

博物馆禁止60岁以上老人参观，是安全考量还是年龄歧视？

法治时评

本报评论员 俞可薇

近日，有网友发帖称带家中老人前往南京可口可乐博物馆游览时，因老人年龄超过60岁被拒入内，引发网络热议。6月28日，馆方回应称，该博物馆位于江苏可口可乐生产工厂内，6岁以下、60岁以上的年龄限制是工厂出于安全考虑设定的。这场争议背后，折射出的远不止一家博物馆的管理问题。

根据工作人员的说法，设置年龄门槛的原因主要包括参观需爬楼梯、路线较长、体力负荷大等。然而，仔细查看南京可口可乐博物馆的参观规定，会发现6岁以下儿童和60岁以上老人被划入同一条禁令。如果说儿童被禁入尚有自控能力有限等的理由，但将60岁以上老人一概而论，就显得过于武断。

在人口结构快速老龄化的今天，60岁早已不再是“高龄”的代名词。相关报

告显示，我国60—65岁的低龄老年人口规模大、受教育水平较高、健康状况良好、社会参与意愿强烈，完全具备基本参观能力。从法律层面来说，老年人权益保障法第三条明确规定，国家保障老年人依法享有的权益，包括享受社会服务和社会优待的权利，禁止歧视、侮辱、虐待或者遗弃老年人。作为一个面向社会公众开放并收费运营的文化展览场所，博物馆理应保障老年消费者的平等参观权利。这种将管理责任转嫁为群体性排斥的行为，是对社会责任的逃避。

深入探究禁令根源，以“安全”之名实施简单封闭式管理，实则暴露出公共服务中的懒政与冷漠。博物馆二层仅设有楼梯而无电梯，却将建筑功能的不足转化为对特定人群的禁令，看似“高效”实则是治理短视的表现。这种思维在现实中并不鲜见。此前，南京华昌龙谷乐园也以园内个别场馆光线昏暗、台阶较多为由拒绝60周岁（含）以上的长者单独入园，引发社会广泛讨论。不同的是，该乐园后续将限制调整至70周岁（含），并表示会继续指导园区优化老年人服务。

真正考验管理智慧的，恰恰就是在保障安全与尊重权益之间找到平衡点。事实上，国内外已有诸多先进案例表明，“安全”与“人文关怀”并不冲突。中国国家博物馆为老年人开通了优先检验通道，山西博物馆设有无障碍电梯，各楼层均有无障碍洗手间；德国宝马博物馆设计玻璃通道实现人车分流，均是在确保安全前提下提供便捷服务。

当前，中国正加速步入老龄社会，相关报告预计，2035年银发经济规模将达到19万亿元，面对日益增长的“银发”群体需求，政府部门、企业机构以及社会组织都应在服务理念与管理机制上同步转型。公共场所不仅要提供物理空间的可达性，更要体现规则设定的合理性与情感层面的可亲近性。

当“禁止入内”成为管理惯性时，不妨多问一句：有没有更合理、更包容、更具法治精神的替代方案？唯有在保障公民权利、尊重个体差异、回应多样需求中不断优化治理体系，我们的公共服务才能真正实现从“合规”到“文明”的跃升。

每一个岗位都闪闪发光

李玉滑

最近，在延边大学2025届学生毕业典礼上，食堂阿姨的发言深深打动了现场学生和万千网友。发言中除了真诚的关怀、嘱托，也充满着对工作无限的热爱：“你们经常开玩笑地和我说，阿姨，为什么您的服务态度总是那么好，每次看见您都是微笑着。其实原因很简单，阿姨就是想着你们离家远，在外求学不容易，是不是我再努力一下，做得更好一些，你们就能更开心一点，家里的爸爸妈妈也能更放心一些。”对本职工作的热情、对学生的爱溢于言表。

同样，在中山大学2025届学生毕业典礼上，“校卫队队员”“宿管员”“维修师傅”“食堂师傅”等18名普通工作者“C位”出场，现场全体毕业生起立致敬，为他们献上鲜花。在中国政法大学本科毕业生典礼上，宿管大爷、食堂小哥、保安队长、校医院护士等学校职工纷纷登台，获得学生一片欢呼和掌声。对劳动者的感谢感恩此时此刻具象化了。

从北到南，普通劳动者都站在了高校毕业典礼的舞台中央，受到了尊崇和礼遇。毕业典礼，是高校给学生们上的“最后一课”，让学生们懂得感恩身边的人，同时，也让学生们切身体会到，自己毕业后无论走向何方，走上怎样的工作岗位，只要付出热爱、真诚、尊重、努力，都能大放光彩。

也许有的毕业生在即将走上工作岗位的时候，是迷茫的、不开心的、不自信的，觉得这样的工作岗位并没有满足自己的预期。但看看如“小太阳”般的食堂阿姨、看看每一个脸上洋溢着乐观与热情的普通劳动者，你的想法或许会有所改变，你的信念或许会更加坚定。大学里不仅有讲台上的教授，也有努力生活、努力工作，热爱自己的岗位、热爱每一位学生的校工，他们没有站上讲台，却以平凡之姿实践着朴素的教育：对个体生命的珍重与关爱。他们同样在传道授业解惑，同样在为教育添砖加瓦。看到这样的他们，今天的毕业生未来也一定会更加热爱自己的岗位，更加坚定干一行爱一行。

热爱里一定有真诚。真诚最打动人，真诚也最有力量。延边大学食堂阿姨的演讲中提到了很多不起眼的小细节，真诚地讲出了最朴素的爱、对学生如同家人般的爱与关怀。也唯其如此，这样的劳动者才能立足本职工作，对学生有全力的托举和守护。在未来的工作生活中，对人真诚，能打动别人的心；对事真诚，能收获良好的结果；对职业和岗位真诚，真诚努力，真诚付出，脚踏实地、勤勤恳恳，也一定会成为优秀的劳动者。这也无声地提示着毕业生们，无论将来身处何种岗位，拥有怎样的成就，都要真诚、勤恳、踏实地走好每一步。

真诚必然会换来尊重。在高校里，校工们没有学者们渊博的学识、开阔的眼界、深刻的“金句”，但他们有生活的细节和温度。他们提醒学生们珍爱生活、关注健康。没有套路，没有大道理，全是感情，所以很“戳人”。他们也由此赢得了学生们发自内心的尊重和赞许。因此每一位毕业生也需要牢记，不管自己走上了怎样的工作岗位，都要平等地尊重所有的职业，平等地尊重每一位劳动者，平等地尊重每一种劳动价值，因为，这就是尊重未来的自己。

转变理念

近年来，各地体育中考改革持续推进，牵动万千考生和家长的心。

“体育进中考，不是要通过考分把孩子划分三六九等，不是选拔运动员，而是以此让家长、孩子意识到健康和运动的重要性。”首都师范大学教育学院院长张爽说。

云南大学体育学院院长王宗平认为，其核心目标是“引导全社会重视体育，重塑‘健康第一’的育人观”，因此“理念的转变最重要”。

新华社 曹一 作



信用卡电销乱象亟待规范

徐兵

信用卡电销，正在从一场用户争夺战，异化成一场信任消耗战。日均数通的推销电话、深夜无休的AI外呼、“怎么投诉都没用”的反复骚扰……近日，信用卡营销的“重锤式”攻势，正把信用卡业务推向消费者投诉的风口浪尖。

据媒体报道，今年某股份银行信用卡投诉激增89%，信用卡投诉达14万件，而第三方平台关于信用卡骚扰的投诉也已突破1.4万条。电话骚扰、信息轰炸、催收围剿……银行以“广撒网”式电销和AI外呼应对业绩压力，实质却是在榨干用户最后一点耐性。

表面上看，这是银行在信用卡发卡量连续九个季度下滑、年轻用户转向新型支付方式背景下的自救之举。实则暴露了信

用卡业务长期以来“重获客、轻服务”的沉疴旧疾。电销话术僵化，精准分析缺位，用户画像粗糙，导致本应对症下药的分期推荐变成无差别轰炸，“一刀切”式推销反噬口碑。

更令人警觉的是AI外呼迅速蔓延。本应提升效率的技术手段，在营销管理缺位、伦理边界模糊的现实中，反而成为“骚扰自动化”的帮凶。不少消费者投诉，即使明确表示“拒接电话”，依然被AI机器人持续拨打——这不是效率革命，而是科技滥用。

此番营销乱象，已不再是简单的服务问题，而是正逼近法律红线。民法典第1033条明确规定，不得以电话、短信等方式侵扰他人私生活安宁；第496条也对格式条款的提示义务提出要求。

不过，监管部门也已开始发力。某行重庆分行因电话营销不规范被罚219万元，更多银行也因信用卡业务问题接连“吃罚单”。但光靠事后问责远远不够。银行要从根源上进行反思，停止“用量堆业绩”的幻想，尽快摒弃粗放式电销思维，转向基于数据驱动的精准营销。

信用卡不是洪水猛兽，骚扰营销才是。银行本应通过优化服务、完善风控、提升体验来激活用户，而不是靠“骚扰式推销”来维持表面繁荣。科技可以提升效率，但不能代替常识和尊重。对用户的尊重，是金融机构最基本的底线。

从狂轰滥炸到精准触达，从任务导向到用户导向，是时候该管管信用卡电销乱象了。否则，当失望累积成不信任，用户转身离去的那一刻，或许连最后的电话都打不通了。