

学研产一体化 信息资源 选刊

INTEGRATION OF EDUCATION , RESEARCH AND INDUSTRY
INFORMATION RESOURCES SELECTED

大数据 / 行业动态 / 双创视域 / 研究与探索 / 政策法规 / 思政新语 / 高教发展 / 海外文摘

2023

第4期/总第49期

吉林动画学院 · 图书馆

目录

CONTENTS

■ 大数据

01/ 2023 年上半年电影市场研究报告 来源：拓普数据

■ 行业动态

14/ 暑期档电影市场“火爆” 国产电影这些表现很亮眼！ 来源：央视新闻

18/ 人工智能带动国漫发展 来源：科技日报

18/ 智能时代 触手 AI 现首个交付级专业 AI 漫画工具 来源：和讯科技

20/ VR 技术前沿成果：多元融合的行业趋势 来源：新浪 VR

23/ 卡游打造多元文化载体，让年轻人爱上中国造 来源：中国新闻网

■ 双创视域

25/ 凝聚政策合力 助力毕业生就业创业 教育部组织开展“2023 年高校毕业生就业创业政策宣传月”活动 来源：教育部

26/ 企业吸纳有激励 来源：教育部

■ 研究与探索

26/ 产业大学的世界图景：理念基础、办学模式与未来走向 作者：刘宝存 庄腾腾

27/ “双一流”背景下的动画与数字媒体专业建设思考 作者：丁海祥 金晟

28/ “一播三色”播音与主持艺术专业人才培养的“浙传模式” 作者：陈成

28/ 高等教育数字化转型的路径探析 作者：杨宗凯

29/ “新文科”背景下我国文化产业学科的困境与出路 作者：明琰，傅才武

29/ “游戏的人”：青年的剧本杀游戏狂欢及其形成机制 作者：刘森林

30/ 中国动画对传统价值观的承载与传播研究 作者：刘晓婷，夏嘉阳

30/ 传统文学题材动画的文化创新路径探析 作者：宋眉 付羽娇

31/ “双师型”教师教学能力测评工具开发及应用研究 作者：张永林 谢琚

■ 政策法规

31/ 中国民用航空局关于印发落实数字中国建设总体部署 加快推动智慧民航建设发展的指导意见 来源：中国民用航空局

■ 思政新语

37/ 习语：发展具有中国特色、世界水平的现代教育 来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

41/ 新时代思想政治教育隐性艺术探究 作者：周宏军

■ 高教发展

47/ 怀进鹏答记者问：如何深入实施教育数字化战略行动？ 来源：国新办新闻发布会

■ 海外文摘

49/ 少年漫画の主人公におけるジェンダー表現の変化——少年漫画主人公性别表现变化

50/ Metaverse applications in smart cities: Enabling technologies, opportunities, challenges, and future directions——智能城市中元宇宙的应用：使能技术、机遇、挑战和未来发展方向

50/ Research on product adaptive design pattern and its application——产品自适应设计模式及其应用研究

2023 年上半年电影市场研究报告

时间：2023-07-19 来源：拓普数据

核心摘要：

2023 年上半年内地电影总票房 262.66 亿，同比增长 52.88%，超出 2022 年同期 90.8 亿，基本追平 2017、2021 年，但较 2018、2019 年仍有较大差距。疫情消退、供片充足、头部内容发力是市场票房企稳回升的主要原因。特别是 1 月春节档、6 月暑期档多部爆款带动大盘连番上涨。但纵观大盘表现，仍可看到市场严重的冷热不均。上半年日票房 4000 万以下大盘天数 50 天，较除 2022 年外的往年冷淡天数仍较高。市场对档期的依赖性虽有所缓解，但仍显著高于疫情前水平。

影片储备供给方面，受去年疫情影响，上半年影片备案数仍远低于疫情前水平，1 月-5 月中旬累计备案影片数量 994 部。影片市场供给恢复至疫情前水平，上半年上映新片 243 部，同比增长 50.9%。

影片表现方面，上半年爆款频出，春节档《满江红》《流浪地球 2》票房突破 40 亿，6 月暑期档《消失的他》最终票房有望冲击 35 亿。但中腰部影片仍匮乏，2-5 亿票房影片 8 部，较疫情前 10 余部仍有一定差距。

影院终端方面，主要受去年疫情影院关停数量激增，及影院新建数量放缓影响，上半年在映影院 12,157 家，为同期首次负增长。影院新建上，上半年新建影院 394 家，同比 2022 年下降 5.3%，4-6 月影院新建数量明显回暖。

影院经营方面，影院票房体量显著回升，但高产影院比例较疫情前仍偏低。上

半年票房 250 万以上的影院占比 29%，较 2022 年同期提升 13 个百分点，但较 2019 年疫情前的 40% 比例仍相差较大。

特效厅表现方面，上半年特殊厅 8779 个，占全国总影厅数的比例由 2018 年的 9.6% 持续扩大至 2023 年的 11.8%。巨幕厅市占率最高，LED 厅票房同比增幅最为明显。

上市公司表现方面，上市出品公司中，中影投资影片累计票房最高，其次是阿里影业、猫眼娱乐。上市院线中，中影、万达影业院线票房居上市院线首位，其次是上影。

下半年前瞻，基于当前市场的现状和趋势，预测 2023 年暑期档票房 180 亿，全年票房有望突破 570 亿。

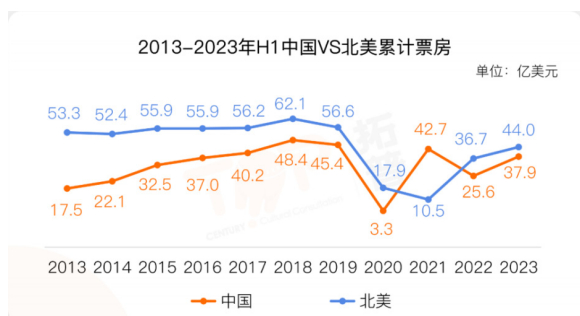
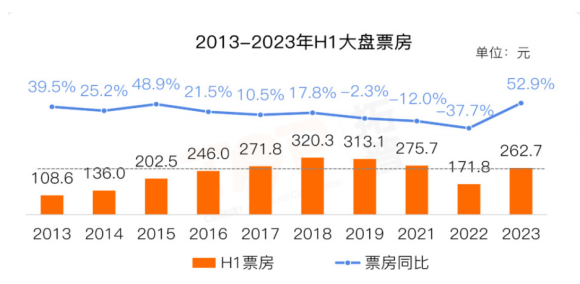
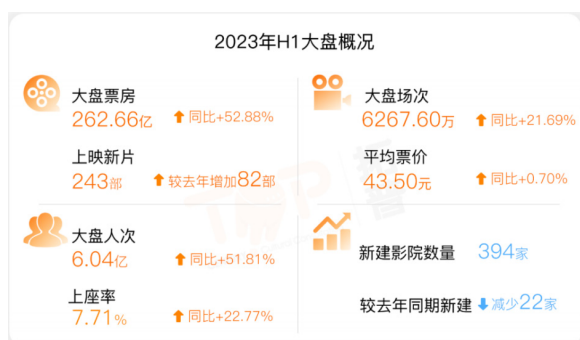
一、上半年电影市场概括

（一）大盘概括

1. 上半年大盘 262.66 亿，恢复至疫情前八成

上半年大盘票房已恢复至 2019 年疫情前的 83%：2023 年上半年内地电影总票房 262.66 亿，同比 2022 年增长 52.88%；观影人次 6.04 亿，同比增长 51.81%；放映场次 6267.60 万场，同比增长 21.69%；

疫情消退、供片充足、头部内容发力是市场票房企稳回升的主要原因：上半年上映新片 243 部，已恢复至疫情前供给水平。《满江红》《流浪地球 2》《消失的她》等多部爆款激发观众观影热情。



2. 大盘近5年首次实现票房同比增长，与北美同期差距明显收窄

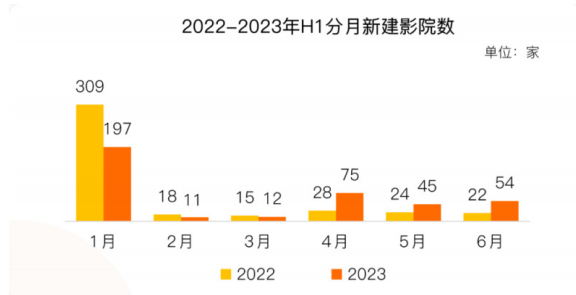
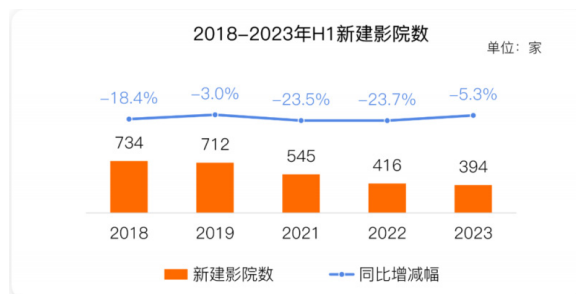
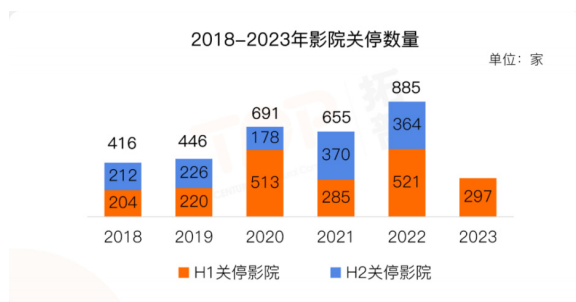
大盘自2019年以来实现首次同比增长：2023年上半年累计票房超出2022年同期90.8亿，基本追平2017、2021年，但较2018、2019年仍有较大差距；

内地与北美差距较去年同期有明显收窄：2023年上半年北美票房44.0亿美元，同比2022年增长19.9%，增幅比例显著低于内地的52.9%。

（二）影院概况

1. 上半年在映影院数首次负增长

在映影院数首次同比负增长：主要受去年疫情影院关停数量激增，及影院新建数量放缓影响，2023年上半年在映影院数12,157家，为同期首次负增长。



2. 影院新建持续趋缓，但数量减少主要集中在1月，4-6月新建数量明显回暖

影院新建持续趋缓，但同比下降比例有明显降低：2023年上半年新建影院数

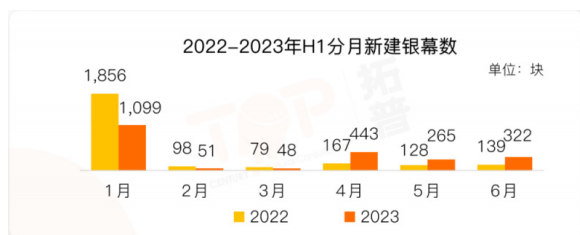
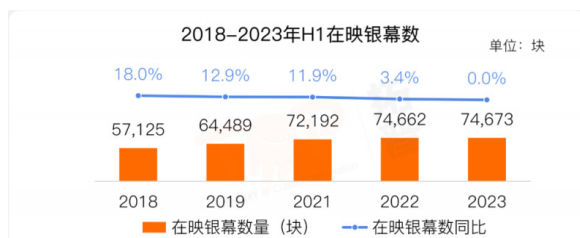
394家,同比2022年下降5.3%;

新建放缓主要集中在1月,4-6月影院新建数量明显回暖:主要受1月初全国疫情爆发影响,1月新建数量197家,较2022年同期减少112家;但自4月起新建影院数量连续三月同比明显增长,疫情恢复加速影院新建回暖。

3. 上半年在映银幕数与去年同期持平

2023年上半年在映银幕数7.47万块,与去年同期持平;

上半年新建银幕数2228块,同比下降9.7%,数量下降主要集中在1月。



(三) 场次人数

1. 放映场次显著回升,观影人次恢复至疫情前七成

得益于疫情全面恢复,放映场次显著回升:2023年上半年放映场次6267.6万,同比增长21.7%;

观影人次恢复至2019年疫情前超七成:2023年上半年观影人次6.04亿,同比增长51.8%,实现近5年首次同比增长,

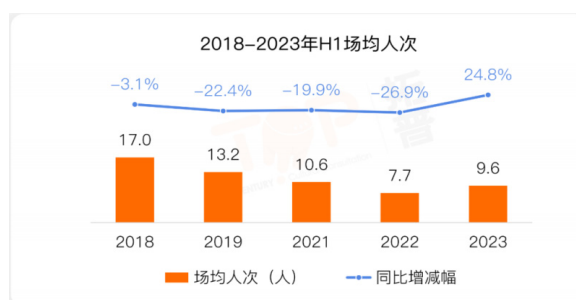
人次恢复至2019年的74.5%。



(四) 场均上座

1. 场均人次及上座率同比显著增长,但较疫情前仍有较大差距

2023年上半年场均人次9.6人,同比增长24.8%;上座率7.7%,同比增长22.8%;但相较于2019年疫情前(场均人次13.2人,上座率10.5%)仍有较大差距。

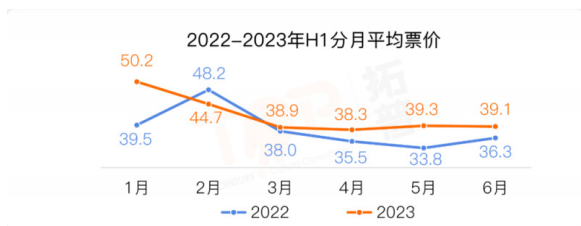
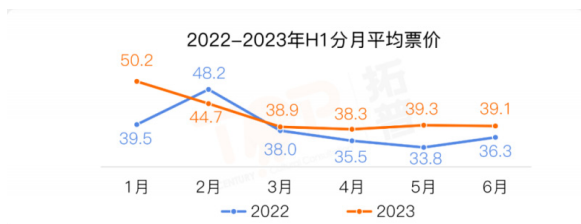


(五) 平均票价

1. 大盘平均票价小幅增长，1月票价创历史新高，一线票价涨幅明显

平均票价小幅增长0.3元，1月创历史新高：2023年上半年平均票价43.5元，同比增长0.3元，由于今年春节提前至1月，1月平均票价50.2元，创下新高；

一线票价涨幅明显：一线城市票价53.1元，较去年同期大幅增长1.5元。

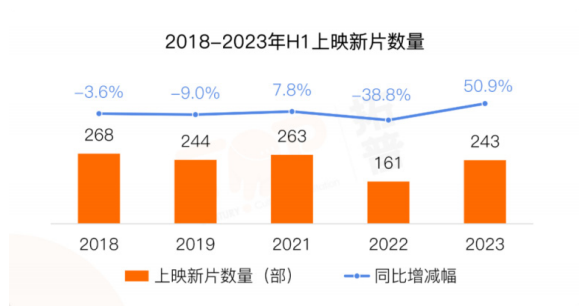
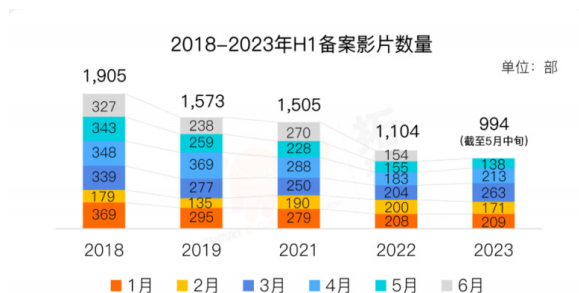
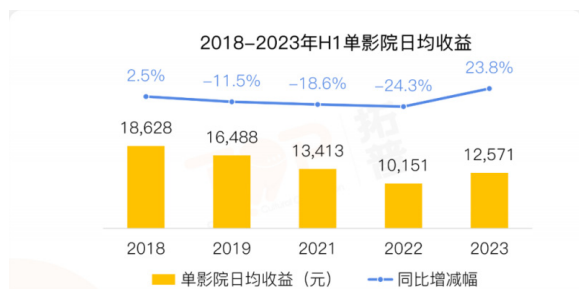


(六) 影院收益

1. 场均收益、单影院日均产出同比增长超两成，但较除2022年外的往年仍有较大差距

大差距

场均收益及单影院日均收益同比增长均超两成：2023年上半年场均收益419.1元，同比增长25.6%；单影院日均收益1.26万，同比增长23.8%。但二者表现仅好于2022年同期，较往年仍有较大差距。



(七) 供片储备

1. 影片备案数仍偏低，市场影片供给已恢复至疫情前水平

受去年疫情影响，上半年影片备案数仍较低：2023年1月-5月中旬累计备案影片数量994部，较2022年同期略有提升，但相较除2022年之外的往年备案数量仍有明显下滑；

(八) 月度票房

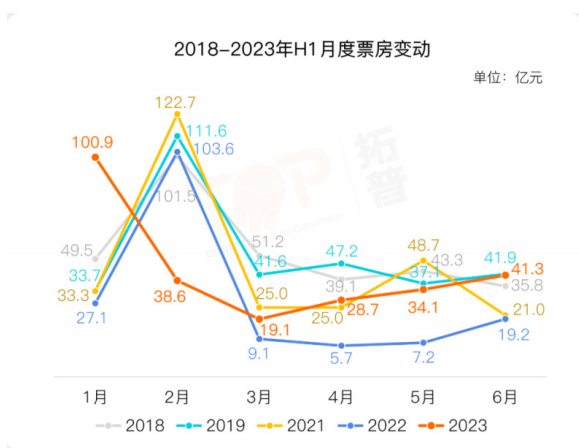
1. 逐月票房走势呈“V”字形

1月票房创近历史新高,3-5月大盘走势疲软,6月爆款内容激发大盘回暖:

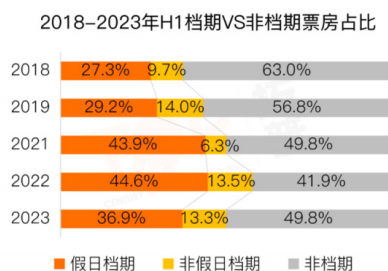
不同于往年春节多在2月,2023年1月正值春节档,大盘100.9亿,创下历史新高;

此后数月大盘回落明显,特别是3-5月大盘低迷,主要由于热门影片匮乏,以好莱坞为代表的进口片表现冷淡导致;

6月现象级爆款《消失的她》上映,全面引爆市场。



2023年逐月票房同比	1月	2月	3月	4月	5月	6月
较2018年	103.8%	-62.0%	-62.7%	-26.6%	-21.2%	15.4%
较2019年	199.7%	-65.4%	-54.1%	-39.2%	-8.2%	-1.3%
较2021年	203.0%	-68.5%	-23.8%	15.0%	-30.0%	96.4%
较2022年	272.6%	-62.7%	109.0%	407.0%	375.3%	115.1%



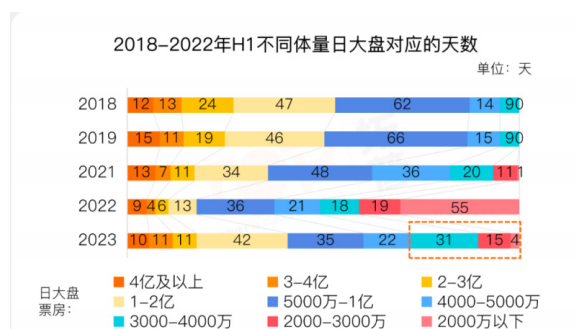
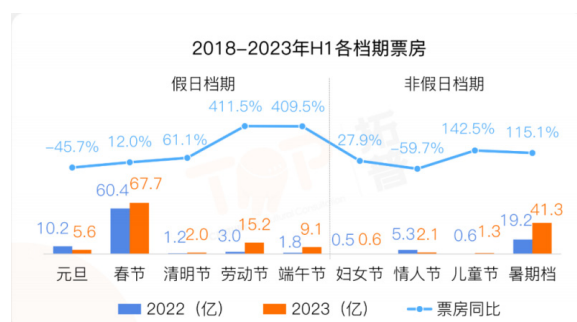
(九) 档期票房

1. 市场对档期依赖性有所缓解,但较疫情前仍较高

市场对档期的依赖性有所缓解,但仍高于疫情前:2023年上半年档期票房

131.9亿(假日档期97.0亿,非假日档期34.9亿),贡献大盘的50.2%,贡献比例较2022年同期有所下滑,但相较于2019年疫情前档期占比仍较高。

除元旦、情人节档外,各档期再创佳绩:特别是春节、劳动节两大黄金档期及端午小长假档期,均创下档期影史前三。

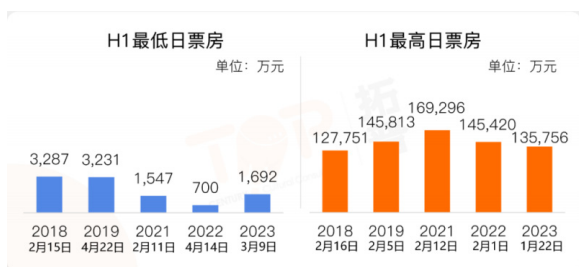


(十) 单日票房

1. 票房4000万以下的冷淡单日占三成,较2022年以外的往年仍较高

大盘4000万以下冷淡单日占三成:2023年上半年日票房4000万以下大盘天数50天,较除2022年外的往年冷淡天数仍较高;

峰值稳定、谷值仍更低,表明只要有热门影片观众观影需求仍在:2022年单日最高大盘13.6亿,较近年发挥平稳;最低大盘1692万,谷值远低于2019年疫情前水平;这表明观众的观影热情仍在,市场冷淡主要由缺乏热门影片导致。



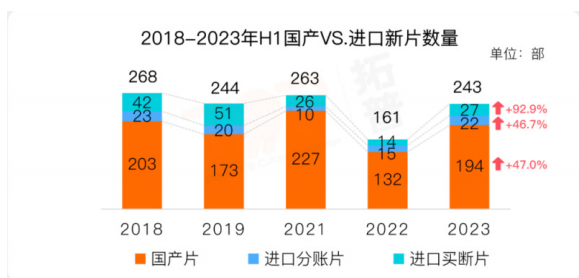
二、上半年影片分析

(一) 影片国别

1. 进口买断片数量仍较低，进口分账片票房乏力

国产片、进口分账片数量供给恢复至疫情前水平，进口买断片上映数量仍偏低：2023年上半年上映国产新片194部，进口分账片22部，进口买断片27部。其中进口买断片上映数量较疫情前仍有一定差距；

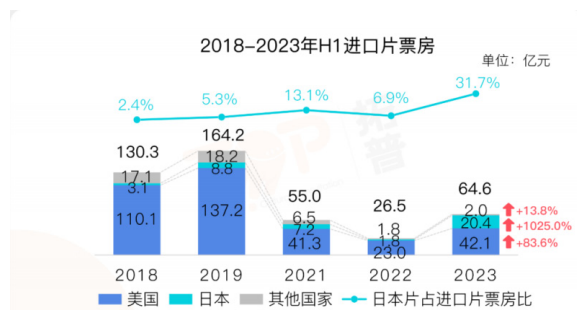
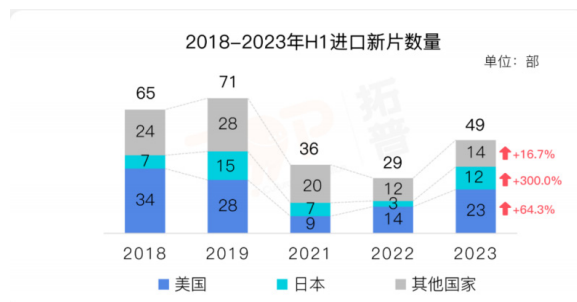
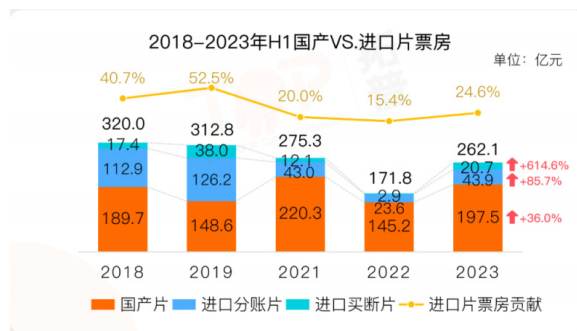
进口分账片票房式微：上半年进口片票房64.6亿，贡献大盘的24.6%，疫情至今占比仍较低，特别是以好莱坞大片为主的进口分账片票房43.9亿，较疫情前的100亿以上票房下滑明显。



2. 除美日外的其他国家影片引进数量仍较少，日本电影票房爆发增长

除美国、日本外的其他国别影片引进数量仍偏低：2023年上半年年上映美国片23部，日本片12部，基本恢复至疫情前水平；其他国家影片上映14部，仅为疫情前的一半；

日本片票房爆发增长：2023年上半年《铃芽之旅》《灌篮高手》等日本动画取得票房突破，日本片贡献进口片总票房的31.7%，市场份额走高。

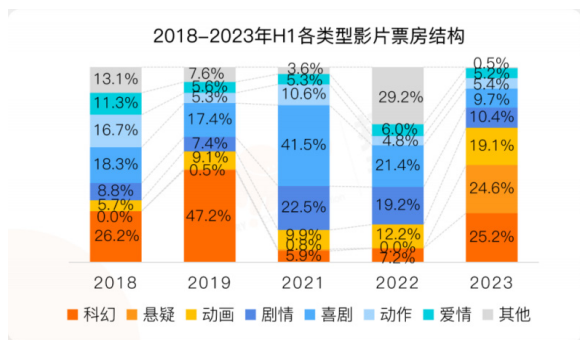


2018-2023年H1各类型新映影片数量					
主类型	2018	2019	2021	2022	2023
剧情	96	80	136	55	102
动画	23	33	30	19	27
爱情	35	19	17	24	24
喜剧	43	36	27	14	21
动作	26	18	10	12	17
科幻	18	11	4	5	10
悬疑	2	5	4	3	3
其他	25	42	35	29	39
累计	268	244	263	161	243

(三) 影片体量

1. 1.5亿以上头部内容数量输出稳定，2-5亿中腰部影片数量仍较匮乏
2-5亿中腰部影片数量仍较为匮乏：

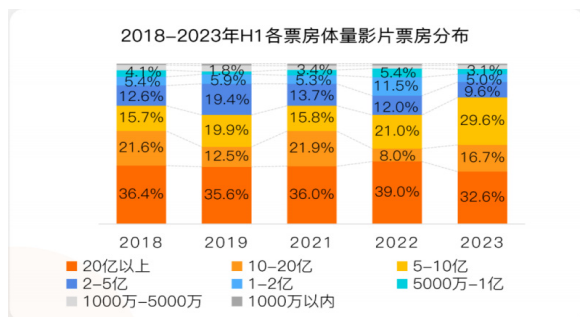
2023年上半年上映的票房过亿新片29部。其中票房20亿上影片2部,10-20亿票房影片3部,5-10亿影片9部,数量均与疫情前相当。而票房2-5亿的中腰部影片仅8部,较疫情前10余部仍有一定差距。



2018-2023年H1各票房体量新映影片数量

单位:部

票房体量	2018	2019	2021	2022	2023
20亿以上	4	3	2	2	2
10-20亿	4	3	4	1	3
5-10亿	7	8	4	4	9
2-5亿	12	16	11	3	8
1-2亿	10	12	11	11	7
过亿	37	42	32	21	29
5000万-1亿	17	7	9	10	12
1000万-5000万	30	38	25	14	19
1000万以下	184	157	197	116	183
累计	268	244	263	161	243

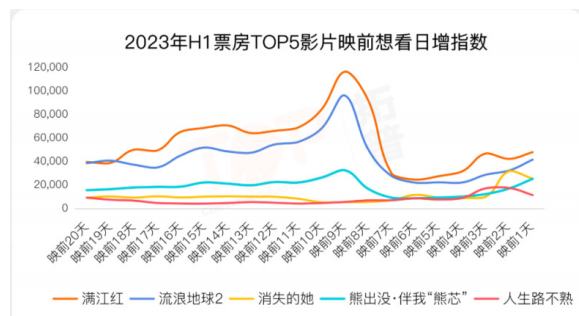
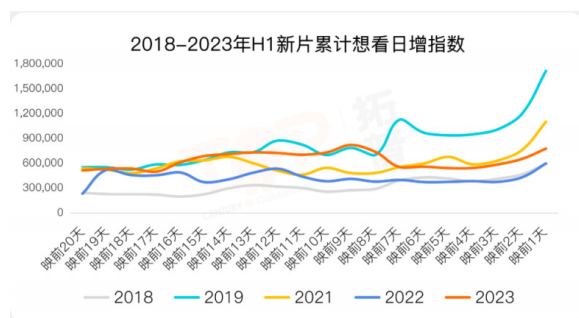
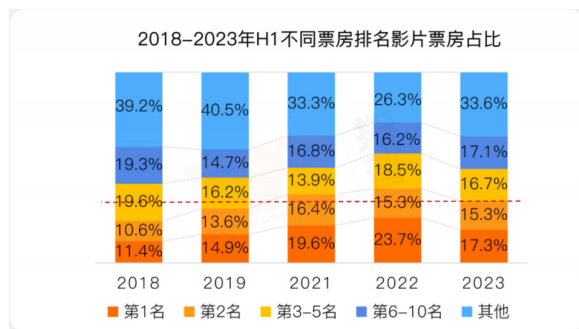


排名	电影名称	上映日期	H1票房(万)	票房占比	首日排片	累计票房(万)	美誉度
1	满江红	2023-01-22	454,432	17.30%	25.45%	454,432	8.5
2	流浪地球2	2023-01-22	402,892	15.34%	26.59%	402,892	9.0
3	消失的她	2023-06-22	170,037	6.47%	34.34%	229,826	8.3
4	熊出没·伴我“熊芯”	2023-01-22	149,523	5.69%	8.65%	149,523	8.4
5	人生路不熟	2023-04-28	118,289	4.50%	10.81%	118,336	8.1
6	速度与激情10	2023-05-17	98,006	3.73%	51.83%	98,072	7.8
7	无名	2023-01-22	93,136	3.55%	12.95%	93,136	8.2
8	深海	2023-01-22	91,941	3.50%	8.93%	91,941	8.4
9	长空之王	2023-04-28	84,237	3.21%	36.68%	84,323	8.4
10	铃芽之旅	2023-03-24	80,839	3.08%	43.07%	80,847	8.4

(四) 影片票房

1. 市场集中度仍较疫情前明显趋高

市场集中度仍较疫情前明显趋高: 2023年上半年票房排名前5影片票房占比1-3名的影片票房占比49.3%,较2019年疫情前提升了4.6个百分点。



(五) 映前热度

1. 映前大盘前期热度较高,映前1周有所回落

大盘热度方面,上半年上映新片整体前期热度较高,与2019年相当。后期主要受春节档高热度影片映前1周预售开启后热度有所回落影响,整体大盘热度有明显下滑,与2021年水平相当;

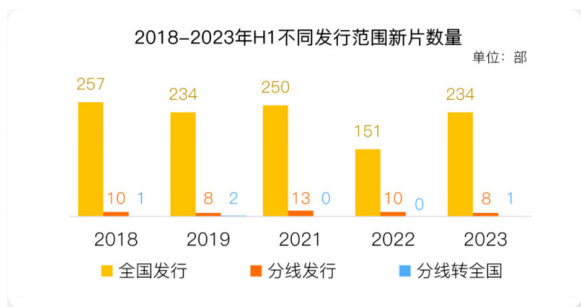
单片热度方面,《满江红》《流浪地球2》映前热度较高,《消失的她》《人生路不熟》映前热度中等,票房增长主要

靠映后口碑释放带动。

（六）发行模式

1. 区域发行影片保持在 10 部左右，分线转全国的《名侦探柯南：贝克街的亡灵》上半年表现突出

上半年区域影片数量保持在 10 部左右：2023 年上半年分线发行影片 8 部，分线转全国发行 1 部，数量较往年保持稳定；2023 年《名侦探柯南：贝克街的亡灵》首周由艺联专线发行，次周起扩映至全国，最终票房 5453 万，位列 2018-2023 年区域发行影片票房前三。



2018-2023年分线/分线转全国发行影片票房TOP10					
排名	上映日期	影片名称	票房（万）	发行方式	地区范围
1	2019-03-22	波西米亚狂想曲	9,905.85	分线发行	艺术联盟专线
2	2018-03-02	三块广告牌	6,499.02	分线发行	艺术联盟专线，之后扩大院线
3	2023-04-04	名侦探柯南：贝克街的亡灵	5,652.58	分线转全国	首周艺术联盟专线，次周全国
4	2021-06-18	困在时间里的父亲	3,163.37	分线发行	艺术联盟专线
5	2018-06-25	阿飞正传	1,973.94	分线发行	艺术联盟专线
6	2019-04-26	撞死了一只羊	1,039.33	分线发行	艺术联盟专线
7	2018-04-20	出山记	593.48	分线转全国	北京、上海、重庆、江苏、贵州放映，5.4全国发行
8	2020-01-10	理查德·朱维尔的哀歌	569.78	分线发行	艺术联盟专线
9	2019-05-06	昆仑兄弟	560.90	分线发行	新疆维吾尔自治区
10	2019-05-10	罗马	509.56	分线发行	艺术联盟专线

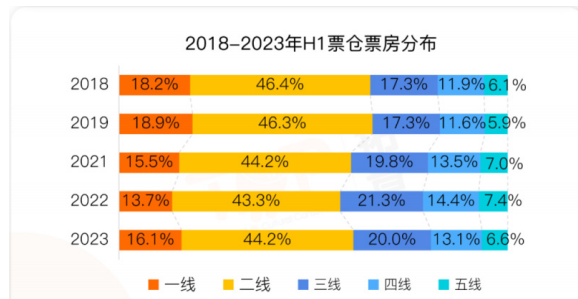
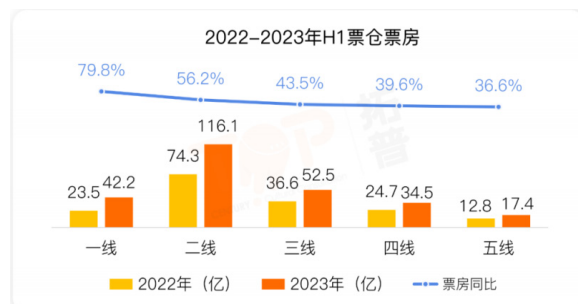
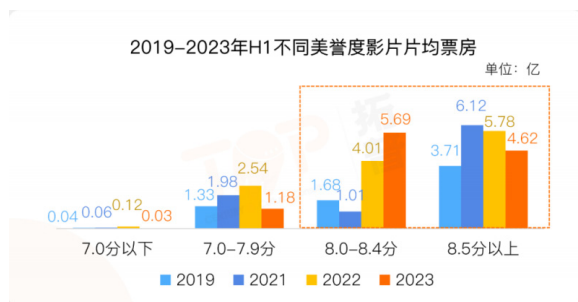
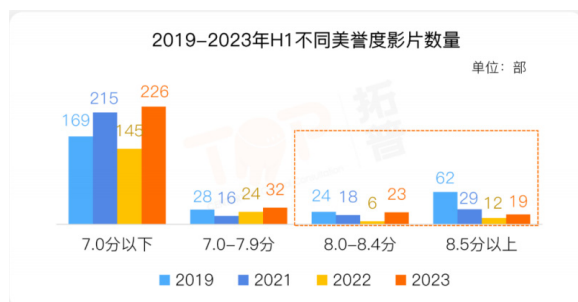
（七）影片口碑

1. 优质内容数量同比增长，口碑价值进一步提升

高口碑影片数量有所增长，但较 2019 年疫情前仍有一定差距：2023 年上半年美誉度 8.5 分以上的影片 19 部，较 2022 年同期有所增加，但相比 2019 年疫情前数量仍较少；

口碑价值进一步提升：特别是美誉度 8.0-8.4 分的影片片均票房明显增长，市

场口碑效应进一步凸显。



三、上半年地域放映情况

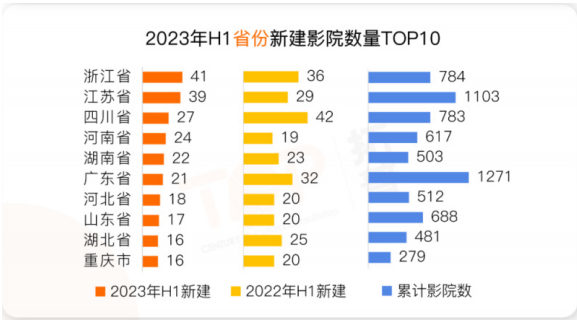
（一）票仓区域

1. 一线城市票房同比增幅最为明显，大盘较疫情前仍有明显渠道下沉

一线城市票房同比增长最明显：2023 年上半年一线城市票房 42.2 亿，同比增长 79.8%，主要受 2022 年同期北京、上海等

地因疫情全市影院暂停影响;

大盘较疫情前仍有明显渠道下沉趋势:2023年上半年三线及以下城市票房占比39.7%,较2019年疫情前的34.8%呈明显的下沉趋势。



(二) 重点省份

1. 头部省份票房排名小幅变动;浙江、江苏新建影院数最多

头部省份上半年票房排名小幅变动:上海市较2022年同期上升5位至上半年第6,主要受2022年上半年上海疫情导致影院全面暂停影响;湖北省下降3位至上半年第9,安徽下降1位至上半年第10;

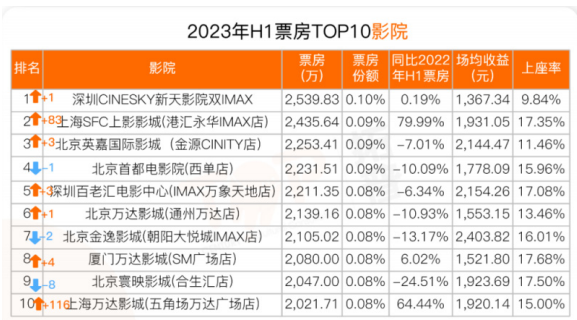
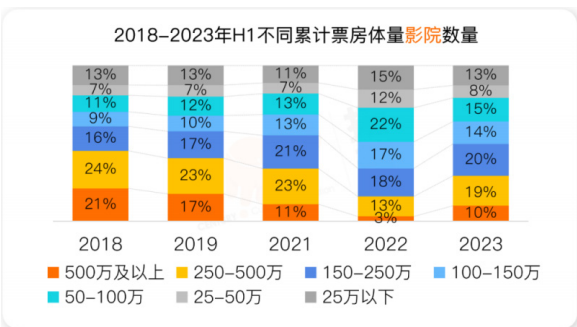
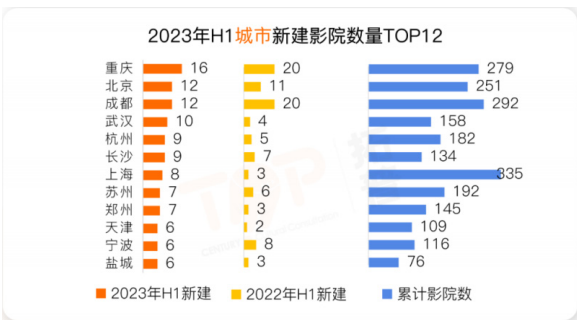
影院建设方面,浙江、江苏省新建影院数最多;四川影院新建同比明显放缓。

(三) 重点城市

1. 头部城市票房排名更迭明显,重庆市新建影院数最多头部城市票房排名更迭明显:深圳、西安票房排名较2022年同期上升3位;上海、杭州各上升1位;

影院建设方面,重庆新建影院数最多,为16家;其次是北京、成都,分别为12

家,其中成都影院新建数量同比明显放缓。



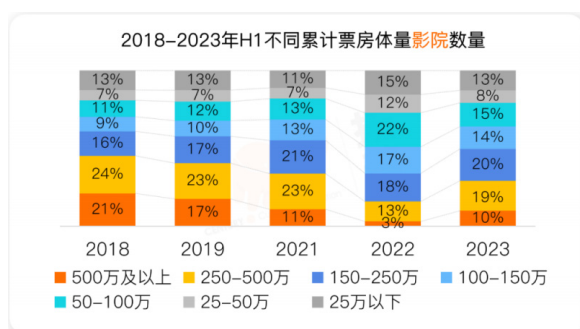
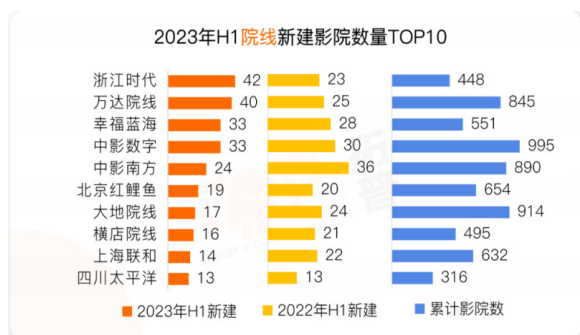
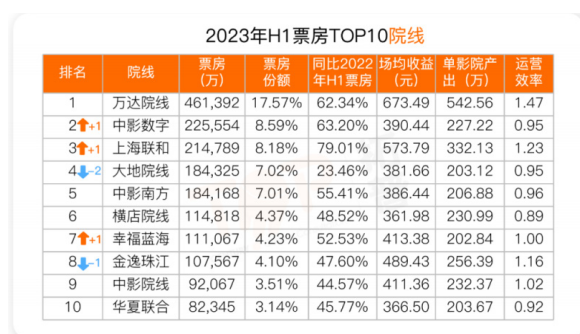
四、上半年终端市场分析

(一) 影院经营

1. 影院票房体量显著回升,但高产影院比例较疫情前仍偏低

影院票房体量显著回升，但高产影院比例较疫情前仍偏低：2023年上半年票房250万以上的影院占比29%，较2022年同期提升13个百分点，但较2019年疫情前的40%，比例仍偏低。

头部影院更迭明显，一线城市占9席：其中，北京5家、深圳2家、上海2家。



（二）重点院线

1. 头部院线票房排名较去年同期略有变动；浙江时代、万达院线新建影院数量最多

头部院线票房排名略有变动：万达院线稳居市场首位；中影数字、上海联和、幸福蓝海票房排名较2022年同期各上升

1位；

影院建设方面，浙江时代、万达院线新建影院数量最多，分别为42家、40家；其次是幸福蓝海、中影数字，均为33家。

2023年H1票房TOP10影院							
排名	影院	票房(万)	票房份额	同比2022年H1票房	场均收益(元)	上座率	
1	深圳CINESKY新天影院双IMAX	2,539.83	0.10%	0.19%	1,367.34	9.84%	
2	上海SFC上影影城(港汇永华IMAX店)	2,435.64	0.09%	79.99%	1,931.05	17.35%	
3	北京英嘉国际影城(金源CINITY店)	2,253.41	0.09%	-7.01%	2,144.47	11.46%	
4	北京首都电影院(西单店)	2,231.51	0.09%	-10.09%	1,778.09	15.96%	
5	深圳百老汇电影中心(IMAX万象天地店)	2,211.35	0.08%	-6.34%	2,154.26	17.08%	
6	北京万达影城(通州万达店)	2,139.16	0.08%	-10.93%	1,553.15	13.46%	
7	北京金逸影城(朝阳大悦城IMAX店)	2,105.02	0.08%	-13.17%	2,403.82	16.01%	
8	厦门万达影城(SM广场店)	2,080.00	0.08%	6.02%	1,521.80	17.68%	
9	北京寰映影城(合生汇店)	2,047.00	0.08%	-24.51%	1,923.69	17.50%	
10	上海万达影城(五角场万达广场店)	2,021.71	0.08%	64.44%	1,920.14	15.00%	

（三）重点影投

1. 影投票房体量有所回升，但体量较疫情前仍有明显缩水

影投票房体量有所回升：2023年上半年票房2000万以上的影投数量占比21%，同比2022年提升7个百分点，但较2019年疫情前的30%，比例仍偏低；

头部影投票房排名更迭明显：万达电影领跑市场；CGV影投票房票房排名较2022年同期各上升2位；横店、上海星轶、博纳、香港百老汇各上升1位。

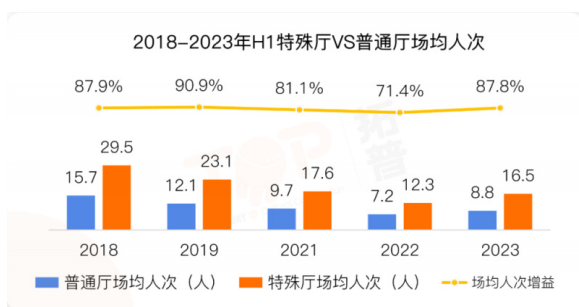
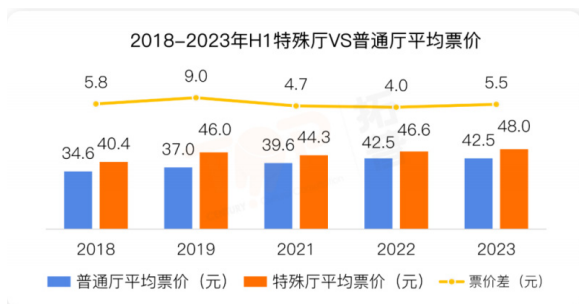
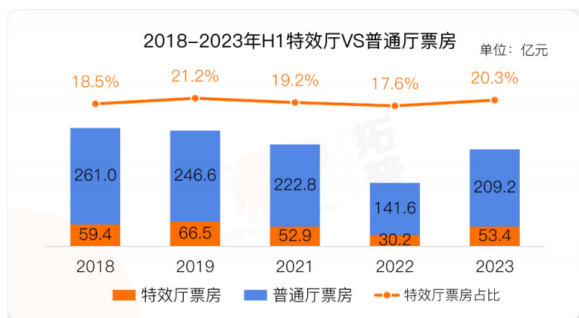
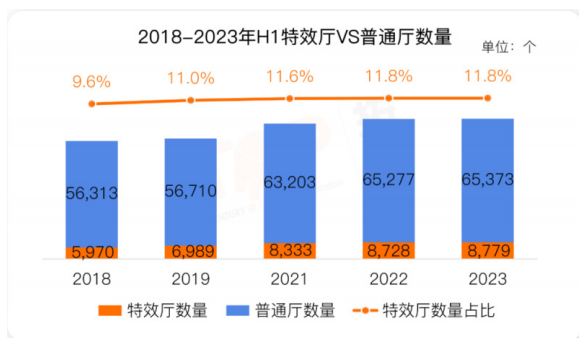
五、上半年特效厅市场表现

（一）特效厅概况

1. 特效厅数量占比逐年攀升，票房占比回升至疫情前水平

特效厅数量占比逐年攀升：2023年上半年特效厅8779个，占全国总影厅数的比例由2018年的9.6%持续扩大至2023年的11.8%；

特效厅票房占比回升至疫情前水平：得益于疫情消退、视效大片供给充足，2023年上半年特效厅票房53.4亿，同比增长77.0%，贡献大盘票房20.3%。



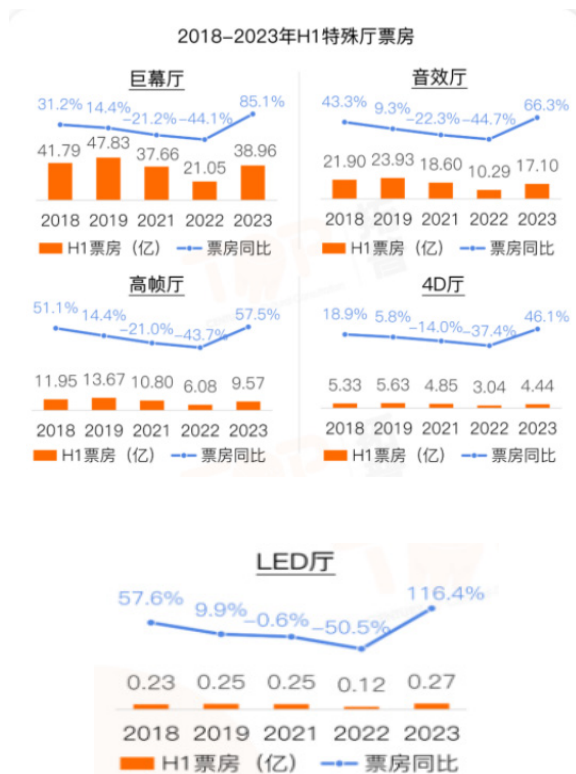
2. 特效厅与普通厅票价差距有所扩大，收益较普通厅仍保持较高溢价

特效厅票价持续增长，与普通厅票价差距较去年有明显扩大：2023年上半年普通厅票价同比持平，特效厅票价上涨1.4元，二者票价差距有所扩大。

主要因上半年视效片供给充足，特

效厅需求度上升所致；

特效厅仍保持较高的收益溢价：2023年上半年特效厅场均人次16.5人，较普通厅增益87.8%。增益指标同比提升明显，增益水平与疫情前相当。



(二) 分属性特效厅

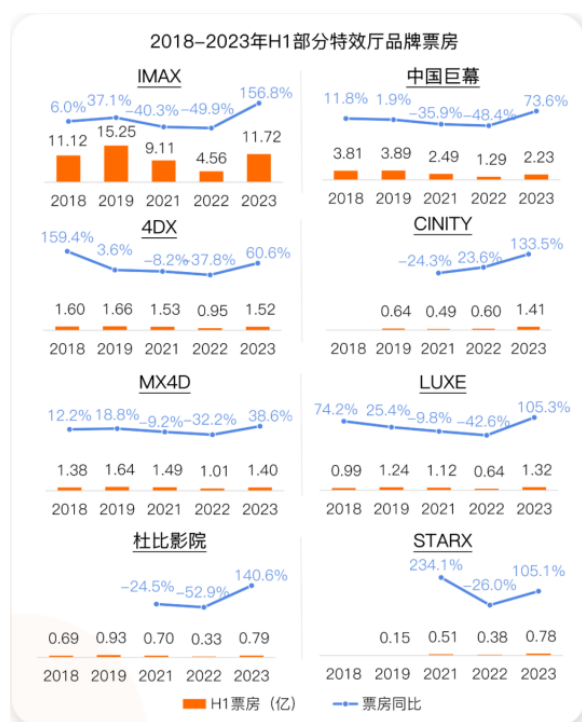
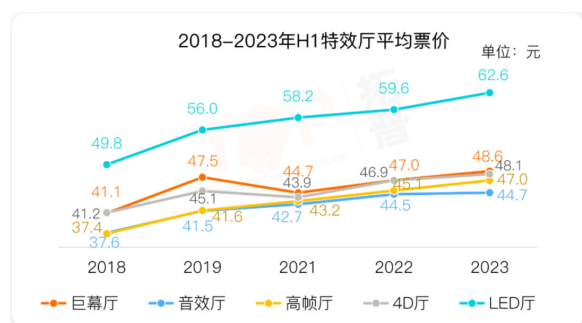
1. 巨幕厅市占率最高，LED厅票房同比增幅最明显

巨幕厅市占率最高，LED厅票房同比增幅最为明显：上半年各属性特效厅票房均同比增长45%以上。其中，巨幕厅票房占比最高，上半年票房38.96亿，贡献特效厅总票房的73.0%；LED厅票房增幅最大，同比增长116.4%。

2. LED厅票价优势明显，巨幕厅场均人次优势最高

LED厅票价优势最高，巨幕厅具备场均人次优势：2023年上半年LED厅平均票价62.6元，大幅领先于其他属性特效厅，主要由于LED厅市场数量较少且主

要集中在一线导致。场均人次方面，巨幕厅因其大厅属性，场均人次优势明显，上半年场均人次 18.8 人，远超其他属性特效厅。



(三) 分品牌特效厅

1. IMAX 票房及票房同比双高，MX4D 票房涨幅最小

IMAX 票房及票房同比双高：2023 年上半年 IMAX 票房 11.72 亿，贡献特效厅总票房的 22.0%，票房同比增长 156.8%。

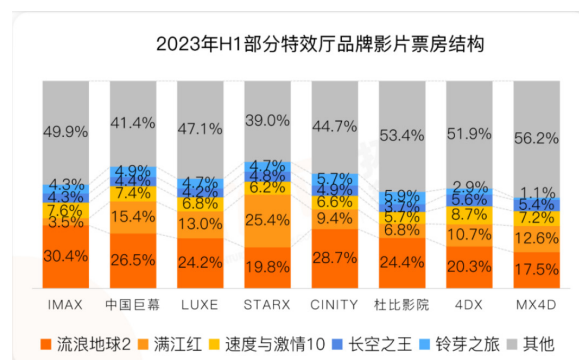
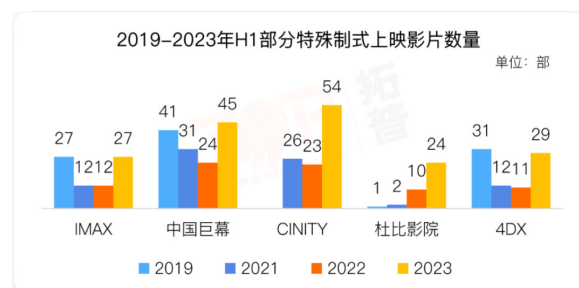
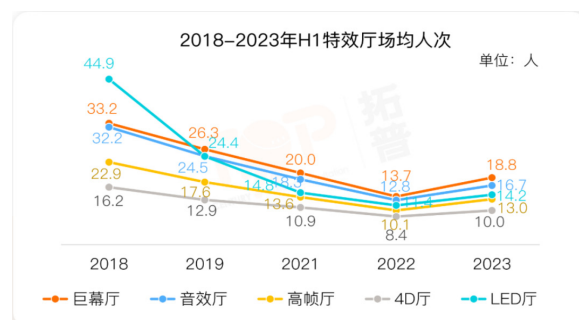
(三) 特效厅影片

1. 《流浪地球 2》《满江红》累计贡献特效厅票房近四成

不同制式影片上映数量恢复至疫情前

水平：重点制式中，CINITY 制式 2023 年上半年上映影片数量最多，为 54 部；杜比影院厅上映影片数远超 2019 年疫情前，为 24 部；

《流浪地球 2》贡献特效厅票房最多，为 22.8%；其次是《满江红》，为 16.2%。



六、下半年市场前瞻

(一) 大盘预测

1. 预测 H2 大盘 307 亿，全年有望突破 570 亿

下半年供片充足，预测 H2 大盘 307 亿：2023 年 7 月《封神第一部》《八角笼中》《热烈》《碟中谍 7：致命清算（上）》

等爆款上映，8 月《巨齿鲨 2：深渊》《孤注一掷》《燃冬》等热门影片，国庆档《志愿军：雄兵出击》等头部影片上映，市场热门内容供给充足、类型题材多样，将带动 H2 大盘同比持续攀升；

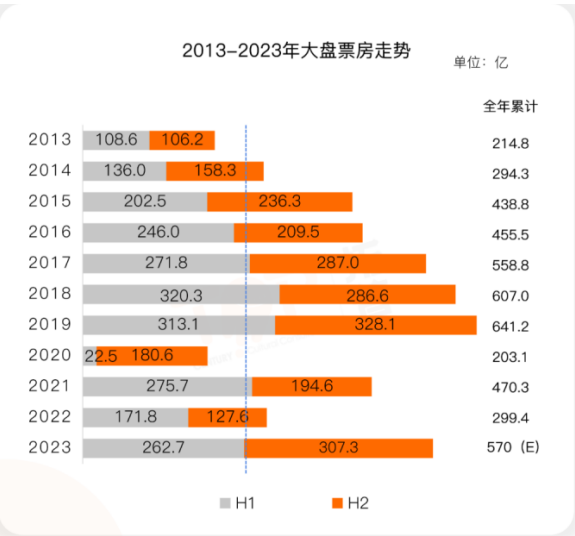
全年票房有望突破 570 亿：基于当前电影市场现状和趋势，综合档期、待映影片、影院新建等影响电影市场的因素，预判 2023 年全年票房有望达到 570 亿。

（二）新片前瞻

1. H2 新片题材多样，内容供给充足

2023年H2已定档影片一览					
上映日期	电影名称	主类型	导演	出品公司	票房体量
7月20日	封神第一部	奇幻	乌尔善	北京京西,世纪长生	S
7月21日	超能一家人	喜剧	宋阳	开心麻花,中影	S
7月21日	芭比	喜剧	格蕾塔·葛韦格	华纳兄弟	E
7月22日	百变马丁：怪兽大作战	动画	张天晓	今日动画	E
7月28日	热烈	喜剧	大鹏	儒意影业,他城影业	S+
7月29日	潜艇总动员：环游地球80天	动画	陈永刚	环球数码	E
8月4日	巨齿鲨2：深渊	动作	本·维特利	华人影业,华纳兄弟	S+
8月11日	孤注一掷	剧情	申奥	环猴子,淘票票	A+
8月11日	GT赛车：极速狂飙	动作	尼尔·布洛姆坎普	哥伦比亚影片	E
8月17日	少年时代	剧情	陈凯歌	-	E
8月18日	暗杀风暴	剧情	邱礼涛	银都,昇格传媒	E
8月18日	学爸	喜剧	苏亮	银河酷娱,瀚纳影视	D
8月18日	最后的真相	剧情	李大阁	风山影业,麦特	E
8月22日	念念相忘	爱情	刘雨霖	亭东影业,淘票票	D
8月22日	燃冬	剧情	陈哲艺	华策,横店影业	D
8月25日	绝地追击	动作	邱礼涛	爱奇艺	D
9月9日	不虚此行	剧情	刘伽茵	煊影炼金影业,阿里	D
9月9日	第八个嫌疑人	剧情	李子俊	唯喜影业,力加非凡	D
9月9日	三贵情史	奇幻	刘斯逸	华夏,猫眼	E
10月1日	志愿军：雄兵出击	战争	陈凯歌	中影,中影创意	S+
11月11日	拯救嫌疑人	剧情	张末	恐龙影业,猫眼	C
11月29日	潜行	动作	关智耀	笨小孩,阿里	S

目，票房口碑双丰收。



2023年H1上市影视公司投资票房5000万以上影片一览				
排名	电影名称	上映日期	相关上市出品公司	票房(亿)
1	满江红	1月22日	欢喜传媒, 猫眼娱乐, 中国电影, 光线传媒	45.44
2	流浪地球2	1月22日	中国电影	40.29
3	消失的她	6月22日	阿里影业	31.31
4	熊出没·伴我“熊芯”	1月22日	中国电影, 横店影业, 万达电影	14.95
5	人生路不熟	4月28日	猫眼娱乐, 阿里影业, 中国电影, 阿里影业, 横店影业	11.84
6	无名	1月22日	中国电影, 博纳影业, 阿里影业	9.31
7	深海	1月22日	光线传媒	9.19
8	长空之王	4月28日	阿里影业, 中国电影, 博纳影业	8.44
9	保你平安	3月10日	猫眼娱乐, 中国儒意, 中国电影, 阿里影业, 横店影业	7.00
10	我爱你!	6月21日	中国电影, 横店影业, 上海电影, 猫眼娱乐, 阿里影业	4.05
11	交换人生	1月22日	阿里影业, 中国儒意, 光线传媒	3.93
12	这么多年	4月28日	光线传媒	3.01
13	忠犬八公	3月31日	爱奇艺影业	2.86
14	龙马精神	4月7日	阿里影业, 横店影业, 中国电影	2.10
15	回廊亭	3月10日	猫眼娱乐	2.05
16	毒舌律师	2月24日	阿里影业	1.87
17	中国乒乓之绝地反击	2月17日	爱奇艺影业	1.01
18	望道	3月24日	上海电影	0.70
19	宇宙探索编辑部	4月1日	中国电影, 猫眼娱乐, 华谊兄弟, 阿里影业, 万达电影, 保利文化	0.67
20	不止不休	3月24日	猫眼娱乐	0.56
21	不能流泪的悲伤	2月14日	中国电影, 猫眼娱乐	0.55
22	请别相信她	5月20日	猫眼娱乐	0.52

七、附：上市公司市场表现

（一）上市公司投资概况

1. 《满江红》《流浪地球 2》为相关上市出品公司赢得超高票房收益

2023 年上半年票房冠军《满江红》累计票房 45.44 亿，为作为出品公司的欢喜传媒、猫眼娱乐、中影、光线传媒几家上市公司带来超高收益。其次是《流浪地球 2》，作为 2023 年中影的头部项

（二）上市公司投资总票房

1. 中影出品影片票房营收居上市公司首位

中影出品影片累计票房成绩最高，其次是阿里影业：上市公司中，中影 2023 年上半年出品影片累计票房 145.03 亿，居上市影视公司榜首；其次是阿里影业；猫眼娱乐、光线传媒、欢喜传媒票房排名紧随其后。

（三）上市院线公司概况

1. 中影、万达、上影影院票房居上市院线前三席

中影、万达电影院线票房居上市公司首位，其次是上影：2023 年上半年中影的影院业务累计票房产出 50.18 亿，同

比增长 56.6%，位居上市院线榜首；新建影院 64 家，显著高于其他上市院线。万达影业院线票房排名位居次席，2023 年上半年院线票房产出 46.14 亿，同比增长 62.34%；新建影院 40 家，新建数量仅次于中影。

2023年H1上市影视公司投资影片总票房		
上市公司	2023年H1票房成绩（亿）	出品影片数量
中国电影	145.03	17
阿里影业	92.99	13
猫眼娱乐	72.87	10
光线传媒	61.58	4
欢喜传媒	45.44	1
横店影业	40.10	6
博纳影业	18.17	4
万达电影	15.93	5
中国儒意	11.11	3
上海电影	4.75	2
爱奇艺影业	3.87	2
华谊兄弟	0.83	3
保利文化	0.67	1

2023年H1上市院线公司票房与影院建设情况				
上市公司	2023年H1院线票房（亿）	票房同比2022年H1	2023年H1新建影院数量	总影院数量
中国电影（中影数字、中影南方、中影院线）	50.18	56.62%	64	2,278
万达电影	46.14	62.34%	40	845
上海电影	21.48	79.01%	14	632
横店影业	11.48	48.52%	16	495
金逸珠江	10.76	47.60%	5	427
幸福蓝海	11.11	52.53%	33	551

02

暑期档电影市场“火爆” 国产电影这些表现很亮眼！

时间：2023-08-16 来源：央视新闻

今年夏天，中国电影市场格外亮眼。国家电影局最新统计数据显示，截至 8 月 14 日，2023 年暑期档电影票房达 171.62 亿元，中国电影市场已经连续 55 天破亿元，有望刷新中国影史同档期票房纪录。

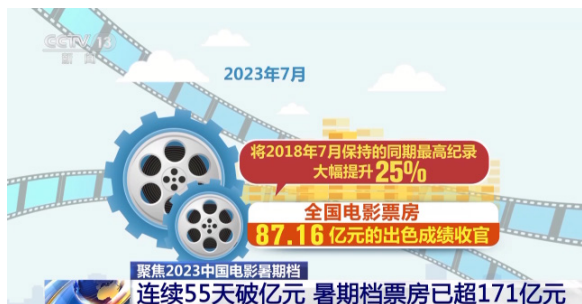
连续 55 天破亿元 暑期档票房已超 171 亿元

每天傍晚开始，各大电影院就逐渐进入了放映的黄金时段，影院内往来观众络绎不绝，不少人选择和家人朋友一起来到电影院享受暑期时光。

进入暑期以来，《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》《封神第一部》《热烈》等影片接续上映，激发情感共鸣、引发话题效应。一个值得注意的现象在于：通常情况下，票房会在影片上映的

首个周末达到最高,在第二个周末开始逐渐下降。但今年暑期档上映的多部影片却在上映多天后,都仍然保持着较高的上座率。

首都电影院副总经理于超:在我们影院14个影厅,每天的排片几乎都是80场左右,应该说是火力全开。包括周末、平时的黄金时段,基本上这些影片都是在一个接近满场的状态。我们能看到这么多好的影片上映,有这么多观众能够回到影院去观看电影,对于未来的电影市场,还是很有信心的。



国家电影局统计数据显示,2023年7月全国电影票房以87.16亿元的出色成绩收官,将2018年7月保持的同期最高纪录大幅提升25%。截至8月14日,2023年暑期档电影票房达171.62亿元,较2018年同期增长21.99%,较2019年同期增长17.58%。一系列数据提振了行业信心。

电影数据分析师陈晋:今年暑期档票房的峰值提前了很多,大量观众的观影意愿被重新激活和召回,超过两成的观众是在近一年内第一次走进电影院。从暑期档来看,今年电影市场的恢复速度是非常惊人的,我们预计在本周末,今年暑期档票房就将达到历史新高,全年票房也将突破400亿。

北京师范大学亚洲与华语电影研究中心执行主任张燕:暑期档的票房还在继

续增加,有可能会突破到同期第二或者进入第一,所以这样的表现其实让我们可以看到,中国电影有一个全速前进,或者说它在一个全盛期的一种爆发和加速度的一种发展。一方面应和了我们中国电影界各种的创作的力量,他们对于电影的信心,当然也更应和了观众对于中国电影的需求。

类型多元题材丰富 国产影片领跑优势明显

今年暑期档,多部国产影片引发话题效应,在内容上致敬中华优秀传统文化、题材上不断拓展类型片边界,带动了观众的观影热情,票房领跑效应明显。

尽管今年暑期档有多部进口影片参与市场竞争,但国产电影领跑优势明显,国产电影市场份额达85.69%,创下历史新高。中国观众与国产电影形成良性观影互动,也体现出国产电影近年来高质量发展的成果和中国观众日益增长的文化自觉。



动画电影《长安三万里》以唐代历史为背景,以诗人高适的视角,讲述了高适与李白的友谊,并带出了唐代诗人群像,片中一共出现了40余首唐诗。影片借助动画的想象力,呈现出唐诗传承千年的经典魅力。

电影《长安三万里》导演邹靖:好

的动画作品或者说好的艺术作品,我认为能表达出寄托在这片土地上人们的那种蓬勃的情感和这个时代下人们的气息和声音。

中国社会科学院文学研究所研究员陈才智:这部片子最大的一个亮点就是把这些诗化进去了,一个是通过具体的场景化进去,一个是通过人物的角度。它是动态的,它有一个很好的内核,内容是我们感兴趣的。它把这些冷静的、客观的变成了主观的,热浪滚滚的,整个唐代的长安的、洛阳的空气里都弥漫着诗的气息和味道。

从长安城的繁华盛景,到江南月夜的诗情画意,再到边城战场的金戈铁马,蕴含着中式美学的《长安三万里》让观众感受到中华优秀传统文化的源远流长和《唐诗三百首》的隽永魅力。

电影《长安三万里》导演谢君伟:中国团队为中国观众讲述中国故事,我们应该去挖掘中国传统文化的宝库,中国的传统文化和现在的时代精神相结合,它能够打动更多的观众,能够让更多的观众产生共鸣。

改编自古典文学《封神演义》的电影《封神第一部》讲述了一场三千多年前的神话战争,运用先进的电影技术手段和当代解读,在大银幕上呈现“中国人自己的神话史诗”。为了与当下的年轻观众产生共鸣,影片不再以姜子牙为核心去讲武王伐纣的故事,而是把年轻时期的姬发作为核心人物,通过年轻人的视角,讲述心灵成长的历程。

北京师范大学亚洲与华语电影研究中心执行主任张燕:把一个传统的神话故事做了一个非常重工业美学的呈现,整个的影像特效做得非常出色,而且很有中国的一种文化的风格 and 特点,画面非常

唯美。就可以看到我们中国电影在技术的发展,技术的美学,工业的一种水平上来讲,已经有了先进的一种程度,这当然也是我们中国电影在面向2035年进入电影强国过程里边很重要的一个维度。

传统文化引发观影热潮 拉动文旅消费

在暑期档上映的影片中,中国故事、中国文化对观众具有更为明显的吸引力,一批展现中国文化、带有浓郁东方美学特色的电影受到观众追捧,其中以动画电影《长安三万里》最为典型,影片收获口碑、票房双丰收。

记者在西安一家影院采访时看到,尽管《长安三万里》上映已经超过一个月,但排片量依然不少。工作人员告诉记者,周末这里几乎是场场爆满,很多都是家长带着小孩一起来看,其中还有不少外地游客前来观影。

江西游客施女士:就是想领略一下这里的大唐文化,享受一下这里的氛围。

西安市民高语遥:放映现场我看到有一些小朋友会跟着一起读唐诗。

四川游客何子辰:这种文化的东西,还是要到这些地方来看一下才会觉得深有体会。

电影的热映还直接带动了西安当地文旅消费。西安不少历史文化景区还推出了与唐诗相关的特色项目,在唐宫文化旅游标志性景区华清宫,近期就推出了以“长安三万里,唐诗悦千年”为主题的非遗研学活动。青少年们在诵读唐诗的同时,还沉浸式感受唐代建筑和文化艺术的深厚魅力。专家表示,影视IP的成功打造,正与文旅消费形成良性互动,对于未来中国影视行业发展将起到很好

的示范作用。

西北大学电影学院院长张阿利: 文旅带动是影视 IP 的开发和推进的必然产品。文旅促进发展以后, 它也会良性地反哺影视, 那么就需要电影的供给结构产品要丰富多元, 这样的话使得我们中国电影尤其在票房上面形成一个新的井喷式的发展, 带动相关的文旅, 也带动我们整体的文化产业的发展, 我想《长安三万里》有非常好的启发作用。



重点档期屡创佳绩 中国电影未来可期

今年以来, 中国电影票房始终保持高位运行, 包括春节档、五一档等在内的多个电影档期, 电影市场均有不俗表现, 电影消费在丰富人们文化生活的同时, 也为经济社会发展作出了积极贡献。

带孩子去看《长安三万里》学唐诗, 带老人去看《孤注一掷》防诈骗, 全家人一起去看《热烈》拥抱热爱……不少观众

表示, 今年暑期档电影评分似乎已经没有那么重要, 重要的是它们所产生的话题效应, 让中国电影真正进入到“强话题、强交互”的阶段。

而在接下来的暑期档后程, 《学爸》《念念相忘》《燃冬》等多部新片将陆续上映, 持续为观众带来多元化观影选择。其中, 电影《学爸》聚焦时下社会热点问题, 以“幼升小”的教育议题作为切口, 探讨如何面对孩子及自我的成长, 喜剧的外壳下包裹着亲情内核。

统计数据显示, 截至发稿时, 2023 年中国电影票房成绩已超 394 亿元。

北京师范大学亚洲与华语电影研究中心执行主任张燕: 其实今年 2023 年的贺岁档一直到现在, 中国电影一直在加速度发展。而且我们的题材更加丰富, 我们创作者以一种无比的热情去投入更多的作品的推出, 更多类型的探索, 更多娱乐商业元素的挖掘, 更重要的是在技术美学和艺术美学之间达到了一个很好的平衡。所以我觉得这个是一个非常可喜的现象, 相信在我们整个电影人的努力之下, 包括整个国家政策进一步扶持之下, 也更多的是在中国观众对于国产电影的热情这个基础之上, 我们中国电影会发展得越来越好。我们也希望能够在这样的速度和节奏之下, 我们的电影强国之梦可以更好地实现。

03

人工智能带动国漫发展

时间：2023-07-31 来源：科技日报

“我们正在加速人工智能生成内容（AIGC）在不同场景的落地，推动新技术赋能漫画行业。”7月16日，在“漫画有新生”2023快看国漫发布会上，北京快看世界信息技术有限公司（以下简称快看）创始人、CEO陈安妮表示。随着AIGC的落地，在当前日益丰富的泛娱乐方式中，漫画的竞争力将大大提升。

业界将人工智能（AI）与漫画相结合的探索在数年前便已经开始，“神笔马良”工程便是其中之一。据介绍，该工程能通过AI帮助漫画创作者完成自动上色、风格迁移、线稿优化等操作，并可将AI能力应用于相关漫画App的漫画智能自动阅读、智能弹幕等场景，提升用户阅读体验。

随着最近一年文生图、大语言等多种

大模型的快速发展，AIGC也逐渐进入漫画行业。以AI集成全流程辅助创作数字化工作台为例，它将可以帮助创作者寻找灵感创意、进行辅助编剧，并实现自动上色等功能。相关人员介绍，该平台可将创作者从重复劳动中解放出来，从而提升生产力，提升漫画宣发与运营等环节的效率。

“我们认为AIGC可以从两个维度提供行业价值：提升用户体验，扩充内容产能。”快看AI技术分享官李超介绍道，AIGC可以提升包括阅读体验、听觉体验、视觉体验在内的多种用户体验，并通过内容生成提升创作者内容生产效率。这将为漫画行业创造新的商业价值。

04

智能时代 触手AI 现首个交付级专业AI漫画工具

时间：2023-08-14 来源：和讯科技

随着人工智能技术的迅速发展，一种全新的力量已经涌现，它在艺术创作的舞台上扮演着独特的角色，它就是AI绘画。由此也带动了绘画领域相关平台对AI应用的深度发展，比如触手AI就是其中之一。

近日，国内领先智能设计公司水母智能发布了旗下触手AI创作平台全新上线的交付级专业AI漫画工具。同时，触手AI与中文在线（300364）联合生产的第一批AI漫画作品已于上月开始在海外发行，年内将有多部由中文在线旗下IP、经触

手 AI 改编绘画的 AI 漫画作品陆续面世。

在过去一年中, AIGC 技术取得了令人瞩目的发展, 新技术、新应用不断冲刷着我们的认知, 并开始逐渐渗透各行各业。作为国内 AI 绘画平台第一梯队产品, 触手 AI 在持续扩大丰富 C 端创作平台和社区业务的同时, 深度扎根到 B 端漫画产业链中, 探索出一条 AIGC 技术与产业共创的新路径, 率先实现了 AIGC 产品在商业领域的变现。交付级的 AI 漫画工具、百万级的 AIGC 创作者社区和高效的 AIGC 创作 workflow, 构成了触手 AI 实现赋能漫画产业的三个关键要素。

首个交付级专业 AI 漫画工具面世 漫画进入 AIGC 时代

AIGC 时代, 人工智能创作可能性不断地向外延伸。根据用户的需求和偏好, 自动生成各种类型和形式的内容, 包括文字、图片、音频、视频等。这些内容不仅具有高质量和高效率, 而且具有高度的个性化和差异化, 能够满足不同用户的不同场景和不同目的。据悉, 此次触手 AI 平台上线的漫画工具是 AIGC 行业首个交付级专业 AI 漫画工具, 为 B 端企业及漫画师、AIGC 发烧友、漫画发烧友创作漫画提供可控的 AI 工具支持, 开启全新的漫画创作体验时代。

平台目前已有上万个官方及平台用户自训练的风格 LoRA 模型, 以及数百个亿级参数的基础 AI 模型。通过自研 LoRA 风格模型训练技术, 用户最快只需 5 分钟即可完成自定义角色训练, 保证角色稳定性。同时还支持调用多个 controlnet (参考生成)、adetailer (局部修复)、inpainting (涂抹修图) 等插件精细调整画面, 从而让画面更贴近自己的构想。无

论是创作属于自己的原创漫画, 还是对经典故事进行全新诠释, 都能在这个创作平台上得以实现。

具体来看, 从文本改写、分镜描述、描述词优化、批量分镜绘制到角色定制, 用户在这款 AI 漫画工具内可以尽情发挥创意, 将文字内容转化为精彩纷呈的漫画作品。

AIGC 携手 IP 撞出火花商业应用探新路

随着智能生成时代的到来, 相关应用也取得长足的进步, 中文在线加速动漫产品化落地, 大量优质小说 IP 改编为漫画并同步海外发行, “IP+AIGC” 的新一代的内容生产方式成为了提升漫画生产效率, 加速市场拓展的重要举措。

从触手 AI 绘画平台的上线到研发漫画批量生产交付能力, 中文在线一直持续关注, 并凭借在漫画制作领域积累的大量经验, 对 AI 智能分析剧情、人设绘制及成稿质量等关键环节进行整体把控。双方共同组建了由创作人员和发行人员构成的 AI 漫画共创小组, 期间不断迭代创作方法和流程, 探索如何通过 AI 精准控制人物稳定性, 人物细节表现, 漫画风格和手法, 故事画面阅读的顺畅体验等。

经过 3 个多月研发, 双方成功完成了第一部中文在线旗下热门 IP 小说改编的漫画交付。双方对 “IP+AIGC” 的内容生产方式充满信心, 并已达成深度合作, 签订了将 100 部小说改编制作成为商业漫画的协议。年内将陆续有大量漫画作品发行面世。据悉, 截至目前, 触手 AI 已为众多内容 IP 平台进行服务, 进行中的项目包括 45 万张 IP 原画项目、10 部动态漫

项目、热剧同播漫画等。

重新定义新的创作者，重构漫画创作 workflow

事实上，随着 AI 生成图片技术的成熟，AIGC 作品也迎来大爆发，而 AI 绘图工具也已成为设计师的得力助手，通过利用 AI 进行初步设计、快速生成草稿或提供创意灵感，并试图重新定义创作者。

作为国内用户活跃度最高的 AI 绘画平台，早在去年 8 月，触手 AI 绘画的机器人就已经是 QQ 频道最早期最活跃的 AI 机器人，接入 7 万+个 QQ 社区频道，平台也因此积累了海量由用户贡献的二次元漫画垂类数据，开始着手自训练独特的二次元漫画风格模型。

同时，这个新一代的创作者平台迅速聚集了一批优秀的漫画垂类模型训练师和

AI 漫画创作者，并通过和国内外优秀模型社区深入合作，上线了大量 AI 漫画类优质模型，其中单个头部模型绘画创作调用量达百万次以上。目前触手 AI 平台拥有数百万活跃的高质量创作者，累计 2 亿+的 AIGC 作品，用户单日发布 AI 作品超万张，单日做图数高峰期达单日 700 万次。

在和中文在线共同进行 AI 漫画生产的过程中，双方团队不断迭代方式方法和工作流程。通过发动创作者社群，自研 AI 绘画工具及反复打磨适用于漫画行业的创作 SOP，有效的实现了成本的控制，触手 AI 仅用传统漫画 1/3 的成本，将漫画创作效率提升 5 倍，为漫画产业提供了全新内容生产力。

基于丰富的 AI 漫画交付经验，触手 AI 也即将发布专业的 AI 漫画课程，优秀学员可以进入触手的签约创作者生态，通过参与 AI 漫画创作获得稳定的收入变现。

05

VR 技术前沿成果：多元融合的行业趋势

时间：2023-08-16 来源：新浪 VR

众所周知，虚拟现实技术的瓶颈还有待突破，未来的发展空间仍然十分广阔。据专业人士分析，VR 技术的下一个重大技术突破可能不是更高的分辨率，或更身临其境的立体声环绕体验，而是通过物理感觉或移动部件增强体验，让使用者的感官误以为设备所展现的一切虚拟画面就是现实。在 SIGGRAPH 大会上，从诸如科技巨头 Meta 的开发者到国际学生团体的研究人员，都在向外界展示他们最新的研发

成果，以让 VR 和 AR 更具说服力。

计算机图形学及相关领域会议本周在洛杉矶举行，从 Meta 到 Epic，再到大学术研究者和电影视文艺界工作者，每个参与者都在展示自己的科技成果和产品。

在这个充满科技感的展厅中，数十种目前技术水平所能达到的 VR 类前沿成果正在向公众展示，VR 带来的视觉效果瑰丽多彩十分的吸引人眼球，而使用者所能体验到的沉浸感几乎完全依赖于此。

技术究竟要往何处发展,才能让体验者所感到的虚拟现实更加完整?对许多人来说,答案不在于虚拟世界有更好的声音或图形,而在于实体世界。



Meta 公司的变焦 VR 头显真的改变了用户的视角吗

在这次技术研究会上,Meta 公司首次展示了两款尚在实验中的头显,分别名为 Butterscotch 和 Flamera。Flamera 采用了一种有趣的“穿透”视频技术,但真正改变虚拟世界体验的是 Butterscotch 的“变焦”技术。

Meta 技术展台的一位研究人员提到,显示屏的移动范围只有 14 毫米左右,在这个范围内,不仅能让近距离的物品显示出更清晰的图像,还能让眼睛更自然地改变“调节”和“会聚”,也就是自然追踪和聚焦物体的方式。

其实 VR 头显通常由一对微小的高分辨率显示屏组成,然后将他们固定在一叠镜片上,使其看起来能够填满佩戴者的视野。这带来的视觉效果相当不错,试过这些头显的人都可以证明这一点。但它也有不足之处,即视野中的物体会离使用者更近,可似乎并没有太大用处,使用者反馈这并不能看得更清楚。当然头显仍然保持相同的分辨率,虽然从头显中可能看得更清楚一些,但仍然达

不到像在现实生活中拿起一个物体仔细观察那样清晰。



有专业人士测试过 Meta 的 Butterscotch 原型,并向研究人员询问了相关情况。事实上它可以通过在耳机中跟踪使用者的视线来复制这种体验,当使用者的视线落在更近的东西上时,头显就会将显示屏滑动到离你眼睛更近的地方。对于已经习惯了在 VR 中“近距离观察”某些东西的人来说,这样的展示成果是令人感到惊叹的。

不过遗憾的是,从成本角度考虑,在消费类机型上使用移动显示屏可能有些不切实际,因此该功能不太可能在短期内出现在 Quest 上。

滚动和翻滚中的‘Package’

在演示区的其他地方,还有人在测试更离奇的现代技术来欺骗使用者的感知。索尼公司的研究人员将“Package”的概念发挥到了极致:将带有重物的控制器安装在一个类似于指挥棒的东西上,通过电机带动重物上下移动,从而改变重心进行模拟运动。

与此前曾公开发表过的其他触觉实验一样,这样的技术似乎在 VR 环境之外并没有什么特殊含义,但当他们与视觉刺激搭配在一起时,事实就变得非常有说服力

了。在展示中,索尼公司的技术人员率先展示打开了一把虚拟雨伞,这是一个展示重心如何变化,并通过虚拟物品来展示真实效果的绝佳方式。

接下来,实验人员把第二根指挥棒以垂直的方式固定在第一根指挥棒上,形成了一个类似枪支的形状。演示中,体验者甚至可以用猎枪和手枪向外星人开火,每支枪都有一种独特的“感觉”,这是因为研究人员对重物移动和模拟后坐力和装弹进行了编程。不过研究人员说,目前还没有将其商业化的计划,但反响非常好,他们正在对其进行改进并开发新的应用。

在东京大学研究人员的展台上展出的SomatoShift,是对重量变换想法的一种不同寻常的巧妙诠释。在那里,参与者会被戴上了一条动力腕带,腕带上两个旋转的陀螺仪相互对立,但体验者可以改变它们的方向,从而产生一种力量,或抵消或加速手的运动。

这种机制似乎有点难以理解,但像这样的旋转砝码本质上是想保持“直立”,而通过改变它们相对于重力或所安装物体的方向,这种“直立”趋势可以产生相当精确的力矢量。事实上这种技术在卫星上已经应用了几十年,被称为“反作用轮”,其原理在VR体验中也同样适用,当使用者的手在两个按钮之间移动时,它可以减缓或辅助我的手的运动。陀螺仪所产生的力很小,但可以感觉得到,可以想象巧妙地使用陀螺仪可以产生各种微妙而又令人信服的推力和拉力。

指尖触动

虽然最新的Quest和PlayStation VR2头显的运动追踪功能令人惊叹,但说到拿东西的感觉,目前的VR控制器确实

有不足之处。比如大部分使用者提到,事实上从未感觉到自己真正与虚拟环境中的物体进行了互动。因此,东京工业大学的团队创造了一种巧妙而又滑稽的方法,可以模拟用指尖触摸或握住物体的感觉。

在这次体验中,使用者的每只手上除小指外,都会戴上有四个小戒指,每个手指都有一个。在戒指环的顶部装有一个小电机,通过电机上的小线环(线环套在每个手指的指尖上),手和手指的位置可以通过连接在头显上的深度传感器进行跟踪,从而获得体验感。

在VR模拟中,桌面上布满了各种立方体和其他形状的方块。当追踪器检测到使用者的虚拟手与虚拟方块的边缘相交时,电机就会旋转一下,并拉动线圈,感觉就像有东西在触摸使用者的指垫!

不过事实上这种感觉是非常值得体验的,而且这种装置显然也不太昂贵,成本较低。对于更加高端的技术来说,研发和生产模拟阻力的触觉手套的机会少之又少,而且相当复杂,不过上述系统的改进版售价可能不到100美元,而且它所提出的想法和体验是具备领先和变革性的,可以说是意义十足。

在SIGGRAPH大会的展厅,充满了上述以及更多的能够让使用者在物理和数字之间游走的体验。虽然目前VR并没有被主流消费市场认可,但许多业内人士都认为这意味着他们应该加倍努力改进和研发相关的VR技术,而不是将其作为一个已经不具备希望的技术方向,并放弃它。

另外,在本次技术展示中还涉及到游戏、视觉特效、艺术、虚拟制作和其他众多领域之间的VR展示与交互。通过行业交流与技术体验,这些产品研发者都清楚地意识到,VR行业正在走向多元融合,

多模式、多媒介、多感官体验才是未来的

趋势。

06

卡游打造多元文化载体，让年轻人爱上中国造

时间：2023-08-23 来源：中国新闻网

卡牌上能看《三国演义》《红楼梦》等四大名著吗？如今，兼具收藏、娱乐、社交、竞技多元功能的卡牌，肩负起承载优秀传统文化的使命，将四大名著等文化元素进行了新的挖掘与创作，使其登上了代表潮流与时尚的卡牌，而卡游正是开启国创卡牌浪潮的先行者。

据华经产业研究院数据，2020年全球集换式卡牌市场规模已达到111.3亿美元，预计2027年市场规模将扩大至312.6亿美元。在国内，2020年我国集换式卡牌行业规模约115亿元，现在正处于产业爆发期，这意味着国内集换式卡牌市场仍有很大的发展空间。

面对潜力巨大的国内蓝海市场，在8月中举行的卡游经销商会议上，卡牌行业头部企业卡游与来自全国各地的合作伙伴一起探索卡牌及文创产品的多元发展。

用年轻人喜欢的方式传播 IP 故事

在前端的IP拓展方面，会上卡游IP部门表示，将针对特定市场进行深入洞察并对用户群体进行定位，与众多领域的杰出艺术家、画师、明星艺人和声优达成合作，赋予产品新的故事，不断扩大IP矩阵及粉丝受众。

卡牌作为文化产业与制造业的融合与

延伸，卡游以IP为产品势能的主轴。除了签下50多个全球流行知名IP，从2020年起卡游开始布局国创IP产品，陆续推出了《秦时明月》《斗罗大陆》《诡秘之主》等国创IP卡牌，并得到年轻消费者和市场的广泛认可。

活动现场，卡游首次展出了获得著名国画家戴敦邦老先生独家授权的《红楼梦-大观奇缘》系列，卡牌将戴老精湛的笔法、独特的视觉表达，以及大观园内的儿女娇姿与才情充分展现，画面生动饱满，人物形象鲜明。

由卡游原创的《卡游三国》，则用“章回卡”“流年卡”等年轻人喜欢的卡牌创意，唤醒一代人的记忆。在卡游看来，深度挖掘IP的文化故事和力量，通过二创和衍生品等形式，与消费者之间建立情感连接，从表达、互动、感受到传递，不断强化文化自信，展现可信、可爱、可敬的中国形象，才能推动中华文化更好地走向世界。

卡游还联合今夏最火爆IP之一《长安三万里》推出了“长安三万里诗词典藏卡”，将“经典古诗”与“人物绘画”巧妙融合，影片中的经典形象配以代表性诗句，一张小小的卡牌将经典瞬间定格，还可以随时放在口袋中阅读欣赏，让诗人的精神通过卡牌再度延续与传播。



完备的产业链布局打造中国制造新名片

活动当天,来自全国的合作伙伴参观了卡游在义乌的智能文具工厂。据悉,卡游已建立具有世界顶尖工艺水平的卡牌生产基地,并持续投产高品质、高产能的卡牌、笔、本册工业体系及物流中心。经过近二十年的积累,卡游打造出独具特色的“研产供销”全产业链,在IP开发、工艺研发、产品快速迭代、多元品类布局上支撑企业持续出产高品质的文化创意产品,满足不断释放的新兴文化消费市场需求。

现场由卡游衍生品部门分享的“英雄赏”产品便是卡游产业链优势和多元产品布局的最新代表,快速的产品更新频率,多元的奖赏内容,精美的工艺叠加和高精度还原,让年轻收藏者爱不释手。

在新创华CEO孙剑看来,卡游的成功是必然的,长时间的专注,正确的价值观,

优秀的创意、卓越的产品以及深度链接的渠道、活动等,让卡游成为一家快速成长、力量稳健的创新企业。

培育卡牌文化,助力行业可持续发展

同时卡游也一直在延长运营产业链,打造卡牌文化,比如开设线下旗舰店等体验空间、举办系列赛事加强圈层交流。作为卡游原创卡牌赛事,卡游英雄对决赛事已连续举办三年,在全国百余座城市举办了两万多场赛事,有超过18万人次参与,成为全国规模最大、参与人数最多、最具影响力的TCG赛事。

据卡游透露,卡游将搭建更加完善专业化的赛事体系,在全年时段持续打造不同赛事形式和多维体系支持,在规则设计、赛事体系上不断强化体育竞技和社交文化属性,以打造健康的卡牌文化氛围,给所有参赛者带来正向的成长体验,助力行业可持续发展,比如裁判团队的培养、卡牌礼仪的价值观宣导等。

对于未来的延续性,卡游表示,将进一步延伸产业链条,升级产业结构,在产品、平台、技术、场景等多层面持续创新。同时,卡游希望能以卡牌、文具及IP衍生品为载体更好的传递优秀文化精髓,推出多款高品质、多玩法、健康向上的IP衍生品,让世界范围的年轻人乐享中国产品和中华文化。

凝聚政策合力 助力毕业生就业创业 教育部组织开展“2023年高校毕业生 就业创业政策宣传月”活动

时间：2023-06-16 来源：教育部

为深入学习贯彻党中央、国务院关于高校毕业生就业工作的决策部署，抢抓工作关键期、冲刺期，加力加大就业创业政策宣传力度，推动各项政策加快落实，近日，教育部组织开展“2023年高校毕业生就业创业政策宣传月”活动，重点宣传党中央、国务院促进高校毕业生就业创业的部署要求，权威解读各地在促进高校毕业生基层就业、自主创业、应征入伍、权益保障等政策措施和鼓励企业吸纳毕业生就业政策。

本次政策宣传活动时间为6月—7月，覆盖国家级、省级、地市级三个维度，涉及31个省份和新疆生产建设兵团以及100余个地市级单位的高校毕业生就业创业政策。截至目前，共汇集各地各级政策共计1866条。毕业生可登录国家大学生就业服务平台“2023年高校毕业生就业创业政策宣传月”专栏（网址：<https://www.ncss.cn/zchz/>）查看相关政策。

一是企业吸纳有激励。上海市对吸纳本市2023届高校毕业生就业的用人单位，提供标准为2000元/人的补贴。安徽对吸纳高校毕业生就业达到一定数量的劳动密集型小企业最高可提供300万元的小额担保贷款以及50%的财政贴息；二是基层就业天地广。山西对参加“西部计划”服务2年以上且考核合格的高校毕业生，在三年内报考硕士研究生，初试总分可加10分，并在同等条件下优先录取；河南

则针对乡村振兴计划的志愿者，每人最高发放2700元/月的生活补贴；三是自主创业有支持。广东举办“众创杯”创业创新大赛，最高可向高校毕业生创业提供50万元奖励。黑龙江对高校毕业生创办的小微企业，最高贷款额度可提高至300万元；四是灵活就业有鼓励。北京对灵活就业高校毕业生每人每月1168.86元。浙江则对灵活就业高校毕业生给予最长不超过3年的补贴；五是能力提升有帮扶。辽宁向高校毕业生组织培训，并给予每人每月1500元至2000元培训补贴。福建向获得国家职业资格证书的高校毕业生提供最高每人3000元的就业技能培训补贴；六是就业手续及时办。湖北取消了办理高校毕业生档案转递手续，转正定级表、调整改派手续不再作为接收审核档案的必备材料。宁夏则取消了高校毕业生离校前就业协议书签章、离校后到公共就业人才服务机构办理报到环节；七是就业服务广覆盖。内蒙古开展毕业生就业服务系列活动，组织公共就业服务进校园、百日千万网络招聘、人社厅局长进校园等活动；陕西推出“秦云就业”服务平台，实现高校毕业生就业创业相关手续在线申请办理，使高校毕业生足不出户就能享受便捷的公共就业服务。

“2023年高校毕业生就业创业政策宣传月”活动是高校毕业生就业“百日冲刺”的重要活动之一，各地政策措施同步在教

育部官网、全国高校毕业班辅导员就业工作平台、支付宝、钉钉、智联招聘等7类18家媒体联袂发布,通过网页专栏、微博、微信公众号、站内信等渠道全方位、多链条精准推送,解读国家和地方出台的高校毕业生就业创业政策,推动政策进校园、

进就业指导课、进招聘活动,指导毕业生用好基层就业、自主创业、应征入伍、指导帮扶等政策,用足用好国家和各地出台的促就业政策措施,充分激发企业用人积极性,帮助高校毕业生尽早就业、顺利就业。

08

企业吸纳有激励

时间: 2023-06-07 来源: 教育部

企业是高校毕业生就业的主渠道,中小微企业是高校毕业生就业的主阵地。

企业招用毕业年度或离校2年内未就业高校毕业生、登记失业的16-24岁青年,可享受一次性吸纳就业补贴。

企业招用登记失业半年以上的高校毕业生,可予以定额依次扣减增值税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加和企业所得税优惠。

小微企业(含社会组织)招用离校2年内的未就业高校毕业生,可申请享受社会保险补贴。

小微企业当年新招用高校毕业生等符

合条件人员人数达到一定比例的,可申请最高不超过300万元的创业担保贷款,由财政给予贴息。

高校毕业生到中小微企业就业的,在职称评定、项目申报、荣誉申报时享受与国有企事业单位同类人员同等待遇。

国有企业扩大高校毕业生招聘需求,符合相关规定的,经履行出资人职责机构或其他企业主管部门同意统筹考虑企业招聘高校毕业生人数、自然减员情况和现有职工工资水平等因素,2023年可给予一次性增人增资。

09

产业大学的世界图景：理念基础、办学模式与未来走向

作者: 刘宝存, 庄腾腾(北京师范大学)

刊名: 国家教育行政学院学报, 年份: 2021年

摘要：产业大学于20世纪兴起于美国，随后在全球迅速发展，经历了萌芽、建立与发展、多样化发展等阶段。产业大学基于“学习型组织”的办学理念，通过促进企业员工的知识技能增长来提升企业的竞争力。实践应用始终是产业大学的核心关注点。产业大学的外部办学模式包括企业独立办学、与传统大学合作办学以及“先独立后联合”的终身教育办学模式；内部办学模式包括学院制办学和项目制办学模式。在其发展进程中，科学技术的进步和工业需求的升级对产业大学提出了更高要求，产业大学面临着教学内容无法及时反映产业迅速变革需求的现实挑战。在未来的一个时期，产业大学的数量会不断增长，功能会不断拓展，教学内容将更加充实，教学对象范围将继续拓展，同时产业大学将更加注重教育与培训手段的信息化，加强与传统高等学校的合作。

基金项目：北京市教育科学“十三五”规划2017年度优先关注课题“当代大学发展形态及大学观的国际比较研究”（BEBA17032）。

重要收录：CSSCI，北大核心

“双一流”背景下的动画与数字媒体专业建设思考

作者：丁海祥，金晟（浙江传媒学院动画与数字艺术学院，浙江传媒学院动画与数字艺术学院数字媒体艺术系）

刊名：传媒，**年份：**2021年

摘要：“双一流”建设背景下我国动画与数字媒体一流专业建设面临着新的机遇和挑战。当前我国动画与数字媒体专业建设已取得了阶段性成果，但还存在诸多不足。未来动画与数字媒体一流专业建设需要坚持“立德树人，为国育才”的专业教育使命，顺应“科技赋能”的专业发展趋势，构建“交叉融合”的专业课程体系；并通过构建“四维金三角”人才培养目标和搭建在地性特色“产学研”课程活动平台等具体举措，促进专业建设的可持续发展。

重要收录：CSSCI，北大核心

11

“一播三色”播音与主持艺术专业人才培养的“浙传模式”

作者：陈成（浙江传媒学院播音主持艺术学院）

刊名：中国广播电视学刊，**年份：**2023 年

摘要：随着新媒体的兴起，传统媒体日渐式微，演艺明星跨界主持，人工智能主播及网络主播抢占市场资源，大量播音专业科班毕业生无法对口就业。面对媒介变革的复杂环境，浙江传媒学院播音主持艺术学院坚持守正创新，以媒介发展为依托，兼顾新闻与艺术属性，结合大众传播与人际传播特点，组建播音与主持艺术专业方向群，在原有播音与主持艺术专业基础上，增设播音与主持艺术（礼仪文化）、播音与主持艺术（影视配音）专业方向，并推进“四课联动，创新课程体系”及“引培同步，升级教学资源”等措施，经探索实践建立具有浙传特色的“一播三色”播音与主持艺术人才培养模式。

基金项目：浙江省教育厅 2021 高校国内访问学者“教师专业发展项目”“中国当代电视节目的类型与创新路径研究”（项目编号：FX2021043）；浙江省线下一流课程建设“播音员主持人形象塑造”项目的阶段性成果。

重要收录：CSSCI，北大核心

12

高等教育数字化转型的路径探析

作者：杨宗凯（武汉理工大学，国家数字化学习工程技术研究中心）

刊名：同济大学学报（社会科学版），**年份：**2023 年

摘要：教育数字化是适应数字时代发展的时代应答，也是实现教育现代化的必然选择。随着信息技术在教育领域的深入推广和应用，技术创新对于推动教育形态的变革、教育机会的拓展、学校空间的重构和学习模式的更新等方面的作用愈加凸显。目前，国内外关于高等教育数字化转型的实践路径研究还处于起步阶段，如何推进高校教育数字化转型还有待进一步创新探索。结合三所大学的数字化转型探索与实践，从超前识变、积极应变到主动求变的进程，对三所大学数字化转型的路径进行梳理和总结，进一步探究高校数字化转型的发展规律，为高校数字化转型提供路径参考，助力推动高等教育全面数字化转型。教育数字化转型必将重构教育生态，实现有教无类、因材施教，实现更加公平、更高质量、更加开放的教育，从而推动高等教育更高质量发展。

基金项目：国家自然科学基金 2022 年度重大项目“人工智能赋能教与学的理论与关键

技术研究”(62293550)的研究成果。

重要收录: CSSCI, 北大核心

13

“新文科”背景下我国文化产业学科的困境与出路

作者: 明琰, 傅才武(武汉大学国家文化发展研究院)

刊名: 同济大学学报(社会科学版), **年份:** 2023 年

摘要: 我国文化产业 20 多年来高速增长的社会实践对文化产业人才培养和相关学科专业建设提出了紧迫的发展需求。但当前文化产业学科专业建设已陷入理论和实践的双重困境: 在理论上, 至今还未形成学界公认的相对独立的研究对象、研究范式和相对独立的话语体系; 在实践上, 文化产业人才输出与市场需求存在结构性失调。这既与文化产业发展历史不长、理论积累不足有关, 也与按照工业化社会分工划分专业的标准化教育学逻辑相联。由于传统理论逻辑难以包容新的社会需求, 即基于类型技术的学科专业分工逻辑难以兼容文化产业创意性和交叉性的学科专业性质, 这使得本属于新兴产业形态的文化产业学科建设落入了旧工业化社会分工的“逻辑悖论”。因此, 要借助国家设立“交叉学科门类”之契机, 突破类型技术基础上的专业分工思路, 重建数字信息技术上的集成综合模式, 探寻文化产业学科结合数字信息技术而形成的“新文科”特征, 重构“新文科”背景下中国文化产业学科和专业的新内涵。

基金项目: 国家社会科学基金艺术学重大项目“文化和旅游融合视野下长江文化保护传承弘扬研究”(21ZD04)。

重要收录: CSSCI, 北大核心

14

“游戏的人”: 青年的剧本杀游戏狂欢及其形成机制

作者: 刘森林(福州大学人文社会科学学院社会学系)

刊名: 中国青年研究, **年份:** 2023 年

摘要: 剧本杀游戏凭借其娱乐性、表演性、互动性以及社交属性, 成为当下仅次于看电影、运动健身的最受青年群体喜爱的线下娱乐活动形式, 并且形成一种新兴的文化消费

业态。深入分析青年群体在剧本杀游戏中的狂欢表征及其形成机制,洞悉青年群体在社会结构变迁中与市场消费过程中的亚文化现象,有助于我们更好地了解当代青年的价值取向、行为特征与代际更替的群体发展规律。

基金项目: 国家社会科学基金青年项目“代际社会学视野下中国民众的环境意识研究”(项目编号: 22CSH020)的阶段性成果。

重要收录: CSSCI, 北大核心

15

中国动画对传统价值观的承载与传播研究

作者: 刘晓婷, 夏嘉阳(辽宁师范大学影视艺术学院)

刊名: 电影文学, **年份:** 2022 年

摘要: 中国动画电影兼具商品和国家战略载体属性。价值观是中国动画的核心元素,极大影响着其总体质量和文化传播的效力。本文通过调查问卷的设计与数据整合,从受众对中国动画电影的接触概况、中美动画电影的横向对比以及中国动画电影自身特性的纵向比较这三个维度总结国产动画的价值观承载和传播现状,并分别在人才培养、深度调研、去粗取精、交流借鉴、立足本土、走向国际等方面提出国产动画电影传承优秀传统文化价值观的对策。

基金项目: 2017 年国家社科基金项目“中国当代动画口述史(1979—2016)”(项目编号: 17BXW093)成果; 2018 年教育部人文社会科学研究青年基金项目“文化生态视域下十七年中国动画民族风格研究(1949—1966)”(项目编号: 18YJC760053)成果; 辽宁师范大学校级课题项目“中美动画比较视域下中国动画民族风格研究”(项目编号: CX202002083)成果。

重要收录: 北大核心

16

传统文学题材动画的文化创新路径探析

作者: 宋眉, 付羽娇(浙江科技学院艺术设计学院)

刊名: 电影文学, **年份:** 2022 年

摘要: 新时代不断推动着传统文学题材动画的文化创新,唯有以科学发展观为指导,以文化自觉为内驱力,遵循文化创新规律,在文化内容与形式、业态与传播等各方面不懈

探索与实践,才能促进传统文学资源创造性转化,更好地实现社会经济文化功能。

基金项目:浙江省哲学社会科学新兴(交叉)学科重大扶持课题子课题(项目编号:19XXJC05ZD-2);浙江省软科学研究计划项目(项目编号:2022C35089)阶段性成果。

重要收录:北大核心

17

“双师型”教师教学能力测评工具开发及应用研究

作者:张永林,谢珺(河北师范大学)

刊名:黑龙江高教研究, **年份:**2023年

摘要:“双师型”教师教学能力水平直接影响技术技能人才培养质量,是职业教育高质量发展的关键要素。基于德国 COMET 职业能力测评理念,开发一套适用于我国“双师型”教师教学能力测评工具,包括由三个能力维度、七项能力指标构成的评分表、测试题和背景问卷。选取河北省高职院校“双师型”教师为研究对象进行测评,结果显示测评工具科学可靠,能够高效、客观、真实地区分被试教师教学能力水平,而且职称、企业实践、教龄、参赛经历是影响“双师型”教师教学能力的主要因素。依据分析结果,提出“双师型”教师教学能力提升建议。

基金项目:全国教育科学规划课题教育学一般课题“基于产业技术的应用型本科课程设计研究”(编号:BJA170090);河北师范大学2021年度人文社会科学校内科研基金计划项目“基于 KOMET 模型的职业教育师范生职业能力测评研究”(编号:S21YX036)。

重要收录:北大核心

18

中国民用航空局关于印发落实数字中国建设总体部署 加快推动智慧民航建设发展的指导意见

时间:2023-06-27 **来源:**中国民用航空局

民航各地区管理局及监管局,各运输(通用)航空公司、运输(通用)机场公司、服务保障公司,局属各单位、局机关各部门:

为贯彻落实中共中央、国务院《数字中国建设整体布局规划》和《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》文件精神,统筹做好民航大数据建设

发展和智慧民航建设工作,指导行业全面推动数字化转型、智能化应用、智慧化融合,民航局组织编制了《关于落实数字中国建设总体部署 加快推动智慧民航建设发展的指导意见》。现印发给你们,请结合实际,认真贯彻落实。

中国民用航空局
2023年6月27日

关于落实数字中国建设总体部署 加快推动智慧民航建设发展的指导意见

为贯彻落实《数字中国建设整体布局规划》和《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》,更好统筹新型基础设施建设,激活数据要素潜能,充分发挥智慧民航建设在推进民航高质量发展中的创新引擎作用,制定本意见。

一、总体要求

(一) 指导思想。

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的二十大精神,坚持稳中求进工作总基调,完整、准确、全面贯彻新发展理念,加快构建新发展格局,着力推动高质量发展,统筹发展和安全,强化系统观念和底线思维,遵循基础夯实、数字赋能、能力提升、环境优化的战略路径,全面提升智慧民航建设的系统性、协同性和安全性,推动行业数字化转型、智慧化运行,更好谱写交通强国民航新篇章,为推进中国式现代化贡献力量。

(二) 工作原则。

深化改革,创新引领。加强党对智慧民航建设的全面领导,加快建立适应民航

数字化发展的制度体系,以数字化发展驱动流程再造、组织模式变革,强化企业创新主体地位,加快关键核心技术突破,着力推动数字技术创新。

系统布局,数字赋能。加强系统化布局、一体化推进,围绕民航安全生产、运输服务、绿色发展、行业治理和文化建设,强化应用项目落地牵引和场景示范驱动,推进数据资源融通共享,激发数据要素价值。

自主可控,安全可靠。贯彻落实总体国家安全观,严守数字安全底线,切实保障民航网络安全和数据安全,防范化解数字化条件下的各类风险,深化安全可靠应用,提升重点领域的自主可控能力。

开放合作,互利共赢。加强民航与产业跨界融合,推进民航数字领域规则、规划、管理、标准等国际交流合作,构建共商共建共治共享共惠的民航数字化发展生态,拓展互利共赢合作新局面。

(三) 主要目标。

到2027年,智慧民航建设数字化转型取得重要进展,数字基础设施高效联通,数字安全保障能力全面提升,数字政府建设成效显著,数字化发展环境更加完善,数字技术创新活跃,数据资源融合共享,数据要素价值有效释放,全面推动民航创新能力、安全水平、运行效率、服务质量和治理效能大幅提升。

到2035年,智慧民航建设数字化发展水平进入世界前列,数据资源和要素体系完备,数字技术叠加效应、数据要素乘数效应全面释放,民航数字化生态圈全面形成,为民航实现安全、便捷、高效、绿色、经济发展提供有力支撑。

二、夯实智慧民航建设数字化基础

数字基础设施和数据资源体系是智慧

民航建设的两大基础。要充分发挥数字基础设施的底座功能和数据资源的核心要素作用,以数字感知、数据决策、精益管理、精心服务为目标,完善民航数字基础设施发展布局,打通行业主体基础设施之间的“大动脉”,畅通数据资源“大循环”。

(一) 构建泛在智联的民航数字基础设施。

1. 适度超前建设网络基础设施。优化民航通信网络资源结构,加快推进北斗系统应用和新一代航空宽带通信基础设施建设,提高民航数据传输能力和承载能力。深入推进 IPv6 应用,开展基于 5GAeroMACS 技术的“机-车-场道-设施”协同运行,推进空管、机场、航空公司、服务保障单位等各主要运行要素全面物联,探索研究 6G 等新技术在民航领域的应用。

2. 系统优化数据基础设施布局。强化民航领域数据中心集群顶层设计,推动民航大数据中心与民航各领域数据中心间网络直连和组网互联,构建集约化、规模化、绿色化民航数据中心集群,实现跨部门、跨业务、跨区域、跨层级数据资源综合利用,提升数据交互能力。提升行业安全生产运行关键系统和核心设备保障能力,加强容灾备份建设。

3. 整体提升应用基础设施能力。推进传统基础设施数字化、智能化改造,加强行业重要数据资源和信息系统上云部署。建设政务、空管、运行监控、市场服务、航空物流等重点领域应用基础设施体系,增强数字感知、边缘计算和智能分析能力,深化人工智能、区块链等技术融合应用。

(二) 建立高效利用的民航数据资源体系。

1. 健全民航数据管理体制机制。发挥智慧民航建设体制机制优势,加快构建民航数据基础制度体系。建立健全数据管理

机构,完善管理机制,明确行业管理部门、运行主体、第三方服务机构职责定位,充分发挥各方功能作用,提升数据管理整体效能。

2. 构建民航数据资源体系。研究建立行业重点领域一体化数据目录和动态管理机制。面向民航业务发展需求,推进业务主体和系统间数据集成和共享,加强主数据全生命周期管理,构建元数据管理机制和管理规范。加快推动行业数据资源分类分级管理,推进数据集、算法模型、开发模型等资源开放利用。

3. 激发数据要素价值潜能。落实国家数据基础制度要求,明确行业数据权益权属,推动公共数据、企业数据和个人数据依法合规高效利用。研究建立民航数据资产登记、价值评估核算等制度,探索建立行业数据市场化流通新模式,依托公共服务平台推动民航数据有序流通,提升民航数据要素资源效益。

三、全面推进智慧民航建设数字化赋能

民航安全生产、航空服务、绿色发展、政府监管、行业文化是数字化赋能民航高质量发展的五个重要领域。以“出行一张脸、物流一张单、通关一次检、运行一张网、监管一平台”为场景驱动,筑牢安全发展底线,坚持智慧民航建设主线,拓展绿色发展上线,构建产业联盟阵线,加快民航数字化转型升级,提高行业全要素生产率。

(一) 推进生产运行安全高效。

1. 加强机场全域高效协同。建立基于智能建造、数字孪生的规划建设运营一体化模式。强化数据信息在机场运行安全领域的应用,打通机场各类系统信息和数据共享渠道,实现对运行安全态势的实时感

知。推进航班地面保障智能部署,加强场内运行态势精准监控与预测,实现各主体各单元高效协同运行。推进无人驾驶设备和智能作业装备应用,加强航站楼自助设备应用,强化智慧安防体系建设。推动航空物流作业全过程自动化、数字化管控。

2. 推进空管全过程精细管控。加强航班运行态势监控,推进运行主体间数据共享,优化协同运行机制,实现全国航班一体化指挥调度。探索空域运行效能自主评估,加强不同飞行阶段精细化管控,研究推进四维航迹运行,提升空域容量和管控效率。探索基于算力的航班融合运行和有人无人融合运行,加快推进新一代空中交通管理系统开发验证。

3. 推动航空公司全周期智能管理。提升大型网络型航空公司生产运行、营销服务、经营管理、机组资源管理等数字化智能化水平,提高资源配置效率和效益。推进航班运行全流程、全要素动态风险评估与预警,推动运力快速调度与地面保障资源精准匹配,提升突发事件应急处置能力和航班恢复能力。推进航空器状态智能监控与健康监测,提升航空器关键核心部件可靠性分析、故障诊断与维修决策能力。

4. 推进民航与数字产业深度融合。引导智能装备制造、软件开发、通信运营等企业协同开展关联产品研发和技术标准制定,吸引数字平台型企业参与民航服务形态创新。鼓励民航信息服务企业加强关键核心技术攻关,提升行业数字化转型解决方案自主能力。提升航油保障智能化水平,构筑航材数字化保障体系。

(二) 推进航空服务普惠便捷。

1. 构建便捷舒心的出行服务体系。优化订票值机等线上服务,打造运输、旅游、娱乐、购物等一体化产品体系。加快数字技术创新应用,缩短旅客整体出行时间,

推进无感安检、快捷通关、无忧签转及线上线下融合出行服务。推进机上互联网服务。推广行李直挂和全流程跟踪。

2. 打造高效航空物流服务体系。推动航空物流与其他运输方式、海关标准对接、安检互认,加强货品、单证、载具、安检、结算等重点领域信息交互联通,打造一单到底的智慧物流联运服务体系,促进物流提质降本增效。构建货物提取时间精准可控、位置实时可查、状态全面感知的全流程追踪服务,提高准时达服务可靠性。

3. 扩展丰富通用航空业态。加快建设低空飞行服务站,推进通用航空航行情报资料数字化,构建低空飞行数字化保障服务体系。加大通用航空新兴消费服务产品精准化、个性化投放。促进通用航空与应急、医疗、旅游、交通等智慧城市产业融合发展。拓展无人驾驶航空器在低空运输、应急救援、航空拍摄、国土测绘、农林植保等场景应用。

(三) 推进绿色发展集约低碳。

1. 推进机场环境智慧治理。加快推动飞机噪声智能监测、预测、分析及治理。鼓励机场利用物联网、大数据和云计算等数字技术开展污水、污物、空气质量智能监测和精准治理。提高民航碳监测、报告、核查体系数字化水平,推进符合国情和行业发展阶段的航空碳排放市场建设。

2. 推进民航数字化绿色化协同转型。综合运用数字技术,提升机场规划设计、建设维护、地面运行和能源管理等绿色化水平。着力提升管制服务、气象预报、临时航路使用等决策能力,提高空域资源利用效率。引导航空公司优化运力调配、飞行控制、运输组织,提升绿色运行水平。加强数据中心等数字基础设施绿色低碳发展,提升清洁能源应用水平。

(四) 推进行业治理精准协同。

1. 创新民航安全监管。加快基于数据驱动、风险管控的安全监管模式创新,建立不同维度的分级分类指标体系,实施差异化精准监管,推动民航安全监管向事前预防转变。建立以远程监管、移动监管、预警防控为特征的非现场监管体系。研究建立安全监管绩效指标,提升风险隐患识别精准度。

2. 融合创新市场监测。加强航权、航线航班、航班时刻、运输价格、服务质量、节能减排等数据采集汇聚、融合共享,建立航空运输市场画像模型,构建航空运输市场监测评价体系,强化经济运行监测和形势研判,提高要素资源配置效率,维护市场秩序,保护消费者权益,提升行业宏观调控能力。

3. 加强数字政务建设。发挥政务服务平台枢纽作用,提升“一网通办”服务能力,推进民航领域电子证照扩大应用范围。提升政府网站智能化服务能力,推动公共数据安全有序开放、公共服务协同精准直达。打造一体化协同办公体系。推进政务数据与监管数据、运行数据有机融合,丰富辅助决策手段,提升政务监管智能化水平。

(五) 推进文化建设自信繁荣。

1. 促进民航文化数字化发展。弘扬伟大建党精神,践行社会主义核心价值观,传承民航优良传统,着力增强民航文化数字生产能力。利用数字化技术赋能民航安全文化、服务文化、创新文化和诚信文化建设。创新开发民航数字文化,挖掘凝练智慧民航建设实践经验,打造具有中国特色的航空文化新业态新模式。

2. 增强民航文化传播力。加快民航报社、民航出版社全媒体建设,鼓励行业企事业单位构建民航数字化文化传播矩阵,宣传行业文化、讲好民航故事。支持推出

更多反映民航历史和现实题材的高质量数字文化作品,推动民航文化输出。用好民航发展论坛、民航科教创新成果展、民航智见等,打造线上线下一体化、在线在场相结合的数字文化传播载体。

四、提升智慧民航建设数字化关键能力

技术创新、数字安全是智慧民航建设的核心动力和基本保障。要深入实施创新驱动发展战略,加快提升行业全链条自主可控能力,完善网络安全和数据安全治理,筑牢行业发展安全屏障。

(一) 强化民航数字技术创新。

1. 攻关民航数字关键技术。开展业务领域智能融合关键技术研究,着力攻克精准监管、智能建养、协同运行、风险预警等技术。推动数字技术在无人(少人)运行、机场运营仿真优化、客货安检智能化、航空器维修与健康管理等场景的融合应用。面向国产大飞机、北斗、新一代航空宽带通信等,围绕智慧运行场景做好预先研究和技术储备。

2. 提升民航全链条安全可靠能力。加强民航安全、运行、服务等领域关键信息基础设施的核心装备、基础软件、应用软件的安全保障。加强与航空制造、智能装备、数字产业等行业的自主创新技术协同,推动空管、航空公司、旅客服务等领域信息系统和装备原创性研发。

3. 健全民航行业协同创新体系。强化企业的创新主体地位,提升行业主管部门调控能力和引导作用,健全行业关键技术集中攻关机制,强化创新链、服务链和产业链有机衔接。建立民航数字化成果转化闭环路径,健全科技成果转化收益分配机制,加速行业数字化成果转化。

(二) 筑牢民航数字安全屏障。

1. 切实保障网络安全。完善民航网络安全管理体制机制,健全行业关键信息基础设施安全保护、网络安全等级保护相关制度和技术标准。建立行业网络安全监测预警和共享平台。提高行业重要生产运营系统的网络安全应急处置能力,加强容灾备份。

2. 增强数据安全保障能力。建立数据分类分级保护基础制度,按照“谁管业务,谁管业务数据,谁管数据安全”的原则,完善数据安全工作体系,健全数据目录管理、监测预警、全生命周期管理等机制,加强数据安全应急处置。

五、优化智慧民航建设数字化环境

数字治理是智慧民航建设的基本支撑,数字领域国际合作是民航高水平对外开放的重要纽带。要完善行业数字领域政策和技术标准体系,着力加强行业数据治理,加强民航数字领域对外交流,拓展国际合作空间。

(一) 建设公平规范的数字治理生态。

1. 构建政策标准体系。强化顶层设计,制定实施智慧民航建设数据管理政策标准体系,加快民航数据基础制度建设。制定生物特征识别、无人驾驶设备等行业应用规范,加强行业典型应用信息系统成熟度模型等方面标准制定。加强与相关产业的标准协同,深度参与航空器制造、卫星导航、无线电管理等领域国内外标准制订。

2. 优化数字治理环境。加强行业主管部门调控能力和引导作用,支持有条件的单位成立数字化转型机构,在严守安全底线前提下,给予市场主体充足创新发展空间,激发行业数字化建设活力。推动行业数字化领域反垄断、反不正当竞争,促进

行业健康发展。

(二) 构建开放共赢的国际合作格局。

1. 深化国际交流合作。推动共建“一带一路”民航数字基础设施互联互通,促进技术标准、规划部署和建设运营等方面合作,高质量共建“数字丝绸之路”。争取科技部“政府间国际科技创新合作”等专项支持,在民航数据共享、绿色发展等领域设立民航数字科技国际合作项目。

2. 拓展国际合作空间。充分利用国际民航组织、国际行业协会、区域民航合作机制以及中欧、中美等多双边交流场合,协商拓展民航数字领域治理合作方向。注重民航大数据与智能化应用等相关领域标准体系国际交流与推广,统筹做好与国际标准对接,推动中国方案和中国标准国际化,支持智慧民航优势项目走出去,增强国际话语权。

六、组织实施保障

(一) 加强组织领导。

加强党对智慧民航建设的全面领导,充分发挥智慧民航建设领导小组统筹协调、整体推进、督促落实作用,谋划重大战略、制定重大政策、部署重大任务。民航各单位要加强组织领导,提高政治站位,积极推进本单位数字化发展和智慧民航建设工作。

(二) 健全实施机制。

智慧办和数安办负责建立健全落地实施机制,制定年度计划和工作要点,明确任务分工,加强重大任务和重大工程跟踪调度,抓好督促落实,做好年度总结。各地区管理局、各直属单位要细化工作任务落实,按年度向民航局报告实施情况。

(三) 保障资金投入。

发挥政府投资的支持引导作用,聚焦

民航数字关键技术创新、重大数字基础设施、数据资源体系、数字安全等重点领域,引导民航各单位加大投入。鼓励社会资本规范参与智慧民航建设。加强各类资金统筹引导,提升投入质量和效益。

(四) 强化人才支撑。

民航院校要在课程中增加数字中国、

智慧民航建设内容,增强党员领导干部、公务员、在校师生的数字思维、数字认知、数字技能。聚焦重大科研方向需求,加大战略科学家、科技领军人才、拔尖人才及创新团队的培养和引进,打造多层次数字人才队伍。

19

习语：发展具有中国特色、世界水平的现代教育

来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

越是民族的,越是世界的。扎根中国大地办教育要突显中国特色,坚定不移地走中国特色社会主义教育发展道路;要放眼世界,充分吸收世界先进办学治学经验。习近平总书记指出,广大教育工作者要认清肩负的使命和责任,努力为发展具有中国特色、世界水平的现代教育,培养社会主义建设者和接班人作出更大贡献。《中国教育现代化2035》聚焦教育发展的突出问题和薄弱环节,立足当前,着眼长远,重点部署了面向教育现代化的十大战略任务:一是学习习近平新时代中国特色社会主义思想;二是发展中国特色世界先进水平的优质教育;三是推动各级教育高水平高质量普及;四是实现基本公共教育服务均等化;五是构建服务全民的终身学习体系;六是提升一流人才培养与创新能力;七是建设高素质专业化创新型教师队伍;八是加快信息化时代教育变革;九是开创教育对外开放新格局;十是推进教育治理体系和治理能力现代化。

1. 办好各级各类教育

努力办好基础教育。习近平总书记指出,基础教育在国民教育体系中处于基础性、先导性地位,必须把握好定位,全面贯彻落实党的教育方针,从多方面采取措施,努力把我国基础教育越办越好。基础教育是立德树人的事业,要旗帜鲜明加强思想政治教育、品德教育,加强社会主义核心价值观教育,引导学生自尊自信自立自强。基础教育是提高民族素质的奠基工程,要遵循青少年成长特点和规律,扎实做好基础的文章。基础教育要树立科学的人才观,大力推进素质教育,鼓励学校办出特色,鼓励教师教出风格。基础教育是全社会的事业,需要学校、家庭、社会密切配合。国家要加强对基础教育的支持力度,办好学前教育,均衡发展九年义务教育,普及高中阶段教育,优化教育资源配置,逐步缩小区域、城乡、校际差距。

实现高等教育内涵式发展。办好高等教育,事关国家发展,事关民族未来。我国目前高等教育办学规模和年毕业人数已居世界首位,但规模扩张并不意味着质量和效益增长,走内涵式发展道路是我国高等教育发展的必由之路。要提升高等教育

服务经济社会发展能力,分类建设一批世界一流高等学校。建立完善的高等学校分类发展政策体系,引导高等学校科学定位、特色发展,持续推动地方本科高等学校转型发展。优化人才培养结构,综合运用招生计划、就业反馈、拨款、标准、评估等方式,引导高等学校及时调整学科专业结构。加强创新人才特别是拔尖创新人才的培养,加大应用型、复合型、技术技能型人才培养比重。加强高等学校创新体系建设,建设一批国际一流的国家科技创新基地,加强应用基础研究,全面提升高等学校原始创新能力。

建设中国特色职业教育体系。职业教育是国民教育体系和人力资源开发的重要组成部分,是广大青年打开通往成功成才大门的重要途径,肩负着培养多样化人才、传承技术技能、促进就业创业的重要职责,必须高度重视、加快发展。全社会要树立正确人才观,弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。要牢牢把握服务发展、促进就业的办学导向,深化体制机制改革,不断优化职业教育结构与布局,坚持产教融合,校企合作,坚持工学结合、知行合一。集中力量建成一批中国特色高水平职业院校和专业,创新各层次各类型职业教育模式引导社会各界特别是行业企业积极支持职业教育。要加大对农村地区、民族地区、贫困地区职业教育支持力度,努力建设好中国特色职业教育体系。

构建服务全民的终身教育体系。随着人们生活方式和生产方式的不断改变,终身学习已经是现代教育的重要理念。习近平总书记指出,要构建网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系,建设“人人皆学、处处能学、时时可学”的学习型社会,使各级各类教育更加符合教育规律、更加符合人才成长规律,更能促进人的全

面发展。我们要办好基础教育、高等教育和职业教育,还要重视家庭教育,办好特殊教育,发展继续教育和社会教育。要加快民族地区义务教育学校标准化和寄宿制学校建设,实行免费中等职业教育,办好民族地区高等教育,搞好双语教育。

2. 建设世界一流大学和一流学科

高等教育发展水平是一个国家发展水平和发展潜力的重要标志。习近平总书记指出:“党中央作出加快建设世界一流大学和一流学科的战略决策,就是要提高我国高等教育发展水平,增强国家核心竞争力。”当前,党和国家事业正处在一个关键时期,我们对高等教育的需要比以往任何时候都更加迫切,对科学知识和卓越人才的渴求比以往任何时候都更加强烈。我国高等教育要紧紧围绕实现“两个一百年”奋斗目标实现中华民族伟大复兴的中国梦,源源不断培养大批德才兼备的优秀人才。要探索建设一批新时代中国特色社会主义高水平大学,发挥其排头兵、领头雁作用,成为建设高等教育强国奋进的标杆、学习的样板。推动一批高水平大学和学科进入一流行列或前列,提升我国高等教育综合实力和国际竞争力,培养一流人才,产出一流成果。

办好一流大学,必须有中国特色。习近平总书记强调,什么是一流?要在中国特色下去评价。没有特色,跟在他人后面亦步亦趋,依样画葫芦,是不可能办成功的。办大学,最重要的是人们心中的声誉,是自己的底蕴,是自己的积累。这是需要长期积淀之后在人们心中形成的。现在国际上和国内都有不少高校排名,这个排名可以看看,但不能过度依赖。靠几个数据,是说明不了一个大学是怎么样的。要把中

国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信转化为办好一流大学的自信,努力走出具有中国特色的办学之路。

办好我国高校,办出世界一流大学,必须牢牢抓住全面提高人才培养能力这个核心点。习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上强调,只有培养出一流人才的高校,才能够成为世界一流大学。2018年,他在北京大学师生座谈会上进一步指出,只要我们在培养社会主义建设者和接班人上有作为、有成效,我们的大学就能在世界上有地位、有话语权。发展中国特色、世界先进水平的现代教育,要把立德树人的成效作为检验学校一切工作的根本标准,把立德树人内化到大学建设和管理各领域、各方面、各环节,做到以树人为核心,以立德为根本。要构建德智体美劳全面培养的教育体系和科学的评价体系,全面落实立德树人根本任务,将中国特色社会主义特色和优势转化为培养社会主义建设者和接班人的能力,努力培养又红又专、德才兼备,能够满足党、国家、人民以及时代需要的人才。要坚持以中国特色、世界一流为核心,以立德树人为根本,以支撑创新驱动发展战略、服务经济社会发展为导向,加快建成一批世界一流大学和一流学科,提升我国高等教育综合实力和国际竞争力,为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦提供有力支撑。

3. 形成更高水平的人才培养体系

“凿井者,起于三寸之坎,以就万仞之深。”学生在学校里应该学什么、能学到什么、学得怎么样,都同人才培养体系密切相关。习近平总书记在全国教育大会上强调,要努力构建德智体美劳全面培养

的教育体系,形成更高水平的人才培养体系。要把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、社会实践教育各环节,贯穿基础教育、职业教育、高等教育各领域,学科体系、教学体系、教材体系、管理体系要围绕这个目标来设计,教师要围绕这个目标来教,学生要围绕这个目标来学。

打造中国特色的学科体系。习近平总书记强调,要下大气力组建交叉学科群和强有力的科技攻关团队,加强学科之间协同创新,加强对原创性、系统性、引领性研究的支持。要调整优化高校区域布局、学科结构、专业设置,建立健全学科专业动态调整机制,着重培养创新型、复合型、应用型人才。一个国家的发展水平,既取决于自然科学发展水平,也取决于哲学社会发展水平。坚持和发展中国特色社会主义必须高度重视哲学社会科学。哲学社会科学的特色、风格、气派,是发展到一定阶段的产物,是成熟的标志,是实力的象征,也是自信的体现。我国是哲学社会科学大国,研究队伍、论文数量、政府投入等在世界上都是排在前面的,但目前在学术命题、学术思想、学术观点、学术标准、学术话语上的能力和水平同我国综合国力和国际地位还不太相称。要按照立足中国、借鉴国外,挖掘历史、把握当代,关怀人类、面向未来的思路,着力构建中国特色哲学社会科学,在指导思想、学科体系、学术体系、话语体系等方面充分体现中国特色、中国风格、中国气派。

完善教学体系。习近平总书记强调,随着信息化不断发展,知识获取方式和传授方式、教和学的关系都发生了革命性变化。要深入研究把握人才培养规律,更新教学理念,优化教学内容,改进教学模式,完善教学保障,把握好着力点,建设高水平教学体系。重视哲学社会科学教学体系

建设,切实推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材、进课堂、进头脑,提高学校教学质量,强化学校教育的主阵地作用;要增加课堂教学评价权重,引导教师将更多精力投入到课堂教学上,使广大教师坚持以教学为中心,用好课堂讲坛,用好校园阵地,用自己的学识、阅历、经验点燃学生对真善美的向往;要深入研究和解决好为谁教、教什么、教给谁、怎样教等问题自觉把习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿研究和教学全过程,转化为坚定的政治信念、清醒的理论自觉、科学的思维方法。

抓好教材体系建设。教材是传播知识的主要载体,体现着一个国家、一个民族的价值观念体系,是老师教学、学生学习的重要工具。教材要坚持马克思主义指导地位,体现马克思主义中国化要求,体现中国和中华民族风格,体现党和国家对教育的基本要求,体现国家和民族基本价值观,体现人类文化知识积累和创新成果。习近平总书记指出:“学科体系同教材体系密不可分。学科体系建设上不去,教材体系就上不去;反过来,教材体系上不去,学科体系就没有后劲。”培养有用之才,就要有好的教材。要从培养社会主义建设者和接班人的高度抓好教材建设,切实保证教材的正确政治方向和价值导向。在教材编写、推广、使用上要注重体制机制创新,科学规划大中小学课程,分类制定课程标准,充分利用现代信息技术,丰富并创新课程形式。健全国教材制度,统筹为主、统分结合、分类指导,增强教材的思想性、科学性、民族性、时代性、系统性,完善教材编写、修订、审查、选用、退出机制,形成适应中国特色社会主义发展要求、立足国际学术前沿、门类齐全的教材体系。

完善教育管理体系。深化办学体制和教育管理改革,充分激发教育事业发展的生机活力。通过深化办学体制、管理体制、经费投入体制、考试招生及就业制度等方面的改革,深化学校内部管理制度、人事薪酬制度、教学管理制度等方面的改革,推进教育治理体系和治理能力现代化。提高教育法治化水平构建完备的教育法律法规体系,健全学校办学法律支持体系健全教育法律实施和监管机制。健全教育体制机制,充实教育督导队伍,构建督政、督学和评估监测三位一体的教育督导体系,强化督导结果运用,提高教育督导的权威性和实效性。提高学校自主管理能力,完善学校治理结构,继续加强高等学校章程建设。鼓励民办学校按照非营利性和营利性两种组织属性开展现代学校制度改革创新。推动社会参与教育治理常态化,建立健全社会参与学校管理和教育评价监管机制。

加强思想政治工作体系建设。习近平总书记指出:“人才培养体系涉及学科体系、教学体系、教材体系、管理体系等,而贯通其中的是思想政治工作体系。”加强思想政治工作体系建设是形成高水平人才培养体系的重要内容。思想政治工作是学校各项工作的生命线,要把思想政治工作做在日常、做在人的心上。全面贯彻党的教育方针,遵循教育规律,坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育教学全过程,实现全员育人、全程育人、全方位育人。把理想信念贯穿始终,把培育和践行社会主义核心价值观融入教书育人全过程,使社会主义核心价值观的影响像空气一样无所不在、无时不有。抓好马克思主义理论教育,用好课堂教学主渠道,坚守思想政治工作主阵地,其他各门课程和各个岗位也都要守好一段渠、种

好责任田,让思想政治教育的影响潜移默化地贯穿渗透到课程和课堂教学中,使各

类课程与思想政治理论课同向同行,形成协同育人的合力效应。

20

新时代思想政治教育隐性艺术探究

周宏军

摘要:新时代隐性教育的重要性日渐凸显。教育状态的自然性、教育过程的愉悦性、教育结果的有效性,诠释了思想政治教育隐性艺术的特色与魅力。继承与发展隐性教育的优良传统,促进显性教育和隐性教育相统一,必须重视隐性教育艺术的创新。物质教育资源与精神教育资源的巧妙整合、显性话语与隐性话语表达的艺术转换、身教示范与言传施教的交互作用,共同构建了新时代思想政治教育隐性艺术创新的实践路径。

关键词:新时代;高校思政课;公众形象;形象塑造;理论体系;实践进路

习近平总书记在学校思想政治理论课教师座谈会上讲话时强调:“要坚持显性教育和隐性教育相统一,挖掘其他课程和教学方式中蕴含的思想政治教育资源,实现全员全程全方位育人。”^[1](P331)]他进一步指出:“好的思想政治工作应该像盐,但不能光吃盐,最好的方式是将盐溶解到各种食物中自然而然吸收。”^[2]“‘像盐’一样自然而然吸收”的方式,其实质就是指思想政治教育要注重施教的隐性艺术,即把思想政治教育的目的与内容融入受教育者生产生活的方方面面,以润物细无声的方式,让受教育者在社会生活的实践中全方位地感知、领悟教育信息,在轻松愉悦的环境中提升自己的思想道德素质,使思想政治教育成为生活中不可缺少的“盐”。习近平的重要论述既深刻揭示了思想政治理论课教育教学规律,也为新时代思想政治教育方法创新提供了基本遵循。

一、隐性思想政治教育历史演进与价值功能

认识与探索思想政治教育隐性艺术的渊源及其时代价值,是运用思想政治教育隐性艺术、提升思想政治教育实效性的重要前提与基础。

1. 隐性思想政治教育的历史演进

我国教育的隐性艺术积淀深厚,源远流长。作为中国古代思想道德教育的主要代表,儒家非常重视后天的教化,认为教化是一种学习模仿,是观念行为、风俗习惯的养成过程;通过教育感化,能够使人们形成良好的习惯,成为具有良好道德修养的贤人君子。在教化方式上非常注重教育的渗透性与内在性,在其思想灌输、化民成俗、身教示范、环境熏陶等最具代表性的教育方法体系中,蕴含丰富的隐性施教的理论主张。儒家的思想灌输采用了将经书内容编写成《三字经》《女儿经》《神

童诗》《增广贤文》《二十四孝图》等蒙书形式,让人们在听故事、背诗书的过程中,不知不觉地接受儒家的政治思想和伦理道德。儒家所强调的民间自发养成,就是让人们在饮食、起居、礼仪、游艺、竞技中,深切领悟并践行其中所蕴含的伦理道德要求。儒家在传播其思想主张的过程中,还特别重视官吏与教师的身教示范,强调道德教化中要以身作则、率先垂范,通过教育者的以行示人、以行教人、以行感人等方式来影响受教育者,给予示范和启发。如孔子既重视官吏“以身示范”的无言之教,认为官吏的以身作则能起到“先正己、后正人”的表率作用,同时强调教师的为人师表,认为教师在与学生的日常交流交往、给予学生爱的过程中,能以自身的一言一行、负责的精神、谦恭的态度、坚定的信仰、高尚的品德、渊博的学识等来感染、影响学生。儒家也非常重视环境的熏陶作用,认为环境对人的思想品德形成发展具有潜移默化的影响,不同的环境会铸就不同品格的人。总之,中国古代思想道德教育注重让人们在日常生活与生产活动中潜移默化地受到感染与感化,在不知不觉中接受社会所倡导的道德规范与行为准则。

高度重视隐性思想政治教育的运用和实施是中国共产党人提升思想政治教育质量和成效的传统和优势。比如毛泽东注重从关注群众实际生活问题出发进行贴近群众的思想政治教育;邓小平注重发挥榜样的力量,让群众从事实上感到党的领导和社会主义的优越性;习近平也强调要坚持显性教育和隐性教育相统一,挖掘其他课程和教学方式中蕴含的思想政治教育资源,实现全员全程全方位育人。这些隐形思想政治教育的理论积淀和实践经验构成新时代更好地推进思想政治隐形教育的重

要优势。

2. 隐性思想政治教育的价值功能

在新时代,面对思想政治教育置身的环境与现实问题的深刻变化,隐性教育艺术的价值功能日渐凸显。

一是在满足人们美好生活需要的过程中提升思想政治教育实效性。新时代提升思想政治教育实效性、充分发挥思想政治教育作为治党治国重要方式和一切工作“生命线”的作用,除了发挥好思想政治教育传统“说”的功能外,也应该创新与发展“做”的功能。用事实说话、用行动做思想政治工作,更为实在与生动,更具说服力和感染力。习近平新时代中国特色社会主义思想,是新时代中国共产党人的思想旗帜,是我国政治生活和社会生活的根本指针,是当代中国马克思主义,是21世纪的马克思主义。用马克思主义中国化时代化最新理论成果武装头脑、培养时代新人,是新时代赋予思想政治教育的重要使命。因此,在思想政治教育实践中,注重用党领导人民进行伟大社会革命的成果、改革开放以来现代化建设的伟大成就、新时代中国特色社会主义的生动实践以及中国特色社会主义制度的显著优势来说理,在历史与现实、国际与国内的对比中,能引导人们深刻认识马克思主义为什么“行”、中国共产党为什么“能”、中国特色社会主义为什么“好”这些大而实的道理,也就是让人们在享受富足的物质生活、愉悦的精神生活与感受新时代中国特色社会主义建设伟大实践成果的过程中,在其获得感与日俱增的基础上、切身体会党的温暖的过程中,不知不觉地去感悟习近平新时代中国特色社会主义思想的科学性与生命力,进而激发其投身中国特色社会主义现代化建设的内在动力与行动自觉,并在潜移默化中实现思想政治教育

实效性的提升。

二是在润物无声的渗透过程中实现思想政治教育的育人功能。在互联网、大数据时代,借助现代信息技术手段,依据优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化,创造丰富多样的传播载体,营造一定的情境氛围,让人们在潜移默化中萃取精华、汲取能量,在熏陶与感染中感悟与认同蕴含其中的中华人文精神、道德规范,自觉弘扬和践行社会主义核心价值观,是新时代思想政治教育隐性艺术的重要特征。工欲善其事,必先利其器。新时代立德树人根本任务的落实与思想政治教育所采取方式方法的关联性很大。隐性教育方法则可以顺应人们的思想实际需要、结合时代要求、创新传播载体与手段,通过深入挖掘中华优秀传统文化中所蕴含的丰富思想道德教育资源,积极运用电视、电影、电台、报纸杂志等传统媒体,创新社交媒体、视频网站、手机客户端等现代新兴传播形式,采取虚拟现实、增强现实、混合现实等新技术,把中华优秀传统文化中所蕴藏的“讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同”等价值理念,革命文化中的不怕牺牲、敢于胜利、艰苦奋斗等精神力量以及社会主义先进文化中突显的崇高价值信仰、道德关怀、创新品质,创造成生动、形象、直观的中国故事、中国形象,融入人们生活的方方面面,创造成生动、形象、直观的中国故事、中国形象,融入人们生活的方方面面,渗透到各种传统节日、各种各样的纪念活动、各式礼仪制度中,同时也可以营造浓厚的传统文化“德性”氛围,让人们超越时空限制,在不知不觉中全方位地接受这些信息并产生积极向善的情感体验,在内心深处真正选择与接受价值理念与行为准则,形成良好的德性素养,提升自己的道德品质,从

而实现新时代培养担当民族复兴大任时代新人的育人目标。

三是在化民成俗的潜移默化中完成思想政治教育方法的与时俱进。加强与改进思想政治教育,必须要讲究方式方法的与时俱进。进入新时代,随着国际国内局势的发展变化,人们的思想观念面临着多元冲击。解决思想问题的方法也面临着因事而化、因时而进、因势而新等与时俱进的任务与挑战。而隐性教育能够立足人们的生活实际,尊重人的主体性,注重生活体验,贴近人们的思想实际与理解水平,把教育内容融入充满生活气息的社会实践活动之中。在充分挖掘与利用人们能够接触到的各种隐性教育资源的基础上,让人们在广泛参与各种文明创建活动、积极打造美丽和谐生活环境的各项实践活动中,不知不觉地选择和接受蕴藏其中的教育信息,在耳濡目染中转化为情感认同和行为习惯。可见,隐性教育能以潜移默化的特有方式与直接鲜明的显性教育共同形成思想政治教育合力,在润物无声中助推新时代思想政治教育方法创新进入新境界。

二、思想政治教育隐性艺术的独特优势

思想政治教育隐性艺术,其独特优势在于能巧妙地把教育目的与教育内容隐含在与受教育者相关的活动、环境、载体之中,让教育信息“像空气一样无所不在、无时不有”,像“盐”一样恰到好处,让人们在生活的方方面面全方位地去感知、随时随地去领悟,实现隐性教育状态的自然性、教育过程的愉悦性、教育结果的有效性。

1. 教育状态的自然性

思想政治教育目标的实现,关键在

于受教育者心理的接纳程度。“学生不必在每个具体情况下知道教师是在教育他。”^{[3] (P269)} 隐性教育区别于显性教育的一个重要特点,就是从教育对象不设防的心理感受层面入手,把教育的信息“隐”或“寓”于人们不可或缺的各种社会实践活动之中,让人们在日常的、自然放松的状态下直接接触和感受社会生活的过程中,自发地捕捉到相关的教育信息,自动地受到感染与影响。这样就可以有效地化解思想政治教育过程中的逆反与对抗心理,提升教育的接受性和影响力。马克思主义认为,实践是人的最本质的存在方式,也是人类最基本的活动。人的思想、观念、意识是与人的社会实践活动紧密联系的,思想政治教育的实施是离不开人们的社会实践活动的。正如列宁指出:“共产主义青年团必须把自己的教育、训练和培养同工农的劳动结合起来,不要关在自己的学校里,不要只限于阅读共产主义书籍和小册子。只有在与工农的共同劳动中,才能成为真正的共产主义者。”^{[4] (P295)} 因此,思想政治教育将教育目的与教育内容潜隐于人们丰富而宏大的社会实践活动中,让人们在参与实践,在生活中的各种问题得到解决、过上好日子的过程中,在充分享受当家作主等各种民主权利的过程中,在体验各种文化大餐的过程中,在品味和谐人际关系的过程中,在与天蓝、水美、地绿和谐相处的过程中,也就是在其物质利益与精神需要获得满足的过程中,自然而然地表现得更加理性、平和与宽容,心灵会在耳濡目染中得到净化,精神境界在潜移默化中得到提升,道德素质在不知不觉中得到蜕变,真正实现教育的无痕与教育过程的自然而然。

2. 教育过程的愉悦性

隐性思想政治教育的另一独特优势在

于其寓教于乐、寓教于文,具有教育过程的愉悦性。其中运用各种传媒、文学、艺术等手段来达到感染人、教育人的目的,是一个非常重要的方面。高度重视和充分发挥文艺的思想政治教育功能是马克思主义经典作家一以贯之的理论主张。恩格斯1888年在《致玛·哈克奈斯》的回信中,在对玛格丽特·哈克奈斯的《城市姑娘》评价时,就提出了“作者的见解越隐蔽,对艺术作品来说就越好”^{[5] (P590)} 的见解。恩格斯不仅主张文艺创作要担负时代使命,而且主张文艺作品要突出艺术性,政治观点的表达要讲究隐蔽性,要把政治观点贯穿于文艺创作之中,通过优秀的文艺作品去激励人、感染人、教育人。中国共产党人把马克思主义与中国的具体实际和中华优秀传统文化结合起来,创造性地发展了马克思主义借助文艺来开展思想政治教育的思想与主张。文艺思想政治教育功能的发挥,最为关键的是要有为人们喜闻乐见的优秀文艺作品。因为优秀的文艺作品能带给人舒适感,使人放松身心、忘记痛苦、缓解压力,并且优秀的作品是“有筋道、有道德、有温度”的,“优秀作品并不拘于一格、不形于一态、不定于一尊,既要有阳春白雪、也要有下里巴人,既要顶天立地、也要铺天盖地。只要有正能量、有感染力,能够温润心灵、启迪心智,传得开、留得下,为人民群众所喜爱,这就是优秀作品”。^[6] 因此,当人们在参与文艺活动、欣赏文艺作品的过程中,在享受生动有趣、富有内涵的文艺作品形象时,一方面会不自觉地被作者的思想所吸引、产生共鸣,认同作者的观点,理解作者的情感;另一方面在吸收知识的同时,心灵也会得到净化,自我得到提升。可见,借助文艺开展思想政治教育既能使思想政治教育贴近实际、贴近生活、贴近群众,又

能带给人们消遣与愉悦,让受教育者拥有快乐的心境,在愉快与喜悦中受到感染,在感染中受到教育。

3. 教育结果的有效性

有效性是指事物或活动与其目标的吻合性或达成度。思想政治教育的有效性是思想政治教育的落脚点与归宿点,既包括思想政治教育活动产生与思想政治教育目标相一致的正向结果的效能属性,也包括思想政治教育目标的实现程度与教育任务的完成状况,其有效性实现的关键是让人们接受教育内容,实现思想上的飞跃,形成相应的思想品德素质。人的思想品德形成发展是知、情、信、意、行共同作用的结果。隐性教育能够顺应人的思想品德形成发展的这一规律,巧妙地利用人们的文娱活动、日常生活、人际交往等实践活动,让受教育者在参与各种社会实践活动中感知负载于其中的各种教育信息,获得思想的启迪,领悟正确的立场、观点与方法,形成科学的世界观、人生观与价值观。因此,思想政治教育的实践体验活动,能把经过理解与体验了的东西上升到理性认识的高度,对人产生深层次的教育影响,教育结果的有效性也是明显与深远的。

三、思想政治教育隐性艺术的路径创作

新时代促进显性教育和隐性教育相统一,必须重视隐性教育艺术的实践创新。

1. 物质教育资源与精神教育资源的巧妙结合

隐性思想政治教育资源纷繁多样、错综复杂,恰如其分地整合与运用这些资源是实现思想政治教育隐性艺术的重要路径。首先,巧妙地整合物质形态的隐性思想政治教育资源。不同的受教育者有着不

同的接受信息的思想实际,针对不同层次的教育对象,选择或整合与其相适应的物质形态的隐性思想政治教育资源,让他们在参观游览体验、身临其境的过程中,自然而然受到熏陶、感染与领悟,是一项重要的教育艺术。因此,巧妙地选择适合教育对象思想实际的隐性思想政治教育资源,会达到事半功倍的效果。如在进行“不忘初心、牢记使命”的主题教育过程中,选择参观游览革命博物馆、纪念场馆等物质形态的革命纪念地时,在身临其境中感悟我们党的初心,感受革命先辈们的崇高与伟大;进行生态文明建设教育时,可选择优美的自然环境,让人们在享受自然美景的愉悦中,感悟“绿水青山就是金山银山”的人民性与科学性。

其次,灵活地选择精神形态的隐性思想政治教育资源。习近平指出:“中国优秀传统文化的丰富哲学思想、人文精神、教化思想、道德理念等,可以为人们认识和改造世界提供有益启迪,可以为治国理政提供有益启示,也可以为道德建设提供有益启发”。^[7]因此,思想政治教育在满足人们精神需求的过程中,可以通过灵活利用与选择合适的文学、戏剧、电影、音乐、舞蹈、美术、摄影、书法、曲艺、杂技以及民间文艺、群众文艺等形式,发挥它们各自的魅力与优势,去吸引、感染和打动广大人民群众,让人们在欣赏一个个动人的中国故事、品鉴一件件中国风貌的文艺作品中,感受中华文化之魅力、领略中国精神之奥秘,达到澡身浴德之境界。如充满着正能量的良好家风,就是重要的精神形态隐性思想政治教育资源,能滋养家庭成员的心灵,润物无声地提升其道德素质与精神境界,浸润并形成良好社会风尚。

总之,善于选择与利用丰富多彩的物

质形态与精神形态的隐性思想政治教育资源,营造积极向上的教育氛围、健康活泼的文化氛围、安全文明的生活氛围,让全体成员在良好人文环境中全方位、多视角地受到社会正能量感染,自觉地提升思想道德素质,是隐性思想政治教育的重要技巧与有效手段。

2. 显性话语与隐性话语表达的艺术转换

思想政治教育话语表达方式,主要分为显性表达与隐性表达两种。显性表达是指思想政治教育采取具有“硬度”“力度”和“高度”的话语形式,开门见山地亮出观点与立场,在教育者面前直接表明所传授的价值规范与行为准则,即用“干货”来说服人、赢得受教育者的理解与认同。这种正面直白的灌输教育方式对进行科学崇高的理想信念教育无疑是十分必要的,在革命战争年代,教育效果尤其明显。但是,这种过于理性的表达方式,容易被人们认为“高、大、上”,教育对象不仅难以接受,还容易引发逆反心理,一定程度上降低甚至消解思想政治教育的实效性。探索与创新蕴涵个性、平等、互动、信任等价值内涵的隐性话语表达方式,成为新时代增强思想政治教育有效性的重要课题。这就要求思想政治教育话语的表达方式不仅要扬弃传统规训、教化时所采用的具有强制性语气和命令性措辞特性的“独白式”表达;又要选择让广大受众愿意听且听得进、记得住、用得上、传得开、忘不掉的喜闻乐见的话语表达方式;还可依托大数据可视化技术,选择易懂、生动的图像性教学方式,让受教育者在形成“视觉意象”中强化视觉说服效果。因此,选择与人们的现实生活、社会实践活动相结合的方式,把思想政治教育内容与基本要求渗透到人们生活、工作、管理等空间场

景中,让受教育者在生产生活的实践中自然而然地捕捉与接受潜隐其中的思想政治教育信息,这种润物无声的表达方式,能浸润人的心灵,影响人的思想,升华人的思想道德素质。

3. 身教示范与言传施教的交互作用

相对言传施教,身教示范是我国传统道德教育的另一种重要方法。身教示范,其实质就是指在道德教化中强调以自身为楷模,给受教育者以示范和启发,达到以行示人、以行教人、以行感人的目的。我国儒家学说非常重视教育者自身的以身作则、正人正己的无言之教,认为身教重于言教,正人者必须先正己。作为一种隐性的无言施教方式,身教示范实质上就是把思想政治教育寓于人们的日常生活与工作及各种人际关系之中,通过教育者的高尚品德、人格魅力、实际行动去影响教育对象,让受教育者在日常生活中,通过对教育者的观察、模仿,逐步意识到哪些行为是道德的、善的,哪些行为是不道德的、恶的,从而启发内心深处的道德良知与道德自觉。教育者高尚的人格魅力、丰富的知识、良好的作风等都是一种无声胜有声的教育力量,具有强大的吸引力与感染力,会影响与感染教育对象,使其思想行为发生相应的改变。身教示范也是我们党一以贯之坚持的优良政治传统。领导干部的生活作风和生活情趣,对社会风气的形成、对大众生活情趣的培养,具有上行下效的示范功能,对社会向上向善风尚的形成具有促进作用。由此可见,思想政治教育效果的取得,不仅取决于教育内容的真实性,教育者本身的身教示范也具有十分重要的影响,最终取决于两者的交互作用。

思想政治教育隐性艺术,作为一种实践性强的技巧与技能,会随着社会的进步、时代的发展而不断丰富与发展。因此,如

何适应人们不断进步的思想观念,创新思想政治教育隐性技巧,探索与运用受教育

者易于接受的隐性艺术方式方法,永远在路上,也永远无止境。

【参考文献】

- [1] 冯刚,刘文博.(2020).网络环境下大学生爱国主义教育实践路径研究.西北工业大学学报(社会科学版)(03),1-7.
- [2] 冯刚.(2021).以百年党史丰厚底蕴引领思想政治教育学科高质量发展.思想理论教育导刊(10),106-111.
- [3] 冯刚.(2023).深刻把握新时代意识形态工作的规律性认识探索(01),159-170.
- [4] 习近平.(2016-05-19).在哲学社会科学工作座谈会上的讲话(2016年5月17日).人民日报,(02).
- [5] 习近平.(2016-12-09).习近平在全国高校思想政治工作会议上强调:把思想政治工作贯穿教育教学全过程开创我国高等教育事业发展新局面.人民日报,(01).
- [6] 习近平.(2019-03-19).习近平主持召开学校思想政治理论课教师座谈会强调:用新时代中国特色社会主义思想铸魂育人贯彻党的教育方针落实立德树人根本任务.人民日报,(01).
- [7] 习近平.(2022-10-16).高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告.中国政府网.http://gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.

21

怀进鹏答记者问:如何深入实施教育数字化战略行动?

时间:2023-07-10 来源:国新办新闻发布会

7月6日,国务院新闻办公室举行“权威部门话开局”系列主题新闻发布会,教育部部长怀进鹏介绍“加快建设教育强国办好人民满意的教育”有关情况,并答记者问。一起来看怀进鹏就记者提出的“如何深入实施教育数字化战略行动”所作的回答——

记者:教育部从去年开始实施国家教育数字化战略行动,并取得了积极进展,中国“国家智慧教育平台”获得了2022年度联合国教科文组织的教育信息化奖。请问下一步将如何深入实施教育数字化战略行动?

教育部部长 怀进鹏:谢谢这位记者的提问,我很高兴也愿意回答这个问题。教育数字化是教育现代化的一个重要内容,今年2月我们主办世界数字教育大会,有130多个国家和地区参加了大会。在会上我也向世界教育工作者和研究者就“数字变革和教育未来”谈了中国的思考和实

践。在过去十年的基础上,去年教育部全面实施国家教育数字化战略行动,通过典型应用、服务至上,为社会提供简洁高效、安全可靠的数字化教育平台,我们提出工作的基本方式是“联结为先、内容为本、合作为要”,用英文说就是 Connection、Content、Cooperation,通过合作来加强中国教育资源的优势聚合,通过国内外加强教育资源的有效合作,来共同推进我们教育数字化、教育现代化,所以这“3C”是我们工作的基本方法。我们期望在过去基础上把中国优质资源、数字资源和我们的智慧有效集成起来,一句形象的话就是“把珍珠串成项链”,放大它的价值,传播它的能量,更好地服务支撑教育的发展。

平台上线一年来,大概有两亿多青少年在网上学习,特别是对边远山区和农村,可以享受上海、北京、浙江、江苏优质的教育资源。刚才自成司长介绍情况时讲,义务教育优质均衡,我们的确

通过这样的方式把过去做不了的事情做好了,得以实现优质资源的均衡。这个平台上线一年来,访问量超过了260亿次,也成为世界上最大的教育教学资源库。联合国教科文组织对中国在教育数字化和现代化的实践中予以了充分肯定,我们获得了联合国教科文组织的大奖。

党的二十大报告中提出,推进教育数字化、建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国。总书记在“5·29”重要讲话中,进一步指出教育数字化是我国开辟教育发展新赛道和塑造发展新优势的重要突破口,并强调进一步推进数字教育,为个性化学习、终身学习、扩大优质教育资源覆盖面和教育现代化提供有效支撑。

在实践中,我们持续提升相关工作,比如慕课西部行计划,面向西部所有高校提供了19万门以上的慕课和定制化课程,这对西部高校人才培养提供了强大支持。帮助西部地区开展混合式教学达到446万门次以上,学生参与学习4.95亿次。举个例子,6月底我们在武汉召开全国教育数字化现场推进会的时候,我们看到清华大学讲电路系统这门课,可以连接北京、武汉、贵州的学校,这门公共基础课,大家可以同上一堂课、同时提问,共同来解答,这在过去是很难实现的。大家常说“孔雀东南飞”,我们在推动服务中西部教育当中,特别是在过去十年和近五年加大力度,中国的教育出现了一个特有的“气候”,就是“孔雀西北飞”。在东部、北京的大学去西部支持当地建设,不仅当校长、做教授,还和科研人员一起在中西部高等教育中共同努力,形成团队、形成研究力量,服务区域经济和人才发展。同时我们在职业院校当中也有对口帮扶,在这些方面我们还会加大力度来推进教育公平、教育质量的提升。当然也看到了数字资源的有效

利用,对于更好地服务全社会有其重要意义。

下一步,我们将重点做好四个方面的工作:

第一,建设国家教育数字化大数据中心。使它成为我们提供优质资源服务的重要平台,成为国家数字教育资源共享中心、教育公共服务的汇聚中心和数字资源的管理和评估中心。数字化不仅仅是技术,也不仅仅是平台和把资源变成数字,更重要的它会撬动我们的教育改革,真正地服务学生的学习和发展,服务教师的教育与教学,服务学校的管理和治理能力提升,也服务在新时代教育现代化当中我们研究能力的提升。

第二,强化大数据赋能教育教学。当前很多人谈人工智能对教育有什么影响,从数字化、智能化开始,没有大数据、没有大模型、没有结合垂直领域的有效应用,对教育提升的全面性和精准性,就需要有新的思考。所以在这方面,我们要加大力度,强化大数据赋能教育教学,更好地推动优质资源均衡,更好地服务人的全面发展、服务教育能力提升。同时,利用这样一个平台,更好地提升教师能力。去年和今年在寒暑假提供教师在网上开展数字化学习,加强教师教育教学的服务和学生的培养。这方面工作中,基础教育、职业教育、高等教育都取得了很好的成绩。今年以来,我们利用数字教育赋能乡村教育试点,更好地组织和配置资源,我们组织4所高校近百名志愿者依托国家智慧教育平台,面向4个乡村振兴重点帮扶县的1600多名学生开展数字支教试验。这些方面对青少年的数字素养和技术知识能力以及提高教师教育教学都发挥了重要作用。在这次试验中,我们通过“信息技术”“艺术”这两个门类共190课时提供数字支持经验和

体验。这方面不均衡不协调是存在的，通过这样的方式实现更好地覆盖，提升能力的机会就大大提高了，我们会继续加强这方面的工作。

第三，增强教育有效公共服务能力。

“国家智慧教育平台”有一个公共服务平台，不光是学习和提高教师用的，是提供公共服务产品，面向所有学生和社会的，比如大学生就业服务平台，到6月底累计为2023届学生提供招聘专场95场，汇集就业岗位信息1624万条，应届毕业生1158万人提供的岗位1624万条。对于特殊困难学生，从历年来中央的要求和社会期待，有困难家庭学生的就业率比平常系统的学生高出两到三个百分点。所以有一些学生的就业有难度，我们要支持，有一些学生有灵活思考，我们尊重他的选择，还有一些学生有新的追求和考虑，除了提供学习之外，数字教育平台加强公共服务能力，通过慕课、微课以及虚拟现实等多种方式把过去做不好实验，需要实践动手能力的，通过虚拟现实、增强现实技术也进一步加强。这是通过数字教育平台提供现代化教育的一种延伸内容，所以不是简单把课本课堂搬到网上，而是还有服务功能，还有新能力的提升。

第四，加强数字教育国际化。我们认为中国是开放的，中国教育建设的资源和教育的能力、教育的模式、教育的方法应该与世界分享，我们也提倡世界共同分享教育的成绩、教育的线索、教育的现代化，为全世界的人民、学生，提供有效的、更好的资源，也是提供我们更好的开放合作和人民交流的重要基础。我们也期望和不断加强中国在数字教育方面与国际同行的交流合作。发展数字教育、推进教育数字化，推进教育现代化是大势所趋、发展所需，也是改革所向，我们在这个方面积累了经验，也发现了新问题，但更发现它对未来教育强国建设是极其重要的，我们会继续努力。同时它也是学习型社会和终身学习的一个重要支撑内容。所以在这些方面我们会更好地面向，比如老年教育，更好地建设开放大学，更好地为全社会提供一个不一定都到学校去的一种学习环境，包括我们开展的青少年阅读行动，就是通过这样的方式，让大家随时可学、处处可学、人人可学，数字教育不仅是技术和平台，更是一种公共服务，也是支撑未来学习型社会的一个重要内容。还是未来政策、制度需要研究思考的内容。

少年漫画の主人公におけるジェンダー表現の変化 少年漫画主人公性別表現变化

22

摘要：本研究的目的是确认多年来一直受到日本人民喜爱的少年漫画主角，在“中性表达方式”上的历史转变，重点研究的是句尾表达。本文将年龄划分为四类：1970年代、1980年代、1990年代和2000年代，并对其使用“识别表”进行调查，该表将每个年龄段

的热门少年漫画主角以性别差异顺序分为七个级别。结果发现,从1970年代到1990年代,经常使用男性句尾表达,但在2000年代,女性句尾表达和弱男性表达的比例有所增加。我们认为这些变化与日本经济与社会背景有关,并对现实中理想男性形象的变化产生影响。

23

Metaverse applications in smart cities: Enabling technologies, opportunities, challenges, and future directions

智能城市中元宇宙的应用:使能技术、机遇、挑战和未来发展方向

摘要:近年来,元宇宙成为了全球趋势。元宇宙是一个沉浸式、互联的数字空间集合,通过计算机生成的环境,用户可以在其中进行交互。由于智能城市旨在通过改善基础设施、实现政府服务现代化、提升服务可及性、加速经济增长和促进可持续性来增强公民体验,元宇宙有潜力为其带来变革、重塑和转型。在本文中,我们讨论了如何利用元宇宙刺激智能城市创新发展并带来重大改进、元宇宙的关键使能技术,以及采用这项技术的首要好处及其为智能城市带来的机遇。我们介绍了正在进行的项目和案例研究,以展示元宇宙技术在各个行业的实用性。此外,讨论并确定了目前阻碍元宇宙潜力充分实现的关键挑战。最后,概述了未来的研究方向,以进一步发展元宇宙及其与智能城市的融合。

24

Research on product adaptive design pattern and its application

产品自适应设计模式及其应用研究

摘要:随着技术的发展,新一代信息技术与传统产品设计流程的融合已成为企业发展的瓶颈。为了提高大量设计数据及知识的利用效率,解决传统设计程序响应时间长的问题,本文提出了一种产品自适应设计模式。首先,阐述了产品自适应设计模式的“闭环”框架,并从“自适应”的三个维度阐述了“闭环”的内涵;其次,构建了自适应设计模式的技术体系;最后,以某企业螺旋输送机的产品设计为例,实验验证了产品自适应设计模式。

主 办：吉林动画学院图书馆

主 编：海 涛

执行主编：王春月

责任主编：门 琪 王智迪

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：全昭铖