

微短剧不能只有“爽文”

子楚

在数字化时代，微短剧以其轻快的节奏、紧凑的叙事和便捷的观看方式，迅速占领了网络视听的新高地。然而，随着微短剧的大量涌现，其质量问题也日益凸显。不少微短剧结构简单、剧情雷同，如同网络“爽文”，除了情绪价值，观众什么也得不到。对于部分微短剧，甚至有些观众直言，是“冲着看脸才看完”。这种现象，无疑对微短剧的长远发展构成了挑战。

过去，一些长剧集为了追求商业利益最大化，不惜牺牲艺术品质，通过拖慢节奏、增加台词等方式“注水”，导致剧情冗长、节奏拖

拉，使观众体验大打折扣。而微短剧以节奏快、反转多等特点有效调动观众情绪，满足了人们高效获取娱乐内容的需求。

技术变革深刻影响微短剧生产。当前，微短剧从市场洞察、剧本筛选、广告与内容结合，再到成片初审都能通过智能平台实现一条龙生产。超高清人工智能、虚拟拍摄等新技术也已经在微短剧中得到广泛应用。这为微短剧的内容创新和质量提升提供了技术支撑。

如何改变现状，从看脸转为看内容？首先，微短剧创作者需要强化精品意识，赢得流量口碑双丰

收。微短剧有横屏、竖屏，但打动人心的关键在于质量。如今，越来越多的创作者摒弃浮躁，从火热的现实生活中寻找灵感，以真诚的态度锤炼品质、提升品位，满足人们日益增长的精神文化需求。只有多奉献精品，微而不弱、短而不浅，兼具艺术性、思想性与观赏性，这才是微短剧高质量发展的康庄大道。

长远来看，微短剧也是一种新的文化业态。微短剧持续绽放新光彩，在创作与传播上走向更广阔舞台，必将成为讲好中国故事的有效载体。政府也应护航微

短剧高质量发展，从规范监管、引导扶持和生态建设着力推动微短剧发展，让“精品化”成为行业共识。

微短剧的发展，不仅是技术与艺术的结合，更是文化与市场的交融。我们期待，微短剧能够超越“爽文”的局限，以更加丰富、多元、深刻的内容，满足人民群众日益增长的精神文化需求，成为新时代文化创新的亮丽风景线。



“双十一”作为电商狂欢节，每年都能带来新一轮的消费高潮。业内人士透露，与往年相比，今年“双十一”促销活动提前近10天启动。安庆本地电商、老字号、快递企业如何备战“双十一”？目前销售情况如何？记者进行了采访。

(《安庆晚报》11月11日)

11月10日，皖西南快递产业园里工作人员正有条不紊地进行分拣。(资料图片)全媒体记者 徐火炬 通讯员 江沁 摄



“快递大战”背后 比拼的是高品质服务

孙维国

今年“双十一”不仅是“史上最晚”，也是“史上最长”，各个平台竞争相当激烈。在这一年一度的消费狂欢中，快递行业作为支撑整个电商生态系统的关键环节，已经成为了每一场购物盛宴的“幕后英雄”。

近年来，随着人工智能、大数据、物联网等技术的快速发展，快递行业的智能化水平大大提高。智能分拣系统、无人机、无人配送车等新技术的应用，使得快递业务的处理速度和效率有了质的飞跃。然而，技术进步的背后，不应忽视的是服务的“人性化”。比如，当包裹损坏或丢失时，消费者希望能够通过快捷的售后渠道得到赔偿；当送货地址不明确时，消费者希望能够得到快递员的耐心解释与协助。快递公司在提升处理速度的同时，还应注意服务的灵活性和个性化。为不同类型的客户群体提供定制化的服务选项，为特殊需求的客户提供优先服务，这些都是提升整体服务质量的有效方式。

在快递行业的“大战”中，服务质量是品牌信任的重要来源。快递业的竞争不仅仅是价格战，更是品

牌和口碑的竞争。一旦消费者遭遇到不愉快的配送体验，无论是包裹迟到、快递员态度不佳，还是包裹损坏，都会迅速在社交媒体上传播，进而影响到品牌的声誉和消费者的选择。快递公司不仅要在“数量”和“速度”上竞争，更要在“服务质量”上持续发力。包括提升客户服务团队的专业能力，完善售后服务体系，注重对消费者反馈的快速响应等。这些看似细小的服务细节，往往能够在竞争中赢得先机。

“双十一”购物节是电商与快递行业每年最为重要的节点之一，背后折射出的是整个行业对于服务品质的把控。尽管“数量”和“速度”是行业发展不可忽视的因素，但它们不能成为快递行业的唯一追求。随着消费者对生活品质的要求不断提升，快递行业正逐步进入一个“服务至上”的新时代。

未来，快递行业的竞争不仅仅是“速度”之争，更是“服务品质”的较量。在这一过程中，只有不断优化服务，提升消费者体验感，才能真正赢得市场的青睐，立足于竞争激烈的市场环境中。

让有温度的快递服务 走进千家万户

叶剑锋

每年“双十一”前后都是快递业务旺季，今年亦不例外。我们欣喜地看到，今年安庆快递真得“快”，这既有赖于智能化水平的不断提升，随着自动分拣、大数据监测平台巡查等技术的广泛应用，作业效率大大提升；也依托于配套化服务的持续升级，快递柜、菜鸟驿站、快递网点不断增多，打通了进家入户的“最后100米”。

众所周知，快递业一端连着供给侧，一端连着需求侧，是经济发展与消费活力的“晴雨表”。一方面，当前我市经济在加快复苏中稳步前行，消费成为经济增长的主引擎。快递业务量的攀升，得益于消费端需求的增长，折射出经济发展企稳回升、充满活力的良好态势。另一方面，数字经济蓬勃发展方兴未艾，电商产业发展跑出“加速度”，再加上网络热促、在线购物节等的推波助澜，快递业务量攀升是必然。

消费兴，则快递兴；快递兴，则经济兴。当前，快递业正进入更为忙碌的季节，在保民生、促生产、畅循环、稳就业方面发挥着无法替代

的积极作用。既要有量的合理增长，更要有质的有效提升，着眼“高质量”这个根本任务，创新服务供给，引领高端消费，快递业才能在高成长中保持良性运行态势。

让高品质快递服务更好惠及千家万户，要坚持科技赋能。5G、大数据、人工智能等现代信息技术日新月异，要进一步加大新基建力度，既要建设一批数字化智能云仓，也要增添一批AGV搬运机器人等设备，还要提升一批快递柜、菜鸟驿站、快递网点的智慧应用水平，让更多的网络技术、应用场景融入到快递服务中。

在差异化、多元化、绿色化上转型升级，是安庆快递业稳健发展的必由之路。归根结底，要顺应新产业、新业态的发展趋势，以及新电商、新零售模式的不断更新，以创新为手段，以融合为抓手，跳出既有的思维定势，推出更多含金量高、附加值高的快递“量身定制”服务，拓展生鲜等特色产品的快递业务范畴，推广无纸化电子面单、绿色回收箱、环保投递全链覆盖，推动快递业向产业链、价值链、市场链的高端攀升。