

[读者来论]

化解文艺片分销困局 不该只盯着影院经理

□ 王志高

据澎湃新闻报道,近日,青年导演卞灼发布一封致全国影院经理的公开信,以恳切质朴的文字,讲述了其执导的小成本影片《翠湖》上映后的处境与期盼,引发关注。信中,卞灼直言自己心情复杂,既欣慰于影片收获的观众喜爱,也无奈于其排片惨淡的现实。他透露,影片官方账号与自己的社媒账号上,已累计收到1742条求排片的私信与评论,一条“增加排片攻略”帖更获得2.7万次曝光。

这部斩获上影节亚洲新人单元最佳影片、豆瓣7.7分的作品,如今累计票房仅141万元,排片占比低于0.1%,甚至在不少二三线城市零排片。导演在信中那句“不敢期待泼天的富贵,只愿它如涓涓细流”,读来令人心酸。但我们需要清醒地认识到,这并不是影院经理们“良心发现”就能解决的问题。

当前文艺片的困境,本质上是一种供给侧与需求侧的结构性错配。不是观众不想看——豆瓣1.3万人标记“想看”、1742条求排片

私信证明了需求真切存在;也不是院线刻意打压——在商业逻辑下,若黄金时段排给《翠湖》却无人购票,空场的影厅成本谁来承担?真正的问题在于,我们缺乏一套能让“想看的人看到”的有效分销体系。

当下中国电影市场的发行逻辑依然简单粗暴:要么争取到全国万场的大规模排片,要么直接被宣判“死亡”。这种“全有或全无”的二元对立,对小成本文艺片极不友好。《翠湖》面临的“西昌、温州、醴陵零排片”困局,恰恰暴露了现有院线的覆盖盲区与刚性成本之间的矛盾。影院经理面临着高昂的房租和人力成本,要求他们为了“艺术理想”而承担经济风险,既不公平,也不可持续。

更值得深思的是,我们是否过度美化了“大银幕”的唯一性。卞灼导演在信中深情描述影院是承载情感共鸣的“黑匣子”,这份情怀令人动容,但电影的生命力终究在于被看见,而非局限于被何种方式

看见。在流媒体技术成熟的今天,分线发行、艺术院线联盟、线上点播窗口期等多元渠道,本可以成为文艺片“精准滴灌”的通路,而非只能挤在春节档前夕与商业大片正面交锋。

观众“嗷嗷待哺”,影片却“无水养鱼”,这种荒诞的对比提醒我们:文艺片的生存不能指望个别影院经理的慈悲,而需要建立分众化、多层次的发行生态。当西昌的观众不得不私信导演求一场排片时,我们或许应该反思,是不是把电影价值的实现路径想得窄了?

《翠湖》困住的不仅是导演,更是我们对电影产业认知的执念。让好电影找到对的观众,需要的不是悲情式的公开信,而是更灵活的分销智慧。电影的价值不由排片量定义,而当观众只能在深夜驱车三十公里才能赴一场“关于家的约定”时,困住他们的那个“黑匣子”,或许从来不是影院,而是我们习以为常却亟待打破的发行旧思维。

[媒体观点]

“严控PPT” 为何赢得好评

□ 杨鑫宇

1月30日,浙江省委、省政府印发《浙江省党政机关厉行节约反对浪费实施办法》,其中提到:党政机关应当严格控制视频、PPT在会议中制作使用,一般性工作会议,原则上不播放视频短片。消息经由新闻媒体报道后,在网上引发关注与热议。

“严控PPT”——在相关讨论中,这无疑是在网友提炼出来的一个受瞩目的关键词。若向前追溯,浙江省此次出台相关规定,其实早有迹象可循。中共中央办公厅、国务院办公厅印发《整治形式主义为基层减负若干规定》以来,多地部署开展“屏幕中的形式主义”专项整治行动。其中,浙江省在去年就提出,要推动公务活动中的PPT制作“减量、减费、减负”,如今再次出台规定要求“严控PPT”,并不令人感到意外。

虽然这次引发舆论关注的,只是浙江一省的最新规定。但是,由PPT所造成的基层负担,在全国很多地方都存在,不少干部反映“苦PPT久矣”。

此前,新华社曾专门刊发文章,强调“纠正PPT里的形式主义”的重要性。文章指出:一些单位将PPT汇报形式的好坏作为考核评价依据之一,甚至找第三方机构进行制作,加重基层负担,助长华而不实的工作作风。汇报者沉迷翻页流畅,考核者在意视觉冲击,几句话就能说清楚的工作,硬生生被拖成数十分钟的“屏幕表演”。

对此,有干部吐槽“工作干得好,不如PPT做得好;群众掌声多,不如PPT里动画多”,这虽然是“反话”,但其反映出的问题,却必须得到充分正视。

PPT原本只是辅助沟通的一种工具,却在一些地方异化为衡量工作成效的关键标准,个别领导对PPT模板、配色、动画、排版的重视程度,甚至超过了工作成效本身。在这种情况下,基层干部不得不将大量精力消耗在反复打磨展示形式、追求汇报效果的过程之中。

就此而言,从制度层面明确提出“严控PPT”,意义并不在于针对某一种工具,而在于为基层减负提供一个可操作的抓手。少做甚至不做PPT,直接汇报、当面交流,用更简洁的方式讲清事实、问题和对策,本身就是对形式主义的有力纠偏。它释放出的信号也十分清晰:评价干部工作,应当将工作成果置于展示效果之前,重在解决问题,而非“包装业绩”。

当然,这么说并不意味着否定PPT本身的价值。在一些需要直观呈现数据图表、工作流程、组织架构的场合,PPT依然有难以替代的优势。问题并不在于是否使用PPT,而在于它是否被放在了合适的位置,又是否真的有出现的必要。倘若PPT从辅助性的工具,变成了喧宾夺主的“主角”,就会落入形式主义的陷阱。

从严控制PPT,并不是要对所有PPT“一刀切”,而是在划清边界、明确导向的前提下,促进各单位回归务实作风。

不难发现,“苦PPT久矣”的并不只有党政机关和基层干部。在职场话题的相关讨论中,加班作汇报、熬夜赶PPT、反复调整版式,同样不少劳动者的普遍体验。和党政机关相比,职场中的PPT压力,更多来自绩效评价、公司文化等。但其背后的本质是相通的:形式被过度放大,实效就容易受到遮蔽。

说到底,在任何工作场景中,我们都不应让形式凌驾于实质之上。PPT可以有,但不应成为负担;展示有其价值,但不能取代实干。

据中国青年报

[热点聚焦]

比起取消“春节服务不打烊” 让留岗快递员安心过年更重要

□ 舒爱民

“取消快递行业春节‘不打烊’,让快递员也能安心过年。”1月28日,在甘肃省十四届人大四次会议上,甘肃省人大代表、省劳动模范章国志提出这项建议,随即引发网络关注,不少网友赞成让快递员回家过年,也有网友提出“提高加班补贴”、支持“市场自由调节”等建议。春节临近,多家电商和快递企业表示,今年春节期间全力保障快件收发需求,服务“不打烊”。(1月31日《工人日报》02版)

快递行业“春节寄递不打烊”已成常态。这背后,既有电商发展带来的刚性需求,也有企业争夺市场份额的服务竞赛。从满足群众年货采购、礼品寄送,到支撑“年经济”的物流循环,快递的“不停摆”确有其现实必要。但硬币的另一面是,无数快递员在本该团圆的节日里仍坚守岗位,有的是出于责任,有的却是迫于考核压力、担心绩效被扣而“被动留岗”。这种“以牺牲劳动者休息权换服务”的模式,不仅透支劳动力,也背离了“以人为本”的发展理念。

让快递员安心过年,核心在于

保障其法定权益,而非简单叫停寄递服务。国家邮政局近日印发《2026年春运期间寄递服务保障工作方案》,明确提出要尊重快递员个人意愿,实行错峰放假、合理调休,严禁以扣费、考核等方式强制留岗,并确保加班工资足额发放。这一政策导向释放出明确信号:节假日服务不应建立在对劳动者的“道德绑架”或制度性压榨之上,而应通过科学调度、资源优化与激励机制,实现“愿留者有保障、愿走者有尊严”。

因此,破解困境的关键,在于推动“不打烊”从“全员硬扛”转向“按需服务”的精细化模式。快递企业可借鉴交通、医疗等行业的值班机制,实行“最小必要上岗”原则——对生鲜、药品、应急物资等刚需寄递,保留骨干运力,予以优先保障;对普通件则适当延后处理,提前向消费者公示服务调整。同时,通过提高春节加班补贴、提供节日慰问、安排节后调休或带薪年假,真正让留岗者“劳有所得、心有所安”。此外,企业还应加大技术投入,利用智能分拣、无人配送、预约投递等

方式降低一线员工负担,提升服务效率。

对于消费者而言,也需要自我调整消费预期,对节日期间的物流延迟多些包容。我们既要享受即时送达的便利,也应理解劳动者对春节团圆的渴望。提前备年货、错峰下单,既减轻快递压力,也体现对服务者的体恤。社会层面则应增强对快递员群体的尊重与关爱,推动工会、社区、平台企业联合开展“暖蜂行动”,为坚守岗位的劳动者提供餐食、休息场所和心理支持,让温暖不只停留在包裹上,更传递到人心。

春节是中国人情感的归宿,也是社会文明的试金石。我们既要高效运转的物流体系,也要一个尊重劳动、懂得感恩的社会生态。让快递员安心过年,不是要停下快递车轮,而是要让车轮转得更稳、更暖、更有尊严。取消“不打烊”不是目的,让“不打烊”更有温度,才是我们共同的追求。当制度有保障、企业有责任、社会有关怀,快递员才能真正拥有选择回家或留岗的自由——那才是祥和春节该有的样子。