改善群众就医体验，办法总比困难多

本报评论员 韩辐超

社评 中国新闻名专栏

一项项实打实的医改举措，多是由千千万万个扎根门诊一线、直面患者诉求的小探索、微创新汇聚而成。一个个窗口的优化、一项项流程的改良背后，是医疗机构和医护人员换位思考、直面就医痛点的努力。

据10月30日澎湃新闻报道，为兜底解决百姓挂号难题，上海交通大学医学院附属上海儿童医学中心于2025年7月在医院门诊大厅一楼设置“挂不到号咨询窗口”——对于现场未能加上号的患者，医院会帮其进行候补登记，或引导其到互联网医院就诊，抑或直接在窗口指导患者挂下次的专家门诊号。该窗口运行一年多来，累计帮助1500余人完成挂号，其中外地患者占60%左右，同时收到不少来自患者家属的感谢信。

热门科室就诊患者多；部分患儿家长不清楚预约途径；一些外地患儿家长奔着专家来，但没有提前预约，来了之后发现当天没号……“挂不到号咨询窗口”专门承接此类挂号失败诉求，为患儿家庭提供答疑解惑、协调加号、分流就诊等服务。现实中，临时加号多依靠医生的“不忍心”与临场判断。对此，“挂不到号咨询窗口”给出系统性解法，还承担了一部分医学科普和就医分流的职能，在缓解患儿家庭焦虑的同时，引导就医需求有序分层，促使医疗资源配置更高效。

客观而言，受限于医疗资源、服务能力等因素，将上述模式直接复制到其他地区或医院，恐怕并不现实，但其传递出的主动补位、精准调度、最大限度便民利民的改革思路值得借鉴。

长期以来，解决优质医疗资源总量有限、分布不均的难题，离不开新建院区、扩充床位、增加设备等硬件扩容，但其周期较长、投入较大。如何通过盘活存量医疗资源、调整医疗服务组织方式等手段减少就医堵点，已成为近年来不少地方医改的一个重要方向。

不少医疗机构探索出一系列优化医疗资源配置的创新路径。比如，推出夜间门诊、周末门诊，让上班族、学生族不再为看病请假而犯愁；推行“一次挂号管三天”，让首诊后等待检查结果的患者不必重新抢号便能完成复诊；开通就医班车、基层预约大型设备等服务，让社区医生直接帮患者预约专家号和CT、胃肠镜等检查；为符合相关条件的患者推行日间手术、预住院服务，压缩住院周期、加快床位周转……

国家层面持续出台系统性改革举措，推动医疗资源更加精准适配。比如，持续推进医联体、医共体建设，通过搭建双向转诊通道、检查检验结果互认、医学影像全国“漫游”等方式，引导优质医疗资源扩容下沉、均衡布局；全面推广互联网诊疗、慢病长处方、居家医疗服务，用数字化手段分流接诊压力；全国二级及以上公立医院全面推行“全院一张床”管理改革，通过统筹院内床位资源、打破科室壁垒，解决床位紧张难题……

在做大优质医疗资源“蛋糕”的同时，进一步分好存量资源的“蛋糕”——这是医改领域被认同的服务理念和治理模式，也是医疗机构应当践行的民生担当。很多成熟的医改措施，恰恰始于主动研判患者真实需求、积极延伸服务边界、将零散随机的善意升级为常态化机制的探索。

比如，慢病长处方制度就是源于早期部分基层医生为方便慢病患者而自发线上复诊、开具长期处方；福建三明立足本地医保基金承压、药价虚高的困境开展探索，从零散控药价起步，逐步形成医疗、医保、医药三医联动的整套改革方案，其经验后来推向全国；医务社工服务最初只是少数医院志愿者对重病、老年患者的个案帮扶，后来随着实践积累，逐步建立起标准化服务体系，成为充满人文关怀的照护制度。

一项项实打实的医改举措，多是由千千万万个扎根门诊一线、直面患者诉求的小探索、微创新汇聚而成。一个个窗口的优化、一项项流程的改良背后，是医疗机构和医护人员换位思考、直面就医痛点的努力。事实证明，改善群众就医体验，办法总比困难多。愿类似探索多多益善，进一步弥合医疗服务细微缺口，不断改善群众就医体验，共绘健康中国的温暖图景。



摆拍“救助流浪女”，苦情营销的又一“剧本”

龚先生

某短视频博主在深山里“意外”发现一位“流浪女”，给她起名“小秀”，跟她一起直播带货，账号粉丝量涨到近30万。黑龙江牡丹江网安部门查明，二人实为夫妻关系，为吸引流量摆拍卖惨视频。目前，二人被行拘。

有误导倾向的虚假视频，无疑是对网友注意力的消耗。互联网经济中，吸引流量是天然属性，本无可厚非，但问题的关键在于，应当以什么样的方式获得流量。

大众也许会被骗一次、两次，也许会一时半会儿被猎奇的视频所吸引，但当相同的情况反复发生，人们终究会清醒、会反感，会用脚投票。

网友跟帖——

@利乐：“狼来了”的故事不好玩。

@创口贴：流量能成就人，也能吞噬人。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

“炸药包”突然扔向人群？沉浸式体验不能吓着观众

童方萍

据11月1日南方都市报公众号报道，近日，河南郑州电影小镇实景演出中“扔炸药包”的场景设计引发游客担忧。现场视频中，演出人员从二楼扔下“炸药包”，另一演出人员又将炸药包扔回二楼，随即二楼发生“爆炸”，有游客担心会伤人。对此，景区客服回应称，“炸药包”只是造型道具，不会真的爆炸，主要的炸点是二楼的声光电效果，不会伤到游客。

尽管景区做出上述回应，但这一互动设计依然让不少观众心惊肉跳。争议的核心，不在于道具是否真的会炸，而在于景区是否有权在游客毫无防备的情况下，将其置于难以预见的风险之中。

沉浸式演出的魅力在于打破观演边界，让观众“身临其境”，但追求沉浸式效果不应以牺牲安全为代价。一件形似爆炸物的道具从高空飞向人群，即便本身不会爆炸，其下坠轨迹的不确定性、游客的本能闪避、人群中可能发生的推挤踩踏等，都是真实存在的物理层面的衍生风险，这些同样需要引起充分重视。

近年来，文旅行业竞相追逐“沉浸式”“强互动”，声光特效越来越炫，与观众的距离越来越近，但其安全性却需要打个问号。

从火焰表演引燃演员裙摆，到高风险项目致游客摔伤，过往发生的类似事件反复提醒我们：氛围感可以升级，演出形式可以创新，却绝不能以试探安全边界为代价。观众要的是心跳，不是真的惊吓；要的是逼真的代入感，而非现实风险的不确定。

对景区而言，真正的安全保障是事前将风险控制在可预见、可防范、可告知的范围内。相关装置的防护标准、演出区域与观众席的安全距离、应急预案的演练频次、现场秩序的管控措施——这些细节才是真正担起主体责任、保障安全的根本。

文旅创新必须建立在安全底线之上。“炸药包”飞向人群的那一刻，飞来的不仅是道具，更是游客对景区安全管理的信任。唯有把安全逻辑讲明白、把现场细节做到位，才能让每次“沉浸”都安心无忧。



图说

便 民

不洗头，不推销，没有隐形消费，坐下就剪，剪完即走……据界面新闻报道，近日，“10元快剪正暴打全国的设计总监”的话题登上社交平台热搜，超市出入口、地铁便民点位的平价快剪档口持续出现排队客流，而之前一些价格虚高、靠套路获客的美发店正在退潮。有网友发帖称，10元快剪，治好了自己的理发焦虑症。

10元快剪的备受欢迎，照见了近些年一些地方美发行业的痛点。不知何时起，随着设计师、发型总监、首席发型师等头衔不断膨胀，不少地方理发的价格也水涨船高，各类“推销产品”“怂恿充值”的话术则让理发椅上的消费者如坐针毡，一不留神还会陷入“闭店跑路”“金蝉脱壳”的陷阱，从而面临退款难、维权难。就此而言，无论是此前湖南怀化90后理发师“晓华”走红，还是此番“10元快剪”上热搜，无不折射出人们对理发行业的朴素期待：明码标价、手艺靠谱、听得懂话。大浪淘沙的市场竞争中，服务品质和设计能力永远是立身之本。不过是理个发，还是少些花里胡哨的套路，多些平实的服务与尊重。

赵春青/图 陈曦/文

会“拐弯”的指示牌：把简单留给路人

王志高

据《扬子晚报》报道，近日，江苏南京南站一批焕新上线的导向指示牌在社交平台意外“出圈”，“拐弯”指示牌上硕大的箭头引来大量网友跟帖“认领”自己在南京南站迷路的经历。

这一赢得掌声的指示牌，其实并没有多高的技术门槛，它只是一个先向下再拐弯的箭头、一块专属的黄色色块、几个被加粗的字而已，没有电子屏，也不需要联网，可恰恰是这种“笨”，戳中了超级枢纽的真实痛点。

在类似机场、火车站这样的超级枢纽，导向标识的功能不仅限于“告知”，还有“替人做减法”。这类超级枢纽往往是多线换乘站，站厅里同时挤着线号、终点站、方向、出入口以及铁路与地铁的接驳信息。旅客拖着行李、盯着时间，此刻最稀缺的是认知资源。以往那种需要“读懂文字、比对线路、再判断上下”的标识，需要较高的理解成本，而箭头先垂直向下再折向楼梯，等于把“往哪走、怎么走”合并成一个视觉动作，人站到牌下，脚便已经知道往哪迈，让道路和方向的选择少了一分犹豫、多了一分从容。

近年来，一些交通枢纽的导视升级往往奔着智能化的方向去，比如，南京南站地下停车场已上线AI智慧导视，手机扫码便可叠加AR实景箭头；更早的还有总长约9.5公里的“彩虹地贴”。这些投入和改变，确实取得了很好的现实效果。此番最原始的物理标识出圈，则给我们带来另一重启示：公共空间的导引标识不可忽视其基础可读性，应是“一眼秒懂”“根本不必迷路”。如果不能先把基础的一层做扎实，再先进的技术恐怕也难有用武之地。

城市设计领域本就有个“可读性”的经典概念，即城市环境容易被人辨认、理解，并且在人的心里拼合成一个连贯、清晰整体形态的特质。城市里的交通枢纽是无数旅客抵达一座城的第一间“展厅”，第一印象往往在抬头找牌、犹豫转弯的几分钟里就定了型。近来，南京被网友戏称为“一部巨大的老人机”，因为红绿灯大、路牌大、字大——这种调侃未尝不是一种褒奖，一座城市理当在公共设计上先保证那些不熟悉、不擅长、没有耐心的人都能看懂，在此基础上再谈美观与高级。对陌生人的友好程度，也是丈量城市文明的一个标尺。

当然，掌声之后也该留一份冷静。城市公共空间的标识是系统工程，一块直观秒懂的牌子作用终究有限，多线换乘的空间复杂度、科学合理性等，仍需放进节假日大客流的真实场景里检验。此外，导引标识也并非越“新”越好，频繁改版也可能会消耗旅客好不容易建立起来的空间记忆，理想的状态是充分运用灯箱、广播、地贴、人工问询与手机导航等多种导引手段，使其各展所长、协同发挥效用。

一块会“拐弯”的箭头之所以吸引人，说到底是因为它透出了一种分寸感：把复杂留给自己，把简单留给路人。一座城市的便捷、舒适、美好，往往就藏在那些不必开口问路的瞬间。

什么样的测评令求职者反感？

刘少华

今年5月至今，应届毕业生小韩向多家企业的20余个岗位投递了简历。几乎每投一份简历，就有一份测评链接“飞”进邮箱——据11月2日《工人日报》报道，眼下正值求职招聘季，投递简历后，应届生面对的不再是传统的HR面谈，而是各类线上测评——行测、性格测试、智力测评、专业笔试、AI面试……在这场层层“闯关”中，学历与实习经历只是基础，能否通过测评筛选、被企业“看见”，成为求职能否成功的关键。

过去，应聘者找工作大多是投递简历、参加笔试面试，然后便可知道是否被录用。当找工作变成“刷题闯关”，各种测试如影随形，求职者甚至连与企业招聘人员面谈的机会都没等到，就被淘汰出局了。

企业热衷各类测评，当然有自身利益的考量。一方面，相关测评可以提高企业筛选效率，节省人均招聘成本，还能靠标准化筛选项快速过滤掉不符合基础要求的候选人。另一方面，企业也希望通过设置诸如性格测试、智力测评等测试环节对求职者有更多了解。

然而，测评有效的前提是测评本身科学合理。实际上，企业招聘测试有的与工作岗位相关，有的则跟工作八竿子打不着，有的甚至会在测试环节问一些个人隐私方面的问题。此外，一些线上测评同质化非常严重。不少企业并没有自己研发的测评系统，而是依赖第三方软件，不同类型、不同规模的企业用的往往是同一套题库。

更值得警惕的是，一些求职者已开始进行针对性“测评训练”，市面上出现的大量秋招测评题库、答题技巧攻略等，让不少学生不再琢磨岗位匹配度，而是花大量时间刷题、背套路，学着答出机器喜欢的答案。甚至有人专门针对AI面试的数字人特征练习表情，避免因眼神游离、肌肉紧张被系统误判为“不诚信”。这样一来，企业通过测评筛选出来的，未必就是适配岗位的人，而可能是熟悉这套测评规则的“答题高手”。

技术工具本该服务于人，而不是反过来绑架招聘。线上测评适合作为初筛的参考，却不该成为一锤定音的关卡。对企业而言，要清楚哪些能力适合纸笔测试，哪些特质只能靠面对面沟通观察，性格、沟通、应变这些素质，很难靠几十道选择题、摄像头捕捉的微表情精准定义。把招聘的全部信任交给算法，虽然省去了HR沟通的成本，却也可能错过真正合适的人才。

求职者的时间成本，同样值得被看见。不加节制的测评、重复雷同的试题、漫长等待后的零反馈，不仅可能加重求职焦虑，也会挤占应聘者调研岗位、打磨面试表达的空间。对此，企业不妨也多些体谅，精简不必要的测评环节，明确测评结果的用途，在流程结束后及时给出反馈，这其实也是企业社会责任的一部分。

招聘的本质，是人与人的双向识别。鲜活的想法、韧性、潜力，需要用更加科学合理的考察方式、在面对面的沟通交流中去发现。愿招聘回归初衷，少一些机械化的测评考核，多一些科学合理的交流，让更多的求职者能“被看见”。

“消费入座”，善意执行更显温度

关育兵

据10月31日总台央广报道，日前，多家知名餐饮连锁品牌宣布，在全国门店施行消费入座，引起舆论热议。支持者认为餐饮品牌没有义务免费向公众开放座位，“消费入座”能更好保障已消费顾客的合法权益，也有网友认为这样的规定少了点人情味。

这场争议，焦点其实不在“该不该消费”，而在于如何厘清商业空间的规则边界，如何让公共生活中的善意更妥善地安放。

首先，有必要回到一个易被情绪遮蔽的常识，即餐饮门店座位区域本质上是商家的经营性空间，而非免费公共休憩场所。依据民法典关于经营场所使用权和经营自主权的相关规定，商家在不违反强制性规定与公序良俗的前提下，有权设定合理的经营条件。这正是“消费入座”的合法性边界：商家不是在“剥夺”谁的固有权利，而是在澄清一项清晰的商业规则。

其次，从经营逻辑看，这条规则也有一定的现实合理性。座位是餐饮门店的稀缺资源，翻台率直接关系门店盈亏。非消费者长期占座所带来的嘈杂与杂乱，可能会打破付费顾客期待的静谧氛围，影响潜在消费意愿。经营场所的客单价中其实已包含了特定时间内商业空间使用成本，商家选择优先服务支持店铺生意的顾客，本就是基本的商业公平。

当然，肯定“消费入座”的合法性，并不等于可以冰冷执行。有律师就指出企业理论上有权要求未消费的消费者离场，但不能强制驱逐，只能通过劝导方式进行。店铺经营者把握好其中的分寸与尺度，既是对消费者的尊重，也是对自身的保护。

如今，商业空间与城市生活交叠的场景频现。路人内急时，最先想到的往往是街边店铺；突遇暴雨时，路人往往会就近寻一处门店暂避。类似场景下，商家愿为路人敞开一扇门，是善意，也是城市生活应有的互助底色。而人们在享受这份善意时，也应有基本的分寸感：躲一场急雨、短暂休整是合理需求，而把门店当免费自习室一坐半天，挤占有真正消费需求者的空间，则是对商业资源的过度索取。

一句话，“消费入座”合法，但执行过程当留足弹性空间，从而让善意不被滥用，让温度更可持续。

媒体声音

◇AI“探店”，算法能探出人间烟火吗？

打开短视频平台，从火锅店、烤串店到奶茶店，各类探店视频画面生动、文案诱人，但一些视频中的“真实体验”并未实际发生，而是由人工智能生成。

荔枝新闻评论说，探店的核心价值在于“体验的真实性”，其锚点就在于“真人、真到店、真体验”。AI“探店”却不“到店”，看似走了捷径，实则把本应基于真实的“种草”异化为虚假的生意。真实性是探店活动的灵魂，行业从业者也应守住诚信底线。唯有综合施治，尽快规范，探店才能从一门流量生意真正回归口碑传递。

◇陪诊不再“开盲盒”，期待国标落地

11月1日起，《社会化陪同就医服务基本要求》国家标准正式实施。这是陪诊行业首个国家标准，给长期“野蛮生长”的陪诊服务立了规矩，也划了边界。

人民网评论说，陪诊服务不是可有可无的“跑腿生意”，而是老龄化社会、数字化就医等因素共同催生的现实刚需。清晰的权责划分，不仅给行业和从业者划定了行为底线，本质上也是在回答陪诊人员的身份问题：只能做就医辅助，不能越位成为诊疗主体。对陪诊行业而言，规范不是束缚，而是底线；不是限制发展，而是让这项民生服务走得更稳、更远。

◇当心虚假小广告“养疥成疮”

最近，一位为马桶污渍发愁的朋友，在刷视频时看到广告：某款清洁产品喷上马桶，几分钟内污渍自动溶解，当即下单。结果用了几次便摇头苦笑——上当了。

《新华日报》评论说，广告商信誓旦旦表态，加上以假乱真的AI视频佐证，很容易让人上当。类似商品大都十几或几十块钱，广告内容虚假给消费者造成的损失貌似不大，但对整个社会的影响和危害不容小觑。解决这一问题，要加强取证、依法严惩，网络平台加强自律，并给消费者提供更多维权便利，切不可养疥成疮、养痈成患。（吴迪 整理）