

观点扫描



当博物馆打破时空限制向公众敞开大门,灯光照亮的不仅仅是历史文化瑰宝的光彩,更是人们心中对优质文化的渴望、对精神丰盈的追求,这些正成为塑造城市文化新格局的强大推动力。

用心打造“博物馆奇妙夜”

这个暑假,全国众多博物馆开启夜游模式。数据显示,7月以来,某旅游平台上有关“夜游”的搜索量环比增长100%,其中夜游博物馆是热门项目。根据调研结果,超过1/3的国家一级博物馆在暑期开展了夜游活动,有些馆内门票一开售就“秒空”。作为一种文化消费新趋势,博物馆夜游何以受到众多游客青睐?又该如何让热潮持续下去?

在文化消费形式日益丰富的今天,夜游项目以其独特的光影效果、表现形式为游客创造出与众不同的游览体验,很好地回应了公众的消费需求,是其广受欢迎的重要原因。

此外,夜游活动有效推动了馆内的错峰参观,让更多“上班族”能够灵活地安排观展时间,可以说是一种对博物馆运营时间与空间的延长与拓展,在一定程度上减轻了客流过多带来的压力。

夜游火了,势必会带动场馆内外相关产业的一系列“连锁反应”,比如,上海博物馆在推出“金字塔之巅:古埃及文明大展”期间,数百款具有异域风情的文创产品供游人挑选,销售总量和收入均创新高。与此同时,馆外的餐饮、住宿、交通等也相应得到带动,进而有效

激活了消费新引擎。

当然,博物馆夜游项目增多,可能会带来人力、资金、内容策划以及安保等方面的多重压力。怎么有效安排人手、优化馆藏资源,如何在馆外做好游客疏导、后勤保障等工作,都将决定夜游项目能否可持续、健康地发展下去。更重要的是,夜游项目不应仅是白天展览的延长与复刻,唤醒更多“沉睡”资源、避免活动项目的同质化等,是做好夜游博物馆“下半场”的关键所在。

今年年初,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》就明确提出,“支持夜间文化和旅游消费集聚区丰富文旅业态”“支持各地对消费集聚商业区的夜间照明和夜景灯光升级改造”“因地制宜延长热门景区、文博场馆开放时间,通过多种方式做好夜间开放保障”。如何让“博物馆奇妙夜”更加精彩?须将其置于整个城市公共文化服务的大棋局中来思考,从多维度实现系统性升级。一方面,文博场馆要“苦练内功”,主动走出“舒适区”,激活“自我造血”能力,增强独特吸引力;另一方面,不妨积极“走出去”,与社会力量共享资源,在策划内容、文创开发等方面寻求“外脑”、博采众长。 李晓 来源:光明日报



医疗安全这件事,没有“差不多”,只有“零差错”。这场本不该发生的误诊,再次为医疗安全敲了警钟:追技术突破的同时,更得把流程管理的“防火墙”夯结实。

医疗安全,没有差不多,只有零差错

近日,翟女士在四川省人民医院就诊做CT时,因另一患者误入检查室,导致该患者的CT影像被录入翟女士名下,翟女士因而被误诊为“特发性肺间质纤维化”。翟女士在服用了约3个月药物后复查,才发现系误诊。四川省人民医院回应说,目前双方尚在协商处置中,医院方已采取改进措施,以杜绝此类事情发生,并将尽力推动此事妥善解决。

这场误诊让翟女士遭了大罪。“特发性肺间质纤维化”是进展很快的重病,这三个月里,她不光背着“重症患者”的精神压力,吃不好睡不香,还得担着药物副作用的风险。可这失误本来完全能够避免:叫号喊“翟女士”时,陌生人进检查室没人拦;操作人员连最基本的姓名核对都省了;影像归档审核更是走过场。从身份核对到检查室管理,再到影像审核,这三个关键环节看似有人管理,其实根本没起作用。

事实上,医疗安全从来不是“要么靠技术,要么靠流程”的单选题。CT设备再精准,可它不会自己认人。检查设备能快速生成诊断报告,却替代不了人工核对基本信息。医疗安全的技术升级,得和流程优化一起走。这就好比飞机有自动导航,但飞行员仍需严守操作规范。现在

有的医院一门心思买高端设备,却把基础操作流程抛在脑后,因此埋下了安全隐患。

此事还暴露了医疗体系里“责任链条断裂”的老问题。从放射科医师到接诊医生,从信息录入人员到科室管理者,每个环节都抱着“总会有人检查”的侥幸心理。这种“各管一段、责任空转”的状态,比单一环节出错更危险。医疗安全容不得丝毫侥幸,需要有责任意识。

出事之后医院说已采取改进措施,以杜绝此类事情发生,但这些措施若只停留在过度倚重技术层面,不改变“重设备轻流程”的管理思路,类似问题就难免会重演。真要改进,得从重新设计医疗流程开始,把身份核对、操作留痕、交叉验证这些环节制度化,让每个操作步骤都留下不可篡改的电子轨迹,用刚性制度替代靠自觉的柔性约束。

医疗安全这件事,没有“差不多”,只有“零差错”。这场本不该发生的误诊,再次为医疗安全敲了警钟:追技术突破的同时,更得把流程管理的“防火墙”夯结实。毕竟,再先进的设备,也替代不了对生命最基本的敬畏。而任何流程漏洞的代价,最终都得由活生生的人来扛。

陈江 来源:钱江晚报



与其绞尽脑汁在价格上做手脚,不如在菜品质量、服务体验、文化特色上下功夫,用真材实料和优质服务赢得口碑。

诚信经营才有“回头客”

最近,某地一家火锅店被爆出使用两份价格不同的菜单招待客人,外地游客菜单价普遍高于本地客人,且存在缺斤短两情况。最终,这家店被市场监管部门处以警告并罚款10万元。

“阴阳菜单”实质是价格欺诈。经营者仗着游客人生地不熟、信息不对称,刻意设置两份不同价格的菜单,甚至在结账环节临时“变价”,牟取额外利益。这种“看人下菜”的差别定价做法,只顾眼前小利,不仅严重侵犯消费者合法权益,也给当地形象抹了黑。此类行为屡次出现,一方面是因为违法成本低、处罚力度有限;另一方面也暴露出部分商家做“一锤子买卖”的短视思维,缺乏长远眼光和品牌意识。

诚信经营不是口号,而是招揽生意的金字招牌。与其绞尽脑汁在价格上做手脚,不如在菜品质量、服务体验、文

化特色上下功夫,用真材实料和优质服务赢得口碑。龙潭大峡谷景区的冰棍1元1根,连续8年不涨价;泰山景区把矿泉水售价的成本构成公开……这些案例证明,不搞“一锤子买卖”,用真诚对待游客,才能赢得信任。淄博、哈尔滨等城市的走红,也是因为用心服务游客、全链条保障消费体验,最终积累了良好口碑,吸引来越来越多的游客。

监管部门应把“事后惩处”与“事前防范”结合起来,织密日常巡查和明察暗访防护网。在旅游旺季和重点景区,加大执法频次和曝光力度;对恶意欺客、屡教不改的经营者,不仅要依法重罚,还应纳入行业诚信“黑名单”,实施市场准入限制。同时,畅通投诉举报渠道,降低游客维权成本,确保每一条投诉都能得到快速响应与有效处理,及时向社会公布查处结果,形成有效震慑。

刘沛恺 来源:经济日报