



马上评

因地起势

□ 赵玥

新春到金山、奉贤等远郊送戏下乡,是上海沪剧院的老传统。今年在一连串的演出地点里看到了浙江平湖,叫人欣喜。去年下半年沪剧院曾去那里演过一场,反响热烈。新春佳节,对方又向沪剧院发出了诚挚的邀请。沪剧院深入基层,不仅以上海为界,更辐射苏浙。

这不禁让人联想到上个世纪长三角曲艺共融发展的繁盛局面:源自苏浙的大多数剧种直到上世纪50年代在上海拥有职业剧团,如扬剧、锡剧、甬剧、姚剧等。上世纪下半叶,上海的滑稽戏、沪剧剧种在苏浙两省传播广泛,有的剧团发展繁荣的势头甚至不亚于起源地上海。

上世纪末至本世纪初,长三角地区很多地方剧种的影响在逐步萎缩。江苏不但没有了沪剧团,连越剧团也不多见,而锡剧、扬剧、甬剧、姚剧等上海剧场的常客也大多只能在上海国际艺术节等艺术节中见上一面。

在长三角联动发展的大环境下,沪剧人都欣喜地看到沪剧在长三角地区的影响力正慢慢复苏,借着地缘优势,很多苏浙的观众也会专门买票来到上海观看心仪的剧目。虽然各个地方剧种发源地不同,但在苏浙沪皖地区的传播却完全没有受到方言流行区域的限制,而成为各地人民共同欣赏的表演艺术。这也让戏曲艺术在当下被搅活,拥有了更强劲的艺术生命,更蓬勃的发展势头。

戏曲用艺术的声音和形象传达时代风貌感情的同时,也记录着时代,把一代又一代人的精神风貌和时代特征用戏曲作品凝聚起来,传播开来,传递下去,成为社会进程里活的风光与活的档案。



■ 沪剧《大雷雨》剧照

种文化 树自信

沪剧下基层广受热捧



■ 沪剧《石榴裙下》剧照 主办方供图

打响上海文化品牌

“唱得灵的!沪剧院到底不一样!”昨晚,一场经典沪剧《石榴裙下》在金山区文化馆上演。趁着春节的浓厚氛围,上海沪剧院的一众名家、新秀延续着新春下基层的老传统。接下来一直到正月十五,上海远郊甚至浙江平湖的文化场馆和居村活动室里,将出现多台沪剧院经典演出和讲座。“上海的声音”这一品牌将传递到更多市民的心中,用一粒粒“文化种

子”萌发出浓浓的“文化年味”。

没有宽敞的舞台,没有绚丽的灯光,有的是大家期待的目光和热烈的掌声,还有演员们一颗颗滚烫的心。大年初八,沪剧院的演出团队就来到了金山区文化馆,带来了《石榴裙下》《大雷雨》。尽管昨天室外最低温度只有2℃,还下着雨,但为了让金山百姓能感受到与大剧场一样震撼的演出效果,沪剧院派出了70多人的团队。演职人员们提前5个多小时就来到现场走台,大家都希望节后第一场演出能赢来开门红。

离演出开场还有3个小时,陆续有观众来到剧场占座。一位从亭林赶来的李阿姨来不及吃晚饭,在门口啃着包子告诉记者:“很多好演出都在市区演,我路上来回不方便,就很少去看。最近几年来金山的专业剧团越来越多了,送戏都送到家门口了,阿拉哪能会不捧场?”演出结束后,戏迷久久不愿离去,有的还准备了农家糕点

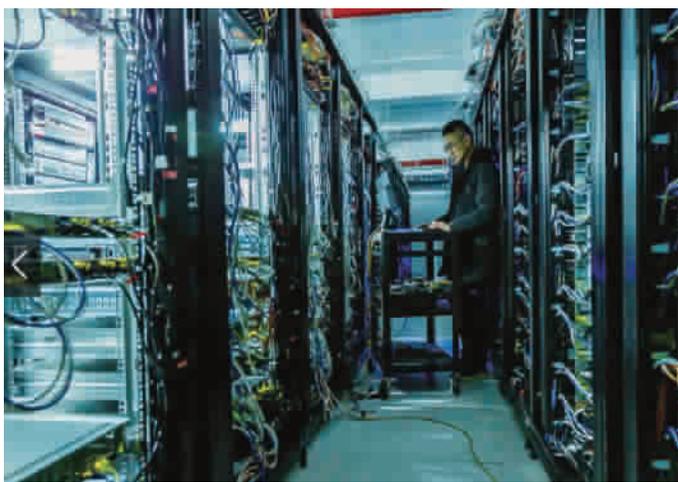
想与演员们分享。

上海沪剧院院长茅善玉介绍,沪剧院早有传统,每年新春佳节,丁是娥等老一辈艺术家都会来到乡间,为老百姓唱戏。如今长三角一体化发展,沪剧院将拥有广泛沪剧戏迷的浙江平湖也纳入了送戏范围。演员朱俭表示:“新春送戏下乡需要传承和发扬。沪剧是地道的上海声音,我们希望和观众一起在沪剧韵味中过年。”

考虑到乡间剧场条件有限,除了对部分舞台布景进行缩减,其他无论是服装、头饰,还是灯光、音响、乐队,都力求还原剧场效果。新春期间,沪剧院还将到浦东、嘉定、奉贤、浙江平湖等多地进行演出,并与当地沪剧爱好者进行面对面的指导。“新春走基层”不仅把优质节目送给了基层群众,更通过“种”文化,增强了市民的文化自信,带动着区域文化发展。

本报记者 赵玥

“AI+ 大数据”助力携程春运保障:解放人手应对更复杂问题



▲携程南通呼叫中心机房内,工作人员正在调试服务器,保障春节和春运出行

话务量精准预测:人力效率最大化提升

自1999年创立在线旅游平台以来,呼叫中心就一直是携程最大的服务特色。

数据显示,携程目前大约有1.5万名客服岗位员工,在全国多地及海外的东京、首尔、爱丁堡均有呼叫中心。然而,与日益庞大的话务量相比,现在已不仅需要人力上的投入。

携程透露,经过近20年的迭代,目前携程的呼叫中心系统已经演进为第五代呼叫中心系统,也被定义为全渠道全媒体客服系统。数

据显示,目前平台日均通话量约100万通以上,多渠道在线即时通信会话(IM)的消息量也达到日均1000万条以上。

所以,携程的大数据团队几年前就开始利用历史数据和智能算法对呼叫中心未来一段时间的话务量进行预测,并依据预测结果更加准确地进行客服人员的排班,保证话务接通率。

“春运、春节期间无论是出行还是出游,都是一年里最集中的时节,也是客服部门最严阵以待的时

候,我们的话务量会从人均每天40通增长到超过70通,人手调配也难免加班,会从做五休二改为做六休一,除了休探亲假的员工外,其他员工都会改成9小时在岗。”张铁表示。

调度1.5万客服,充分发挥人力资源效能,也是一项大挑战。在携程的客服部门,有专门的排班人员帮助客服人员调配班次。比如机票客服部门,有了更精准的航班延误预测作为参考,可以令人员排班更加合理有效,大大提高了效率。

客服智能化:把人从重复工作中解放出来

携程客服负责人介绍,传统的客服平台运营往往面临即沟通单一、信息碎片化、智能化程度低、效率低下、移动性不足、成本高昂等痛点。

针对这些问题,携程研发了一套基于云和容器化的软呼叫中心及客服平台,从2017年初起,携程也开始推进客服智能化的技术研发,引入场景化的AI能力,用于呼叫中心效率的提升。

“通过在架构、流程和页面交互上的优化,一些简单的如机票查询、退改等任务,用户基本上都能很好地在网站或客户端完成。现在一些模式化的、重复的需求能通过我们的AI系统更精确地识别出来,并快速给出解决方案。而最宝贵的人力资源,就可以投入到解决更复杂的特殊情况中去。”上述负责人介绍。

在对用户来电的语音识别上,携程客服机器人的准确率已经达到94%以上。如果是在线即时通信,通过对各类历史问题的收集,一些常规问题,客服机器人能在毫秒内给出判断。

根据统计,客服机器人的服务量,在携程机票售后、酒店售后客服总量的占比双双超过了70%。这意味着,许多旅客在携程APP上咨询春运出行订单的相关常规问题时,收到的回复可能来自机器人,而非真人客服。

除了智能化客服的技术革新外,客服也是促进产品优化的重要环节。“有3亿用户在使用我们的终端,但如果按使用频率来说我们的客服人员是使用频率最高的,他们的工作中无论遇到哪些流程问题,都会向产品部门去做反馈,从而

改善终端的操作界面,让携程成为一个无论旅行还是出行都越来越称手的工具,客服的效率也从这个过程中间接得到提升。”张铁说。



携程客服机器人

2月11日,春节长假结束,春运也迎来第一波返程高峰。无论是铁路、公路还是航空,携程的交通出行和旅游等各部门无不严阵以待,保障春运期间30亿人次人口流动的安全和高效。

“记得2008年春运期间赶上罕见的多地暴雪,那时候我们所有客服人员都在岗位上加班,甚至全部睡在办公室,因为受天气影响的出行客人太多了,我们每个人都连续工作了12个小时以上,但电话根本接不完。”在携程工作了12年的客服经理张铁回忆起多年前保障春

运的场景,仍然历历在目。

11年后,在今年的春运、春节期间,张铁和他带领的几组客服“铁军”虽然依旧忙碌,但明显感到更加从容。

“现在我们在呼叫中心这块,技术的革新和智能化在很大程度上提升了工作效率,但在业务量上,我们处理的数量却是几年前的数十倍,这说明我们的服务战斗力更强了。”张铁认为,现在携程之所以能服务好更多的客户,一方面来源于个人服务技能的不断积累和辛勤工作,另一方面也来源于技术革新。