

### “星级服务”当有“星级品质”

涵养诚恳的态度，拿出有力的举措，让消费者更安心、更舒心，才能最终收获信任、赢得市场

最近，有网友发布视频，曝光了多家高档酒店使用脏抹布、脏浴巾或脏海绵擦拭杯子、洗手台、镜面等问题，引发集中批评。事件发生后，相关省市文化和旅游主管部门对涉事酒店进行了排查。文化和旅游部也要求，各级主管部门要举一反三，高度重视旅游服务质量监管工作，引导企业诚信经营、规范经营。

正如中消协负责人所说，“杯子都洗不净，有何资格挂‘星级’？”酒店卫生状况事关消费者的切身利益，反映着服务品质。五星级酒店不菲的价格背后，竟然暗藏不为人所知的“卫生暗角”，令人难以接受。对于相关视频，有网友感慨：看第一个镜头，“惊呼”；看第二个镜头，“叹息”；看第三个镜头，“已然无语”。面对舆情，涉事酒店需要端正解决问题的态度、拿出消除隐患的决心、落实改进完善的举措，相关部门也应完善制度、强化监管、及时惩处，让违规者付出代价。

“杯子的秘密”，揭开了酒店行业“隐秘清洁”的一角，也促使人们聚焦并反思服务质量问题。酒店卫生频频出现隐患，原因何在？相关操作规范有据可循，为何流于形式？酒店星级意味着品质保障，如何强化评审和监管？面对种种问题，首先要有清晰的归因，不能将责任简单地推给个别工作人员，正如人们所呼吁的，真正需要负起主体责任的是酒店，否则换多少保洁人员也一样。

客途常思归家。从某种意义上说，酒店就是外出者的家。然而，一些失范操作、失责管理，让本应有的“宾至如归”打了折扣。事实上，如果对工作规范、操作流程缺少敬畏之心，再严细的规定都可能“徒有其表”；如果让规章制度停留于“制定与张贴”，而执行缺乏力度、管理缺乏精度，品质就难以保障；如果对“星级”仅仅一评了之，不动态跟踪、实时监管，违规者便会有恃无恐。正因此，从

客房服务到酒店经营管理，从政府监管到媒体监督，每个环节都影响着消费者的信任，也都应担负起相应的责任。

服务业应以高质量为价值导向，不断提升品质标准。近年来，从酒店的“毛巾门”“床单门”，到餐饮后厨的“脏乱差”，再到物流行业的“暴力分拣”“失窃门”……一次次“信任危机”，警示我们必须来一场质量变革、品牌再造。只有真正把消费者利益摆在首位，才能在市场竞争中立于不败之地；只有真正直面现实问题，才能在汲取教训中不断完善工作。企业加强自律、提升服务品质，行业良性竞争、顺应消费升级趋势，监管更加严格、让违规者付出代价，服务业就能在高质量发展中为美好生活添彩。

改革开放40年来，酒店行业的快速发展，映照着消费的巨变、时代的变迁。曾经，广州的白天鹅宾馆，成为首家合资的五星级酒店，融入了时代记忆；前不久，被誉为“世界建筑奇迹”的上海深坑酒店刚刚开业，便吸引着世界的目光。随着物质日渐丰盈，人们对“质”的提升、对“好”的要求、对“美”的希冀，更加强烈。涵养诚恳的态度，拿出有力的举措，让消费者更安心、更舒心，才能最终收获信任、赢得市场。