

从业者迎来AI挑战 短剧行业加速转型

□江苏经济报记者 沈玉青

短剧平台上,热播榜前列几乎全是AI短剧;从群演到明星,工作量比去年锐减已是常态;表面繁荣背后,“千剧一面”等问题仍待解决……近日,中国网络视听协会发布的《微短剧创作指引》显示,今年一季度,全国新上线微短剧共计12.8万部,其中,AI生成微短剧占比高达95%,短剧赛道已然成为人工智能落地应用最快的领域之一。

AI短剧火爆,但是,目前还存在一些短板和乱象。未来应如何发展?记者对此展开了调查。

AI短剧出圈 影视行业迎来变局

日前,记者打开红果短剧App,发现热播榜前五名中有三部为AI短剧,排名第一的AI短剧播放值已超1亿。打开抖音、红果、QQ等社交、视听平台,首页推荐栏内推送的短剧均带有AI生成标识,可见,AI短剧已经稳占据市场主流。

和传统真人拍摄短剧相比,AI短剧生产逻辑具备鲜明特点:无需实景场地,大量真人演员与线下摄制团队,依靠人工智能大模型即可一站式完成数字人建模、虚拟场景搭建、配音及后期剪辑全流程。且生产周期大幅压缩,一部百集短剧,最快三五天就能完成成片。《AI漫剧视频模型行业白皮书V1.0》显示,2025年月度内容供给量为1.8万部,而2024年仅为0.3万部。同时,AI在剧制生产环节的渗透率已提升到60%至85%,制作成本下降50%至75%,生产周期更是缩短至传统模式的三分之一。

行业巨变之下,影视从业者的感受最为直观。从事群演工作五年的范师傅向记者坦言:“接单量断崖式下滑。去年我参与28部真人短剧拍摄,今年才接到3部。市面上的流量短剧都用AI数字人代替群演,只有少数精品剧目才聘请真人出镜。”无锡一家影视基地场务小李对此也深有感触:“今年以来,灯光师、道具师等线下岗位需求持续收缩。以往基地片场常年满档,如今,多数AI剧组线上完成全部制作,不用租棚、不用实景置景,不少同行都被迫转行。”



(视觉中国供图)

许多“腰部”“头部”短剧演员的失业也来得猝不及防。短剧演员陈雨汐今年春节前日薪3000元,作品点击量过亿,但过完年后,她就突然没戏拍了。“AI‘斩杀线’,‘斩’到了短剧演员身上。”陈雨汐表示,她不停地刷演员通告、公众号信息、微信群聊,向发布开机消息的人投递自己的资料,“以前投10部能参演3部,现在投10部却没有任何反馈。”

乱象制约发展 行业亟须提质增效

制作成本降低、生产效率提高,入门门槛降低……AI短剧能够快速席卷市场,源于人工智能技术带来的生产模式的变革,但在高速扩张背后,其内容质量短板、版权纠纷等问题凸显,行业分化愈发明显。

不少观众频频吐槽AI短剧质量堪忧,算法趋同引发“千剧一面”。“之前每天都要看上好几部,现在AI短剧剧情越来越同质化,看几集就腻了。”短剧爱好者杨书婷告诉记者,很多AI短剧不断复制热门套路、

统一人物人设,故事框架高度雷同。而且,部分AI数字人表情僵硬,配音情绪单薄,难以让观众产生情感共鸣。

有业内人士指出,当前,部分从业者陷入“技术依赖症”,过度迷信AI的效率红利,忽视内容创作的本质规律。若不及时治理,这一“病症”或将反噬,不利于产业健康发展。今年6月,红果短剧对平台上的AI剧内容展开了大规模治理。此次治理已累计处置超万部低质AI剧,聚焦剧情导向、价值观表达和制作品质,重点处置了内容低俗猎奇、画面粗糙、剧情逻辑混乱、渲染极端情绪的劣质作品,这正是平台对“技术依赖症”给出的直接反馈。

“我的一篇小说发布后不久,网络上就出现了剧情相同、部分人物名字一模一样的AI短剧。”网络小说写手楚女士告诉记者。侵权也是AI短剧不可忽视的问题,部分制作方未经授权便抓取网文、影视素材训练模型,通过AI洗稿抄袭、擅自盗用真人肖像、声纹制作数字人、AI换脸碰瓷爆款IP引流等行为屡禁不止。公开资料显示,在北京互联网法院审理的一起案件

中,一家公司通过AI换脸技术将某知名演员的肖像拼接至剧中角色面部,法院认定构成肖像权侵害。AI短剧《桃花簪》擅自抓取网友照片形象生成剧中角色,平台认定出品方违规并下架该短剧。

政策规范赋能 探索长效发展之路

针对产业乱象,国家及各省市陆续出台相关监管规范与产业扶持政策,划定行业合规边界,培育优质内容生态。

国家广播电视总局制定的《微短剧发展管理办法》将于今年9月1日起正式施行,明确微短剧全流程备案公示机制,强化内容导向与版权保护要求,划定AI短剧合规生产红线。今年7月,《管理提示》(AI微短剧分类分层标准)落地执行,不仅按投资额、题材将AI微短剧分三类进行差异化监管,还明确了AI技术占比强制标注的红线,推动行业健康发展。

在AI冲击之下,短剧从业人员和相关影视基地如何应对挑战?江苏省社会科学院财贸研究所(江苏省金融研究院)助理研究员王紫筠表示,短剧行业真正的“分水岭”,在于能否将人的比较优势重新锚定在AI够不着的地方,即审美判断、文化直觉、对人性微妙处的捕捉。从从业人员转型的出路在于向上游迁徙,从执行者变为策展人,从内容生产者变为创意导演。影视基地同样需要跳出“拍摄场地”的路径依赖,重构“内容工厂+创意孵化器”的双引擎模式,一端提供算力基础设施与虚拟制片管线,另一端打造编辑工坊和跨界创意社区,完成从“房地产逻辑”到“技术平台+内容生态逻辑”的底层商业模式基因切换。

针对AI短剧目前存在的问题和不足之处,王紫筠指出,市场向好发展的关键在于重建“稀缺性壁垒”。在技术层面,打破通用大模型的均质化输出,让AI从“平均创作者”进化为“风格引擎”;在制度层面,建立质量分级标准与内容溯源体系,让观众能甄别“批量生成”与“精心打磨”。产业链的价值重心需要从分发环节向创作环节回流,当“做一部让人记住的短剧”比“做一万部让人划过的短剧”在经济上更划算时,市场才算是走上了良性发展的轨道。

脑机接口临床应用密集落地 A股逾30家公司积极布局

近日,脑机接口技术在国内医疗领域密集落地,多项临床突破接连公布。

日前,杭州一名失明近20年的患者迎来了生命中的“一束光”。作为我国首例高分辨率视觉脑机GCP(药物临床试验质量管理规范)临床试验的受试者,术后开机第二天,她在白纸上稳稳写下了一个“L”。这项突破来自杭州曜迪电子科技有限公司全链条自主研发的高分辨率视觉脑机接口技术。

8月12日,山东大学附属威海市立医院成功完成植入式脑机接口手部运动功能代偿系统(NEO)手术,脑机接口技术在地市级医院实现临床应用。

8月12日,浙江省人民政府办公厅发布《关于推进脑机接口产学研联动的若干措施》(下称《若干措施》),提出18条支持举措,全力构建脑机接口产学研联动机制。

《若干措施》提出,鼓励有条件的地方实施脑机接口研发投入奖励政策,对研发投入占营业收入比重3%以上且年增长20%以上的脑机接口企业,按照上年度研发费用的一定比例给予财政补助。支持脑机接口产业化项目申报中央预算内投资项目、

超长期特别国债项目等。鼓励脑机接口创新项目申报新兴产业强链补链、未来产业先导区攻坚任务、首台(套)产品等项目,并按规定给予支持。

中信建投证券医疗器械首席分析师王在存认为,全球脑机接口产业仍处于早期发展窗口期,国内依托工程师红利、完整产业链优势,有望复刻电动车、创新药产业的弯道超车路径。

A股市场布局脑机接口的上市公司超30家。麦澜德围绕AI与非侵入式脑机接口技术的融合开展研发,初步构建了基于“脑信号采集—智能解析—状态识别—闭环反馈”的技术体系。美好医疗在脑机接口领域已协助客户实现从实验室研发到批量出货的商业化转化,相关组件产品已进入小批量供货阶段。伟思医疗在脑机接口领域聚焦“非侵入式”技术路线,致力于构建“诊断—治疗—康复”的全周期闭环体系。翔宇医疗自研的脑机接口芯片核心优势在于全产业链自主可控,深度适配康复医疗场景。爱朋医疗则在无创脑科学领域布局了多模态ADHD行为治疗管理系统。

梁谦刚

“夜探动物秘境”点燃暑期经济 南京汤山紫清湖旅游区解锁消费新场景

□江苏经济报记者 樊骏 通讯员 汤 度

暑期过半,全国文旅消费市场热度持续火热,各地纷纷以夜游、研学、避暑等多元业态激活夏日经济。近日,南京汤山紫清湖旅游区于7月31日推出暑期限定“夜探动物秘境”主题活动,以“住宿+夜游+研学”的创新“组合拳”,为暑期亲子消费市场再添“一把火”。

这场持续至10月7日的限时活动,目前主要向周五、周六、周日和节假日入住紫清湖酒店的宾客免费开放。游客在专业科考导师的带领下,可以手持荧光棒穿行于夜色中的野生动物世界,深度探访亚洲象、斑马、长颈鹿、河马、水豚等动物的夜间栖息地,通过一小时的水浸式体验,揭开动物昼伏夜出的生存智慧。

从经济视角审视,紫清湖旅游区此番布局颇有深意。其一,夜游产品精准切中夏季消费痛点——白日高温抑制户外消费意愿,夜间时段顺势成为消费“黄金档”。动物园营业时段从白天延伸至20:00至21:00,不仅盘活了园区存量资源,更拉长了游客停留时间与消费链条。同时,入住酒店、品尝餐饮、夜探动物、购买文创……一条覆盖“住、食、游、购”的夜间消费闭环由此成形。其二,“住宿+夜游”的游玩模式可以将部分“一日游”游客转化为过夜客。夜探活动的专属感与稀缺性将在一定程度上撬动酒店入住率,直接带动客房收入增

长,推动景区收益结构更趋多元。

据紫清湖旅游区方面透露,活动开放首个周末,景区入住宿夜数同比上周末增长65%,夜探研学活动单场人数最高达300人。周末热度进一步攀升,景区客房持续满员,周六夜探人数更是达到800人,刷新夜探活动纪录。从活动首周预约满员的火爆程度来看,市场对夜间沉浸式产品的需求可见一斑。

值得关注的是,这场夜探并非“换个时间逛公园”那么简单,而是深度嵌入了亲子研学这一高增长消费赛道。今夏暑期市场,研学消费持续升温——从景德镇的非遗传瓷体验到眉山的文博实景闯关,从大连的极地海洋科普到宁波的全域研学联动,“寓教于游”已成为亲子家庭的核心消费诉求。

紫清湖旅游区以“科考导师带队+动物行为观察+有奖互动问答”构建起的自然科普课堂,恰好击中了家长“玩乐之外还要有收获”的真实需求。特别是在活动尾声的趣味问答环节,小朋友踊跃答题可赢取定制纪念品,在欢声笑语中积累自然知识,实现了“一次夜游,双重满足”的消费体验升级。

从行业格局来看,紫清湖旅游区的创新实践是当下暑期经济“多点开花”的生动体现,并以“动物资源+夜间经济+研学教育”三位一体的“组合拳”,走出了一条差异化路径,将夏夜经济从“流量”转为“留量”。

百年宝庆银楼原址回归南京夫子庙 818超级品牌日燃动金陵

本报讯(记者 尹 颖)8月18日,中华老字号宝庆银楼于夫子庙贡院街原址完成原貌回归,并以“时光有信·当燃宝庆”为主题,正式启动818超级品牌日盛典,位于宝庆银楼夫子庙店三楼的“国家级非物质文化遗产金银细工制作技艺研学中心”同时揭牌。

从1818年清朝嘉庆年间初创,到1886年落户夫子庙,1926年费城世博会获奖,2006年获首批“中华老字号”认定,2008年金银细工制作技艺列入国家级非遗名录——宝庆银楼历经两百余年,持续以金银细工技艺联结城市记忆与家庭情感。据江苏宝庆珠宝股份有限公司副总经理王冰介绍,1886年,宝庆银楼自宁波迁至南京夫子庙,采取前店后坊模式,集聚苏浙能工巧匠,一度成为金陵人家购买、定制婚嫁首饰的首选。140年后的今天,宝庆银楼重返贡院街,新店采用“文化+零售”复合业态,集产品展销、文化展示、非遗体验于一体。揭幕当日吸引大量市民与游客进店,消费者在选购金饰的同时,可沉浸式体验千年金银细工技艺的魅力。

记者在现场看到,店内同步开设了“1926年费城世博会获奖100周年纪念馆”。1926年,宝庆银楼漂洋过海,代表中国出征美国费城世博会,斩获乙等奖。展区陈列了2016年费城世博会中国参展图录、1893年美国芝加哥世博会奖章、1897年比利时布鲁塞尔世博会奖章、1930年比利时安特卫普世博会奖章及1937年巴黎世博会奖章等多年珍贵藏品。一件件跨越世纪的奖章与文献,将百年荣耀凝于方寸之间,让往来顾客得以触摸那段远渡重洋的盛金岁月。

开业现场还同期举行“老首饰和Ta的故事”征集活动颁奖典礼。该活动自5月20日发起,共收到近300份投稿。经评审,三名“金质故事奖”得主获“吾福临门”5克足金金条。金奖作品涵盖传世四代

的老平安锁、1984年购于宝庆银楼的金戒指,以及宝庆富贵八珍婚嫁礼盒等,每件首饰均承载着家族记忆与情感脉络。王冰表示,此举旨在将品牌文化与“按克计价”的消费品质维度,延伸至“按代传承”的情感载体,回应消费者对“以物寄情、代际相传”的文化需求。

千年技艺薪火传。二楼非物质文化遗产区同步开放,设专业讲解员介绍花丝、錾刻等技艺,并陈列金陵竹刻、中国剪纸、扬州漆器、南京泥人等本土非遗精品。研学中心定位为非遗传承保护的关键平台,由宝庆银楼作为国家级非遗金银细工制作技艺传承人保护单位位入运营。未来将承担南北匠人技艺交流、青少年金工文化科普,以及面向普通爱好者的实操体验功能,推动传统工艺从静态展示转向活态传承。

此外,宝庆银楼818超级品牌日及会员日活动同步开启,将持续至8月31日。活动期间,黄金饰品/摆件优惠减81.8元,工费8.18折;黄金一口价产品8.18折,实付满3千元再享818元优惠。会员端推出新友礼、老友礼、满额礼、积分礼、互动礼及尊享礼六重权益,线上线下同步覆盖,形成从获客到留存、复购的运营闭环。



图为江苏宝庆珠宝股份有限公司总经理周立国与副总经理王冰共同敲响开市锣,迎来宝庆银楼夫子庙店原址回归的焕新开业。

宝庆 摄

苏州资产管理有限公司资产处置公告				
我公司拟处置以下资产,特发布此公告。				
一、资产基本情况				
截至2026年7月25日,资产情况如下表所示(单位:元):				
序号	债务人名称	本金(元)	欠息(元)	保证人
1	苏州宁绍建筑安装有限公司	5,006,745.14	1,045,868.18	保证人:倪雯萍、马雪峰
上述清单列示截至2026年7月25日的债权本金、欠息余额(具体本金、罚息、复利等以借款合同约定、执行回款金额、判决书文书按照实际逾期天数计算为),债权利息含利息、罚息、复利等一并转让,金额根据借款合同、生效法律文书按实计算。具体转让债权金额以实际金额为标准。				
特别提示及声明:上述资产基本情况仅为我公司根据现有资料所作的描述,具体以资产文件、生效法律文书及法律规定等实际为准,我公司对此不作任何承诺和保证。本公告不构成一项要约。				
二、资产处置方式				
本次资产处置的方式为对外转让。				
三、交易对象资格和交易条件要求				
交易对象须为在中国境内注册并合法存续的法人或者其他组织或具有完全民事行为能力且交易人具备交易风险承担能力、交易资金支付能力且交易资金来源合法等条件;资产转让的交易对象不得为国家公务员、地方资产管理公司工作人员;参与该项资产处置工作的相关中介机构所属人员;债务人、担保				
人为自然人的,其本人及其直系亲属;债务企业的控股股东、实际控制人及其控股下属公司、担保企业及其控股下属公司、债务企业的其他关联企业;上述主体出资成立的法人机构或者特殊目的主体;国家金融监督管理总局认定的其他不宜受让的主体。				
四、公告发布日期及有效期限:				
公告期限自本公告发布之日起7个工作日止。公告期内受理咨询和异议。				
五、联系人及联系方式:				
联系人1:何经理,13758270871				
联系人2:吴经理,0512-66987239;				
电子邮件:hey@sz-smc.com, wuy@sz-smc.com;				
公司地址:苏州市高新区竹园路泊湾金融广场8幢资管大厦19楼;邮编:215011。				
六、举报投诉				
对推介、阻挠征询或异议的行为可向我公司纪律监督室举报,举报电话:0512-65168360。				
苏州资产管理有限公司				
2026年8月19日				

天天3·15 提升消费品质

□江苏经济报记者 尹 颖

8月13日,记者从国家企业信用信息公示系统(江苏)获悉,南京盛昕房地产开发有限公司因旗下保利荷雨臻悦花园项目在销售期间发布违法广告,被市场监管部门罚款13.01万元。该案例再度为南京房地产行业广告宣传合规划定红线。

据了解,涉事项目保利荷雨臻悦花园,坐落于南京市雨花台区数字大道与荷月路交会

处,对应出让地块为铁心桥NO.2023G38地块,项目已陆续取得多张商品房预售许可证,相关备案信息显示可在南京市网上房地产平台查询核验。开发主体南京盛昕房地产开发有限公司为保利发展旗下项目公司,楼盘主建面积为89平方米、99平方米、110平方米、128平方米精装住宅产品。

监管调查查明,该项目在售楼处物料、线上宣传推广广告渠道投放广告时,使用表述暗示项目配套名校教育资源,同时宣传房产具备升值空间、存在投资价值。上述宣传内容触碰了房地产广告监管红线。

依据《中华人民共和国广告法》相关条款,房地产广告严禁对规划、建设中的教育资源进行误导性宣传,同时不得含有升值

或者投资回报相关承诺。房企以学区概念吸引购房者,渲染房价增值预期,极易干扰消费者理性决策,属于明确的违法广告行为。综合案件违法情节、造成的影响,监管部门依法作出行政处罚,对南京盛昕房地产开发有限公司处以13.01万元罚款。处罚落地后,该公司已对全部宣传物料开展自查整改,删除所有涉及学区、房产升值相关违规表述。

近年来,南京市场监管部门持续加大楼市广告整治力度。不少房企热衷于绑定学区、炒作升值预期吸引客源,但此类宣传屡触监管红线。市场监管部门提醒,房地产开发企业、销售代理机构应当严格规范广告内容,审慎对待教育配套、价格走

势相关宣传,切勿依靠模糊表述制造噱头。购房者面对“名校学区”“稳升值”等宣传话术也应保持理性,一切配套信息以政府官方公示、购房合同书面约定为准,警惕虚假宣传带来的消费风险。



刘敏 摄

多家中小银行股权集中转让

兴银行股份有限公司7000万股股权一拍同样零报价落标。

此外,8月份以来,各大产权交易平台挂牌的多家银行股权处置也迎来新进展。北京产权交易所8月10日发布的公告显示,经纬纺织机械股份有限公司持有的西藏银行股份有限公司2200万股股份(占总股本0.6627%)转让项目终止。该标于于今年5月份启动挂牌,由转让方主动申请撤回;8月12日,上海联合产权交易所公告显示,马鞍山创兴投资发展(集团)有限公司所持安徽马鞍山农村商业银行股份有限公司2200万股股份(占总股本1.4667%),

首轮挂牌因未征集到意向受让方宣告终止,随即以4708万元底价重新挂牌转让,较首次底价4920.04万元小幅下调。

南开大学金融学教授田利辉表示,司法拍卖与产权交易两条渠道折射出完全不同的处置逻辑。司法拍卖卖出的往往是股东已丧失偿债能力,股权被债权人强制执行,属于被动清算。产权挂牌则通常是股东尚有余力,通过主动收缩非核心金融资产以回笼资金,属于战略性退出。

田利辉进一步表示,本轮中小银行股权集中处置并非短期偶然现象,而是行业风险出清进入深水区的必然结果。具体而

言,房地产与地方平台风险向中小银行传导、行业合并重组带动股权结构清理等因素,催生了本轮银行股权的处置。

田利辉认为,随着存量风险逐步出清,中小银行股权司法拍卖处置规模将逐步收敛,产权挂牌则会成为银行股权转让的常态化渠道。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博表示,大额银行股权一次性转让本身难度较高,针对股权流动性不足这一行业痛点,后续市场或将出现更多创新交易方式,如股权拆分分批转让、地方国资平台批量承接、银行与股东协议转让等。

彭 妍

快递包装“瘦身”进展如何

巴掌大的首饰盒却被装进鞋盒大小的纸箱,小小一支笔缠满泡沫材料和胶带……快递过度包装曾经广受消费者诟病。7月起,《限制快递过度包装要求》强制性国家标准正式实施,为快递包装减量划出“硬杠杠”。标准实施一个多月来,快递包装发生了哪些变化?行业落实情况如何?

凸显“绿色”导向

上海消费者李女士经常网购化妆品小样、零食等小件商品,此前她常收到纸箱套纸盒、胶带纵横交错的“套娃”式快递包装。“买饮料、酒水还经常拆出一地的泡沫材料,感觉很不环保。”

最近,李女士发现自己收到的快递包裹明显“瘦身”,不少快件撕开快递袋就能看到商品,废弃的包装也更方便处理。2025年,我国快递业务量完成1990亿件,连续12年位居世界第一。为进一步推动行业绿色转型,《限制快递过度包装要求》聚焦快递包装“大箱小用”,包装层数冗余、胶带过度缠绕等问题,从三个方面提出明确要求。

标准要求,包装箱需根据内件尺寸合理适配,包装层数分别设定2层、3层、4层三档管控限值,量化控制封箱胶带的宽度、长度等。

近年来,我国持续推动快递包装绿色化。2025年6月起施行的新修改的《快递暂行条例》提出,快递包装应当符合寄递生产作业的要求,节约使用资源,避免过度包装,防止污染环境;《限制快递过度包装要求》于2024年底发布,为行业预留了一年的过渡期。

“我们使用的包装材料都是系统根据快递员各自的业务量匹配分发的。”青岛顺丰速运同安路营业店负责人尹红政说,公司从源头端管控包材使用,从去年开始逐步推行新国标落实。今年7月新国标实施后,打包流程并没有较大调整,“大箱装小件”“层层缠胶带”等过度包装已很少看到。北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君表示,标准将《快递暂行条例》中关于优化包装方式、节约使用资源等原则性要求细化为可量化技术指标,形成“法规+标准”相衔接的制度体系,将推动包装生产企业、电商平台、寄递企业等共同落实绿色包装要求。

以精细化实现轻量化

当前,快递公司如何将标准落落地,让快递包装从“能装下”向“装得刚好”转变?

顺丰速运(沈阳)有限公司相关负责人介绍,公司针对危险易碎物品、大件包裹、高价值货品、电子产品等不同品类实行差异化包装方案,在保障运输安全的基础上减少不必要的包材使用。

“我们将胶带厚度由5丝调整为4丝,平均单只包装袋减重约3克,文件封纸重量也从270克减至250克。”顺丰包装创新实验室高级经理路鹏说,公司将对塑料薄膜、胶带、纸类、封条等物料持续进行创新研发,从源头端节约使用资源。

由于标准建立了明确且严格的指标体系,传统依赖工人经验的打包方式已较难满足相关要求,快递企业纷纷重塑包装流程,强化包装作业的自动化程度和提升精细化水平。

在中通云仓科技有限公司杭州塘栖仓,一件件商品经扫码后进入包装流程,仓储管理系统根据商品类别、尺寸等信息自动推荐包装规格,工作人员按照提示完成打包。

中通云仓科技公共事务负责人徐永贵介绍,公司自主研发的智能包装箱推荐系统可根据订单信息推荐适配包装,避免靠经验选箱导致的包装过大等问题。目前,这一系统已在全国近300个仓库推广应用,进一步提升了快递包装标准化水平。

电商是快递寄送的重要主体,不少商家出于商品安全或品牌营销考虑,会自行包装后提供给快递公司。对此,多家快递公司通过引导商家采用电商快递一体化包装,拒收过度包装等方式,减少二次装箱和重复填充。

“网点服务的电商客户较多,商品品类和规格差异较大。标准实施后,我们引导客户根据商品品类和实际尺寸选择包装,提高包装适配度。”圆通速递广东广州白云机场网点负责人周鑫潮说,对于确需增加包装层数的商品,网点会根据易损程度进行针对性处理,合理控制包装层数和保护材料用量,避免过度包装。

协同发力为包装做“减法”

随着标准的正式实施,快递包装绿色化迈入刚性约束阶段。然而,在收寄一线,仍有一些场景会让快递员陷入两难。

北京的一名快递员表示,自己揽收的包裹中,电子产品等标准列明的易损易碎品占比不到一成,但不少消费者会主动要求按照易碎品标准增加包装层数,自己打包时便会犯愁——包装过多,不符合减量

要求;包装减少,又可能引发消费者投诉。

治理快递过度包装,既是包装环节的小改变,也是推动行业绿色转型的重要抓手,需要快递企业、电商平台、商家、消费者等多方协同发力。

业内人士表示,快递企业要通过智能化管理优化包装适配度,更重要的是,要完善企业内部管理与考核机制,真正让快递员敢于、善于为包装做“减法”,降低末端执行压力。

“治理快递过度包装,关键在于打通产业链上下游,形成源头减量、平台引导、循环利用的协同机制。”国邮智库专家赵洪涛表示,应推动商品包装与寄递包装一体化设计,减少由快递公司进行二次包装。同时强化平台端治理,将绿色包装纳入商家管理规则,对无需二次包装的商家给予激励,对消费者提供配套奖励,提升各环节参与积极性。

“以竹代塑、窄胶带、双易包装袋等绿色包装技术实践在不断推进,但绿色材料成本偏高、循环包装回收难等因素仍制约着规模化应用。”大连工业大学轻工与化学工程学院包装工程系主任吕艳娜认为,应鼓励绿色包装生产企业抓住机遇,持续在科技创新和成本管控上下功夫,让更多新型产品替代传统包装。

国家邮政局新闻发言人、市场监管司司长林虎表示,国家邮政局将健全快递包装协同治理体系和绿色低碳产品检测认证体系,深入推进快递包装全链条治理,行业塑料污染治理、过度包装治理,推动绿色包装与智慧物流深度融合,积极稳妥推进邮政业收、转、运、派全过程减少碳排放。

王聿昊 于也童 江 汉