

# 网带“退订难”，难在缺规范

李一冰

家庭宽带已成为日常生活的标配。然而,据媒体近日报道,在部分区域,宽带办理“一键搞定”,退订却“层层闯关”,引来很多消费者吐槽。有人遭遇花式挽留,有人被通知支付违约金,还有人要跨地区回到归属地办理,来回奔波的时间成本与精力消耗,让一场简单的退订演变成旷日持久的“拉锯战”。

当前,从政务服务“一次办好”到企业追求“便捷高效”,已成为普遍趋势。宽带新装往往只需线上申请、快速安装,体验顺畅。然而,当用户因搬家、换工作等原因需要退订时,服务却常常“断线”。线上申请响应迟缓,客服来电多以推销挽留为主;线下办理则面临网点少、手续繁、排队久等难题。一进一出之间,体验天差地别,消费者的信任也在这种落差中悄然流失。

问题根源,或许出在服务重心偏移

上。对运营商而言,“拉新”往往是最重要的任务之一。据了解,不少运营商网点将用户数量作为核心业绩指标,导致从客服到后台的首要工作目标从“服务用户”异化为“阻止流失”。于是,退订流程被人为设置得复杂曲折,本应清晰告知的合约条款也在推销时被轻描淡写,直到用户退订时才成为争议焦点。服务的便利,最终让位于企业的经营考量。

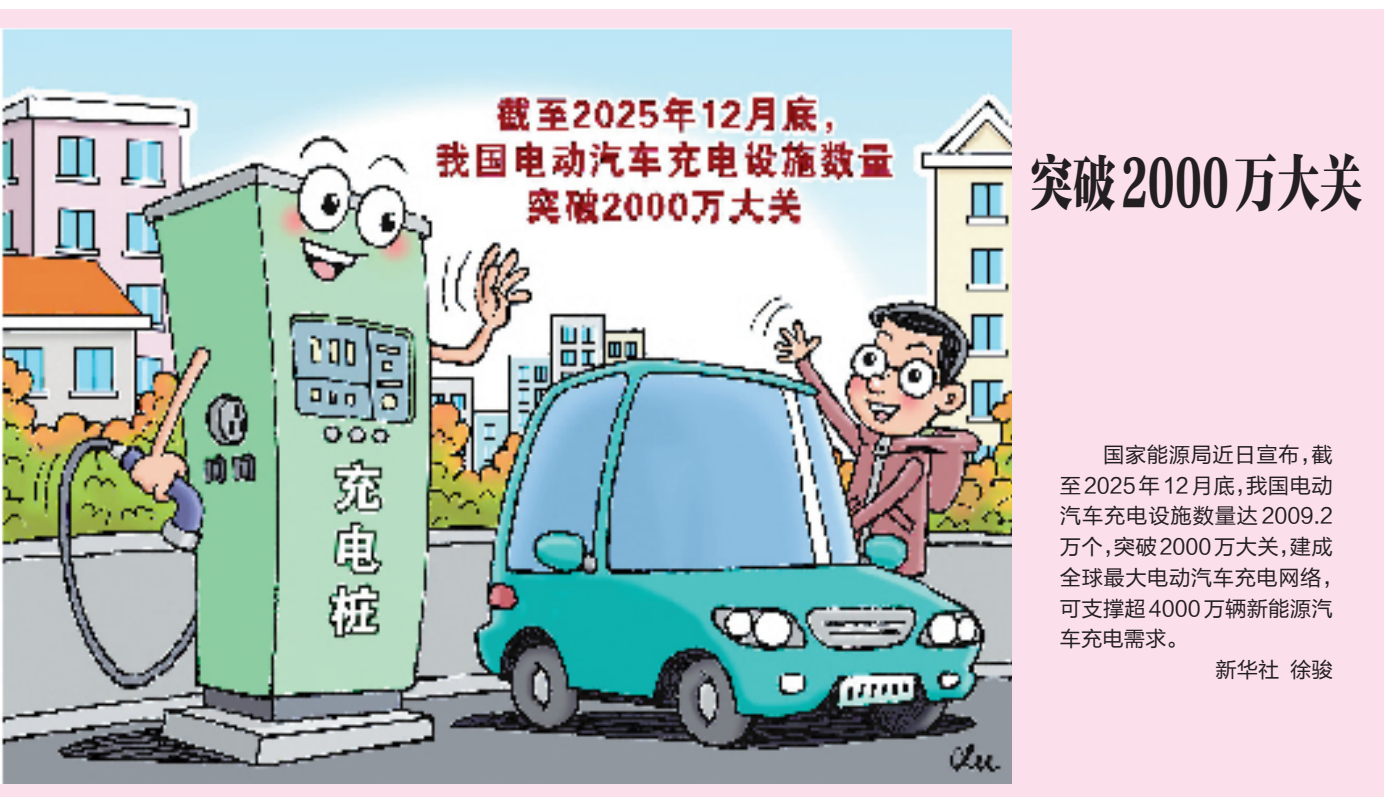
更深一层看,这实则关乎对消费者选择权的尊重。市场经济的基本逻辑之一,是用户拥有自由进入与退出的权利。如果只在“入场”时铺红毯,在“离场”时却设障碍,这无异于变相限制了用户的选择自由。从长远看,这种靠提高退出成本来留住用户的做法,并不明智。它或许能暂时保住用户数字,却会损害企业的口碑和信誉。一次不愉快的退订经历,足以让用户对该品牌“敬而远之”,这种无形损失远非短期用户留存所能弥补。

破解“退订难”,关键在推动企业真正

以用户为中心。这需要从内部机制入手,调整考核导向,将“帮助用户顺利办理各项业务”确立为服务根本目标,而非仅仅追求用户规模。操作层面,应大力简化退订流程,推动线上渠道实质畅通、线下办理标准明晰,减少非必要环节与材料要求。同时,要在用户办理业务之初,就以醒目方式完整告知合约内容,特别是退订条件、违约责任等关键条款,保障用户知情权与选择自主。

行业监管部门应推动制定更清晰的服务规范,加强对业务全流程、特别是退订等投诉高发环节的监督,对设置不合理障碍、误导用户的行为及时规范纠正,倒逼企业提升服务透明度与友好度。

说到底,一项好的服务,其温度与便捷应当贯穿始终。从欢迎使用到尊重离开,都应体现同样的诚意。让退订如宽带办理一样简单,不仅是回应消费者合理诉求的必然要求,更是行业构建长期信任、实现可持续发展的内在需要。



# 野外徒步“画马”不能踩踏文明底线

舒朗秋

随着马年临近,一种名为“画马”的创意徒步活动在多地悄然走红。徒步爱好者们按照特定轨迹行走,力求在电子地图上勾勒出一匹骏马的图案。从北京的奥林匹克森林公园到广州的大夫山,社交平台上分享的“画马”攻略与轨迹截图掀起了一股热潮。然而,在这场自发探索的热潮中,部分临时形成的“画马”路径暗藏诸多安全隐患,“画马”徒步路线被紧急叫停。

“画马”之兴,源于人们对自然的亲近与对仪式感的追求。在快节奏的都市生活中,越来越多的人渴望通过徒步、露营等方式回归山野,寻找心灵的栖息地。“画马”将行走升华为创作,赋予徒步以艺术意义和社交价值,无疑是一种富有想象力的尝试。然而,当这份浪漫缺乏对自然的敬畏时,便极易滑向“破坏性打卡”的结果。部分“画马”路线深入未经开发的原始林区,蹂躏珍稀植被,压实土壤结构,干扰野生动物栖息环境;更有甚者,为追求轨迹完整,冒险穿越陡坡、溪谷,在恶劣天气中强行推进,不仅危及自身安全,也给救援系统带来

额外负担。

这一现象并非孤例。近年来,“鳌太线”穿越屡禁不止、无人区变“垃圾场”、高山草甸被踩成荒地等事件频频发生,暴露出部分户外活动已从“亲近自然”异化为“征服自然”甚至“消费自然”。秦岭“鳌太线”作为我国重要的生态屏障和大气本底监测区,早已明令禁止非法穿越,因其高寒、多雾、降雨频繁,气候瞬息万变,极易引发失温、迷路、滑坠等事故。然而,仍有人为追求“打卡”照片或轨迹成就,无视禁令,将生命 safety 与生态价值置于险境。

徒步的本质应是对自然的谦卑与守护,而非侵占与炫耀。真正的“画马”,不应以破坏为代价。我们应当倡导一种“轻足迹”理念:在享受自然馈赠的同时,最大限度减少人为干扰。这既包括遵守禁入规定、不踩踏生态敏感区,也意味着提升户外素养——科学规划路线、携带环保装备、带走所有垃圾、不惊扰动植物。相关部门也应加强引导,在热门区域设立警示标识,推广生态友好型徒步线路,并通过科普宣传,让公众理解每一片原始林地

背后所承载的气候调节、水源涵养与生物多样性价值。例如广州大夫山的一条“全程99%野路”路线存在陡坡和深坑等风险,管理部门随后封闭危险路径,并推出官方勘测的替代路线,确保安全与体验的平衡。

这也提示我们,不妨通过专业团队进行实地勘测与评估,在严格坚守安全与生态保护底线的基础上,主动规划并设计兼具趣味性、挑战性的合法路径。这一策略不仅精准契合市民对新鲜、独特体验的持续追求,更能通过安全引导与流量优化,实现城市活力的显著提升与公共空间的良性转化。例如,可在已开放的景区或生态修复区设计官方认证的“画马”路线,结合自然教育,让徒步成为传播环保理念的载体;或通过虚拟现实技术,在数字空间完成“足迹创作”,实现“零碳打卡”。

以步为笔,书写的是人类对山河的敬意,而非对生态的破坏性干扰。只有当我们的足迹真正体现对生态规律的尊重,每一次行走才能被赋予“诗和远方”的人文内涵。莫让一时的创意狂欢,成为大地难以愈合的伤痕。

康琼艳

# 拆掉『诗和远方』的年龄门槛

“年龄门槛”正成为制约老年人畅游山水的首要障碍。江苏省消费者权益保护委员会近期发布的《“银发一族”旅游消费调查报告》显示,由于旅行社针对不同年龄的老年人采取差异化限制措施,拒接高龄游客、要求家属陪同、签署免责声明、开具健康证明已成老年旅游行业的常态,甚至出现“相同保费保额减半”的不公平现象,严重阻碍了老年人出游的步伐。

旅游企业主动设障,背后的风险考量不难理解。老年人健康风险较高,一旦出现意外情况,旅企将面临行程中断、医疗救治、责任划分等一系列复杂的难题。为规避潜在麻烦、降低运营风险,不少企业索性以年龄为“硬指标”划线,通过设置不友好条件转移风险。

客观来说,经营者基于产品特性、安全风险或运营管理等客观因素,有权在合理范围内对消费者设定相应门槛。若仅以年龄为单一标准搞“一刀切”,既不建立科学的风险评估机制,也不提供替代解决方案,本质上已构成对老年人的消费歧视,违背了公平交易的市场原则。

将年龄作为筛选工具,看似是规避风险、降低成本,实则可能错失一个潜力巨大的消费市场。打破银发旅游市场的“年龄门槛”,需要以精细化服务取代“一刀切”思维,构建兼顾安全与公平的市场环境。

要摒弃“年龄决定一切”的固化认知,落实“以健康状况取代年龄约束”的导向。《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》中这一明确要求,为市场规范指明了方向。这就需要卫健部门牵头,聚焦老年人实际生理机能、慢病控制情况和认知能力,建立科学的健康风险评估体系,制定与不同旅游活动强度相匹配的评估指南。如此,既能帮助老年人精准选择适配产品,也能让身体健康却被“年龄门槛”挡在门外的老人,顺利拥抱“诗和远方”。

旅游企业需深耕银发市场需求,开发精细化、多元化的适老产品。过去,大众旅游市场主要面向中青年群体,线路安排紧凑,银发族与此类产品的匹配度不高,这恰恰暴露了银发旅游供给的空白。企业应聚焦康养、文化体验、摄影采风等契合老年人需求的领域,加大供给力度,同时配套无障碍设施、随团健康顾问、低糖低盐膳食等适老化服务,用专业保障打消老年人的出行顾虑。

此外,金融领域的创新支撑同样不可或缺。应鼓励金融领域创新开发适合老年人出游的保险产品,优化保费定价机制、拓宽保障范围,让老年人能以合理价格获得充足保障,同时也为旅游企业解除后顾之忧。