觉得“电影难看”就搞“一票否决”。

其实,现在电影的评价机制、评价平台已较为完善。电影是好是坏,是否符合自己的观影需求与预期,观众在走进电影院之前就能有个大致评判,恐怕不太需要观影“后悔权”来兜底。毕竟,绝大多数购票观影的都是成年人,有自己的判断能力,电影院做好服务即可,其他的不妨交给市场去选择。

对于一部两个小时左右的电影来说,前二三十分钟真能看出好坏

吗?恐怕不尽然。电影不像短剧,不是爽剧,几分钟就能让观众看完来龙去脉和全剧的高潮精华。电影有着自身的叙事方式,前期有铺垫伏笔,情节也有高潮低谷,最精彩的内容往往在最后,很多时候,只有观看完整部电影,才能明白导演编剧为什么要安排前期那些略显平淡的剧情。

想靠“看电影不满意可退票”来倒逼电影制作方改进质量,恐怕也不大现实。电影的叙事规律无法轻易被改变,正如一部长篇小说不可能在前20页就让每名读者都觉得好看。“电影难看20分钟内可退款40%”之类的举措一旦推广,一些电影制作方为盈利,自然会见招拆招,一个劲地在前期20分钟“堆料”,让观众觉得好看,如此一来,

恐怕会出现虎头蛇尾的情况。

有人还担心,一些影视明星的“黑粉”可能滥用退票机制,事先囤积电影票,让真观众、真粉丝买不到票,然后在中途大规模退票,既能制造新闻话题,又给电影院造成经济损失,影响影院的排片决策,扰乱电影市场秩序。

因此,“电影难看20分钟内可退款40%”之类的举措是功利与短视的,不仅会毁掉观众耐心观影的意识,也将助长整个电影行业的浮躁创作心态。我们不该急着为“电影难看20分钟内可退款40%”等举措叫好。眼下,这类举措或许能吸引更多观众走进电影院,但长远来看,恐怕无异于饮鸩止渴、自毁长城。

破局

细化“怎么退”规则,切实保障各方权益

◎ 钟河文

“看电影不满意可退票”正在从观众的美好愿望变成服务尝试,有人为之欢呼,有人心存疑虑。其实,真正的问题并非该不该退票,而是如何退票,才能既保护消费者权益,又守住底线,在多方利益间找到平衡点。

看电影能否退票的巨大分歧来源于两方面:一是,电影作为文化产品,好坏就没有统一标准,若完全以个人感受作为退票依据,很容易陷入“公说公有理、婆说婆有理”的困境;二是,一张电影票背后连着电影院、片方、发行方等多方利益,退票产生的损失若仅由电影院独自承担,机制便难以长久,若随意向片方转嫁,又可能打击创作与发行积极性。但难题的存在,不该成为拒绝进步的理由。

破局的关键在于,用精细化规则,化解模糊性争议,用协同化机制,平衡产业链利益,让观影退票从“电影院单点试水”,变成可复制、可推广的行业举措。

细化规则,划清退票的合理边界。目前,相关影院普遍设置退票时间限制,既给消费者快速判断电影体验的机会,也避免影片看完后再以“不好看”为由退票。在此基础上,还可进一步明确退票场景,将技术故障、放映问题、影片与宣传严重不符等客观情况,作为优先退票情形;对单纯的主观观感不佳,可设置合理限制,限定退票次数(如月度最多退票一次)、退票后购买同一部电影不享受任何优惠、不支持全额退款等,既保留人性化空间,又杜绝恶意钻空

子。因购票、包场、特殊场次不适用退票规则。

技术赋能,以精准管控降低执行成本。借助票务系统、观影数据溯源技术,配套实名制购票与人脸识别退票者技术,确保退票人与购票人一致,防止“黄牛”“明星黑粉”批量操作退票,实现“退票可追溯、风险可预警”,结合信用体系对频繁退票者进行购票限制;通过AI分析退票行为(如同一账号频繁退票热门片、退首映场),标记异常账号,并限制退票权限;对退票观众进行匿名调研,分析退票原因(如音效问题、座位不适、剧情与宣传不符等),帮助电影院优化服务(如调整放映设备、改善放映环境等),帮助片方了解市场反馈。

平衡利益,打通产业链的协同堵

点。观众退票,如果损失仅由电影院承担,多数影院难免动力不足,甚至变相设置障碍。唯有建立损失多方共担机制,根据票房分账比例合理分摊退票成本,才能让电影院敢推行、片方能接受。可将退票率作为电影市场反馈的参考指标,对退票率居高不下、口碑严重“翻车”的影片,可减少票房分账,以倒逼其规范宣传行为,杜绝夸大其词、虚假营销的现象。

任何新生机制的完善,都需要一个试错与调整的过程。观影退票机制不必急于求成,也不必因争议而却步,整个行业应从讨论“要不要退票”,转向讨论“怎么退票才能共赢”。多些理性设计、共赢思维,才能让观影“后悔权”真正落地,既温暖消费者,也成就好电影。

“小镇唯一外卖员”带来的就业启示

◎ 郭宝哲

在江苏徐州马陵山镇,“00后”小伙张瑜走出一条不一样的返乡路:他放弃在城市奔波,回到家乡投身外卖行业,身兼外卖站点的站长与常驻骑手双重身份,成为镇上唯一的美团外卖配送员。没有城市骑手的抢单内耗,全镇街巷无需导航,用电动车撑起小镇的外卖烟火气。

张瑜的选择,打破人们对“好工作”的固有认知,证明好工作从不是等来的,而是靠一双善于发现的眼睛和一份踏实肯干的坚守“挣”出来的。

提起“好工作”,很多人下意识想到城市里的光鲜岗位,认为乡镇、农村没有发展空间,没有值得深耕的领域。但张瑜用实际行动“反驳”了这种偏见。三年前返乡时,没人看好他的选择,朋友打趣说“镇上都是留守老人,不点外卖”。初期,他经历过“奔波一天倒贴钱”的困境,商家的排斥、对路线的不熟,成为他创业路上的绊脚石。但他没有放弃,而是敏锐捕捉到乡镇外卖的市场空白,从一次次上门劝说商家入驻外卖平

台,到慢慢调整配送范围、适配小镇需求,他一步步把看似“没前途”的工作,做成月收入可观的“好差事”。

张瑜的“好工作”,藏在对市场的敏锐洞察里,更藏在温情服务中。他不仅送餐,还主动帮在外务工者给留守在家的孩子送零食,替留守老人代买药品,把配送服务变成有温度的互助。他每天工作12小时以上,一年到头几乎无休,旺季日均能接50多单,最多一天送了125单,用辛苦与坚持让外卖服务融入小镇的日常,也让自己成为乡亲们离不开的暖心人。

当下,就业市场竞争激烈,很多人抱怨“找不到‘好工作’”,实则是被固有思维困住脚步。张瑜的经历告诉我们,与其在热门赛道上内卷、内耗,不如换个角度,把目光投向被忽略的领域。在乡村全面振兴的浪潮下,乡镇有着广阔的发展空间,那些看似“不起眼”的岗位,往往藏着未被挖掘的潜力。愿更多青年能像张瑜一样,打破偏见、摒弃浮躁,既能仰望星空,也能脚踏实地,在平凡中寻到机遇,在坚守中成就自我。

“非遗进书店”应是“日常风景”

◎ 周慧虹

太极拳的刚柔并济与书页的墨香交织,皮影戏的光影流转与读者的笑颜相映,评剧的清新唱腔与书店的暖意相融……今年春节,在北京、河北、内蒙古等地,非遗技艺走进当地书店,以沉浸式体验的方式,将读者带入浓郁的文化氛围中。

作为中华优秀传统文化的重要组成部分,非遗在春节期间进书店,不仅为节日增添了别样韵味,更勾勒出非遗传承与公共文化空间融合的新图景。近年来,尽管各地积极探索非遗保护与传承措施,然而,依然存在传播形式、体验场景与大众诉求不匹配,以及不少非遗技艺“养在深闺人未识”等问题。

非遗与书店“牵手”,恰是破解传承困境的“妙棋”。对非遗而言,书店作为城市文化地标,兼具公共属性与文化氛围,既为非遗提供了常态化的展示空间,又通过图书配套、讲座分享等形式,让技艺背后的文化内涵得到深度阐释。对书店而言,非遗的进场打破了传统图书销售的单一模式,通过“图书+非遗”的融合业态,将书店升级为集展演、体验、品鉴于一体的文化空间,不仅大幅提升了客流,更让家庭客群、青年客群占比显著增加,实现从“卖书”

到“卖文化服务”的转型。

因此,不少人希望非遗进书店从“节日景观”变为“日常风景”。首先,各地需健全常态化运行机制。比如,河北就计划在全省新华书店建设“非遗会客厅”,常态化开展非遗体验、技艺展演、文化讲座等活动。其次,各地需强化内容创新与精准匹配。书店可结合地域文化特色,引入差异化非遗项目,针对不同客群设计体验活动,让非遗融入多元生活场景。再者,各地需构建数字化赋能体系。借助线上书城、直播平台扩大非遗活动的影响力,通过VR体验、智慧导览等数字化设施提升体验感。此外,还应探索深化“文化+商业”的融合模式,将非遗体验与图书优惠、文创销售、休闲服务等结合起来。比如,河北新华书店推出的“非遗体验+购书优惠券”营销方式,既激发了读者的参与热情,又增强了书店与非遗项目的市场活力。

非遗进书店,不仅是空间的融合,更是文化传承与大众生活的深度衔接。今后,随着政策支持不断加码、形式创新不断呈现、服务体系不断完善,各地一定能让非遗在书香浸润中代代相传,让书店在文化赋能中焕发新彩。

做家务进教材不能“纸上谈兵”

◎ 王琦

新学期开学,吉林长春多名初中家长发现,从学校领回的教科书中,除了大家熟知的科目外,还有一本名为《家政服务技术》的教科书。还有家长称,孩子领回的是《花卉栽培技术》《简易家用电器维修技术》等教科书。3月2日,当地教育部门工作人员介绍,这是对学生进行劳动教育的内容,是正规的教材,不收取费用。

当下,教育存在“重智育、轻劳动”的倾向,导致部分青少年出现“四体不勤、五谷不分”的现象。将家政服务、花卉栽培等内容纳入教材,是对劳动教育缺失的“补课”,体现了教育理念向“全人教育”的回归。这些教材不仅传授生活技能,更蕴含着对劳动价值的尊重。无论是烹饪一顿家常菜,还是照料一盆绿植,都是对生活的热爱和具有责任感的体现。此外,教材中涉及的孕产护理、病人照料等内容,还暗含着对生命教育的渗透,有助于培养青少年的同理心与社会责任。

不过,如果缺乏课程支撑,做家务进教材的价值,无疑将大打折扣。据家长反映,部分学校仅发放教材,却未安排授课,导致教材沦为摆设。这种“重教材、轻实践”的做法,暴露出劳动教育实施中的两大问题:一是学校对劳动教育的重视程度不

足,将其视为可有可无的“副科”;二是课程设计缺乏可操作性,受师资、场地、时间等限制,难以落地。

劳动教育的核心在于“做”,而非“读教材”。只有将理论知识与实践操作相结合,才能真正培养学生的劳动习惯与技能。部分学校若仅满足于发放教材,无异于舍弃了劳动教育的精髓,保留了形式主义的外壳。

要让劳动教育从课本走向课堂,需要教育部门、学校、家庭与社会形成合力。首先,教育部门应完善劳动教育评价体系,将课程开设情况纳入学校考核指标,避免“上有政策、下有对策”。其次,学校需结合自身实际,开发有特色的劳动课程,例如利用校园空地建设种植园,或与社区合作开展志愿服务,让学生在真实场景中体验劳动的价值。再次,家庭应转变“包办代替”的教育方式,鼓励孩子参与家务劳动,形成学校教育到家庭实践的良性循环。最后,社会需营造尊重劳动的氛围,通过媒体宣传、榜样示范等方式,让“劳动最光荣”的理念深入人心。

只有让课程从课堂延伸到家庭与社会,劳动教育才能摆脱“纸上谈兵”的困境,成为滋养青少年成长的沃土。