

# 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6期/总第51期

吉林动画学院·图书馆

# 目录

## CONTENTS

### ■ 大数据

- 01/ 2023 年中国 AI 数字人产业研究报告 来源：艾媒网  
07/ 2023Q3：“优爱腾”三大平台内容投入如何？成绩如何？ 来源：界面新闻

### ■ 行业动态

- 11/ 爆款频出、新作不断 国产动画即将迈入“百亿时代”？ 来源：济南时报  
13/ 吉林造出“爆款无人机” 老工业基地蕴藏产业爆发优势 来源：中国新闻网  
15/ 《饥饿游戏》前传市场再遇冷，好莱坞系列电影出路何在 来源：界面新闻  
18/ 进博会论“智”：AI 的“现在”与“未来” 来源：中国新闻网  
19/ 让文化产业加速“狂飙” 来源：南方日报

### ■ 双创视域

- 20/ 人社部举行 2023 年三季度新闻发布会：就业形势保持总体稳定 社保经办服务取得突破 来源：中国组织人事报  
24/ 标准化人才培养专项行动计划发布 来源：中国青年网

### ■ 研究与探索

- 25/ 面向元宇宙思维的电影 IP 化发展模式迭代及其价值生成 作者：贾秀清 赵谓媛  
25/ 基于数字影像本体论的现实主义——论新世纪中国电影的现实主义创作 作者：侯杰耀 关宇男  
26/ 高质量中国电影人才培养的体系重构与模式创新 作者：姚争 冯建超  
26/ “新动画中国学派”电影叙事理论建构论 作者：杨晓林 苏微中  
27/ 通往数字人文的游戏之路：游戏叙事中的传统文化符号再现及其程序修辞机制 作者：刘涛 张媛媛  
28/ 中国式现代化的文化产业高质量发展向度 作者：张振鹏  
28/ “漫画会”再考辨——中国现代漫画的初期建制 作者：王玮 宋伟  
29/ 面向游戏与动漫的黑白漫画风格非真实感实时渲染方法 作者：胡燕 陈立哲等  
29/ 重读丰子恺：“古诗新画”类漫画的图像叙事——一种艺术跨媒介视角的考察与思考  
30/ 人工智能融入高校教学科研管理的前景、风险和策略 作者：林思雨 周海涛  
30/ 共情、联想、反思：动画影像的色彩情感机制研究 作者：夏文英 田少煦  
31/ 基于虚拟现实技术的传媒类专业课程思政建设研究 作者：王楠

### ■ 政策法规

- 31/ 生成式人工智能服务管理暂行办法 来源：中国网信网

### ■ 思政新语

- 35/ 习语：不断促进教育发展成果更多更公平惠及全体人民 来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

## ■ 高教发展

42/ 怀进鹏就全球教育变革发言：建议把数字化作为突破口，引领教育变革

来源：中华人民共和国教育部官网

## ■ 海外文摘

43/ 日本における漫画広告の登場とその受容——日本漫画广告の登场与公众接纳研究

44/ 生成 AI と 3D キャラクターを用いた音声対話システムの語学学習への応用——生成式 AI 和 3D 角色的语音对话系统在语言学习上的应用研究

44/ ChatGPT's influence on customer experience in digital marketing: Investigating the moderating roles——ChatGPT 在数字营销中对客户体验的影响：其调节效应研究

# 2023年中国AI数字人产业研究报告

时间：2023-07-19 来源：拓普数据

## 核心观点：

**市场规模：2025年中国虚拟人核心市场规模有望增至480.6亿元**

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022年中国虚拟人核心市场规模为120.8亿元，同比增长94.2%，预计2025年将达480.6亿元。在传统行业数字化转型及降本增效的需求推动下，中国AI数字人业务需求进一步释放，预计市场规模将持续增长。

**用户调研：中国AI数字人行业客户主要为中型及小微企业，电子商务行业应用最多**

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，95.6%的中国AI数字人行业客户企业为中型及小微企业，产品需求量TOP5的行业分别是电子商务、卫生、社会保障和社会福利业、教育、金融和交通运输业。目前AI数字人行业客户对数字人主要产品类型需求是数字员工与定制化数字人，企业对产品需求愈加偏好个性化定制与高效率服务。未来随着相关技术的发展以及用户需求的增加，AI数字人行业涉及的领域将更加广泛。

**行业趋势：用户个性化需求推动行业智能化发展，各行业应用场景不断拓展**

随着AI技术的不断成熟和应用场景

拓展，AI数字人能够更好地与用户进行沟通与连接，满足用户信息获取与情感交流的需求，帮助企业提升工作效率和用户体验。未来AI数字人将向着情感化、人性化的方向发展，为企业及个人提供更加贴近用户需求的服务。

## 以下为报告内容节选：

### AI数字人定义及类型划分

AI数字人是采用人工智能技术和仿真技术驱动生成的数字化虚拟人物，通常具备人的外观与智能认知能力；相较于传统的虚拟数字人，AI数字人的生成依靠大量的数据采集与处理，并通过大数据和深度学习等技术实现自主学习和调整。

#### AI数字人定义及类型划分

艾媒咨询  
iiMedia Research

中国AI数字人类型及特点  
Type and characteristics of Chinese virtual humans

	服务型数字人	身份型数字人
定位	功能性，提供服务	身份性，用于娱乐/社交
核心功能	<ul style="list-style-type: none"><li>替代真人服务，完成内容生产、简单功能</li><li>多模态AI助手，提供日常陪伴、关怀等服务</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>虚拟IP/偶像，推动虚拟内容生产</li><li>个人在虚拟世界中的第二分身，用于社交娱乐及Metaverse</li></ul>
代表应用	<ul style="list-style-type: none"><li>数字员工、数字客服、标准化内容制作</li><li>虚拟关怀师、虚拟陪伴助手</li></ul>	数字名人、虚拟偶像
产业价值	<ul style="list-style-type: none"><li>降低已有服务型产业的成本，为存量市场降本增效</li><li>提升AI助手的交互效果，扩展其接受度与适用场景</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>为未来的虚拟化世界提供人的核心交互中介，在增量市场创造新的价值增长点</li><li>降低虚拟内容的门槛制作</li></ul>

艾媒咨询出品 | report.iiimedia.cn ©2023 iiimedia Research Inc.

### 中国AI数字人行业发展历程

#### 中国AI数字人行业发展历程

艾媒咨询  
iiMedia Research



艾媒咨询出品 | report.iiimedia.cn ©2023 iiimedia Research Inc.

## 中国 AI 数字人市场发展驱动力：政策支持

从中国各省市发布的相关政策来看，政策主要集中在元宇宙产业链构建和虚拟现实技术建设领域；其中，北京市出台的全国首个数字人产业专项支持政策指出，到2025年，北京市有望成为全国数字人产业创新高地。

### 中国AI数字人市场发展驱动力：政策支持（二）

艾媒咨询  
iiMedia Research

中国各省市AI数字人相关政策

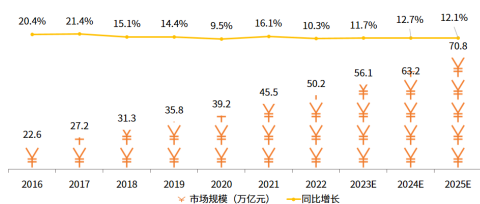
时间	政策名称	内容
2022.08	《北京市促进数字人产业创新发展行动计划（2022-2025年）》	优化数字人生产工具，加快共性技术平台建设，实施数字人标准化战略工程，鼓励发展功能型、实用型、服务型数字人应用。
2022.09	《关于深入推进数字经济“一号发展工程”全力打造全省创新驱动引领区行动方案》	在数字产业集群发展上作引领，在红谷滩建设全省数字经济创新引领核心区，规划布局VR、AR、数字内容制作、沉浸式体验等元宇宙相关领域。
2022.10	《广州南沙新区(自贸片区)推动元宇宙生态发展九条措施》	进一步推动我区发展新的技术革新和产业变革，培育新业态和新模式，提升元宇宙产业的战略性、系统性、协同性，加速实现元宇宙应用落地。
2023.03	《关于进一步扩大消费促进高质量发展若干举措》	抢抓电子商务直播快速发展机遇，发展数字人虚拟主播、元宇宙新消费场景等新业态新模式。

艾媒数据中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 中国 AI 数字人市场发展驱动力：数字经济深入发展

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022年中国数字经济规模为50.2万亿元，预计2025年将突破70万亿元；中国数字经济发展取得了良好的成效，传统产业数字化转型不断加快，数字经济基础设施实现跨越式进步，为数字人行业带来发展契机。

### 中国AI数字人市场发展驱动力：数字经济深入发展

艾媒咨询  
iiMedia Research2016-2025年中国数字经济总体规模及预测  
Overall Scale and Forecast of China's Digital Economy from 2016 to 2025

数据来源: 艾媒数据中心 (data.iiMedia.cn)

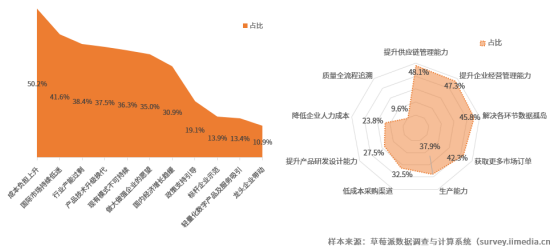
注: 表示预测数据

艾媒数据中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 中国 AI 数字人市场发展驱动力：企业数字化转型需求

在全球经济下行压力加大的形势下，数字经济逆势增长，发挥着极其重要的作用。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，成本、市场、产能是企业进行数字化转型的核心驱动因素；企业迫切需要提升供应链管理、企业经营等能力。AI数字人作为数字化服务的一种新形态，能够为企业提供更高效、便捷和个性化的客户服务，助力企业降本增效、推动产业数智化发展。

### 中国AI数字人市场发展驱动力：企业数字化转型需求

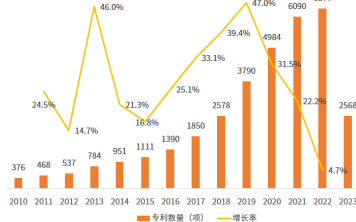
艾媒咨询  
iiMedia Research2023年中国企业开展数字化转型的核心驱动因素  
Core drivers of digital transformation for Chinese enterprises in 20232023年中国企业在数字化转型方面最迫切的诉求  
The most urgent demands of Chinese enterprises in digital transformation in 2023

样本来源: 早期调研数据调查与计算机系统 (survey.iiMedia.cn)

## 中国 AI 数字人市场发展驱动力：技术创新突破

随着人工智能和机器学习等关键技术的不断进步，中国 AI 数字人相关企业持续进行技术创新研发，数字人产品相关技

### 中国AI数字人市场发展驱动力：技术创新突破

艾媒咨询  
iiMedia Research2010-2023年中国AI数字人相关专利申请数量  
Number of AI digital human related patent applications in China from 2010-2023

数据来源: 艾媒数据中心 (data.iiMedia.cn)

注: 数据统计截至2023年3月

艾媒数据中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc



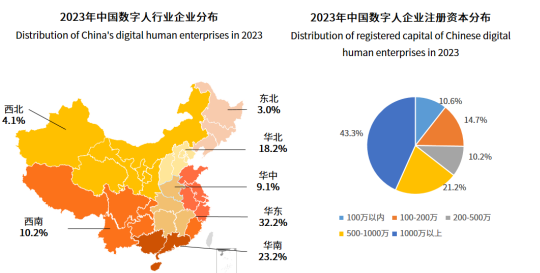


AI 数字人的运营合作方式多样,包括技术授权合作、定制开发合作、平台集成合作、内容创作合作、产品推广合作、运维和服务合作。随着企业对 AI 数字人的应用场景需求不断增加,对产品效果要求越趋专业化,企业能够根据需求和资源对运营合作模式进行灵活组合和调整,达到提高企业内容制作的效率、降低企业运营成本的效果。

## 供给侧分析: AI 数字人服务行业企业发展情况

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示,截至 2023 年 9 月,中国数字人服务行业存续企业数量为 538 家。其中,企业集中分布在华东、华南及华北地区。从企业规模来看,中国数字人相关企业注册资本集中分布在 500 万元以上,占比为 64.5%,注册规模普遍较大,目前市场以中大型企业为主。

### 供给侧分析: AI 数字人服务行业企业发展情况



数据来源:艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注:数据统计截至2023年9月  
艾媒咨询中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 供给侧分析: AI 数字人技术服务行业盈利模式

AI 数字人服务提供方主要盈利模式有销售许可证或授权费用、SaaS 平台服务费用、定制化开发、广告和推广收入等。以 AI 数字人定制化开发为例,

随着人工智能技术的开发和制造技术的发展,生产 AI 数字人产品的成本逐渐降低,定制化开发服务愈发具有市场吸引力,越来越多的企业和消费者对数字人定制化产品表现出了浓厚的兴趣和需求。从价格方面来说,较简单的数字人定制费用相对较便宜;产品效果越真实、越细节、功能越多,费用则会更高。

### 供给侧分析: AI 数字人技术服务行业盈利模式

艾媒咨询  
iiMedia Research



艾媒咨询中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 市场动态: AI 数字人行业创新发展动态

### 市场动态: AI 数字人行业创新发展动态

艾媒咨询  
iiMedia Research

- 2023年8月, 谦寻旗下子公司谦语智能推出了AI数字人直播业务, 宣布正式进入数字人赛道。
- 2023年8月, 快手在快手光合大会上介绍了快手AIGC数字人解决方案——快手智播, 为快手直播用户提供更方便、快捷的数字人服务。
- 2023年9月6日, 在首届“高科技产业资本峰会暨科创未来-无疆科创项目联合发布会”上, 深兰科技正式宣布全面进军AI数字人市场, 同时招募“数字人商学院”运营合伙人。
- 2023年, 浦发银行投入的数字人覆盖业务包括清算、业务等多个板块, 实现AI培训师等20多个数字人工场景。
- 2022年2月, 蓝色光标旗下智能营销助手销售平台发布“小元宵”计划, 旨在将平台现有的分析、写作、文案、随笔以及创意等六大产品能力封装成API技术接口, 为虚拟数字人赋能营销创作能力。
- 2023年3月, 百度召开发布会, 推出新一代大语言模型, 生成式AI“文心一言”。
- 2023年, 交通银行推出了“晓晓”和“小晓”两位数字员工, 包括多模态交互、3D数字人建模等多项应用技术。
- 2023年3月, 腾讯发布AI智能创作助手“腾讯智影”, 并相继推出了AI新闻主播、AI数字人法官等多个数字人产品。

艾媒咨询中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 供给侧分析: 中国 AI 数字人相关行业投融资情况

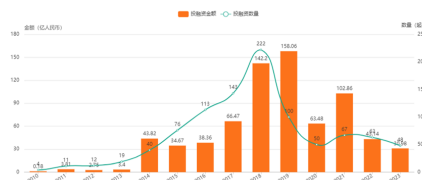
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示,自 2018 年以来, AI 数字人行业进入高速发展期, 投融资数量及金额都实现高速增长, 成为资本布局的热门赛道。2022 年中国 AI 数字人投融资金额为 43.14 亿人民币, 投融资数量为 63

起。未来企业的长期价值、增长空间及其是否能满足行业客户的技术应用需求和迭代需求将成为资本关注的重点。

### 供给侧分析：中国AI数字人相关行业投融资情况

艾媒咨询  
iiMedia Research

2010-2023年中国AI数字人行业投融资规模  
Investment and financing scale of China's AI digital human industry from 2010 to 2023



数据来源：艾媒全球投融资数据监测系统 (data.iiMedia.cn/invest.jsp)

注：数据统计截至2023年9月  
艾媒服务中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

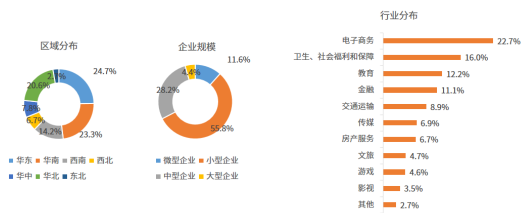
## 中国 AI 数字人行业客户画像分析

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2023 年中国 AI 数字人行业的客户主要是华东、华南地区的中型及微型企业, 产品需求量 TOP5 的行业分别是电子商务及卫生、社会保障和社会福利业、教育、金融和交通运输业。互联网行业作为人工智能应用渗透率最高的行业, 数字人产品在该行业已得到大量应用, 尤其在电子商务行业中, 虚拟主播低成本、高效率的特性, 能够为商家创造更大的生意增量。未来, 随着相关技术的发展以及用户需求的增加, AI 数字人行业涉及的领域将更加广泛。

### 中国AI数字人行业客户画像分析

艾媒咨询  
iiMedia Research

2023年中国AI数字人行业客户画像  
2023 China AI digital human industry customer portrait



样本来源：艾媒调研数据调查与计算系统 (survey.iiMedia.cn)

样本量：N=500；调研时间：2023年9月

艾媒服务中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

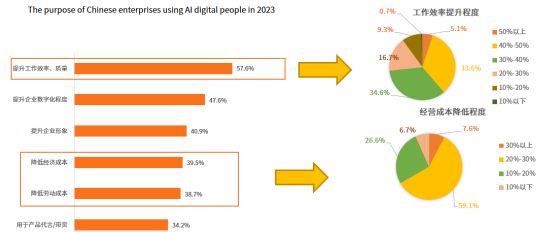
## 中国 AI 数字人行业客户应用情况

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2023 年中国企业使用 AI 数字人首要目的是提升工作效率、质量, 占比为 57.6%, 其次是提升企业数字化程度 (47.6%) 和提升企业形象 (40.9%)。随着人工智能技术在各行业的广泛应用, AI 数字人为企业提供了更高效、便捷和个性化服务, 企业借助数字员工、虚拟人 IP 等数字人产品达到降本增效、推动企业数字化转型的效果。

### 中国AI数字人行业客户应用情况

艾媒咨询  
iiMedia Research

2023年中国企业使用AI数字人的目的  
The purpose of Chinese enterprises using AI digital people in 2023



样本来源：艾媒调研数据调查与计算系统 (survey.iiMedia.cn)

样本量：N=500；调研时间：2023年9月

艾媒服务中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

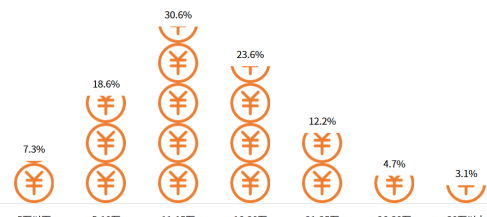
## 中国 AI 数字人行业客户价格接受度

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 超五成企业能接受的定制化 AI 数字人的产品价格在 11-20 万元之间。目前

### 中国AI数字人行业客户价格接受度

艾媒咨询  
iiMedia Research

2023年中国企业对定制化AI数字人产品价格接受度  
Price acceptance of AI digital human products by Chinese enterprises in 2023



样本来源：艾媒调研数据调查与计算系统 (survey.iiMedia.cn)

样本量：N=500；调研时间：2023年9月

艾媒服务中心: report.iiMedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

企业对数字人主要产品类型需求是数字员工与定制化数字人, 在市场竞争的加剧与企业数字化转型的背景下, 企业对数字人

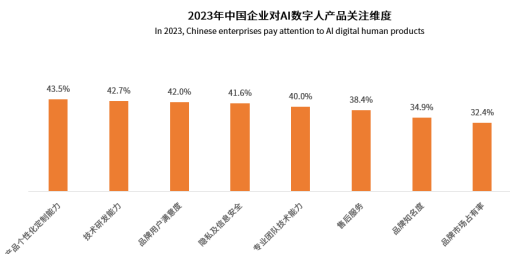


产品的功能需求越趋多元化与智能化,越来越多的企业倾向于个性化定制数字人产品,且对AI数字人的价格接受程度较高。

## 中国AI数字人行业客户产品关注维度

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,2023年中国AI数字人行业客户选择产品的关注维度TOP3分别为产品个性化定制能力、企业技术研发能力及该品牌过往用户满意度。随着各行业数字化转型已进入到数智化阶段,为了让企业内外部经营更高效、准确,AI数字人行业客户对产品需求愈加偏好个性化定制与高效率服务。其次,企业技术研发能力直接关系到企业用户的产品体验及对品牌的信任度。

### 中国AI数字人行业客户产品关注维度



样本来源: 艾媒数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)  
样本量: N=500; 调研时间: 2023年9月  
艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## AI数字人行业海外企业研究: Soul Machines (一)

Soul Machines成立于2016年6月,是新西兰一家专注于虚拟数字人研发和服务的解决方案服务商。企业通过AI和计

算机视觉,开发具有智能和情感反应的头像模拟技术,使AI交互更加直观和自然。

### AI数字人行业海外企业研究: Soul Machines (一)

艾媒咨询  
iiMedia Research



Soul Machines成立于2016年6月,是新西兰一家专注于虚拟数字人研发和服务的解决方案服务商。企业通过AI和计算机视觉,开发具有智能和情感反应的头像模拟技术,使AI交互更加直观和自然。

- 2017年11月,公司宣布与Autodesk合作,推出AI智能办公助手AVA,该产品能够通过分析用户面部表情及声音,来检测用户的实时情绪状态,并做出相应的回应及反馈。
- 2020年5月, Digital DNA Studio(数字DNA工作室)上线,与Digital CXO共同成为公司核心技术产品。企业依托两项核心技术,为客户提供解决方案服务,协助客户快速创建虚拟数字人。



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## AI数字人行业典型企业研究: Soul Machines (二)

数据显示, Soul Machines自成立以来,持续受到资本市场的青睐。2022年2月, Soul Machines完成新一轮融资,融资金额为7000万美元。本轮融资由软银愿景基金领投, Temasek、Salesforce Ventures等投资机构跟投。这笔资金将用于推动企业对“数字大脑”等相关技术的深度研究,助力数字人市场快速增长,为元宇宙等虚拟平台提供交互方式。

### AI数字人行业典型企业研究: Soul Machines (二)

艾媒咨询  
iiMedia Research

2016-2022年Soul Machines融资情况  
Financing of Soul Machines from 2016 to 2022

时间	融资轮次	金额	投资机构
2016年11月23日	A轮	750万美元	Iconiq Capital, Horizons Ventures, 维港投资
2020年1月10日	Pre-B轮	5750万美元	Temasek, Lakestar, Salesforce Ventures等
2022年2月21日	B轮	7000万美元	Temasek, Salesforce, Liberty City, 软银愿景基金等

艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2023 iiMedia Research Inc

## 2023Q3：“优爱腾”三大平台内容投入如何？ 成绩如何？

时间：2023-11-25 来源：界面新闻

近期，优酷、爱奇艺、腾讯，都发布了公司今年第三季度财报，关于优酷，2023Q3（2024财年第二季度），阿里大文娱集团的收入为57.79亿元，同比增长11%，除了大麦网与阿里影业的线下娱乐业务收入增长强劲，优酷的订阅收入增长也有带动。

爱奇艺2023Q3总营收80亿元，同比增长7%；净利润为4.759亿元，去年同期净亏损3.956亿元，扭亏为盈；日均订阅会员数1.075亿，同比增长6%。

腾讯今年三季度收入1546.3亿元，净利润449.2亿元，同比增长39%。视频付费会员数同比下降3%，但环比增长1%，达到1.17亿。

为TFBOYS十周年演唱会的线下演出、线上直播合作售票，该场直播吸引超过168万优酷用户观看，总互动量超1亿，打破优酷线上付费演出的纪录。

三季度，这三大视频平台在动漫以及授权、衍生品等方面的收入、表现，以及总体的内容成本投入如何？有什么值得注意的关键点吗？

**优酷：番剧稳定上线、影视剧IP衍生品成“爆款”、动画大电影也在筹划中**

据悉，优酷线上订阅的增长来源于优质的原创内容。漫改剧《异人之下》在优酷热度值破万，海外播放量超1.6亿；

《偷偷藏不住》在本季度收官，带动原著小说销量提升146%，剧中取景地的多处景点成为暑期网友热门打卡地。

动漫方面，《境界》《咒术回战》回归、“少歌宇宙”上新，让优酷领跑动漫暑期档。

还有8月大麦与优酷携手，分别为TFBOYS十周年演唱会的线下演出、线上直播合作售票，该场直播吸引超过168万优酷用户观看，总互动量超1亿，打破优酷线上付费演出的纪录。

全部 影视 短视频



独播 **TFBOYS十年之约演唱会**  
综艺·2023·中国·1期全  
嘉宾：TFBOYS  
嗨翻全场！超火爆音乐综艺 >

继续播放 2秒

08-06 TFBOYS-王俊凯个人机位回放	08-06 TFBOYS-王源个人机位回放	08-06 TFBOYS-易烊千玺个人机位回放
---------------------------	--------------------------	----------------------------

有关国产动画作品，优酷在三季度上新11部（非儿童向及动态漫）；少儿类别动画和节目则有数百部，数量和出品优势明显。据媒体报道，大麦将联动优酷少儿开发自有IP，针对儿童剧领域成立全新内容厂牌“酷小麦”，厂牌预计在今年12月推出儿童剧《钢铁飞龙》。

11部青少年向国产动画作品中，优酷参与出品6部，对比Q1 Q2增长。

《真阳武神》由优酷和万维猫动画

出品，万维猫动画和君艺心动画进行制作；玄幻、古风类作品《九辰风云录》由优酷和若鸿文化出品；少歌系列作品《暗河传》由优酷出品，君艺心动画制作。

还有由优酷和小明太极出品的《盖世帝尊》及《仙武传2》，《独步万古》由优酷和索以科技联合出品。

序号	上线日期	名称	出品方	制作方	历史最高热度	豆瓣评分	改编来源	作品类型
1	2023/7/10	《真阳武神》	优酷、万维猫动画	万维猫动画、君艺心动画	5695	/	网文	仙侠神魔、古风
2	2023/7/11	《九辰风云录》	优酷、若鸿文化	若鸿文化	5451	/	网文	传统玄幻、古风
3	2023/7/19	《伍六七》	啊哈时光、小疯映画	小疯映画	4984	8.2	原创	热血、冒险
4	2023/8/2	《暗河传》	优酷	君艺心动画	5642	/	网文	新武侠、古风
5	2023/7/20	《龙时代》	天使文化	天使文化	2742	/	网文	热血、冒险
6	2023/7/27	《是王者啊！2》	腾讯	灵叁伍动画	2488	/	游戏	搞笑、轻松
7	2023/7/30	《盖世帝尊》	优酷、小明太极	东尧动漫	5718	/	网文	传统玄幻、热血
8	2023/9/24	《仙武传2》	优酷、小明太极	东尧动漫、水牛动漫	6711	[8.1]	网文	仙侠神魔、古风
9	2023/9/28	《瓦洛兰小镇》	/	分子互动	1226	/	游戏	搞笑、轻松
10	2023/9/29	《独步万古》	优酷、索以科技	索以科技	5276	/	网文	新玄幻、无设定
11	2023/9/29	《凹凸学院3》	七创社	/	1893	/	原创	校园、搞笑

10月9日，优酷动漫还举办了2023新片发布会，一口气公布了多达74部的重点动漫项目。

而有关动漫，阿里影业财报也提到，集团主出品之一及主宣发的《长安三万里》广受好评，在暑期档获得了理想的票房成绩。灯塔专业版显示，目前该动画电影的票房为18.24亿元，片方分账6.59亿，为国产动画电影总体票房排名第二的作品。

IP衍生品及授权等方面，报告期内阿里影业转授权业务收入增长强劲，同比涨幅104%；近五年来，转授权业务收入复合增长率达49%。报告期内集团塑造的潮玩衍生产品覆盖的内容作品包括集团出品发行的暑期档影片《消失的她》《热烈》、优酷的独播剧《长月烬明》《安乐传》、爱奇艺的独播剧《莲花楼》、腾讯的独播剧《玉骨遥》，以及经典剧集《甄嬛传》等。

此前雷报报道过，众筹还未结束，

来自阿里鱼的造点新货《莲花楼》官方正版周边项目已上线至第六弹，再加上Q版手办、棉花娃娃等周边众筹项目，相关众筹总金额已接近500万（目前已破）。同期的《安乐传》等官方周边众筹和运营同样成绩不错。更早前还有《长月烬明》（优酷独播剧）手串单品销售破千万元等爆款成绩。

序号	项目名称	周边品类	价格	目标金额	已筹金额	成交数	开始时间	剩余时间
1	《莲花楼》官方正版周边第一弹	木簪、夜光金属徽章、金属徽章、概念衍生手饰	45元起	1万元	9.1万	1450	7月24日	3天
2	《莲花楼》官方正版周边第二弹	立牌、钥匙扣、杯垫、色纸、洗淋挂件、胶带套装、行李牌	11.9元起	1万元	15.7万	4128	7月24日	3天
3	《莲花楼》官方正版周边第三弹	发簪、令牌挂件、古风画卷、冰箱贴、小夜灯、金属徽章	19.9元起	1万元	95.9万	15749	7月26日	5天
4	《莲花楼》官方正版周边第四弹	徽章/冰箱贴、同款葫芦、发簪、手串道具、手串衍生、迷你葫芦胸章、金属徽章、手链、香囊	39元起	1万元	33.7万元	3834	7月27日	16天
5	《莲花楼》官方正版周边第五弹	莲花楼马车拼装模型、少师剑（带小剑）、宣纸折扇、手串手链、手串手链、印章手串、戒指、项链、小夜灯	29元起	1万元	218.1万元	18222	8月2日	22天
6	《莲花楼》官方正版周边第六弹	毛绒冰箱贴、多插立牌、Q版立牌、Q版冰箱贴、手机支架	19.9元	1万元	7.9万元	1284	8月4日	24天
7	锦鲤拿趣莲花楼官方正版周边衍生品	Q版手办	69元起	50万元	55.7万元	6421	7月28日	已结束
8	《莲花楼》官方棉花娃娃正版周边	棉花娃娃	288元起	6.8万元	4560元	20	8月18日	28天

过去半年（截至9月30日止6个月），阿里影业的IP衍生品及创新业务录得收入6.48亿元，同比增长41%。

#### 分部收入及业绩

	电影投资 及宣发 人民币千元	电影票务及 科技平台 人民币千元	剧集制作 人民币千元	IP衍生品及 创新业务 人民币千元	总 额 人民币千元
分部收入	1,269,579	558,479	139,207	648,267	2,615,532
分部业绩	365,081	204,991	1,694	174,626	746,392

前段时间的金鸡电影节上，阿里影业还宣布了，继动画番剧之后，IP《少年歌行》还将推出系列动画电影，由中影年年和阿里影业集团旗下小宇宙未来事务所共同出品。

可以说，优酷以及背后阿里大文娱在剧集内容、衍生品、授权、院线电影等各个方面全方位发力，撬动广阔经济价值。



## 爱奇艺：内容成本 42 亿、剧集衍生品销售额破 1800 万，爱奇艺有史以来自制动漫表现最好的一个季度

三季度爱奇艺的营收成本为 58 亿元，同比增长 2%，其中内容成本为 42 亿元，同比下降 3%。

动画方面，爱奇艺 Q3 上新 12 部动画剧集，其中出品 7 部，对比 Q1 增长，Q2 下降。

其中《神澜奇域无双珠天魔篇》由爱奇艺出品，中影年年和高能工作室制作；《风火战纪》由爱奇艺、山魃映画出品，山魃映画、传奇工作室制作；《洪荒灵尊》由爱奇艺、索以科技出品。《锦衣神匠》由羿辰动漫和爱奇艺联合出品。

爱奇艺出品，福煦影视、高能工作室制作的《逆天邪神》于三季度开播，《有药 2》由爱奇艺出品，声影动漫和高能工作室制作；《万界至尊 2》由爱奇艺、若鸿文化作品，若鸿文化和麻吉客工作室联合制作。

围绕这些出品作品，爱奇艺方面也表示，“第三季度是爱奇艺有史以来‘自制动漫’表现最好的一个季度。”

序号	上线日期	名称	出品方	制作方	历史最高热度	豆瓣评分	改编来源	作品类型
1	2023/7/15	《神澜奇域无双珠天魔篇》	爱奇艺	中影年年、高能工作室	4433 (总)	/	网文	玄幻、冒险
2	2023/7/16	《风火战纪》	爱奇艺、山魃映画	山魃映画、传奇工作室	2704	/	原创	科幻、机战
3	2023/7/19	《伍六七》	啊哈时光、小疯映画	小疯映画	/	8.2	原创	武侠、冒险
4	2023/7/20	《龙时代》	天使文化	天使文化	1623	/	网文	热血、冒险
5	2023/7/27	《黑王者荣耀：2》	腾讯	灵叁伍动画	1412	/	游戏	搞笑、日常
6	2023/9/10	《洪荒灵尊》	爱奇艺、索以科技	索以科技	2613	/	网文	玄幻、动作
7	2023/9/11	《锦衣神匠》	羿辰动画、爱奇艺	羿辰动画	2691	/	原创	武侠、热血
8	2023/9/23	《逆天邪神》	爱奇艺	福煦影视、高能工作室	4591	/	网文	玄幻、热血
9	2023/9/27	《有药2》	爱奇艺	声影动漫、高能工作室	3126	/	轻小说	武侠、搞笑
10	2023/9/28	《万界至尊2》	爱奇艺、若鸿文化	若鸿文化、麻吉客工作室	2883 (总)	/	原创	玄幻、冒险
11	2023/9/28	《瓦罗兰小镇》	/	分子互动	467	/	游戏	日常、泡面
12	2023/9/28	《凹凸学院3》	七创社	/	1429	/	原创	搞笑、校园

有关少儿动画，爱奇艺 Q3 上了《音乐公主爱美莉 第 3 季》《无敌鹿战队 第 3 季上》等出品和独播动画。

IP 衍生等方面，围绕暑期档黑马剧《莲花楼》开发的衍生品销售额超过 1800 万元。

该作前面也有提到，在阿里的造点新货表现不俗，是爱奇艺第十部内容热度值破万的剧集。

进入第四季度，爱奇艺还将持续推出一系列类型多样的高品质内容。“除此之外，《无敌鹿战队 第 3 季下》《大主宰年番》和《逆天邪神》等熟悉的优质动画动漫内容陆续上线。全新动画《喵能战士》、科幻题材《深渊游戏》以及知名漫改《万能恋爱杂货店第 1 季》等多个 IP 新作将与用户见面。”

2024 年 Q1，还将探索除广告、会员、IP 衍生品以外的变现模式，儿童和动漫内容也将加大投入，增加自制优质内容的数量和品质。

## 腾讯：内容成本 158 亿、成本优化，《斗罗大陆 2 绝世唐门》《西行纪》等年播作品热度高

由于持续的成本把控，腾讯的内容成本减少，财报显示今年三季度为 158.12 亿元，去年同期为 165.98 亿元（不包括无形资产摊销），2023 年第三季的收入成本同比大致稳定，为人民币 781 亿元。

	未經審核		未經審核	
	截至九月三十日止三個月	截至九月三十日止九個月	截至九月三十日止三個月	截至九月三十日止九個月
	二零二三年	二零二二年	二零二三年	二零二二年
	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元	人民幣百萬元
交易成本(a)	34,711	32,404	100,543	93,279
僱員福利開支(b)	27,812	27,390	81,881	84,169
內容成本(不包括無形資產攤銷)	15,812	16,598	46,850	48,488
無形資產攤銷(c)	7,122	7,743	24,739	23,984
頻寬及服務器託管費 (不包括使用權資產折舊)	6,123	7,368	17,979	22,750
物業、設備及器材、投資物業 以及使用權資產折舊	6,360	6,982	19,644	21,566
推廣及廣告費	4,981	4,596	14,816	15,225

此外主要与长视频及音乐内容、游戏特许权以及其他内容等媒体内容相关的无形资产摊销费用，截至 2023 年 9 月 30 日止三个月，媒体内容的摊销为人民币 64.73 亿元；2022 年同期为人民币 67.53

亿元。

“网络广告业务的收入成本下降4%至人民币123亿元，乃由于我们对长视频内容实施成本优化措施。”业绩公告提到。

收入方面，增值服务收入中，游戏业务表现突出；“其他”业务分部包括投资、为第三方制作与发行电影及电视节目、内容授权、商品销售及若干其他活动，今年三季度收入为11.08亿元。

	未經審核			
	截至下列日期止三個月			
	二零二三年九月三十日		二零二二年九月三十日	
	估收入總額	估收入總額	估收入總額	估收入總額
	金額	百分比	金額	百分比
(人民幣百萬元，另有指明者除外)				
增值服務	75,748	49%	72,727	52%
網絡廣告	25,721	16%	21,443	15%
金融科技及企業服務	52,048	34%	44,844	32%
其他	1,108	1%	1,079	1%
收入總額	154,625	100%	140,093	100%

有关动漫作品，三季度，腾讯视频上线的动画剧集较多，据统计达15部，其中其参与出品了11部，优爱腾B中仅次于B站。

腾讯视频2023三季度上线「国产动画剧集」						
序号	上线日期	名称	出品方	制作方	实时热度	豆瓣评分
1	2023/7/1	《十方剑圣》	企鹅影视、云漫文化	兴艺凯晨	9539	/
2	2023/7/4	《堕玄师》	腾讯视频、漫道、腾讯动漫	漫道	10375	/
3	2023/7/5	《万圣街第四季》	分子互动、企鹅影视、天闻角川	寒木春华	8415	/
4	2023/7/18	《伍六七》	小疯映画	8929	8.2	原创
5	2023/7/20	《波时代》	天使文化	天使文化	9836	/
6	2023/7/27	《是王者啊？2》	腾讯	灵叁伍动画	7599	/
7	2023/8/2	《西行纪 年番》	腾讯视频、百漫文化	百漫文化	19006	/
8	2023/8/26	《武映三千道2》	腾讯视频、唐麟文化	唐麟文化	10956 (总)	/
9	2023/9/25	《仙逆》	腾讯视频	铸梦动画	16280	/
10	2023/9/26	《修罗武神》	腾讯视频、中文在线、善良的蜜蜂	原力动画	15260	/
11	2023/9/28	《乱涂三小镇》	/	分子互动	9275	/
12	2023/9/28	《给我来个小狐狸》	腾讯视频、有狐文化	有狐文化	12333	/
13	2023/9/28	《恶魔法则》	腾讯视频、天瑞文化	中影年年	19505	/
14	2023/9/29	《凹凸学院3》	七创社	/	9534	/
15	2023/9/30	《王者大师兄》	腾讯视频、腾讯动漫	启缘映画	13171	/

具体来看，《十方剑圣》由企鹅影视和云漫文化出品，兴艺凯晨进行制作；《堕玄师》则由腾讯视频、漫道、腾讯动漫联合出品，漫道进行制作。

《万圣街第四季》由分子互动、企鹅影视、天闻角川出品，寒木春华制作；《西行纪年番》由腾讯视频和百漫文化出品；

《武映三千道2》由腾讯视频、唐麟文化出品，唐麟文化负责制作。

网文改动画《仙逆》由腾讯视频出品，铸梦动画制作；《修罗武神》由腾讯视频、中文在线、善良的蜜蜂出品，原力动画制作；《恶魔法则》的制作方是中影年年，作品出品方为腾讯视频和天瑞文化；《王者大师兄》由腾讯视频、腾讯动漫出品，启缘映画负责制作。

《是王者啊？2》《给我来个小狐狸》等非独播项目也是腾讯出品动画，制作方分别是灵叁伍动画和有狐文化，有狐也参与出品。

腾讯方面提到，“第三季度，腾讯视频剧集、综艺、动漫、少儿、纪录片等品类均涌现出一批高口碑、高影响力的优质IP。动漫方面，《斗罗大陆II绝世唐门》《西行纪》等年播作品热度持续走高。此外，少儿动画《我的同学是美人鱼》等作品也从多视角满足了用户的多元化内容需求。”

少儿动画和节目方面，三季度还有《故宫里的大怪兽之莫奈何的谜题》《小企鹅的冒险》《机甲芝麻街》《神奇图书馆》等一众作品在腾讯视频上线，类型丰富。

一定程度可见，几大视频平台及背后公司或控制对动漫、影视等内容的成本投入，持续优化，或看到类型作品的“活力”，还将进行更多的发力，持续瞄准赛道。总的来说，动漫等内容还是有其投资和经营的价值，这可能是IP的商业价值、国漫的影响力、用户拉新、增强粘性等各方面的维度考虑；我们也可以看到，视频平台及相关公司也在努力去挖掘无论动漫还是其他类型IP的自身经济价值，不乏成熟尝试，大家对这方面的变现也多了许多的注意。

这意味着在未来，国产动漫等IP或



许还会有更加令人惊艳的成绩。另外从作

品来看,产出还是比较“稳”的。

## 爆款频出、新作不断 国产动画即将迈入“百亿时代”?

03

时间:2023-10-21 来源:济南时报

今年,国产动画电影喜讯不断:从春节档至今,《长安三万里》《熊出没·伴我“熊芯”》《深海》《茶啊二中》几部动画电影取得了可观的票房收入;第36届中国电影金鸡奖公布提名,今年国产动画票房第一名的《长安三万里》,上海美术电影制片厂制作的动画短片《四·季》,已于今年8月公映的《雪域少年》都出现在了最佳美术片入围名单中,11月4日将揭晓奖项归属……

2023年国产动画电影总票房迄今已近50亿元,为历史第二,还有多部重量级动画官宣计划于今年和明年与观众见面。国产动画电影发展正在步入一个新时代,也许国产动画年度票房首次破百亿的时代即将来临。百亿的时代即将来临。

### 2023年动画电影总票房已近50亿元

2019年7月上映的《哪吒之魔童降世》如同一只打火机,迅速点燃暑期档的观影热潮,影片最终取得了50.35亿元票房,还获得第33届中国电影金鸡奖(2020年)最佳美术片大奖和第18届中国电影华表奖(2023年)优秀故事片奖。三四年的光景过去,中国电影市场正在快速回暖,

国产动画电影也表现出强劲的势头,不断给予观众惊喜。

根据猫眼专业版数据,2023年国产动画电影的票房非常可观——目前,总票房排名第一的是7月8日暑期档上映的《长安三万里》(18.24亿元,豆瓣8.3分),影片讲述了安史之乱爆发后数年,大唐节度使高适回忆自己与诗人李白交往一生的往事;1月22日春节档上映的《熊出没·伴我“熊芯”》(14.95亿元,豆瓣7.1分)不仅位列2023年动画电影票房排行榜第二名,还创造了《熊出没》系列动画电影单片票房新纪录。该片是《熊出没》系列动画的第9部大电影,影片讲述了光头强带领熊大、熊二寻找熊妈在他们年幼时不告而别的真相;同样是1月22日春节档上映的《深海》(豆瓣7.3分)以9.19亿元票房排名第三,影片讲述了现代少女参宿,误入梦幻的深海世界,因此邂逅了一段独特的生命旅程;7月14日暑期档上映的动画电影《茶啊二中》(豆瓣7.4分)则以3.84亿元票房位居动画电影年度票房榜第四,影片讲述了初三三班最调皮的“学渣”王强和“暴躁班主任”石妙娜互换身体后的爆笑生活……

根据国家电影局发布的官方数据,19

年国产(含合拍)动画电影总票房达71.04亿元,是有史以来国产动画电影年度票房的最高纪录。但仔细分析2019年上映的所有国产动画电影,除了一部《哪吒之魔童降世》票房超50亿元,排名第二的《熊出没·原始时代》票房7.1亿元,排名第三的《白蛇:缘起》票房仅4.5亿元,属于断崖式的差距。

今年上映的所有国产动画电影中,虽然没有出现像2019年的《哪吒之魔童降世》这样票房超50亿元的爆款,但持续不断地出现5亿元、10亿元、15亿元、20亿元左右不同体量票房的动画电影,今年动画电影总票房迄今已近50亿元,为历史第二。这些影片在豆瓣网的评分也居于7.0分至8.5分之间,属于受到观众肯定且具有一定质量的国产动画。

国产动画电影从单一影片票房大爆,走向了多元影片集中发展,也从侧面说明了国产动画电影产业步入了一个新的发展阶段。

### 这些续集动画已经提上日程

2024年国产动画电影将集中全面上映。目前已有多部重量级动画官宣计划2024年与观众见面,其中大多数都是已经比较成功的动画电影的续集。

《熊出没》系列动画10周年之作、第10部大电影《熊出没·逆转时空》已于本月宣布定档2024年2月10日(大年初一)上映,成为明年春节档首部定档电影。此前该系列的9部大电影累计卖出57亿元票房,质量已是观众公认的一部比一部进步。也许明年上映的新作能够为这个系列创下更高的票房纪录。

光线传媒在动画电影赛道优势明显,曾主投和发行过《哪吒之魔童降世》《姜

子牙》《大鱼海棠》《大护法》《昨日青空》《深海》《茶啊二中》等动画电影。根据光线传媒在今年8月发布的2023年半年度报告显示,备受欢迎的《哪吒之魔童降世》的续集《哪吒之魔童闹海》即将于明年与观众见面。日前该片在社交平台上开通了官方账号,话题#哪吒2要来了#迅速登上微博热搜。续作依然由饺子担任导演。根据立项梗概,第二部的故事讲述天劫之后,哪吒、敖丙的灵魂虽保住了,但肉身很快会魂飞魄散,太乙真人将历经重重困难,用七色宝莲给哪吒、敖丙二人重塑肉身的故事。

追光动画在2019年和2021年制作的《白蛇:缘起》和《白蛇2:青蛇劫起》,两部单片都稳定维持在5亿元左右票房,累计票房已超10亿元。该系列第三部《白蛇3:浮生》将于明年上映,这一部将延续前作的故事,小白找到阿宣的转世许仙,再续前缘。他们结为夫妻,开办保安堂治病救人,却被法海阻止……

2021年,现实主义题材动画《雄狮少年》公映后吸引了不少影迷,影片不仅在豆瓣拿下8.3的评分,约2.5亿元的票房成绩同样亮眼。今年该片登陆日本院线后,还获得几原邦彦、新海诚等日本动画大咖的称赞和推荐。将于明年上映的《雄狮少年2》延续第一部结尾和彩蛋的故事内容,少年阿娟从岭南来到上海打工挣钱为父亲治病。从已曝光的预告来看,阿娟的好友阿猫、阿狗会继续出现,另外有两个新角色:一个少女和一位大叔露出背影。

此外,《姜子牙2》《大鱼海棠2》《罗小黑战记2》等续作已经备案立项,制作工作正在进行中。

### 还有这些全新的故事即将展开

即将上映的国产动画，除了一些续集作品，还有一些作品是全新开启的系列。目前，有几部动画电影已计划在年内上映，还有一些将在明年登陆大银幕。

动画电影《大雨》是不思凡导演继2017年《大护法》后带来的最新力作，影片计划于年内上映。《大雨》将继续延续水墨国风，导演不思凡曾表示，影片讲述了一个孩子去寻找父亲的冒险故事，冒险的过程贯串了雨前、雨中、雨后，“冒险过程很梦幻，其中所有个体的经历都波澜壮阔”。

由爱奇艺出品、入围第25届上海国际电影节金爵奖最佳动画奖的动画电影《钟馗》也计划于年内上映。

光线传媒的动画电影《小倩》已经发布贴片预告和概念海报，《小倩》改编自《聊斋志异》之《聂小倩》，故事将以秀才宁生在兰若寺意外救下女鬼小倩为起点，讲述二人在亡命天涯的过程中相知相爱的故事。

巧合的是，光线传媒以《小倩》开启“中国神话宇宙”这一厂牌，追光动画也备案立项了《聊斋：兰若寺》。而此前，两家已在“哪吒”等传统神话人物方面撞题（光线传媒制作了《哪吒之魔童降世》，追光动画制作了《新神榜：哪吒重生》），这次又在“小倩”一角撞题，不知哪一位小倩能俘获观众的心？

猫眼影业出品的《时间之子》是一部罕见的以民国时期为故事背景的动画电影，该片由刘阔（《风语咒》《画江湖》）和舒奕橙（《画江湖》）联合执导，此前，他们制作的《风语咒》曾获第32届中国电影金鸡奖最佳美术片奖。《时间之子》是一部大女主题材的动画电影，故事讲述红衣少女拥有掌握时间的能力后，在民国大都会遇到的奇幻冒险故事。

若这些作品能如期上映，国产动画电影将继续在今年培养观众和市场，也许明年，国产动画电影将迎来年度票房首次破百亿的时代。

04

## 吉林造出“爆款无人机” 老工业基地蕴藏产业爆发优势

时间：2023-11-21 来源：中国新闻网

由中国科学院长春光机所自主研发制造的双飞翼垂直起降固定翼无人机，在第二十五届中国国际高新技术成果交易会亮相后火爆出圈。该项目科研团队负

责人白越21日在长春接受记者采访时介绍，整个研发过程历时15年，可谓“十年磨一剑”，如今订单激增，正加快量产。





由中国科学院长春光机所自主研发制造的双飞翼垂直起降固定翼无人机

这款无人机采用全球首创的“双飞翼多旋翼”气动布局,可实现竖直状态下的垂直起降,起飞后又可以正常平飞。它主要以新能源锂电池为动力,旋翼垂直起飞时会提供向上的抬升力,转为平飞后,旋翼则转为水平推力,如此一来,气动效率变高了,飞行时间也变长了。

白越介绍,跑道就像是拴住飞机的绳子,极大地限制了其使用上的便利性,垂直起降完美解决了这个问题,而且,对比常规的固定翼飞机,该无人机占地面积更小,对比多旋翼飞机,它的续航能力更强,可以完成更长时间的监视和侦察任务。

白越留学归国后,于2009年开始自主研发无人机,科研团队逐渐壮大到36人。目前,他们掌握了从驱动系统、传感器数据融合、飞控系统及算法等全技术链路,创新性地实现了无人机在零下40℃、海拔5500米,以及在七级强风中正常起降飞行的多项无人机性能极限。

近年来,中国东北老工业基地吉林一直在为振兴发展寻找新动能,在无人机产业快速发展的背景下,吉林也在积极布局,并出台了多项扶持政策。2021年,白越率队成立了长春长光博翔无人机有限公司,从事无人机整机研发和生产制造。

双飞翼垂直起降固定翼无人机可广泛应用于应急救援、电力和能源巡检、公安警用、农林业监测、测绘等多种长距离任务需求。白越介绍,该公司每年可生产制造3000架双飞翼垂直起降固定翼无人机,目前订单和意向客户都很多。“我们这个产品是目前中国无人机市场的一个很好补充,市场前景非常好。”

这个“爆款无人机”诞生在吉林并非偶然。该省不仅拥有以中国科学院长春光机所、吉林大学等为代表的一大批科研院所及高校,还建设了空天科技博览园、无人机产业园等产业平台。截至2020年,吉林就有长光卫星、羽麦科技等130多家本土无人机企业,而且其产品在生产、应急管理、生态保护等领域已形成大规模应用场景。



白越向记者介绍双飞翼垂直起降固定翼无人机情况

白越表示,双飞翼垂直起降固定翼无人机的零部件基本都来自吉林当地。比如,制造机身的碳纤维就是吉林化纤生产的。另外,当地雄厚的制造业基础和成熟的产业工人,也为无人机快速实现量产提供了巨大助力。

白越认为,目前,中国无人机产业发展成规模成体系的主要有广东深圳、四

川成都及京津冀地区,但整体上中国无人机市场仍然处于起步阶段,吉林具备

先天条件,也有后发优势,未来很有可能成为中国无人机产业发展的第四极。

05

## 《饥饿游戏》前传市场再遇冷, 好莱坞系列电影出路何在

时间: 2023-11-26 来源: 界面新闻



11月17日,美国狮门影业出品的“饥饿游戏”IP系列电影前传《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》在全球同步上映。据Deadline消息,该片上映首日即空降北美地区单日票房冠军,开画首周在全球88地市场共收获9850万美元的票房成绩,其中北美开画票房4460万美元,但未能突破此前市场预期的5000万美元关口。

据Box Office Mojo数据,在除北美外的国际市场中,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》的票房表现也与IP正传的4部前作有较大差距。影片上映首周,国际市场中票房表现最佳的前三位分别为英国(670万美元)、德国(480万美元)和中国内地(450万美元)。

此前,“饥饿游戏”系列电影凭借新颖的反乌托邦背景设定和爽点密集的逃杀游戏设置在全球范围内狂揽近30亿美元票房,开启了青少年幻想作品影视化

的流行风潮。然而,这部与正传终结篇时隔8年再上映的新作却未能延续“饥饿游戏”IP在国内的辉煌。《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》在映前14天定档,并于随后两周内先后发布了5版预告,但密集的映前宣传和“小恶魔”彼特·丁拉基的强势加入都未能如愿引起国内影迷的广泛关注,截至上映前,该片在猫眼专业版及淘票票上的“想看”数均未能超过2万。

据猫眼专业版数据,截至发稿,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》国内累计票房为4667万,仅在上映首日冲上内地单日票房榜第二位,当时位列首位的是已映17天的国产片《拯救嫌疑人》。此后,该片单日票房排名一直居于《拯救嫌疑人》和《无价之宝》之后,在上映第2日触及该片最好单日票房成绩1433.17万后便一路缩水,从第4日起就一直居于360万以下。11月24日,随着《我本是高山》《刀尖》《星愿》《靠近我一点》四部新片的上映,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》未能再涉足内地单日票房榜前五名,猫眼和灯塔两家票务分析平台对该片的内地预测总票房也均未超过5500万元。

伴随着《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》



的票房遇冷,该片只收获了及格线上的评分。截至目前,该片豆瓣评分7.1分,IMDb评分7.2分,虽均与《饥饿游戏》首部作品评分齐平,但CinemaScore的观众评价(B+)则低于正传所有作品。不过在国内,还是有近四成的网友在观影后打出了四星的豆瓣评分,好于《饥饿游戏》正传终结篇在国内的评价。同时,该片烂番茄新鲜度为65%,高于同期上映的迪士尼新作《星愿》(48%)、漫威续集《惊奇队长2》(62%)和梦工厂动画续集《魔发精灵3》(63%)。据Deadline11月19日消息,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》在美国25岁以下的女性观众群体中则收获了不错的口碑,这可能有助于改善其在感恩节档期间的票房情况。

及格线上的评分未能给这部大IP前传带来及格线上的票房,一方面或是由于此前好莱坞大罢工造成的余波。据《好莱坞报道》10月30日消息,由于狮门影业不属于影视制片人联盟,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》得以在罢工期间与美国演员工会达成临时豁免协议,允许演员在上映前参与影片宣传,但较为紧凑的宣传时间和长期罢工后萧条的影片市场仍对该片造成了一定影响。此外,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》的原著作品发行于疫情期间,未能在全球范围内引起广泛关注,本部影片核心角色中也仅有斯诺总统与此前作品有明显关联,新成员新背景使其无法受益于前传成熟的演员阵容,在中国的IP粉丝圈中都未能掀起大水花。

虽然票房不及市场预期,但这部《饥饿游戏》新作仍能为出品方和制作公司带来盈利。据Variety11月19日报道,《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》制作成本约1

亿美元,其中65%的成本都已通过海外版权销售收回,狮门影业电影集团副主席亚当·福格尔森(Adam Fogelson)表示该片在国际上的营收略高于预期,创造了“令人兴奋的商业成果”。

事实上,好莱坞大IP系列电影续作市场遇冷已逐渐成为近几年的常态。以国内市场为例,伴随着2023年的“最热暑期档”,《孤注一掷》《消失的她》等多部国产片开始跻身国内票房总榜前20位,但目前总榜前20位中的好莱坞影片已仅剩2019年上映的《复仇者联盟4》一颗遗珠。截至目前,2023年暑期档后上映的好莱坞新片在内地的最好票房成绩是《巨齿鲨2:深渊》的8.51亿元,在国内票房总榜中仅能排到第136位。

同为好莱坞经典IP系列电影续作,与《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》上映档期相近的《惊奇队长2》则遭遇了更为严重的口碑滑坡,该片豆瓣评分仅为5.4分,在全球各地均形成票房大跳水趋势,顶着高昂的制作成本在取得漫威宇宙电影最低开画成绩后又创造了漫威电影次周最高票房跌幅。据猫眼专业版数据,截至目前,该片在内地仅收获1.09亿累计票房,猫眼专业版预测内地票房为1.11亿,远低于同年上映的漫威电影《蚁人与黄蜂女》(2.72亿)和《银河护卫队3》(6.06亿)。

在豆瓣平台,《惊奇队长2》被观众诟病的点多集中于“毫无新意的圈钱之作”“逻辑漏洞频出”“快餐式套路化的超英电影”“歌舞剧强行植入偏离重心”。有不少网友表示,随着初代英雄逐渐退场,漫威老粉“早已热情不再”,无新意的惯性剧情和较高的观影门槛(对漫威宇宙的了解程度)只会让漫威电影续作陷入“忠

实粉丝不愿看”“新鲜观众看不懂”的怪圈。

《饥饿游戏：鸣鸟与蛇之歌》则在主演演技、情绪铺垫上也存在有争议，不少观众表示剧中“过多的演唱情节让电影透出迪士尼公主化的割裂感”“三章内容的节奏设置缺乏平衡导致第三章主角的黑化历程充满矛盾”“游戏场情节的一笔带过背离原作的反抗亮点与爽点”。不过，与《惊奇队长2》稍有不同的是，仍有一些原作粉丝在热情地讨论着前传与正传中的有趣细节关联，一些新观众也表示“没看过正传但是不妨碍理解这个故事，有时间一定要去补课前作”。

实际上，《惊奇队长2》和《饥饿游戏：鸣鸟与蛇之歌》正是今年好莱坞经典IP系列电影续作在内地表现的缩影。当下，随着国产电影特效制作技术的提高，好莱坞影片主打的视觉效果已无法再成为国内观众为此买单的“首要原因”。套路化的流水线制作带来的审美疲劳击溃了原作粉丝残留的热情，有《惊奇队长2》的观众直呼：“特效远大于剧情，情节乏善可陈，坐立难安”。

对于经典IP系列电影的续作开发，原作粉丝更看重剧情设定的“新意诚意”，新鲜粉丝则看重故事背景的“入门难易”。作为时隔8年后上映的前传电影，《饥饿游戏：鸣鸟与蛇之歌》将

故事背景放在了正传电影故事发生的64年前，以第十届饥饿游戏导师斯诺与十二区“贡品”露西命运交织的故事为主线，再现了正传中一代反派的“黑化史”。或许正是前传与正传中的时间跨度差异，让故事发生在饥饿游戏初期未完全形成独特体系时，绕开了正传中繁杂的比赛流程设定，有效缩减了入门观众所需的“信息差”，使这部新作在一些新观众中收获了较为不错评价。正如彼特·丁拉基在介绍该片时所说的“《饥饿游戏：鸣鸟与蛇之歌》适合所有人，无论他们是否是原版系列电影的粉丝，都能理解前传”。

不过，“入门难易”也只是吸引观众入场的一小步，随着新观众变为老观众，“新意”或许才是能真正帮助好莱坞系列电影留住观众的一剂良药。

在即将到来的12月，好莱坞新片《拿破仑》《旺卡》《海王2：失落的王国》都将相继登陆内地，《爱乐之城》也定于12月22日重映。当前，《海王2：失落的王国》在猫眼专业版想看数为8.7万，但内部试映口碑不佳或许难使其成为好莱坞系列电影续集的“翻身之作”。已于今年10月13日北美上映的纪录片《泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会》当前烂番茄新鲜度99%，CinemaScore评级A+，如能于年末在内地上映，或将实现今年好莱坞类型片的完美收官。

## 进博会论“智”：AI的“现在”与“未来”

时间：2023-11-06 来源：中国新闻网

全球新一轮科技革命和产业变革正纵深演进，智能科技创新已成为影响全球市场竞争格局的关键变量，对世界经济和社会发展产生深远影响。人工智能(AI)如何向纵深演进？又将如何赋能未来产业发展？在5日举行的第六届虹桥国际经济论坛“智能科技与未来产业发展”分论坛上，来自政府、学界、企业界的人工智能领域专家聚焦探讨智能科技的“现在”与“未来”。

### 核心技术不断突破

当前，大模型、类脑智能、AI芯片等关键核心技术正不断取得新突破。论坛期间，多位顶尖学者专家分享了智能科技研究的新进展。

中国工程院院士、清华大学计算机科学与技术系教授郑纬民表示，近一年来，中国在大模型方面取得了诸多成绩，目前已经有100多个模型，在数量上发展很快，工业大模型在国民经济、居民生活水平提升方面发挥着重要作用。未来要基于国产AI芯片做大模型基础设施，创造AI发展的良好生态。

中国科学院院士、美国科学院外籍院士、中国科学院脑科学与智能技术卓越创新中心学术主任蒲慕明表示，大数据在人工智能中具有重要性，但现有机器学习算法也有局限性，超耗能的算力人类社会无法承受。未来需要将大脑的学习框架及运算方法加入到人工智能的

架构中，类脑智能是未来人工智能发展的关键，将引领新一代高性能、绿色人工智能。近年来，中国在类脑研究领域也已取得一定进展。



11月5日，第六届虹桥国际经济论坛“智能科技与未来产业发展”分论坛在上海举行

### 应用场景迅速拓展

IDC(国际数据公司)数据显示，2022年全球人工智能IT总投资规模为1288亿美元，2027年预计增至4236亿美元，五年复合增长率约为26.9%。聚焦中国市场，IDC预计，2027年中国AI投资规模有望达到381亿美元，全球占比约9%。全球及中国AI产业规模快速提升，应用场景也日益拓展。

高通公司中国区董事长孟樸分享了边缘侧人工智能、交互式人工智能在推动数字化转型中的重要性。他表示，边缘侧人工智能将改变智能手机、智能网联汽车和电脑等智能终端的用户体验。



“高通公司近期推出的芯片产品大大提升了算力水平，使得在终端进行复杂的AI计算成为可能。”

全球知名自动化控制厂商欧姆龙自动化(中国)有限公司总裁朱左江分享了加载了人工智能技术的AI控制器带来的创新应用，例如，在工业生产的流水线场景中加入Think算法，机器人便可实现柔性仿真的搬送，同时还具备自主学习能力。

思谋集团创始人、董事长，香港中文大学终身教授贾佳亚表示，当前，以ChatGPT为代表的更通用的大模型技术为人工智能带来了新的机遇。在大模型技术的帮助下，更加通用、智能的技术会让产业应用更深入、更广泛。“工业制造领域的机器会变成真正的智能机器人，像人一样，能够真正独立地自主地学习工业生产过程，进行质量检测，个性化生产；在医疗领域，人工智能可以帮助医生做出更准确的诊断和治疗计划。”

### 数字治理加快推进

人工智能正掀起时代的浪潮，也意味着其仍处于初期阶段。如何推动人工智能有序、可持续发展，加强人工智能数字治理，考验着政府部门的智慧。

百度集团副总裁、深度学习技术及应

用国家工程研究中心副主任吴甜表示，政府可以驱动和引导建设面向未来的人工智能产业链条，链条中的每一层都有自己的角色定位和任务，政府可以在每一层中鼓励支持“领头羊”企业或机构，也要鼓励“百花齐放”，通过创造宽松的环境而激发更多创新。

江森自控亚太区总裁朗智文(Anu Rathninde)表示，政府可以在鼓励研发和监管等方面发挥作用。监管要守住底线，政府需要划定AI发展的法律边界，同时也需要与行业保持对话合作，从而找到治理和发展的平衡点。

近年来，中国政府通过政策引导产业发展、国家组织力量研发等措施加快推动智能科技创新，同时，也不断完善产业生态，成立科技伦理委员会，积极参与人工智能国际治理。

中国工业和信息化部副部长辛国斌表示，中国将支持各方来华，联合打造创新平台，共同推进新技术突破，推动智能科技在多场景的规模化落地，加速实现智能产业化和产业智能化。“如何建立高水平科技治理体系是全球面临的共同话题，中国将充分发挥双边多边合作机制作用，深化政策、标准、规则等方面的交流互信，加强全球数字治理。”

07

## 让文化产业加速“狂飙”

时间：2023-11-01 来源：南方日报

日前，国家统计局对全国7.2万家规模以上文化企业进行调查发现，今年前三季度，文化核心领域、文化新业态行业、

文化服务业企业均呈现较快增长，文化产业恢复向好的发展态势得到进一步巩固加强。

发展文化产业是满足人民群众多样化精神文化需求的重要载体，也是培育经济发展新动能、推动高质量发展的重要动力。自疫情防控平稳转段以来，文化消费潜力集中释放，文化市场的加速回暖有目共睹。以广东为例，文旅推介大会、南国书香节、深圳文博会等展会深受广大消费者青睐，数字内容、动漫游戏、视频直播、网络视听等文化新业态发展强劲，均成为观察经济复苏态势的重要窗口。

权威数据再次印证了我们的观察，充分彰显产业发展的韧性和活力。从数据来看，文化核心领域实现营业收入 59507 亿元，同比增长 12.4%，延续上半年两位数增长；文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类实现营业收入 36870 亿元，同比增长 15.2%；文化服务业实现营业收入 47588 亿元，同比增长 14.6%，增速明显快于规模以上服务业企业整体水平。这是以日益完备的政策体系引领支撑文化产业高质量发展的结果，无疑也是文化企业迎难而上、不懈奋斗交出的亮眼答卷。

当然，也要清醒地认识到，我们距离文化产业高质量发展还有很长一段距离。宏观上看，在西方发达国家，文化产业占 GDP 比重普遍高于 10%，而目前我国文化及相关产业增加值占 GDP 的比重仅 4% 左右，广东略高于全国，也未超 6%。具体来说，有些变化还是初步的，有些积极变

化的可持续性还需要继续观察。这一方面与我国文化产业基础薄弱、起步较晚有关，另一方面也说明了，接下来更要加速“狂飙”，着力推动文化事业和文化产业繁荣发展，以高质量文化供给增强人们的文化获得感、幸福感。

在把握文化产业发展的特点与规律上，促进形成文化产业发展新格局，是文化产业高质量发展的内在要求。要加快文化产业数字化布局，加快推进数字技术赋能文化生产、传播、消费各环节，提升文化产品和服务的质量水平。要健全现代文化产业体系，推进国有文化企业转型升级，鼓励、支持、引导非公有资本依法进入文化产业，深化“放管服”改革，着力解决文化企业“急难愁盼”问题，激发创新创业热情，孵化和培育充满活力的市场主体。此外，要加快构建统一开放、高效规范、竞争有序的文化市场，以更大力度促进文化消费。

衡量文化产业发展质量和水平，不仅要看经济效益，也要看能不能提供更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的文化产品。日前，首批 63 个全国文化产业赋能乡村振兴试点名单公布，佛山南海区、广州从化区入选。这也提醒我们，充分发挥文化产业的社会效益，重塑乡村形象和价值，亦是值得重点探索和努力的方向。

## 人社部举行 2023 年三季度新闻发布会： 就业形势保持总体稳定 社保经办服务取得突破

08

时间：2023-10-27 来源：中国组织人事报

10月26日上午，人社部举行2023

年三季度新闻发布会，介绍前三季度就



业形势、社会保障重点改革、第二届全国人力资源服务业发展大会筹备等情况,并回答记者提问。

今年1—9月全国城镇新增就业1022万人;截至9月底,全国基本养老、失业、工伤保险参保人数分别为10.6亿人、2.4亿人、3亿人,基金累计结余8万亿元,全国社保卡持卡人数13.77亿人,覆盖97.4%人口,8.51亿人领用电子社保卡。

前三季度,就业形势保持总体稳定,社会保障重点改革扎实推进,新就业形态就业人员职业伤害保障试点工作取得积极成效,社保经办服务取得突破性进展,公布社会保险经办条例;印发人力资源管理专业职称评价办法,举行第二届全国博士后创新创业大赛总决赛,成功举办第二届全国技能大赛;组织制定修订41个国家职业标准,启动新职业信息征集工作,积极开展职业技能等级认定;印发高等学校、科研院所薪酬制度改革试点文件,指导企业依法合规用工,维护新就业形态劳动者权益;积极推进农民工工资争议速裁庭建设,加强农民工工资支付监控预警平台建设,加大欠薪线索处置力度,维护农民工工资报酬权益,开展“城暖农民工”服务活动;推进数字人社建设行动。

### 全力以赴稳定和扩大就业

前三季度,人社部深入实施就业优先政策,突出重点群体,扎实开展职业技能培训,不断优化就业服务,全力以赴稳定和扩大就业。1—9月延续实施阶段性降低失业和工伤保险费率、稳岗返还、一次性扩岗补助等政策,为企业减少成本1419亿元,支出就业补助资金809亿元。1—9月失业人员再就业396万人,困难人员就业129万人。9月份城镇调查失业

率为5.0%。

为进一步支持专精特新中小企业健康发展,创造更多高质量就业岗位,吸纳更多重点群体就业,人力资源社会保障部、工业和信息化部部署实施了专精特新中小企业就业创业扬帆计划,具体内容为“一个鼓励、两项服务、三项支持”。

“一个鼓励”,指的是鼓励劳动者创办创新型中小企业。通过加大创业帮扶力度,优先提供创业孵化支持,提供项目指导、风险评估、实战模拟等服务。通过加强融资支持,对符合条件的,加快落实创业担保贷款、稳岗扩岗专项贷款等政策。

“两项服务”,一项是做好专精特新中小企业用工服务。将专精特新中小企业纳入重点企业用工服务范围,在系列公共就业服务活动中设立招聘专区,促进供需匹配。深化劳务协作机制,探索建立用工余缺调剂机制,缓解用工难题。另一项是做好技术技能人才供给服务。实施数字技术工程师培育项目,分职业、分方向、分等级开展规范化培训。梳理专精特新中小企业急需紧缺职业(工种)信息,推广订单、定向、定岗式的培训。

“三项支持”,具体包括:支持技术技能人才发展,动态调整职称专业设置,健全完善职业标准和评价标准体系,贯通继续教育、职称评审、职业培训政策。支持开展就业见习活动,实施专精特新中小企业青年就业见习领航行动,开发见习岗位,建设就业见习基地,并按规定落实就业见习补贴政策。支持构建和谐劳动关系,指导企业依法合规用工,鼓励围绕劳动报酬、休息休假、福利待遇等开展集体协商,保障企业和劳动者合法权益。

同时,还要求各地要打包兑现就业扶持政策,要加强数据比对,主动向受益对象推送政策,推广“直补快办”模式,

按规定一揽子兑现吸纳就业补贴、社保补贴、扩岗补助等政策,释放政策红利,提高用人单位和劳动者的获得感和幸福感。

高校毕业生等青年就业关系民生福祉、经济发展和国家未来。当前2024届高校毕业生秋招火热开展,市场上还有一部分离校毕业生没有落实工作。接下来,人社部将以高校毕业生等青年就业服务攻坚行动为抓手,加力冲刺、加密服务,凝心聚力促进高校毕业生等青年顺利就业。

政策落实再提速。推进“就业政策在身边”滚动宣传,实施补贴政策“直补快办”,落实社保补贴、吸纳就业补贴、税费减免等支持政策,激励市场主体吸纳就业。提前安排2024届毕业生招录招聘工作,稳定公共部门就业岗位。

实名服务再加力。用好“家门口”就业服务站等力量,主动联系离校未就业毕业生,提供“1131”实名服务,即向离校未就业毕业生至少提供1次政策宣介、1次职业指导、3次岗位推荐、1次技能培训或者就业见习机会。向未就业的2023届高校毕业生发送手机短信,告知求职登记渠道、岗位信息、政策服务查询渠道等。

岗位推送再加密。推进“职引未来”大中城市联合招聘高校毕业生秋季专场,提供一大批适合毕业生的就业岗位。实施金秋招聘月,面向登记失业青年和未就业毕业生,集中开展线上线下招聘。同时,我们还会同国资委等部门,组织中央企业面向西藏青海新疆高校毕业生开展专场招聘。

见习培训再提质。深入实施百万就业见习岗位募集计划,加大就业见习组织力度,目前已募集见习岗位超过100万个。引导鼓励有需求的青年参加就业技能

培训、创业培训、新职业培训,持续提升青年的就业能力。

困难帮扶再强化。对脱贫家庭、低保家庭、零就业家庭以及身有残疾和长期失业等困难毕业生进行重点帮扶,实施“一人一档”“一人一策”帮扶举措,优先推荐岗位,优先落实政策,优先组织培训见习,帮助他们实现就业。对2024届在学的困难大学生,发放一次性求职创业补贴,切实减轻他们的求职负担。

### 社会保障重点改革扎实推进

新就业形态就业人员职业伤害保障试点工作受到社会的广泛关注。去年7月1日,根据党中央、国务院的部署安排,人社部会同相关部门在部分地方、部分平台企业正式启动新就业形态就业人员职业伤害保障试点工作。一年多来,在相关部门、试点省份和平台企业的积极配合和大力支持下,试点总体运行平稳有序,取得了积极的阶段性成效。

制度覆盖稳步推进。试点工作在北京、上海、江苏、广东、海南、重庆、四川7个省市的出行、外卖、即时配送、同城货运4个行业开展,涵盖了曹操出行、美团、饿了么、达达、闪送、货拉拉、快狗打车7家平台企业。截至2023年9月,累计有668万人纳入职业伤害保障范围,试点对象总体做到应保尽保。

保障功能有效发挥。一年多来,试点省份累计做出职业伤害确认结论3.2万人次,支付职业伤害保障待遇共计4.9亿元,切实保障了新就业形态就业人员职业伤害权益,特别是对重大伤亡事故兜底保障功能得到有效的发挥。同时,也分散了平台企业经济风险,对促进平台经济规范健康发展发挥了积极的作用。

相关经验正在积累。对新就业形态就业人员这一新兴群体如何参加社会保险,试点进行了破题,先行先试,积累了宝贵经验。同时,依托职业伤害保障全国信息平台归集汇总的基础数据,为做好新就业形态群体就业服务和社保护面等工作提供了重要的数据支撑。

下一步,人社部将指导试点省份和平台企业稳妥推进职业伤害保障试点,有序做好参保登记、职业伤害确认、待遇支付和信息管理等工作。同时,聚焦在新就业形态就业人员职业伤害保障更加公平、制度更可持续、服务更加便捷、责任更加清晰上持续发力,认真总结试点的经验做法,研究扩大试点的思路,为职业伤害保障在全国推开奠定扎实的工作基础。

此外,为更好维护新就业形态就业人员参保权益,提升职业伤害保障公共服务水平,近期人社部将通过国家社会保险公共服务平台等全国统一服务入口,推出新就业形态就业人员参保信息查询、日接单情况查询和平台服务机构查询等服务,进一步推出待遇给付申请受理、职业伤害确认、劳动能力鉴定、待遇发放、办理进度等服务,欢迎大家关注和使用。

今年8月,《社会保险经办条例》公布,标志着社保经办工作法治化、规范化和精细化迈上新台阶。便民利民是《条例》的一大亮点,在精简证明材料、规范办理时限、减少办事环节、提升办事体验方面有规定。下一步,人社部将从四个方面组织贯彻实施《条例》,确保《条例》便民利民的相关规定能够切实落地见效:

一是加强对各地社会保险经办机构工作人员的业务培训,做到准确理解和把握《条例》的各项规定。

二是完善配套政策,对照《条例》的有关规定清理与《条例》精神不相符的政

策文件,制定完善有关配套部门规章和规范性文件,修改完善工作流程和工作指导意见等,进一步增强各地社会保险服务的统一性和规范性。

三是强化支撑保障,加快建设社会保险信用体系,加强与相关部门的数据共享和业务协同,完善统一的社会保险公共服务平台,大力推进社保卡应用,指导各地开展信息系统改造升级,为《条例》施行提供有力支持。

四是持续优化服务,推动社会保险经办服务模式转型,在全系统组织开展“社保服务进万家”活动,送社会保险政策服务进社区、进乡村、进企业、进校园,也就是“四进”。以群众喜闻乐见的形式开展社会保险政策待遇看得懂、算得清宣传解读,打造惠民生、暖民心、顺民意的社会保险服务品牌。今年的“社保服务进万家”活动10月21日在江西南昌启动,在全国、全系统同步开展,为期一周的时间。截至10月25日,全系统社保经办机构已经进“四进”场所5万次以上,累计开展了宣传近2万场,向群众发放各类材料近千万份,取得了初步效果。以后将每年举办这项活动,把它打造成全系统为民服务的品牌。

## 第二届全国人力资源服务业发展大会筹备有力有序

11月下旬,第二届全国人力资源服务业发展大会将在广东省深圳市举办。这次大会是全面贯彻党的二十大精神,落实党中央、国务院关于发展人力资源服务业决策部署的重大举措,是推动人力资源服务业高质量发展的重要品牌活动,对于更加有效地服务就业、服务人才、服务发展具有重要意义。



大会以“激发人力资源动能，汇聚强国建设力量”为主题，包括开幕式、闭幕式和“会”“展”“赛”“聘”四个板块，即“1+4+1”。“会”，就是人力资源服务业高质量发展研讨活动，设置了3个专题论坛，分别围绕促进人力资源服务业高质量发展、助力粤港澳大湾区建设世界人才中心、推动湾区重点产业跃升等进行交流研讨。“展”，就是人力资源服务供需洽谈对接和展示活动，组织150家左右人力资源服务龙头企业和重点用人单位参展，组织优质项目在大会期间洽谈签约，促进交流合作。“赛”，就是人力资源服务业创新创业大赛和技能大赛，面向全行业征集创新创业项目、技术和产品，同步举办粤港澳大湾区人力资源服务技能大赛。

“聘”，就是粤港澳大湾区青年人才招聘活动，组织1200家左右重点企事业单位、人力资源服务龙头企业，提供不少于2万个优质就业岗位，面向高校毕业生以及海外留学生举办专场招聘。

目前，大会筹备工作进展顺利，有力有序、亮点纷呈。人社部、广东省政府、深圳市政府联合成立了组委会、执委会，共同推进各项工作。各地广泛参与，举办了创新创业大赛，精心遴选供需对接优质项目。领军人力资源服务机构积极参展。大会启动了宣传预热，官方网站和微信均已上线，前两天吉祥物发布，全面展示行业风采，一系列推介活动陆续推出。下一步，人社部将全力以赴抓紧抓实各项筹备工作，确保大会取得圆满成功。

## 09

## 标准化人才培养专项行动计划发布

时间：2023-11-24 来源：中国青年网

国家标准委、教育部、科技部、人社部、全国工商联日前联合印发《标准化人才培养专项行动计划（2023—2025年）》（以下简称《行动计划》），提出创新标准化人才培养机制，完善标准化人才教育培训体系，优化标准化人才发展环境，统筹推进标准科研人才、标准化管理人才、标准应用人才、标准化教育人才、国际标准化人才等各类标准化人才队伍建设，为全面推进中国式现代化提供强有力的标准化人才支撑。

《行动计划》明确了到2025年的行动目标：专业化、职业化、国家化、系统化

的标准化人才培养机制更加健全，标准化人才培养格局基本形成，标准化人才职业能力评价机制初步建立，建成一批国际标准化人才培训基地、国家级标准化人才教育实训基地和全国专业标准化技术委员会实训基地，各类标准化人才素质全面提升。其中，一批大中型企业建立标准化总监制度，纳入国家企业标准化总监人才库重点培养人才达300名以上；开设标准化工程专业的普通高等学校达15所以上；建设国际标准化创新团队60个以上，全国专业标准化技术委员会委员、国际标准组织注册专家占比达25%以上。



《行动计划》指出,要完善标准化人才激励机制,符合条件的标准化人才按规定享受现行个人所得税优惠政策,完善

地方标准化人才引进配套支持政策,鼓励有条件的地方人民政府对标准化人才在就业、购房、落户等方面给予倾斜。

10

## 面向元宇宙思维的电影 IP 化发展模式迭代及其价值生成

**作者:** 贾秀清, 赵诤媛(中国传媒大学动画与数字艺术学院, 兰州文理学院数字媒体艺术学院)

**刊名:** 当代电影, **年份:** 2023 年

**摘要:** 近年来,电影越发成为打造中华文化 IP、支撑文化创意产业的核心部分。伴随着二十大提出以中国式现代化实现中华民族伟大复兴的时代主题,国产电影 IP 的重要性更为凸显。然而,面对元宇宙技术的出现,电影 IP 从过去的链式打造衍生正在转向集群化虚拟世界态打造衍生,其打造理念、模式也正在发生迭代、升级和创新。本文立足国产电影 IP 打造及衍生发展现状,借鉴当下世界范围内电影元宇宙创建实践,提出将元宇宙作为新的电影 IP 打造思维,探讨国产电影 IP 打造的新定位、新内涵、新方法及其价值生成与实现的新路径。

**基金项目:** 2023 年度国家艺术基金重点项目“以美为媒:中国原创绘本精品巡展”(项目编号:2023-A-04-072-407)阶段性成果。

**重要收录:** CSSCI, 北大核心

11

## 基于数字影像本体论的现实主义——论新世纪中国电影的现实主义创作

**作者:** 侯杰耀, 关宇男(北京电影学院电影学系, 北京大学艺术学院)

**刊名:** 戏剧(中央戏剧学院学报), **年份:** 2023 年

**摘要:** 中国理论界亟需从数字影像本体论出发回应新世纪中国电影的现实主义问题。针对巴赞奠定的现实主义审美的摄影影像本体论,数字消弭了主体与客体之间的时间性关系,客观世界与数字影像在拟真逻辑里成为等价的真实,这是数字影像的现实主义危机之

本质。谱系学要求主体放弃本质论，用叙事的事实建构出历史感，生成效果史。以新世纪中国电影为例，效果史的叙事内容——“建构的伦理主题”与叙事风格——“指向理智目标的蒙太奇”界定了现实主义电影创作的戏仿之法。

**基金项目：**北京社会科学基金规划项目“‘全球本土化’视域下新时代北京影视文化研究”（项目编号：21YTC029）的阶段性研究成果。

**重要收录：**CSSCI，北大核心

## 12

## 高质量中国电影人才培养的体系重构与模式创新

**作者：**姚争，冯建超（浙江传媒学院，浙江传媒学院马克思主义学院）

**刊名：**中国大学教学，**年份：**2023年

**摘要：**中国从电影大国发展成电影强国的关键是人才队伍建设，电影人才培养需要从量的扩张转变为质量提升。从美国电影产业发展的经验看，电影人才质量的提升需要面向电影工业，科学设计人才培养目标，将培养重心从本科向硕士阶段上移，并在硕士培养阶段构建产教融合的人才培养模式。从我国电影人才培养现状看，依然存在体系不尽完善、模式滞后行业的挑战，新版研究生教育学科专业目录的颁布为电影人才培养质量提升带来了重要机遇。我国高质量电影人才培养，需要构建以戏剧与影视专业硕士为核心的人才培养体系，在培养目标上进一步强化高校与电影产业强关联性，需要在电影工业的真实场景之下，探索高质量电影人才培养的模式创新。

**基金项目：**国家社科基金艺术学重点项目“中国主流纪录片创作与批评发展研究”（21AC003）。

**重要收录：**北大核心，CSSCI 扩展版

## 13

## “新动画中国学派”电影叙事理论建构论

**作者：**杨晓林，苏微中（同济大学学电影研究所，同济大学设计创意学院）

**刊名：**民族艺术研究，**年份：**2023年

**摘要：**“新动画中国学派”电影的本体转型与叙事理论建构，是“讲好中国故事”、由动画电影大国向动画电影强国迈进的必然要求。在文明互鉴与全球化的时代语境下，动

画电影本体的转型是时势使然。而动画电影叙事理论的建构涉及：叙事理念和内容的重构，诸如本体构成、叙事策略、叙事伦理、改编理念等的蜕故孳新等；以及叙事形式的更新，诸如叙事视角、叙事结构、叙事时间、叙事空间、角色设定、叙事技术、视听语言等的改弦更张等。

**基金项目：**2023年国家社科基金艺术学项目“动画电影‘讲好中国故事’叙事理论创新研究”（项目批准号：23BC051）的阶段性研究成果。

**重要收录：**CSSCI 扩展版

## 通往数字人文的游戏之路：游戏叙事中的传统文化符号再现及其程序修辞机制

14

**作者：**刘涛，张媛媛（暨南大学新闻与传播学院）

**刊名：**南京社会科学，**年份：**2023年

**摘要：**在数字媒介环境下，中华优秀传统文化传承与创新的关键是重返并重构文化的发生语境，从而在情景维度上创设一种全新的文化体验。作为全球娱乐工业中最具影响力的媒介形式，商业游戏已然成为一个巨大的数字情景和媒介载体，其在企业社会责任与叙事形式创新的双重驱动下，具有助力传统文化传播的可行性与现实性。游戏与文化的“相遇”，是一场正在发生的化学反应，亦是有待持续探索的叙事命题。在主流商业游戏的叙事系统中，传统文化作为一种积极的叙事要素，深度参与游戏中的故事世界建构，即通过场景设置、人物设置和情节设置，建构出具有文化教育偏向的叙事空间，以模拟特定历史时空中的物态文化场景、数字人物形象及其行动规则。传统文化在游戏中的“境况”之所以超越了纯粹的符号征用维度，而上升到符号叙事维度，主要原因在于程序修辞的作用过程与机制，因此需要转向游戏规则设计的程序维度，探讨“表征何以如此”的底层游戏逻辑。概括而言，传统文化再现的程序修辞机制可以从四个内在关联的修辞认识维度切入，分别是学习机制维度的知识环境创设，社交机制维度的趣缘共同体形成，游戏机制维度的文化规则生成，以及沉浸机制维度的仿真情景建构。

**基金项目：**国家社科基金项目“传播研究的修辞学范式及其创新研究”（22VRC068）；广东省哲学社会科学规划项目“粤港澳大湾区手机游戏的数字叙事及其程序修辞策略研究”（GD23YXW04）的阶段性成果。

**重要收录：**CSSCI，北大核心

## 中国式现代化的文化产业高质量发展向度

**作者:** 张振鹏(深圳大学文化产业研究院)

**刊名:** 深圳大学学报(人文社会科学版), **年份:** 2023年

**摘要:** 文化产业高质量发展是中国式现代化的题中之义,“价值取向—行动方向—发力靶向—目标导向”构成了文化产业高质量发展的四重向度。中国式现代化文化产业高质量发展的“价值取向”是彰显中国文化产业特色,即统筹兼顾的区域协调发展、共创共富的文化创新发展、双效统一的产业健康发展、和谐共生的资源集约发展、合作共赢的文明多元发展;“行动方向”是推动文化产业数字化提质增效,即实现文化产业结构整体性数字化转型、提升文化企业数字化创新能力、建构价值共创的数字文化产业生态;“发力靶向”是扶持新型文化企业持续发展,即明确新型文化企业的内涵意义,发挥其主体作用并实现其长期价值;“目标导向”是增强中华文明传播力影响力,即创造具备共情力的精品内容、创新适应现代化的叙事方式、创设多元化的传播路径。中国式现代化的文化产业高质量发展可为全球文化产业的互鉴、共进、繁荣贡献中国范式及经验。

**基金项目:** 国家社会科学基金重大项目“文化产业数字化战略实施路径和协同机制研究”(21ZDA082);国家社会科学基金艺术学重大项目“科技赋能艺术生产与演出、演播研究”(21ZD05);国家社会科学基金艺术学重点项目“数字文化产业商业模式创新及其生态治理研究”(22AH017)。

**重要收录:** CSSCI, 北大核心

## “漫画会”再考辨——中国现代漫画的初期建制

**作者:** 王玮, 宋伟(东北大学艺术学院, 上海交通大学人文艺术研究院)

**刊名:** 美术, **年份:** 2023年

**摘要:** 1926年12月8日在上海成立的中国漫画组织“漫画会”,组织和团结了一批漫画人才,从民族化与大众化等方面对初露锋芒的漫画进行了可贵探索,并将其作为反帝反封建的有力战斗武器参加革命斗争,促使漫画在时代大变革的浪潮中从懵懂走向了自觉,从稚嫩走向了成熟,从沉寂走向了高潮,为推动中国漫画事业的发展起到了承前启后、继往开来的历史作用。本文对漫画会成立的历史语境、组织建制、会内活动等史实进行了再考辨。

**基金项目:** 2022年国家社会科学基金艺术学青年项目《20世纪30年代中国工艺美术学



思想的现代转型与初期建制研究》(项目批准号: 22CA162)的阶段性研究成果。

**重要收录:** CSSCI, 北大核心

17

## 面向游戏与动漫的黑白漫画风格非真实感实时渲染方法

**作者:** 胡燕, 陈立哲, 谢含纳, 葛钰峤, 周顺, 蔡兴泉(北方工业大学信息学院)

**刊名:** 系统仿真学报, **年份:** 2023年

**摘要:** 针对一般黑白漫画风格的非真实感渲染方法资源开销高和实时性差的问题, 提出一种面向游戏与动漫的黑白漫画风格非真实感实时渲染方法。首先设计特化光照模型, 通过分析光照模型效果, 设计主体突出的环境光项和灰度分级的漫反射项, 合并光照模型各项, 实现基于特化光照模型的场景预处理; 然后提出屏幕空间三相边缘检测方法, 将预处理得到的场景光照结果依次进行深度边缘检测、法线边缘检测、颜色边缘检测, 合并边缘检测结果; 再对场景光照结果进行屏幕空间分区域渲染, 依据光照结果灰度值大小, 分别采用网点着色和线条着色方式处理, 并采用插值方法处理着色交界; 最后合并结果, 依据光照模型结果灰度值设计分段函数, 合并屏幕空间三相边缘检测结果与屏幕空间分区域渲染结果, 得到最终渲染结果。实验表明, 该方法能够以较低的资源开销和较快的渲染速度实现黑白漫画风格非真实感渲染, 在有限的资源下提高渲染的效果, 具有显著的黑白漫画风格。

**基金项目:** 教育部人文社会科学基金项目(No. 22YJAZH002)。

**重要收录:** 北大核心

18

## 重读丰子恺：“古诗新画”类漫画的图像叙事——一种艺术跨媒介视角的考察与思考

**作者:** 杨向荣(杭州师范大学人文学院)

**刊名:** 杭州师范大学学报(社会科学版), **年份:** 2023年

**摘要:** 跨媒介性是一个多种媒介参与、反映媒介间相互关系的概念, 是一个类似于克里斯蒂娃的“互文性”的概念。丰子恺的“古诗新画”类漫画, 不仅涉及诗、画、书法等

不同媒介间的互涉关系，同时也涉及跨媒介的主题指涉。重读丰子恺，涉及艺术史和艺术理论层面的跨媒介话语建构，即基于特定艺术实践的不同媒介间的关系、张力和内在机制研究，它提供了从文学、艺术等复调层面展开跨媒介艺术的叙事研究的理论可能性和阐释视角。

**基金项目：**国家社会科学基金一般项目“图文的叙事建构及其话语隐喻研究”（20BZW027）；国家社会科学基金艺术学重大项目“艺术学理论的跨媒介建构及其知识学研究”（20ZD26）的研究成果。

**重要收录：**北大核心

## 19

## 人工智能融入高校教学科研管理的前景、风险和策略

**作者：**林思雨，周海涛（北京师范大学教育学部）

**刊名：**高校教育管理，**年份：**2023年

**摘要：**人工智能技术不断迭代升级，在创新教学科研管理要素、更新教学科研管理方式、优化教学科研管理服务、改进教学科研管理生态等方面显现出了赋能高校教学科研管理的发展前景，同时一定程度上也面临数字伦理失范、数字鸿沟加剧、个体理性失序、人机关系异化等潜在风险。因此，高校要提升师生驾驭人工智能的数字素养，强化基于人工智能的教学科研管理“新基建”，深化人工智能赋能的教学科研管理制度创新，优化人工智能技术支撑的教学科研管理生态。

**基金项目：**国家自然科学基金面上项目（72174030）。

**重要收录：**CSSCI，北大核心

## 20

## 共情、联想、反思：动画影像的色彩情感机制研究

**作者：**夏文英，田少煦（上海大学上海美术学院，广东工业大学、深圳大学）

**刊名：**传媒，**年份：**2023年

**摘要：**色彩是动画影像中不可缺少的视觉语言，它在情感塑造和信息传递上具有重要作用。以色彩与情感的关系为切入点，可以发现色彩的情绪诱导是形成动画色彩情感的基本条件。动画影像通过色彩的视觉刺激引导观者的心理活动和情感参与；观者可以通过色彩联想与动画内容进行意义关联和情感交互；色彩营造的意象和意境，既能表达创作者的

思想情绪与审美旨趣,也能促成观者对自我进行审视,对动画所揭示的社会现象、人性道德进行反思。

**基金项目:**2020年度国家社会科学基金艺术学重大项目“新时代中国动画艺术知识体系创新研究”(项目编号:20ZD20)的阶段性研究成果。

**重要收录:**北大核心, CSSCI 扩展版

21

## 基于虚拟现实技术的传媒类专业课程 思政建设研究

**作者:**王楠(北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院)

**刊名:**传媒, **年份:**2023年

**摘要:**在传媒类专业人才培养体系中,思政引领至关重要。虚拟现实作为“元宇宙”时代的核心科技之一,成为当前教育领域的重要载体。虚拟现实提供的具身认知,有助于实现传媒类专业课程思政模式的智能化、情境化、多元化、沉浸化。同时,基于虚拟现实技术的课程思政形成以下特点:以学生为中心的主体转向、学科交叉深度融合、具身塑造文化场域,这些都有助于收到潜移默化的育人之效。

**基金项目:**教育部人文社会科学研究青年基金项目“具身认知视角下‘VR+课程思政’教学模式的创新研究”(项目编号:23YJ CZH218)的阶段性研究成果。

**重要收录:**北大核心, CSSCI 扩展版

22

## 生成式人工智能服务管理暂行办法

时间:2023-07-13 来源:中国网信网

《生成式人工智能服务管理暂行办法》已经2023年5月23日国家互联网信息办公室2023年第12次室务会会议审议通过,并经国家发展和改革委员会、教育部、科学技术部、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局同意,现予公布,自2023年8月15日起施行。

### 第一章 总 则

第一条 为了促进生成式人工智能健康发展和规范应用,维护国家和社会公共利益,保护公民、法人和其他组织的合法权益,根据《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据

安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国科学技术进步法》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 利用生成式人工智能技术向中华人民共和国境内公众提供生成文本、图片、音频、视频等服务（以下称生成式人工智能服务），适用本办法。

国家对利用生成式人工智能服务从事新闻出版、影视制作、文艺创作等活动另有规定的，从其规定。

行业组织、企业、教育和科研机构、公共文化机构、有关专业机构等研发、应用生成式人工智能技术，未向境内公众提供生成式人工智能服务的，不适用本办法的规定。

第三条 国家坚持发展和安全并重、促进创新和依法治理相结合的原则，采取有效措施鼓励生成式人工智能创新发展，对生成式人工智能服务实行包容审慎和分类分级监管。

第四条 提供和使用生成式人工智能服务，应当遵守法律、行政法规，尊重社会公德和伦理道德，遵守以下规定：

（一）坚持社会主义核心价值观，不得生成煽动颠覆国家政权、推翻社会主义制度，危害国家安全和利益、损害国家形象，煽动分裂国家、破坏国家统一和社会稳定，宣扬恐怖主义、极端主义，宣扬民族仇恨、民族歧视，暴力、淫秽色情，以及虚假有害信息等法律、行政法规禁止的内容；

（二）在算法设计、训练数据选择、模型生成和优化、提供服务等过程中，采取有效措施防止产生民族、信仰、国别、地域、性别、年龄、职业、健康等歧视；

（三）尊重知识产权、商业道德，保守商业秘密，不得利用算法、数据、平

台等优势，实施垄断和不正当竞争行为；

（四）尊重他人合法权益，不得危害他人身心健康，不得侵害他人肖像权、名誉权、荣誉权、隐私权和个人信息权益；

（五）基于服务类型特点，采取有效措施，提升生成式人工智能服务的透明度，提高生成内容的准确性和可靠性。

## 第二章 技术发展与治理

第五条 鼓励生成式人工智能技术在各行业、各领域的创新应用，生成积极健康、向上向善的优质内容，探索优化应用场景，构建应用生态体系。

支持行业组织、企业、教育和科研机构、公共文化机构、有关专业机构等在生成式人工智能技术创新、数据资源建设、转化应用、风险防范等方面开展协作。

第六条 鼓励生成式人工智能算法、框架、芯片及配套软件平台等基础技术的自主创新，平等互利开展国际交流与合作，参与生成式人工智能相关国际规则制定。

推动生成式人工智能基础设施和公共训练数据资源平台建设。促进算力资源协同共享，提升算力资源利用效能。推动公共数据分类分级有序开放，扩展高质量的公共训练数据资源。鼓励采用安全可信的芯片、软件、工具、算力和数据资源。

第七条 生成式人工智能服务提供者（以下称提供者）应当依法开展预训练、优化训练等训练数据处理活动，遵守以下规定：

（一）使用具有合法来源的数据和基础模型；



(二) 涉及知识产权的,不得侵害他人依法享有的知识产权;

(三) 涉及个人信息的,应当取得个人同意或者符合法律、行政法规规定的其他情形;

(四) 采取有效措施提高训练数据质量,增强训练数据的真实性、准确性、客观性、多样性;

(五) 《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等法律、行政法规的其他有关规定和有关主管部门的相关监管要求。

第八条 在生成式人工智能技术研发过程中进行数据标注的,提供者应当制定符合本办法要求的清晰、具体、可操作的标注规则;开展数据标注质量评估,抽样核验标注内容的准确性;对标注人员进行必要培训,提升尊法守法意识,监督指导标注人员规范开展标注工作。

### 第三章 服务规范

第九条 提供者应当依法承担网络信息内容生产者责任,履行网络信息安全义务。涉及个人信息的,依法承担个人信息处理者责任,履行个人信息保护义务。

提供者应当与注册其服务的生成式人工智能服务使用者(以下称使用者)签订服务协议,明确双方权利义务。

第十条 提供者应当明确并公开其服务的适用人群、场合、用途,指导使用者科学理性认识和依法使用生成式人工智能技术,采取有效措施防范未成年人用户过度依赖或者沉迷生成式人工智能服务。

第十一条 提供者对使用者的输入信

息和使用记录应当依法履行保护义务,不得收集非必要个人信息,不得非法留存能够识别使用者身份的输入信息和使用记录,不得非法向他人提供使用者的输入信息和使用记录。

提供者应当依法及时受理和处理个人关于查阅、复制、更正、补充、删除其个人信息等的请求。

第十二条 提供者应当按照《互联网信息服务深度合成管理规定》对图片、视频等生成内容进行标识。

第十三条 提供者应当在其服务过程中,提供安全、稳定、持续的服务,保障用户正常使用。

第十四条 提供者发现违法内容的,应当及时采取停止生成、停止传输、消除等处置措施,采取模型优化训练等措施进行整改,并向有关主管部门报告。

提供者发现使用者利用生成式人工智能服务从事违法活动的,应当依法依规采取警示、限制功能、暂停或者终止向其提供服务等处置措施,保存有关记录,并向有关主管部门报告。

第十五条 提供者应当建立健全投诉、举报机制,设置便捷的投诉、举报入口,公布处理流程和反馈时限,及时受理、处理公众投诉举报并反馈处理结果。

### 第四章 监督检查和法律责任

第十六条 网信、发展改革、教育、科技、工业和信息化、公安、广播电视、新闻出版等部门,依据各自职责依法加强对生成式人工智能服务的管理。

国家有关主管部门针对生成式人工智能技术特点及其在有关行业和领域的服务应用,完善与创新相发展的科学监管

方式,制定相应的分类分级监管规则或者指引。

第十七条 提供具有舆论属性或者社会动员能力的生成式人工智能服务的,应当按照国家有关规定开展安全评估,并按照《互联网信息服务算法推荐管理规定》履行算法备案和变更、注销备案手续。

第十八条 使用者发现生成式人工智能服务不符合法律、行政法规和本办法规定的,有权向有关主管部门投诉、举报。

第十九条 有关主管部门依据职责对生成式人工智能服务开展监督检查,提供者应当依法予以配合,按要求对训练数据来源、规模、类型、标注规则、算法机制机理等予以说明,并提供必要的技术、数据等支持和协助。

参与生成式人工智能服务安全评估和监督检查的相关机构和人员对在履行职责中知悉的国家秘密、商业秘密、个人隐私和个人信息应当依法予以保密,不得泄露或者非法向他人提供。

第二十条 对来源于中华人民共和国境外向境内提供生成式人工智能服务不符合法律、行政法规和本办法规定的,国家网信部门应当通知有关机构采取技术措施和其他必要措施予以处置。

第二十一条 提供者违反本办法规定的,由有关主管部门依照《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人

信息保护法》、《中华人民共和国科学技术进步法》等法律、行政法规的规定予以处罚;法律、行政法规没有规定的,由有关主管部门依据职责予以警告、通报批评,责令限期改正;拒不改正或者情节严重的,责令暂停提供相关服务。

构成违反治安管理行为的,依法给予治安管理处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

## 第五章 附 则

第二十二条 本办法下列用语的含义是:

(一)生成式人工智能技术,是指具有文本、图片、音频、视频等内容生成能力的模型及相关技术。

(二)生成式人工智能服务提供者,是指利用生成式人工智能技术提供生成式人工智能服务(包括通过提供可编程接口等方式提供生成式人工智能服务)的组织、个人。

(三)生成式人工智能服务使用者,是指使用生成式人工智能服务生成内容的组织、个人。

第二十三条 法律、行政法规规定提供生成式人工智能服务应当取得相关行政许可的,提供者应当依法取得许可。

外商投资生成式人工智能服务,应当符合外商投资相关法律、行政法规的规定。

第二十四条 本办法自2023年8月15日起施行。

## 习语：不断促进教育发展成果更多更公平惠及全体人民

来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

坚持以人民为中心发展教育，关键在于通过更有效的制度安排，优化教育资源配置，缩小教育发展差距。发展全民教育、终身教育，加快建设学习型社会。把教育“蛋糕”做大，也把教育“蛋糕”分好，让全体人民更多更公平地共享教育发展成果。

### 1. 优化教育资源配置，缩小教育发展差距

优化教育资源配置，扩大基本公共教育服务的覆盖面，提高教育质量和水平。基本公共教育服务与全体人民群众最关心最直接最现实的切身利益密切相关，是实现人民身心健康发展和融入社会的基本前提。保障基本民生，实现全体人民共同迈入全面小康社会，迫切要求完善基本公共教育服务体系。缩小教育发展差距，要更好发挥政府的作用，推进教育的结构性改革，主动适应经济社会发展和人民群众的需求。激发制度活力，敢于突破，主动作为，在优化资源配置上下功夫，用制度盘活、布局好各类教育资源，坚持保基本、补短板、促公平的原则。公共教育资源配置优先向薄弱地区、薄弱学校、薄弱环节和困难人群倾斜，全面推动区域、城乡协调发展。

高度重视农村义务教育，推动城乡义务教育一体化发展义务教育是国家的公益

性事业，是必须优先发展的基本公共事业。党的十八届五中全会提出要健全城乡发展一体化体制机制，推进城乡要素平等交换、合理配置和基本公共服务均等化。党的十九大又从决胜全面建成小康社会的高度，提出实施乡村振兴战略。全面实施乡村振兴战略，要以教育的区域、城乡、校际均衡发展为重要抓手，整体推动城乡义务教育一体化发展，把学校布局与乡村振兴战略融为一体。适应全面建成小康社会需要，合理规划城乡义务教育学校布局建设，完善城乡义务教育经费保障机制，统筹城乡教育资源配置，推进城镇义务教育公共服务常住人口全覆盖。《中国教育现代化2035》进一步明确了实现基本公共教育服务均等化的战略任务：提升义务教育均等化水平，建立学校标准化建设长效机制，推进城乡义务教育均衡发展。在实现县域内义务教育基本均衡基础上，进一步推进优质均衡，推进随迁子女入学待遇同城化，有序扩大城镇学位供给，完善流动人口子女异地升学考试制度。这将为加快教育现代化和全面建成小康社会奠定坚实基础。

推进教育信息化，共享优质教育资源。当前，我国教育规模世界最大，但优质教育资源总量不足、配置不均衡的问题还很突出，让全体人民共享优质教育还存在许多现实困难。教育信息化具有突破时空限制、快速复制传播、呈现手段丰富的独特优势，是促进教育公平、提高教育质量的

师资、教育数据、信息红利的有效共享,开展联校网教、数字学校建设与应用,实现“互联网+”条件下的区域教育资源均衡配置机制,缩小区域、城乡、校际差距,解决教育数字鸿沟问题。《中国教育现代化2035》提出要加快信息化时代教育变革,建设智能化校园,统筹建设一体化智能化教学、管理与服务平台;利用现代技术加快推动人才培养模式改革,实现规模化教育与个性化培养的有机结合。

## 2. 着力提高欠发达地区和贫困地区教育发展水平

2017年全国“两会”期间,习近平总书记提到牵挂在心的四川凉山彝族自治州的“悬崖村”。他说,2016年媒体报道了凉山州的“悬崖村”,他看到村民和孩子们常年在悬崖上爬藤条,上山下山安全得不到保证,心情还是很沉重的,也很揪心。前不久又看到材料,说当地已经建了新的铁梯,这样,心里又感觉到稍稍松了一些。2018年初,悬崖村小学一栋五层大楼已经盖好,村里也建起了幼教点,家长们再也不用为孩子们上下学提心吊胆了。“悬崖村”的变化得益于党和政府对中西部地区教育发展的高度重视。党的十八大以来,国家采取了一系列重大举措,推动中西部教育迈上新台阶。

加快发展欠发达地区的教育,全面提升中西部教育发展水平,是缩小教育发展差距、全面建成小康社会的重要举措。习近平总书记指出,要加大统筹城乡发展、统筹区域发展力度加大对欠发达地区和农村的扶持力度,逐步缩小城乡区域发展差距,促进城乡区域共同繁荣。我国欠发达地区多集中在中西部,与东部沿海省份教

育相比,中西部地区教育发展还存在较大差距。由于自然、历史、社会等多方面原因,中西部经济社会发展相对滞后,教育基础差,保障能力弱,特别是农村、边远、贫困、民族地区优秀教师少、教学条件差,教育质量总体不高,难以满足中西部地区人民群众接受良好教育的需求,难以适应经济社会发展对各类人才的需要。新时代加快欠发达地区的教育发展,要坚持问题导向,致力补齐短板,全面提升中西部地区教育发展水平,培养更多扎根中西部欠发达地区的栋梁之材,为促进中西部地区经济社会发展缩小中西部地区与东部地区差距提供人才支撑。

补齐贫困地区发展短板,把发展教育扶贫作为治本之计消除贫困、改善民生、逐步实现共同富裕,是社会主义的本质要求,是我们党的重要使命。实现全面小康,贫困地区是短板,贫困地区的教育更是短板中的短板。抓扶贫开发,要紧紧扭住教育这个脱贫致富的根本之策。习近平同志早在福建宁德工作时就深刻思考了贫困与发展教育之间、贫与愚之间的关系问题。他曾说:“越穷的地方越难办教育,但越穷的地方越需要办教育,越不办教育就越穷。”贫困地区教育事业是管长远的,必须下大力气抓好,各级党委和政府要坚持把教育放在优先发展的战略位置。让贫困地区的孩子们接受良好教育,是扶贫开发的重要任务,也是阻断穷根、阻断贫困代际传递的重要途径。扶贫既要扶智,也要扶志。要加大对革命老区、民族地区、边远地区、贫困地区教育的投入力度,保障贫困地区办学经费,健全家庭困难学生资助体系,重点帮助贫困人口子女接受教育,让每一个孩子都对自己有信心、对未来有希望。

推进教育精准脱贫,因地制宜发展贫



困地区教育。扶贫开发贵在精准，重在精准，成败之举在于精准。脱贫攻坚要取得实实在在的效果，关键是要找准路子、构建好的体制机制抓重点、解难点、把握着力点，必须在精准施策上出实招、在精准推进上下实功、在精准落地上见实效。2015年11月，在中央扶贫开发工作会议上，习近平总书记明确把发展教育脱贫作为“五个一批”来抓，对教育脱贫提出新的期待和要求。教育脱贫，要找准穷根，精准施策，做到脱真贫、真脱贫。教育脱贫，要精准识别扶贫对象、精准配置教育资源、精准实施扶贫举措。脱贫攻坚期内，要重点做好职业教育培训。一个贫困家庭的孩子如果能接受职业教育，掌握一技之长，能就业，这一户脱贫就有了希望。就业是民生之本，一人就业，全家脱贫。要因地制宜、因势利导发展贫困地区教育事业，加大对农村地区、民族地区、贫困地区职业教育支持力度，努力让每个人都有人生出彩的机会。教育精准脱贫，要采取超常规政策举措，精确瞄准教育最薄弱领域和最贫困群体，实现“人人有学上、个个有技能、家家有希望、县县有帮扶”，促进教育强民、技能富民、就业安民，坚决打赢教育脱贫攻坚战。不让贫困家庭的孩子输在起跑线上，确保他们也能受到良好教育，同享梦想成真的机会。

### 3. 发展全民教育、终身教育，加快建设学习型社会

2013年9月，国家主席习近平在致联合国“教育第一”全球倡议行动一周年纪念活动的贺词中指出，中国要努力发展全民教育、终身教育，建设学习型社会，努力让每个孩子享有受教育的机会，努力让13亿人民享有更好更公平

的教育。

办好继续教育，满足人民多样化的教育需求。经过改革开放40多年的发展，我国社会生产力水平获得极大提高，人民期盼有更好的教育，对美好生活的向往更加强烈。办好继续教育，是满足人民多样化多层次美好生活需要的重要方面，也是提高国民素质的战略选择。让全体人民都接受教育，提高全民族的素质，是党和政府的不懈追求。习近平总书记多次强调要加快建设学习型社会，更好推动人的全面发展。办好继续教育，要在投入上、制度建设上下更大功夫，提高教育体系的包容性、灵活性、可选择性。以扩宽知识、提升能力和丰富生活为导向，稳步推进学历继续教育改革发展，大力发展非学历继续教育，特别是面向在职人员、社区居民、农民工、新型职业农民、退役军人等重点人群开展教育培训。加快发展老年教育，统筹发展城乡社区教育，推进学习型城市 and 各类学习型组织建设。

搭建终身学习立交桥，建设学习型社会。人的全面发展是社会主义的目标追求，国民素质的整体提升是全面建成小康社会的应有之义。新时代新形势，改革开放和社会主义现代化建设、促进人的全面发展和社会全面进步都对教育和学习提出了新的更高要求。在科学技术发展日新月异的今天，全体人民都需要不断学习。习近平总书记强调，要把学习作为一种追求、一种爱好、一种健康的生活方式，做到自觉学习、主动学习、终身学习。要努力构建衔接沟通各级各类教育、认可多种学习成果的终身学习立交桥，统筹各级各类教育发展，推动各类学习资源开放共享。办好开放大学，发展在线教育和远程教育畅通继续教育、终身学习通道，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,推动我国成为学习大国、人

力资源强国和人才强国。

24

## 新时代设计美育融合课程思政教学研究

胡珂

中国国际设计博物馆在2020年的深秋,举办了一场颇有意义的展览“新文化运动与设计启蒙”,用数百件珍贵藏品致敬先贤,百年前的20世纪初,新文化运动之前,中国有自己的文化脉络、自己的主体思想。同时展览更提出思考:百年前开始的设计启蒙,东方的文化美育,今天也许仍可以持续。在现代教育的视角下,艺术设计教育不仅要培养审美的素养和创造力,更需要关注学生对社会的关注度与责任感。那么,怎样的教学方式更适合学生的参与和理解,让学生认识美、感受美、表达美和创造美?东方设计的传统与创新是对未来的思考还是对设计元素的堆砌?在对学生进行美育培养的同时,如何引导他们学习和塑造真正“有用”的技能?如何通过艺术设计教育引发内在天然的对美的追求,从而保护学生的创新思维?又如何由“美育”引领到“智育”和“德育”,让学生真正产生对本土文化的认同感和参与感?这都是我们需要长期探讨的议题。

### 一、设计专业课程思政的方针政策

#### (一) 价值观教育

在艺术设计专业的课程教学中,应该注重培养学生建立正确的价值观念。通过弘扬爱国主义、民族团结、集体主义精神,

引导学生深刻理解“文化大繁荣、文化大发展”的理念把爱国主义的思想融入教学实践活动中,加强对主流价值观的认知,培养学生的政治意识和道德品质。通过专业知识背后的精神、价值、艺术和哲学思想,完成社会主义核心价值观的认同教育,帮助学生树立正确的价值观。

#### (二) 文化传承教育

将正确的审美追求、文化理想和家国信念有效传达给学生。推进文化自立自强,培养学生关注传统东方文化的兴趣和建立创新传播的意识。以中国传统美学为核心,坚持以文传道、以美育人,从而建立特有的文化身份和文化意识。将中国传统文化的博大精深在教学过程中进行渗透,通过观看互联网传统工艺传播平台、走进非遗等一系列短片,启发并提升学生的艺术审美和综合素养,汲取鲜活的艺术原创特征和深厚的民俗文化底蕴,弘扬东方传统文化。立足传统、传承创新,以符合当今生活情境的设计方式和媒介,启发年轻人去进行设计活化和创作,探索文化传承和文化输出的新方向。

#### (三) 精神文明教育

通过专题设计项目的导入,富有鲜明的地方文化特色以及贴近现代生活的文创主题使设计有创意有灵魂。无论是传承红色基因,还是非遗乡村振兴,讲好中国故

事,以极具认同感的影响力和感染力、传递当代设计力量,共同推动传统文化回归。通过实地考察与当地工匠交流等方式,不仅可以激发学生的爱国热情,提升他们的政治意识和精神文明素养更能帮助他们树立正确的艺术观和人生观。

#### (四) 素质能力培养

高等教育肩负着培养出具有优秀品德、全面发展能力的高素质人才的重大使命。要实现这一目标,必须坚持立德为先的原则,以传统文化知识和现代设计技术为基础,不断提升学生的设计能力,引导他们树立正确的“家国情怀”观念,激发“讲好中国故事”精神,培养出具有爱国精袖、时代责任,勇于担当历史使命的优秀人才。同时,还应注重学生综合素质的培养,如道德品质、团队协作等,以提高学生的综合竞争力和职业素养。

## 二、设计美育教学方法与课程思政实践:以《东方视觉与现代传播》为例

《东方视觉与现代传播》的课程目标,一直秉持着中国美术学院提出的“全球视野,本土关怀,打造艺术教育和人文思想的东方高地”的发展战略,以中国传统文化当代活化为切入点,推动中国文化精神结合视觉传播的当代设计实践。

就视觉传达设计专业而言,这门课就是探讨平面设计从传统媒介向创新设计领域的拓展实践。课程通过对传统文化的学习和梳理,进行传统文化资源和现代设计交叉研究。通过课程教学,我们不仅可以继承和发展中华民族的悠久历史,增强民族的文明素养,更可以深入探索当下的东方设计理念。学习在传统的基础上,建立一次适应当代发展的创新设计体系和方法,尤其在不断日益国际化的今天,这也

是建立设计师的文化身份,寻找创新设计的发展的新路径。探寻符合时代需求、跨文化传播以及跨媒体应用的设计研究与应用。

课程一直在探寻传统与现代的融合,在培养学生提高专业能力的同时,希望通过多方合作,让传统手工艺走进教学课程,帮助传统手工艺再生活化;让传统手工艺走近年轻群体,提升学生对于东方审美的认知。将传统文化的传承与拓展创新的理论与实践相结合,通过协同跨界的模式,完成从造图到造物的设计阶段,将传统东方文化进行重塑,激发学生在实验性拓展方面的综合设计能力。课程通过调研单元和主题设计内容,结合学生们自身的生活体验和设计知识积累,大胆地对传统手工艺产品进行改造,让传统工艺适应现代审美来传递现代年轻人的审美观。经过创新活跃的思维碰撞,颠覆传统手工艺结构或技法,丰富传统手工艺的视觉传播渠道,传递文化理想和家国情怀。

课程旨在激发和培养学生建立传统东方文化的创新传播意识。通过结合传统手工艺活化、非遗产品推广、乡村振兴等专题设计项目,以传统手工艺为主题,结合东方的民间故事、传统文化、地域特点、历史典故等内容。通过系统的课堂设计活动,让学生体验到“手工艺”课堂的丰富多彩,从而更好地理解并融入他们的课堂之外,从而培育出具有良好的道德素养与人格魅力的人才。激发和培养学生的综合设计能力,进一步打开从理论到实践、从传统到现代的通道。以中国传统美学为核心,坚持以文传道、以美育人,从而建立特有的文化身份和文化意识。以“文化大繁荣、文化大发展”为指导思想,以传统为基础,以创新为动力,激发学生的艺术灵感,培养他们的综合素养,推动传统手工艺的传



承,弘扬东方传统文化,是我们的责任。

传承民族文化重点要做好创造性转化和创新性发展,以设计召唤民族意识,强化民族文化认同,进行融合时代的“再设计”。传统手工艺之所以能够流传百年甚至千年,一定有超出其使用价值的意义。而我们要做的,不过就是把其中机械化生产和科技无法取代的部分提炼出来,即翻开工艺的外壳看内涵,使其在新的时代依然拥有存在的价值。真正了不起的还是蕴含在手工艺人身上的民族精袖与文化底蕴,从中汲取养分,这些是我们的灵感源泉。手工艺人们为我们提供了丰富的内容素材,让传统文化能够走近年轻学生群体。通过运用当代的设计理念,打破传统的制作方式,将其与当代的文化元素相互交织,以满足当代青少年的审美需求,为传统的制作方式注入活力,使其能够更好地被广大消费者所接受为中国的文化发展注入活力,为民族文化的复兴奠定基础。

东方文化创意的衍生与拓展让学生对课程产生了浓厚的兴趣,学会将以中国为代表的东方设计学思想与方法带入课题中思考。开始理解艺术设计是反映当代人的价值观,设计活化既不是复古的设计,也不是盲目地创新。课程在培养学生关注传统东方文化的兴趣和建立创新传播意识的基础上,完成社会主义核心价值观的认同教育。通过专业知识背后的逻辑、精神、价值、艺术和哲学思想,以“润物无声”的形式将正确的审美追求、文化理想和家国信念有效传达给学生。通过将思想政治元素融入课程内容,我们可以更好地理解东方视觉课程,并让学生更好地体会传统文化、工匠精神和东方情怀。此外,我们还可以通过深入探究,在已有的思想政治元素的基础上,进行更广泛的拓展和开发,并在教学过程中强调主流价值观和艺术观

的指导。

### 三、探索新时代设计美育的培养目标

在新时代设计美育的人才培养目标中,课程教学培养同学们的两种能力,一、是“与古为徒”,学会在中国传统文化浩瀚知识海洋中学习的能力,学国画有句老话叫“学画不师古,夜行如灭灯”,可见不师古人就没有前进的方向。二、是“与古为新”,学会古今融通、推陈出新,更要在科技日益发展的今天学会艺科融合、被时代所用的能力。

(一) 增强问题意识和思辨感知的能力

在设计教学中坚持以问题意识导向,是提升教学质量的要义。只有坚持问题导向、明确问题意识,才能始终与时代同步。这就提醒我们,要立足于时代,着力于解决当下的社会难题,并且要深入挖掘,结合“社会洞察力”,进行系统的学习、交流与探索,最终确定一条明确的解决方案,推进社会的进步。

追问是人类求知本性的需要。探索与发掘一直以来是人类的天赋,从古至今,我们以好奇的眼光探索宇宙的奥秘。哲学的发展,来自我们不断探索的精神,而要获取真正的智慧,必须不断地从自身出发,并与其他人进行互助与合作,共同探索、共享成果。从教师的角度来看,通过提出具体的问题,推动学生进行深入的思考探究,并为他们提供解决问题的方法与路径,引导学生在不断探索和试错中去寻找答案。站在学生的视角,参与问题式课堂,有利于提高学生的自主性和参与度。强调问题引导,培养解决问题能力,让课堂更具吸引力,突出感染性和实用性。

(二) 提升文化传承和跨界创新的能



力

综合了视觉传达设计领域的专业知识，秉承“传统与创新、继承与发展”的教学理念，深入挖掘从传统文化到当代创新形式的研究。注重“传承与创新”的转换思考，研究如何搭建从“传统”到现代设计与创新设计的桥梁。把传统文化资源和现代创意设计进行交叉研究，对原本具有鲜活的艺术原创特征和深厚的民俗文化底蕴的优秀非物质文化遗产进行保护、挖掘和梳理，寻找出其适合当下设计创新发展的新途径。

设计的核心价值是创新。设计不仅仅是满足需求而是创造需求，站在时代发展的角度，将传统文化资源创造为时代所需，即创造新的日常。在整个设计的过程中，传统与现代的观念在不停地碰撞。究竟怎样传承传统？传统到哪一个限度会被打破？传承传统的意义究竟是什么？基于传统的设计，不应该脱离现代设计的骨架。传统应成为设计的元素来源，而不是完全照搬传统，将其奉为圭臬。

#### 四、新时代艺术审美与数字技术的融合

法国著名哲学家米歇尔·塞尔在他的著作《拇指一代》中曾提到，新科技的进展使得信息和活动变得更加灵活，这种灵活性使得它们可以被外部的资讯和密码所控制，这种控制使得它们可以被用于变化和创造，并为设计教育提供新的可能性。此外，由于数字化技术的进展，它们也为我们的生活带来了极大的革命，改造着我们的社会生活构造。由于数字科技的发展，数字化已经成为一种全面的、具有深远影响的思考模式。它不仅仅局限在一种简单的技能，而且还能激活人类的创造能力，

拓宽人类的思考边界，帮助人类从多种角度去探索、发现和创造。

设计教育就是培养未来生活的变革者，我们必须关注社会进步和科技发展的社会现实，激发对新领域的知识建构建立设计推动社会创新意识，将过往的经验转化为创造当下的力量和重启的社会契机。我们今天面临的世界虽万物互联，时代在与AI双驱进化，设计教育如何创新培养复合型的跨学科人才？

随着科学技术的飞速发展，人们的审美观念也发生了巨大的改变。从最初的简单的视觉到后来的多元视觉，再到如今的多媒体网络和数字视觉，这些科技的发展使得人们的审美观念发生了巨大的改变，从而推动了人们的思维模式的演进。当我们欣赏最前沿的科学发展，“精神内核”这一审美赋子的技术也同样重要。

因此，设计美育不仅要紧跟当下数字媒体的发展趋势，结合艺术与科技的特色，创造出全新的美育形式，而且还要突破传统艺术学科的界限，从多学科的角度出发，满足数字互联时代的新需求，实现全面发展。审美不仅仅是一种外观，而是一种深刻的文化内涵，它可以通过技术的发展来激发出新的价值观念，从而赋予技术以更大的生命力。从视觉艺术表现和时代审美的角度，立足当下媒介传播的角度，在观念、技术、材料和方法上重新思考传统文化资源转化的问题。让艺术审美在数字化时代焕发新活力。

通过把艺术的审美融入数字技术中，我们才能给它注入新的文化元素，使其具备独特的价值。这需要我们深入了解这个时代的特点，并且要加强我们的文化素养，才能真正让它成功。因此，我们必须把审美融入技术中，让它具备独特的魅力，并

且让它在生产者和使用之间建立起一种新的价值观念,让他们在这种新的环境中获益。在这个充满机遇和挑战的新时代,我们需要把中华民族的精神和智慧,以及它所蕴含的丰富的历史、精神、文化和哲学,充分发挥出来,以实现我们的梦想和期望。

## 五、结论

建立一个适应新时代的设计美育体系是一项复杂的系统工程,必须以学生的个性特点和接受心理为基础,深入他们的日常学习生活,以期达到将美育的实施策略和形式与他们的心智发展紧密结合的目的。在当今这个充满活力的时代,课程教学改革无疑是构建设计美育体系的核心,因此,我们应该采取系统化的思维,深入挖掘设计美育课程的潜力,并在融合的背景下,找到最佳的实施方案。

同时,艺术设计教育也要关注当下年

轻人的心灵归属和精神状态,给学生提供创造和发声的机会,通过深度参与设计实践课题,培养并锻炼他们坚韧的品质和共情的能力。通过优化社会资源配置,营造一个更加有效的学习氛围,努力实现价值观念、知识传播和能力提升的有机结合,让年轻人有机会自主选择,并且建立起更强烈的参与意识,从而达到将教育融入到人际交往中,激发学生终身学习热情的目标。通过将价值观融入教育内容,培养学生的政治意识、思维能力和情感素质,从而提升他们的综合素质。

综上所述,艺术设计专业本身就是培养文化的传承者和创造者,设计专业的课程思政是设计美育不可或缺的一部分。设计美育的使命是为了增强中华优秀传统文化的教育,它要深入探索国家政治意识、文化道德的内涵,并将具有人文价值的“中国味道”学习研究融入课堂,以此来激发学生的文化自信,让他们更好地理解中国,并向世界展示中国文化的独特魅力。

## 怀进鹏就全球教育变革发言： 建议把数字化作为突破口，引领教育变革

25

时间：2023-11-09 来源：中华人民共和国教育部官网

11月8日,联合国教科文组织第42届大会期间,2030年教育高级别指导委员会会议和教育部长会议在法国巴黎教科文组织总部举行。教育部部长怀进鹏出席会议并发言。

高级别指导委员会讨论通过了关于推进全球教育变革行动的决定。作为2030年教育高级别指导委员会成员,怀进鹏结

合中国经验提出建议,指出全球教育变革应抓住三个关键。一是投入。投入是推动教育变革的物质基础,中国始终坚持优先发展教育,把教育作为第一大公共财政支出,有力保障了教育改革发展。建议加大力度推动各国优先投入教育,推动教育变革。二是引领。数字化绿色化是推动教育变革的重要载体,中国大力实施教育数字

化战略行动，建成了全球最大国家智慧教育平台，推进教育数字化取得显著成绩。建议把数字化作为突破口，引领教育变革。三是教师。教师是推动教育变革的关键动力，中国倡导教育家精神，建立了系统的教师培养体系、培训体系和教研体系，持续提升教师育人能力和教育发展水平。建议支持会员国教师能力合作网络建设。

教育部长会议以“和平教育”为主题，全球50多个国家教育部长级代表出席会议。怀进鹏提出，要以发展增进人民福祉，为每个人的幸福与世界和平奠定坚实基础。要以人为本促进优质发展，通过教育帮助学生获得面向未来可持续发展的观念与能力。要以开放促进民心相通，以教育交流合作消除隔阂、增进理解与团结。他介绍，中国以人民为中心发展教育，实

现了受教育机会的性别平等，保障了孩子不因贫困而失学，为消除绝对贫困、走向共同富裕作出了重要贡献；中国历来传承和平文化，以教育帮助学生增强人类命运共同体意识，大力发展优质均衡的基础教育、产教融合的职业教育、开放合作的高等教育；中国坚持教育对外开放不动摇，积极开展教育国际交流合作，支持广大发展中国家教育发展，支持教科文组织在华设立STEM教育一类中心。他表示，对话、理解和团结是和平与可持续发展的基础，更是教科文组织大家庭的共同责任。希望各国携手努力，让全世界的孩子们在和平的阳光下幸福成长。

2030年教育高级别指导委员会是全球教育合作领导机制。本次会上，怀进鹏继续担任高级别指导委员会成员。

## 日本における漫画広告の登場とその受容 日本漫画广告的登场与公众接纳研究

**摘要：**在当今时代，日本漫画不仅在国内，在国际上也赢得了巨大的成功和超高的人气。无论是为读者提供娱乐的《周刊少年Jump》（集英社）和《周刊少年Sunday》（小学馆）这样的连载漫画，还是被应用于电视广告、海报和网络广告的漫画，这些作品都深受欢迎。比如，Benesse的通信教育“进研讲座”使用漫画进行宣传；“Kirin Holdings”在官网上分享“串联喜悦的故事”。这些例子只是冰山一角，漫画作为广告普及的工具证明了它们在日本人日常生活中的深远影响。那么，漫画为何能成为广告界的宠儿，受到广泛欢迎呢？本文旨在追溯日本漫画广告的起源，并探究它是如何逐渐被大众接受的。

## 生成 AI と 3D キャラクターを用いた 音声対話システムの語学学習への応用 生成式 AI 和 3D 角色的语音对话系统在 语言学习上的应用研究

**摘要:** 对于以日语为母语的人来说, 缺乏英语等外语的口语练习机会是一个重大问题。为了应对这一问题, 我们利用以生成式 AI 技术为原理的 ChatGPT 和针对 VR 的 3D 角色文件格式 VRM, 实现了一个名为“LingoAI”的 Web 原型应用程序系统, 该系统能够与 3D 角色自由的进行英语、俄语和日语语音对话。本研究展示了系统的概要、特点, 以及当前的困难与考察结果。

## ChatGPT's influence on customer experience in digital marketing: Investigating the moderating roles ChatGPT 在数字营销中对客户体验的影响: 其调节效应研究

**摘要:** ChatGPT 是一种交互式对话的人工智能模型, 是能够通过与客户互动, 加强营销的重要工具, 其在数字营销中应用越来越广泛。本研究的主要目的是调查 ChatGPT 在数字营销中, 即从业务类型、技术熟悉度与营销舒适度方面调查对客户体验的影响, 并探讨了客户的性别、年龄和教育水平是否也有影响。本研究的数据是通过开放式问卷从数字营销领域与 ChatGPT 互动过的 394 名客户收集的。研究结果显示: 对 ChatGPT 技术的熟悉度与舒适度、业务类型、客户的年龄和教育水平对客户体验数字营销满意度有影响, 而性别没有。本文的研究结果旨在为当前对话式人工智能模型在数字营销中客户体验的应用做出贡献, 为未来的研究提供见解和建议。



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 张媛媛 常天琪 姜惠丹

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：鞠环宇