

五位一体擘画蓝图 技术内容场景全面赋能 北京首发“AI+视听”新方案

本报讯(记者 关一文)昨天,2025北京国际视听大会在京开幕,会上正式发布《北京市促进“人工智能+视听”产业高质量发展行动方案(2025—2029年)》(以下简称《行动方案》),系统推动人工智能技术与视听产业深度融合,为全国广播电视行业高质量发展探路领航。

《行动方案》充分发挥北京文化资源优势 and 人工智能领先优势,以提升公共文化服务水平、打造更多文化体验场景、实现视听产业高质量发展为目标,加强人工智能同文化建设和视听产业发展相结合,推动“人工智能+视听”朝着有益、安全、公平方向健康有序发展,促进视听产业人工智能应用落地,打造具有国际影响力的“人工智能+视听”高地。逐步形成拥有政策示范引领、核心技术领先、智能体系精良、产业要素完备、内容供给充足、高端人才云集的新发展格局。

依据产业现状与未来发展方向,《行动方案》分设“人工智能+视听技术”“人工智能+视听内容”“人工智能+视听场

景”“人工智能+视听服务”“人工智能+视听安全”五个支持方向,围绕技术研发创新、内容创作升级、场景应用拓展、服务平台建设和安全规范保障,大力推进北京市“人工智能+视听”产业的高质量发展。

在人工智能+视听技术方面,实施技术平台计划,夯实技术基础,推动创新创造。加快算法模型突破,积极布局“人工智能+视听”领域垂类大模型研发,全面提升视听生成、媒体工艺优化核心算法的国际竞争力;开展核心技术攻关,集中攻克视频生成模型训练关键技术;促进技术创新应用,实现人工智能技术在视听领域的集成适配;加快智能体研发,助力视频制作智能化水平提升。

在人工智能+视听内容方面,实施内容创新计划,丰富内容形态,提升创作效能。鼓励利用人工智能技术进行内容创作,赋能电视剧、纪录片、动画片、网络剧、网络电影、微短剧、综艺节目、短视频、公益广告等,赋能剧本创作、角色设计、内容拍摄、后期制作、宣推发行业务流程,缩短

制作周期,降低制作成本,增强视觉效果。

在人工智能+视听场景方面,实施场景赋能计划,深化场景融合,拓宽应用空间。鼓励构建AIGC视听产业服务平台,推动建设AIGC视听产业创新生态体系;赋能影棚剧院、网络生态、融合发展、动漫产业与广告生态,提高内容创作效率,促进精准分发,推动产业生态健康多元,打造沉浸式新场景,建设文化娱乐消费体验新地标;赋能终端应用,开发多类别视听应用解决方案,提升用户沉浸式体验。

在人工智能+视听服务方面,实施服务优化计划,完善服务体系,促进生态共建。强化算力筑基,构建国产化的安全算力环境;建设高质量视听数据集,打通数据汇聚、清洗、标注、训练、开发和应用全链条,规范数据采集、处理和共享流程;加快科技创新规划布局,聚合要素资源,联合开展科研攻关和应用示范;搭建数字资产交易平台,推动视听数据产品公平透明交易,确保视听数据交易健康发展;加快国际开放合作,提升北京人工智能视听产

业全球影响力。坚持“政产学研用”协同,搭建智能体开发平台、数字资产交易平台和产业发展服务平台,为企业发展提供全周期服务,推动建立大中小企业融通发展、人工智能+视听产业链协同共进的繁荣生态。

在人工智能+视听安全方面,实施安全信任计划,构建可信环境,护航长远发展。探索数据分类分级和“监管沙盒”机制,建设高质量视听数据集,为国产大模型训练提供“优质营养”,鼓励多模态违规识别、深度伪造检测等技术应用,建立完善的内容安全审核与隐私保护体系,为视听产业的健康繁荣保驾护航。

《北京市促进“人工智能+视听”产业高质量发展行动方案(2025—2029年)》的发布实施,标志着北京抢抓人工智能技术发展契机,通过技术、内容、场景、服务、安全五位一体的系统性部署,全力推动广电视听产业迈向深刻的智能化变革,为全国“人工智能+视听”产业高质量发展探路领航。

达国际顶尖水平打破欧美壁垒

“新天工开物”三大自主创新成果在京亮相

本报讯(记者 赵鹏)当千年“天工”智慧邂逅当代科技锋芒,中国影像技术正以自主创新之姿,书写全球行业新篇。记者昨天获悉,“新天工开物——科技成就发布会”影像技术专场已在国家科技传播中心举行。其聚焦我国影像技术领域突破性进展,揭晓了中影CINITY LED影院放映系统及配套母版制作工艺、CUBE智联超高清模块化转播集群、非凡显示技术-UB Cell三项“硬核”成果,彰显我国从影像技术追随者向国际领跑者跨越。

国家广电总局广播电视科学研究院原院长、中国电子学会广播电视技术分会主任邹峰表示:“国家广播电视总局把

2025年定义为超高清电视年,中国超高清影视技术已实现快速发展轨道。”

从技术跟随到国际领跑,由中影自主研发的CINITY LED影院放映系统及配套母版制作工艺,成为全球首个获此认证的LED影院放映系统。中国工程院院士、中国电影电视技术学会学术委员会主席丁文华表示:“CINITY LED制作放映系统是我国数字电影核心放映技术实现自主可控的战略性突破。其技术指标和工程完备性,已达到国际顶尖水平,打破了欧美企业在数字电影放映领域的专利壁垒和技术垄断。”

中国电影产业集团股份有限公司

CINITY LED项目负责人边巍介绍,该系统目前已在国内46家影院投入商用,在德国即将落地10个CINITY LED影厅。

中国“转播魔方”连接世界,赛事转播画面不再模糊,声音清晰如临现场……上海广播电视台自主研发的CUBE智联超高清模块化转播集群,以“集装箱体+功能模块”设计突破传统转播车局限,高效支撑4K超高清集群化转播,为全球大型赛事转播提供了高效可靠的中国方案。目前,CUBE已服务巴黎奥运会、环法自行车赛等众多国际顶级赛事。

开启人眼可感知的画质革命,显示技术从“参数竞赛”走向“体验为王”,京东方

科技集团股份有限公司发布的UB Cell非凡显示技术,在行业内率先实现全视角无色偏、高环境光对比度、极致黑、高刷新率、高色域等一系列人眼可感知的超级画质,树立大尺寸显示技术新标杆。

中科院院士、中科院理论物理研究所研究员欧阳钟灿认为:“UB Cell技术将显示技术发展方向,从实验室参数提升向赋能实际应用场景的维度转变。”该技术创新在主观可感知画质的跨越化提升同时,还实现了显示画质与健康护眼统一,推动显示技术从“看得好”向“看得健康”演进,目前已应用于多家行业头部品牌的旗舰产品中。

本报社会观察

肉鸭出栏降成本涨 品牌营销推溢价

羽绒服的价格还和猪肉有关?

本报记者 孙毅



“涨价狂潮”“一天一个价”“迈入千元时代”……虽然最近降温不甚明显,但羽绒服还是以涨价的方式登上热搜。记者调查发现,近年来每到冬季,都会有羽绒服涨价的消息传来。今年羽绒服涨价了吗?因为什么?记者通过对专业人士的采访,为您揭秘羽绒服涨价背后的逻辑。

现场

“准确说是天气一冷就涨”

“涨了吗?这个价格一直都是这样的。”百荣世贸商城一家品牌羽绒服店面的销售,给出了与涨价消息不一致的回应,线上的涨价潮还没有传递到北京的线下市场。

这座北京最著名的服装批发市场,给羽绒服开辟了专属分区,三楼有一大块区域属于各种品牌的羽绒服。波司登、雪中飞、雅鹿、鸭鸭等市面上主流的国产羽绒服品牌,在这里都有店面。

有店面的90白鸭绒(含绒量90%)长款女式羽绒服售价均在1200元以上,90鹅绒长款女式羽绒服售价均在1500元以上。“今年没涨,白鸭绒跟去年基本上是持平的,鹅绒的价格甚至还稍微便宜一点。”

在这家店隔壁,另一个品牌相似款式的羽绒服,含绒量、充绒量、

蓬松度相同,售价还便宜500元左右。这些店面,几乎都将长款女式羽绒服摆放在店面核心位置,而这类产品也是店里售价最高的单品。

除了大品牌店面,百荣世贸商城里还有一些小品牌和外贸工厂店,这些店面的羽绒服售价很低。打折、特价、断码的羽绒服,有些售价甚至下探到99元。

“羽绒服涨价也不是年年涨,准确说是天气一冷就涨。天冷羽绒服需求量大导致价格上涨,很好理解。”有销售说,羽绒服品类很特殊,每年就做冬季这几个月生意。今年冬季,北京还“不够冷”,所以需求不算旺盛,价格也比较稳定。等过了冬季,羽绒服还要反季降价促销,商城里好几个现在卖羽绒服的店铺,入春就开始转型,销售真丝产品。

探因

“鸭绒价格与鸭肉需求相关”

与百荣世贸商城相距1200多公里的浙江嘉兴平湖,聚集着羽绒服上下游企业1000余家,相关经营主体1.3万余家。每年,全国市场50%以上的羽绒服出自这里。

今年“羽绒服涨价”相关消息,一致将涨价根源锁定在其核心填充物羽绒原料的价格波动。有媒体报道,90白鸭绒从最便宜的17万元/吨涨到约58万元/吨。

专门为平湖羽绒服企业提供羽绒价格信息的“华羽商讯”工作人员告诉记者,目前90白鸭绒的市场价在50万元/吨到55万元/吨,具体价格因为质量等级有微小差异。“今年还行吧,我们收集到的市场信息,跟去年同期基本上差不多。”

他解释,鸭绒是鸭肉市场的附属品,鸭绒的价格与鸭的出栏量密切相关。近年猪肉价格偏低,而且进口的牛肉价格也非常亲民,导致鸭肉的需求量受到影响。鸭养殖户减少出栏量,会导致市场鸭绒供给不足,价格缓慢上浮。

其实,这轮猪肉价格走低从2021年就开始了。2019到2020年,受非洲猪瘟影响,猪肉价格走高。2021年,随着产能恢复,猪肉价格开始走低,一直延续到现在。

2021年羽绒服新国标修订实施,整个羽绒市场行情有一波明显上涨。而鸭出栏量从2021年到2024年一直比较稳定,在40.02亿到42.20亿只之间。鸭绒供给稳定,近几年价格一直处于缓涨状态。

据羽绒金网发布的11月16日至11月22日行情周报,90白鸭绒的市场价约为56万元/吨。周报同时指出,羽绒价格与2023年同期及以前相比涨幅显著,但相较于2024年同期仍属相对平稳状态。近日“90白鸭绒最低的时候1吨17万元,现在差不多58万元”的传闻失真,并非一年内狂涨41万元。

记者查阅羽绒金网,2025年2月行情分析是“羽绒价格全线下跌”;3月行情分析是“羽绒价格逐渐回归理性,接近2023年的水平”;9月行情分析是“金九未兑现,原料绒采购趋于谨慎”。这种市场低迷的信息,一直持续到10月初。从2月底到9月初,90白鸭绒的市场价一直在42万到49万元/吨徘徊。有养殖户告诉记者,鸭毛收购价上涨是10月以后的事。

羽绒服厂商为什么不在原料低价时囤货?“囤货的风险太大。”苏哥是平湖羽绒服买手,时刻关注市场行情。他说:“羽绒服是一个重资产行业,囤

绒的话,需要很大的资金量投入。对广大中小厂商来说,在春夏季压大量资金去囤绒,限制了资金流动,也就限制了春夏季的服装生产。”

每次羽绒服涨价的消息,都以头部品牌举例。在羽绒服市场,只有金字塔顶端的少数大厂能掌控产业链全部环节,大部分中小厂商只在羽绒服产业链的某一个环节生存。大厂商拥有自己的原料供应基地,一线工人相对稳定,中小厂商随时受原料和人力成本波动影响。大厂商还能通过研发、设计和营销,制造品牌溢价,引领市场价格。

有从业者从更宏观的角度分析,价格最终由供求关系决定。去年暖冬,有厂商损失惨重,对今年的羽绒服市场寄予厚望。“服装属于快消费品,新品的价格保质期很短,一个季度过了马上打折,699变成399,199(元),规律永远如此。所以有涨价的消息,大家都去放大。”

消费

“女装最贵,童装更划算”

“每年都能看见羽绒服涨价的消息,可我不会每年都买羽绒服,一件羽绒服能穿好几年,款式又没什么变化。我为什么要赶着涨价的时候买呢?等换季降价促销的时候再说呗。”消费者小万说,供暖之后,羽绒服的使用场景大部分是上下班通勤,有一薄一厚两款足够了。

有涨价新闻援引11月19日数据,90白鸭绒56万元/吨,同比上涨7.6%。消费者算起了账,1克才0.56元,一件羽绒服以充绒量200克计算,充绒成本是112元。同比上涨7.6%,多投入的充绒成本还不到10元,而且市场上大部分羽绒服充绒量都不到200克。

还有消费者发现,同一品牌的羽绒服女装最贵,相同羽绒质量,充绒量

的衣服,选择童装更划算。记者注意到在某品牌官方网店,一款160厘米的女式羽绒服,使用的是90白鸭绒、蓬松度680+FP、清洁度700mm、充绒量156克,售价980元。同一网店,一款160厘米的女童羽绒服,使用的是90白鸭绒、蓬松度680+FP、清洁度1000mm、充绒量146克,售价660元。另一品牌官方网店,也有类似情况,女式羽绒服售价930元,相近充绒质量、重量的女童羽绒服,售价560元。所以,在童装羽绒服的评论区,有消费者留下评论:“小个子女生也能穿。”

另有一些消费者则更加彻底,他们转而投入更便宜的聚酯纤维、聚丙烯纤维等保暖材料怀抱。珊瑚绒、半边绒等都是这些新材料的制成品。

集中展现冬奥遗产活化利用成果

京张冰雪文化旅游季推出十条主题线路

本报张家口11月27日电(记者 关一文)2025—2026京张冰雪文化旅游季启动仪式在京举行,并发布十条北京冰雪文化旅游主题线路。这些线路首次系统整合了北京地区冰雪资源,将冰雪景区、冬奥场馆、冰雪运动场所、温泉养生、景观绿道系统以及文化体验空间创新性串联,线路中既有适合家庭亲子、朋友欢聚的欢乐之旅,也有满足文化探寻、康养休闲的慢享之行,充分体现“冰雪+”融合特色,为游客打造丰富多彩的冬季文旅体验。

本次发布的十条主题线路亮点纷呈,覆盖城市核心区与京郊的山水雪境,充分满足不同游客群体的多元化需求。古都冰韵城市漫游之旅串联什刹海、北海公园等经典冰场,在红墙碧瓦间体验皇家冰趣。双奥遗产动感欢乐之旅从北京奥运博物馆到鸟巢欢乐冰雪季,再到“冰立方”冰上乐园,让游客在奥运场馆中重温荣耀。冬日暖游温泉康养之旅融合南苑森林湿地公园的冬日景色、世界花卉大观园的“热带反差”与南官温泉的暖意,在冰火交织中驱散寒意,享受冬日治愈。长街向西文体乐活之旅以华熙LIVE·五棵松和首钢园为核心,将工业风、冰雪赛事、潮流娱乐与冰川科普相结合,打造年轻态的酷爽冰雪体验。京西人文古村寻迹之旅探访琉璃厂的古韵雪境、神泉峡的壮丽冰瀑与慕田峪上村的雪落古宅,在京西古道上一同追寻历史足迹。冰雪逐梦山野狂欢之旅从烟火气十足的钱粮市集,到顺义奥林匹克水上公园的镜面冰湖,再到乔波室内滑雪馆的四季雪道,实现全天候的冰雪逐梦。冰雪雅韵童趣溜娃之旅围绕温都水城、静之湖滑雪场等,打造集温泉、艺术、亲子滑雪于一体的家庭出游优选。京郊光影雪韵打卡之旅链接白河城市森林公园的静谧绿道、云

佛山滑雪场的速度与激情,以及古北水镇“长城温泉”的极致浪漫,成就摄影爱好者的天堂。长城雪境慢享清闲之旅在怀北国际滑雪场的长城脚下飞驰,于雁栖湖绿道漫步赏雪,再到板栗品味冬日烟火气,最后登临慕田峪长城,领略“山舞银蛇”的壮阔。京北秘境观瀑赏灯之旅深入延庆奥林匹克园区,体验“雪飞燕”的速度,逛永宁古城非遗市集,漫步瀛山绿道,并可顺路欣赏龙庆峡的璀璨冰灯。

这些线路集中展现了冬奥遗产的活化利用成果,融合国家体育场(“鸟巢”)、国家游泳中心(“冰立方”)、首钢滑雪大跳台、北京延庆奥林匹克园区等标志性冬奥场馆,推出“双奥”主题冰雪旅游线路,展示冬奥场馆赛后利用与冰雪旅游深度融合的创新路径;同时,将各具特色的绿道融入冰雪线路之中,为游客提供集冰雪运动与生态休闲于一体的多样化体验,延伸拓展四季旅游新形态。

启动仪式上,张家口市文化广电和旅游局推出“冬奥激情·冰雪畅享之旅”“暖冬康养·温泉休闲之旅”“古韵风情·民俗体验之旅”三条冰雪精品线路,今年冬季将发放5000张冬季文旅消费券,覆盖雪场门票、住宿餐饮、文创购物等场景。北京市昌平区文化和旅游局推出“全民进雪场惠民雪票活动”,发放一万张惠民雪票,并联动区内重点景区、品质餐饮与精品住宿,推出系列专属福利。

市文旅局相关负责人表示,本次活动旨在展示京张两地冰雪旅游高质量发展的最新成果,强化冬奥场馆赛后利用的典范效应,释放冰雪旅游消费新动能,进一步提升“京张冰雪”区域公共品牌的影响力和竞争力,推动冰雪经济成为区域高质量发展的新引擎,为京张体育文化旅游带建设持续注入强劲动力。

搭建活化非遗对话传统文化平台

大运河非遗主题巡展津门启幕



人们参观展览,感受大运河文脉在当代的传承。

本报讯(记者 赵鹏)千年运河是一部流动的文明史诗,大运河串联起南北风情,也滋养着沿岸城市独特的文化气质。记者昨天获悉,首都图书馆与天津图书馆联合主办的“运河非遗·河合共生”大运河非遗主题巡展在天津图书馆启幕,为津门百姓带来一场融合传统韵味与地域特色的大运河非遗盛宴。

作为大运河非遗主题巡展的第二站,本次展览依托丰富的馆藏资源和非遗协会的专业指导,搭建起一个活化非遗、对话传统的文化平台。展览立足天津作为运河节点城市和近代北方经济中心的特点地位,梳理与运河息息相关的非遗项目,通过技艺之美、艺术之魂、生活之味三大板块,并配合实物展陈等多种形式,展现大运河非物质文化遗产的深厚积淀,以及大运河文脉在当代的发展延续与活态传承。

运河之水滋养两岸智慧,更孕育造物匠艺。织绣经纬中,杭绣彰显皇家气韵,苏绣开创仿真新境,京绣成就华服典范;窑火凝驻处,越窑青瓷千峰翠色,宣兴紫砂壶中藏韵,而津派刻瓷以刀代笔,在瓷面上镌刻出深浅有致的北地风骨;文房雅事里,湖笔紫纸生韵,徽墨拈轻磨清,宣纸轻韧如帛;时光至味中,绍兴黄酒醇厚、镇江香醋绵柔,而独流老醋酿出“醋中带着甜、久存不腐”的津味底蕴。

运河以水为弦,汇南北声腔。梨园清音沿河流转,越剧婉转、昆曲缠绵,京剧徽徽汉精华成国粹经典;曲艺妙赏,江南丝竹清丽婉约,胶州秧歌奔放舒展,而津门马氏相声在运河畔生根发芽,成为运河码头上一颗璀璨的明珠,以幽默智慧诉说市井百态。

运河脉动融入市井呼吸,南北风物在此交织成鲜活的生活图景。年画以桃花坞之雅致、杨柳青之富丽,绘就百姓对美好生活的祈愿;泥塑融惠山“大阿福”之淳朴、“泥人张”之传神,捏塑出人间百态的温度与灵动;杭帮菜追求本味之真,徽菜演绎发酵之妙,而桂发祥十八街麻花以“酥香透骨、百味调和”的匠心,成为运河美食长廊中不可或缺的津味符号。

愿;泥塑融惠山“大阿福”之淳朴、“泥人张”之传神,捏塑出人间百态的温度与灵动;杭帮菜追求本味之真,徽菜演绎发酵之妙,而桂发祥十八街麻花以“酥香透骨、百味调和”的匠心,成为运河美食长廊中不可或缺的津味符号。

作为大运河蜿蜒北上的重要节点,天津自古因河而兴,凭湾而盛。运河不仅塑造了天津“河海要冲”的地理格局,带来了南来北往的货物,更滋养了这座城市开放包容、兼收并蓄的文化品格,积淀下丰富多样的、富有独特韵味的非物质文化遗产。

本次展览特设天津非遗实物展区,通过遴选的代表性展品,静态呈现天津非遗的匠心独运与艺术成就。展区内,国家级非遗“杨柳青木版年画”色彩艳丽,寓意吉祥,尽显北方民间艺术的饱满生命力;“津派王氏内画”在方寸之地的鼻烟壶内勾勒出大千世界;“满汉双文书写艺术”展现了满汉文化交融的书法美感;“管子演奏技艺”是古老乐音的见证;“田香缘宫廷香枝艺”令观者透过时光嗅见历史的芬芳;“姊妹红绳艺”作品“天津之眼”将传统技艺与现代地标巧妙结合,构思新颖;“唐氏邮票画”以邮票为材拼贴成画,别具匠心。这些实物展品无声地述说着运河滋养下的天津卫所孕育出的卓越智慧与生活美学。

图书馆作为城市文化会客厅,正成为连接传统与现代、促进非遗活态传承的平台。此次巡展不仅是对大运河文化带的致敬,也是对非物质文化遗产在当下保护、传承与创新实践的诠释,更是对天津本土非遗保护成果的展示。

本次展览将持续到12月25日,继天津站展览之后,“运河非遗·河合共生”大运河非遗主题巡展将沿大运河沿线省市巡回展出,让更多人在千年运河文脉中,感受大运河非遗的独特魅力。