

广电行业综合信息

2026 年 第 09 期 （总第 182 期）

中国广播电视设备工业协会

2026 年 10 月 03 日

目 录

一、行业信息	4
(一)、新技术和市场动态	4
1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态	4
2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术	4
(1) 中国广电一体化电视适配器集采公告正式发布	4
(2) 中国广电 5G 用户近 4400 万 距三年 5000 万目标仍有差距	4
(3) 中国广电慧家生活服务中心四川省首批 147 家门店同步开业	5
(4) 中国广电陈薇赴宁夏公司调研	5
(5) 中国广电宋起柱：聚焦“广电视听+信息通信+人工智能”融合发展	6
3. 直播星和户户通、村村通	7
4. 有线电视	7
(1) 东方有线顺利完成同播频道统一序号工作	7
(2) 内蒙古广电亮相第十届内蒙古自治区文化产业博览交易会	8
(3) 把车载以太网“搬”进广电同轴，江苏有线让千兆入户成本降了近一半9	
(4) 歌华有线发布“歌华词元平台”及 Token 产品服务体系，AI 算力服务正	
式上线	9
5. 前端、制作与信源	10
(1) 以“广播速度”重塑新闻深度,上海广播电视台以融媒助推新闻高质量发	
展	10
(2) 江苏省广播电视总台数智化转型：以 AI 为引擎，重构主流媒体新范式12	
(3) 《上海广播电视台（集团）打造数智主流媒体集团“十五五”规划》正	
式发布	14
6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态	14
(1) 2026 年 8 月全球液晶电视面板市场出货	14
7. 新媒体	16
(1) 新规落地首批发证发号，“北京大视听”微短剧展现新气象	16
8. 媒体融合	17
(1) 从“演播厅”到“城市观察空间”XR 技术赋能主流媒体融合发展新实	
践	17
(2) 央视、芒果、荔枝、上海、浙江:广电智媒的五条路,没有标准答案	18
9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术	21
(1) 中国 AR 眼镜翻倍式增长 正分化为两大阵营	21
10. 国际动态	22
(1) 英国电信行业高管警告：5G 升级太慢，英国可能输掉 AI 竞赛	22
(2) 马斯克：AI 将令全球经济规模增长 20%-30% 十年内人形机器人达 10	
亿台	22
(3) 全球人形机器人未来 10 年内达 10 亿台	23
(4) 75%美国观众看电视时玩手机,注意力争夺战已转向	23
(5) 德国付费视频市场 2026 年预计增至 56 亿欧元,订阅数逼近 2700 万	24
(6) 2025 年欧洲广告支出 1871 亿欧元,同比增长 5.8%	25

(7) 硅谷巨头集体踩急刹车 AI 降速呼声重挫英伟达等芯片股	25
11. 走向海外	26
(二)、重要政策进展	26
1. 科技热点	26
(1) 全国一体化算力监测落地 算力网建设提速	26
(2) 中国信通院总工何宝宏：智算规模同比增长 177%，形成扎实的算力综合底座	27
(3) 国家数据局：将适时推动具身智能数据标准建设	28
(4) 我国正式开展数据产权登记工作，数据也有“身份证”了	28
(5) 北京锚定全球智能经济标杆城市，2030 数字经济占比将突破 50%	29
(6) 我国已累计建成投产 6 个国产万卡智算集群	31
2. 宽带中国	32
(1) 我国卫星通信产业迈入高速发展黄金期	32
(2) 中国联通研究院与中国星网牵头 北京 6G 空天地一体实验室正式发布	33
(3) 工信部刘郁林对信息通信业发展提出四点建议	34
3. 相关政策法规	35
(1) 《微短剧发展管理办法》9 月 1 日施行：这部新规有哪些政策要点	35
(2) 最新利好 七部门联合发布	37
(3) 8 月处理电视剧侵权账号 134 个，清理侵权链接 352 万条	38
(4) 专项整治 AI 应用乱象！百万违规信息被清理、数千违规账号 APP 遭处置	39
(5) 广电总局对网络故事片创作提出四点要求	40
(6) 尹欣任上海广播电视台总编辑	40
(7) 广电总局：对微短剧严格执行凡播必审制度 鼓励探索边播边审模式	41
(8) 广电总局发布《关于促进广播电视和网络视听公益广告高质量发展的意见》	41
4. 与广电相关的标准	42
5. 广电行业动态与分析	42
(1) 广电总局：17 个省级广电投入资金，计划扶持超 500 部微短剧	42
(2) 广电视听服务和体验“双提升”新举措：广电总局就两项电视运营服务规定公开征求意见	43
(3) 国家广播电视网工程技术研究中心电视大屏 AI 应用分中心落地无锡，电视大屏步入“AI”时代	45
(4) 央视新闻点名 AI 剧：“千人一面”谁来治	45
(5) 从“重温经典”到田间义诊：2026“三下乡”贵州集中示范活动为何这么火	46
(6) 广电总局最新通知	47
二、会员企业信息	48
1. 从望远镜到摄像机，博冠硬实力不止一面	49
2. 广通公司在“创客北京 2026”新奥·聚变专项赛斩获佳绩，以硬核技术赋能“人造太阳”国产化	49
3. 智贯南北！6 号线开通，南京熊猫护航每一程	50
4. 九州科技前往盐源县开展助学帮扶活动	51

一、行业信息

（一）、新技术和市场动态

1. 地面传输覆盖及地面数字电视动态

（本期无）

2. 中国广电 5G 网络建设与 4K/8K 技术

（1）中国广电一体化电视适配器集采公告正式发布

2026 年 09 月 02 日来源：中国广电

8 月 31 日，中国广电一体化电视适配器集采公告正式发布。这是中国广电首次就一体化电视终端进行全国性集中采购，标志着一体化电视全国推广各项前期准备工作已基本就绪，正式进入规模部署实施阶段。

一体化电视以“应用软件+适配器硬件”将机顶盒功能融入电视机，用户无需外接设备，即可收看直播、时移、回看等节目，开机即看，告别多遥控器与杂乱线缆，收视体验得到切实改善。

集采启动前，中国广电已完成技术规范编制、28 个省网业务对接验证，以及统一 APP 在多品牌终端上的深度适配测试，为后续设备供货和入户安装打下坚实基础。

下一步，中国广电将继续组织全国各省广电网络公司严格落实国家广播电视总局各项工作部署，抓好软硬件协同适配、终端供货保障、装维培训及宣传推广等重点任务，扎实推进电视服务“双提升”，持续巩固深化“双治理”工作成效，切实把便民惠民的电视服务送到千家万户。

（2）中国广电 5G 用户近 4400 万 距三年 5000 万目标仍有差距

2026 年 09 月 02 日来源：中国经营报

日前，国家广播电视总局公布 2026 年上半年广播电视服务业主要数据。经初步统计，今年上半年全国广播电视服务业总收入 7513.89 亿元，同比增长 9.15%；实际创收收入 6753.65 亿元，同比增长 11.05%。与此同时，截至 6 月末，全国有线电视实际用户 2.05 亿户，广电 5G 用户近 4400 万户。

从用户规模看，广电 5G 正在成为广播电视行业近年来少数保持扩张的新业务。截至 2025 年年底，广电 5G 用户近 4200 万户；截至今年 3 月末，这一数字约为 4300 万户。由此测算，今年上半年广电 5G 用户净增约 200 万户，其中第二季度单季增加约 100 万户。

不过，这距离中国广电此前提出的“三年发展 5000 万移动网络用户”目标仍有差距。2023 年年初，中国广电曾提出用三年时间发展 5000 万移动网络用户。按照原定时间表，这一目标在 2025 年年末就应该进入验收节点，而截至今年 6 月末仍有约 600 万户缺口。

（3）中国广电慧家生活服务中心四川省首批 147 家门店同步开业

2026 年 09 月 11 日来源：中国广电四川

9 月 10 日，中国广电慧家生活服务中心四川省内首批 147 家门店同步开业。这标志着中国广电四川公司依托全域网络覆盖优势和千家线下营业厅触点资源，正式开启公众业务从“家庭通信连接者”向“家庭综合运营服务商”的战略转型。

作为中国广电四川公司 2026 年度重点推进的“一号工程”，中国广电慧家生活服务中心是公司践行“以人民为中心”发展理念、推动传统业务迭代升级的核心载体。依托央企品牌公信力、海量家庭用户基础和成熟社区渠道优势，慧家中心聚焦家庭用户需求，打造一站式社区民生服务实体场景。

立足电视、宽带、通信核心主业，慧家中心高效整合康养、文旅、电商、保险、家政等多元生活服务业态，打破传统广电营业厅单一业务办理的服务局限，推动原有基础服务窗口升级为集居家康养、旅游研学、家政服务、家庭财险、便民寄递与社区新零售于一体的“社区综合服务枢纽”，实现线下服务场景的提质扩容。

首批门店覆盖全省 21 个市州，形成全域联动、多点发力的发展态势。各门店以线下实体为服务入口、以社区圈层为服务半径，精准对接辖区居民家庭生活需求，通过高频次、亲民化、普惠性的便民服务，搭建常态化、近距离、高黏性的用户服务桥梁，推动广电公共服务从“最后一公里”延伸至“身边零距离”。

针对传统广电业务线上获客不足、线下体验单一、供需衔接割裂等行业痛点，中国广电四川公司创新打造“线下社区实体门店+线上直播全域运营”的双向融合服务模式。依托广电 5G 数字化技术赋能，公司传统家庭信息服务、智慧家居基础服务加快向社区数字电商、银发智慧康养、便民生活配套等数字生活场景拓展，智慧广电服务内涵不断丰富。

目前，该公司已与柏年乐居、锦泰保险等多家合作伙伴达成战略合作，通过资源共享、优势互补、生态共建，持续完善民生服务体系，全力将“广电慧家”打造成聚民心、惠民生、暖民心的标杆工程。

此次 147 家门店同步启航，是中国广电四川公司深化综合服务、履行社会责任、赋能民生建设的重要实践。未来，该公司将持续优化服务体系、升级服务品质、丰富服务场景，致力于将“广电慧家”锻造成百姓心中有温度、靠得住的民生服务金字招牌，为文化强省、网络强省和数字四川建设持续贡献广电力量。

（4）中国广电陈薇赴宁夏公司调研

2026 年 09 月 22 日来源：中国广电

近日，中国广电党委委员、纪委书记陈薇一行赴宁夏公司调研，宁夏公司党委书记、董事长李吉勇，党委副书记、总经理唐智陪同调研。



调研组走访银川鼓楼北街营业厅，与一线员工深入交流，了解网格运维、窗口服务、市场经营及广电 5G 文旅产品等情况；随后参观公司业务展厅、总前端机房、客户服务中心，实地考察中国广电（宁夏·中卫）数据中心，了解公司整体发展概况。

在座谈会上，调研组重点听取了宁夏公司关于公众与政企业务发展、算力基础设施建设、

新赛道布局及纪检、法务、审计等方面的工作汇报，并对宁夏公司坚持改革发展、合规管理所取得的工作成效给予充分肯定，要求宁夏公司下一步要以政治建设为统领、以合规管理为保障，统筹推进改革发展与安全稳定，奋力开创高质量发展新局面。

一是筑牢思想根基，坚守党媒政网初心使命，严格对标中央、中宣部、国家广播电视总局及中国广电集团决策部署，将政治建设贯穿经营发展全过程。

二是深化改革攻坚，扎实推进制度迭代、组织变革、全员竞聘等重点任务落地见效，确保干部队伍稳定、业务运转有序、发展态势平稳。

三是抓实纪律作风，在拓展投资规模、查办纪检案件、营造干事创业氛围等工作中，不断强化纪律约束和作风建设。

四是守牢安全底线，深耕主责主业，抓严抓实资金安全与资金回流、参控股子公司管控、数据安全、干部廉洁成长等工作，巩固发展与安全并重的良好态势。

五是严守合规红线，树立正确政绩观，审慎推进民营企业合作、自然人股权收购等相关工作，持续强化审计监督与纪检监察，构建全方位合规管控体系。

中国广电集团法务部、审计部，中国广电股份法律合规部有关负责同志及宁夏公司相关班子成员、部门负责人参加调研。

（5）中国广电宋起柱：聚焦“广电视听+信息通信+人工智能”融合发展

2026年09月28日来源：中国广电

9月23日，中国广电党委书记、董事长宋起柱出席2026年中国国际信息通信展览会开幕式并致辞。

宋起柱表示，面向“十五五”，中国广电将聚焦“广电视听+信息通信+人工智能”融合发展，夯实信息基础设施，壮大信息通信产业体系，加快走出一条特色融合发展之路。

一是强网筑基，夯实数智承载底座。以打造超高清、全覆盖、高可靠、强安全的新一代广电网络底座为目标，持续深化共建共享，深耕700MHz 5G精品网络，深化700MHz与中高频段协同组网，增强通感一体、低空智联能力；推进广电国干网演进和有线接入网光纤化、智能化改造；面向6G构建“端网业”协同的智能体网络，推动网络资源智能调度与运行自优化。

二是兴算赋能，激活数据要素价值。依托广电行业内容积淀，统筹广电视听、文旅文博等多元文化资源，完善数据技术标准，全维度汇聚有线电视、广电宽带、5G用户等数据，打造高质量视听文化数据集；深化AI与网络融合创新，加快基础及垂类大模型部署，搭建全链路行业共创平台，推动数据向智能应用高效转化。

三是智汇生态，构建协同开放格局。打造“算力+平台+数据+模型+服务”的一体化Token智慧生态，迭代升级“中国广电”客户端，实现大中小屏“全端通”；推进中国广电（宁夏·中卫）数据中心智算能力建设，面向企业、开发者开放大模型调用能力；面向千行百业尤其是广电、宣传文化系统提供内容创作、智能译制、超高清修复、IP孵化、智慧运营等模块化服务。

宋起柱表示，中国广电将与产业伙伴携手并进，共建数智广电新生态，共促产业融合新发展，为网络强国、数字中国建设贡献广电智慧与力量。

3. 直播星和户户通、村村通

（本期无）

4. 有线电视

（1）东方有线顺利完成同播频道统一序号工作

2026 年 09 月 02 日来源：东方有线

为深入贯彻落实国家广播电视总局关于推进超高清电视发展、规范有线电视直播频道序列号的工作部署，切实提升用户收视体验，东方有线网络有限公司（以下简称“东方有线”）宣布，已于 8 月 19 日顺利完成上海地区有线电视同播频道统一序号工作。此次升级工作是推进广播电视公共服务标准化、助力超高清产业普及落地的重要实践，着力破解了同一频道超高清、高清、标清多路信号分占多个频道号的行业共性痛点，标志着上海广电行业在提升用户体验、落实国家广播电视总局“同播频道统一序号”工作部署方面迈出了关键一步，为上海市近 400 万端高清、超高清机顶盒用户带来了更清晰、更便捷、更流畅的收视新体验，也为国内超大型城市有线电视同播序号规范化落地积累了实践样本。

落实统一部署，打造超高清发展“上海样板”

2025 年国家广播电视总局下发《关于规范有线电视直播频道序列号的指导意见（征求意见稿）》，明确要求各地有线电视网络优化频道序号编排，实现同播频道统一序号。东方有线迅速响应文件精神，将“同播频道统一序号”作为改善群众看电视体验、提升公共服务质效的重要抓手。在广电总局相关司局、中国广电集团、上海市广播电视局、上海广播电视台（集团）和东方明珠新媒体股份有限公司的指导下，东方有线加强组织协调，从方案论证、技术攻关、终端升级到服务保障、宣传引导等各环节周密衔接、闭环执行，严格对标总局要求，制定一体化协同工作方案和应急预案，确保各项工作落细落实。

上海有线数字电视业务起步早、用户基数庞大，全网存量终端横跨标清、高清、超高清三代产品。其中超 40 余款不同型号高清、超高清机顶盒并存，终端软硬件能力各不相同，成为本次同播序号优化工作的最大现实挑战。同播序号统一并非简单的频道编排调整，而是需要考虑多场景、多系统与多型号、多版本终端之间的兼容适配与全局联动，既要保障超高清、高清、标清各类用户均可正常收看节目，又要落地“一频道一号、自动适配最高画质”的业务逻辑，还要保障异常场景下的收视不中断，整套同播业务技术实现复杂，容错要求极高。

面对复杂的市场情况，在方案设计上东方有线锚定为民服务的核心目标，积极落实超高清频道优先显示工作要求。频道列表页增加超高清分类并前置显示；卫视频道序号以“超高清优先、高清居中、标清靠后”的逻辑顺序。按照信号清晰度进行专门排序，并在各分段末尾预留扩展号段，为后续频道升级调整预留平滑扩展空间。同时，为充分兼顾用户原有收看习惯，东方有线推出了“同播频道序号自动跳转”功能。通过同播频道序号映射方式，实现多个序号对应同一频道，即使用户习惯了旧的频道号（如输入 300），系统也会自动跳转至新的频道号（1 号），并弹出提示，有效降低用户的学习成本，实现平滑过渡。

系统推进实施，彰显行业责任担当

为确保频道序号调整工作的顺利实施，东方有线坚持以用户为中心，严细深实推动各项工作有序开展：

在技术攻坚方面，2026 年 1 月起东方有线陆续推进各型号机顶盒软件版本升级推送工作，结合机顶盒型号、软件版本差异，制定分批次升级方案，逐步扩大升级覆盖范围，更通

过搭建全量频道实验室测试环境，对全量型号机顶盒开展全场景测试和兼容性测试，并于2026年5月率先进行同播配置试点频道，观察同播机顶盒运行情况。最终通过多措并举实现攻坚克难，充分论证了技术方案的可行性，全力保障民生收视业务的平稳落地。

在服务保障方面，东方有线强化服务全链条协同，一是全面部署一线装维人员，确保用户服务申告及时响应、快速处理。二是通过优化自助服务场景、统筹调配客服人力、实时收集分析一线数据等举措，提升热线接通率与服务效率，并提前与12345市民服务热线完成专项对接，更新知识库问答口径，制定专项工单报送流程与处置规范，确保外部渠道信息一致、响应高效。三是健全应急机制，建立服务异常情况“早发现、快响应、闭环处置”的信息通报机制，确保突发问题的及时反馈应对，全力保障用户收视服务平稳有序。

在宣传引导方面，东方有线坚持“宣传先行、引导在前”，通过线上线下全渠道开展用户告知工作。提前通过电视大屏端的开机画面、换台提示、音量条及导视频道等核心触点，滚动播放频道调整公告；同时依托东方有线官方微博、微信公众号、小红书等新媒体矩阵，及上海市营业厅网点，并协同主流媒体发布图文解读、操作指南及常见问题解答，帮助用户提前了解调整内容，减少使用困惑。

同播频道统一序号，是推动超高清普及、优化用户收视体验的关键一步。从“多号选一”到“一号通看”，这项改变让操作更简单，让超高清内容触达更直接。

下一步，东方有线将以此次升级为契机，一方面深化超高清AI升级行动，持续推进纯标清用户免费更换超高清机顶盒工作，不断扩大超高清用户占比，落实总局标清终端升级、标清用户清零的目标任务，推动上海有线电视网络全面迈入超高清时代。另一方面，也将加快推进超高清AI智能体“爱管家”东东等智慧家庭服务的规模化落地，为拓展“AI+民生服务”、抢占智慧家庭入口打好基础，切实将频道序号优化成果转化为提升公共文化服务水平、推动广电网络高质量发展的实际成效。

（2）内蒙古广电亮相第十届内蒙古自治区文化产业博览交易会

| 中国广电内蒙古网络有限公司

8月27日至31日，中国广电内蒙古网络有限公司参展第十届内蒙古自治区文化产业博览交易会。

公司展区以“广电聚力科创融合 网络赋能文化强区”为主题，模拟全域立体网络沙盘，实景还原家庭智慧客厅场景，设置铸牢中华民族共同体意识电视专区，广电5G专区、重点民生项目专区、蒙超互动专区等，以“一张网、万物联、产业兴”，打造沉浸式、互动化展区，以科技赋能文化、以网络扎根本土，全方位展现国有文化企业“文化+科技”融合发展实践。

展区还设置了广电有礼展区和蒙超互动专区以及文博会打卡点位，现场还设有射门游戏、扫码领取纪念册等互动体验，吸引了众多观众参观、参与。

作为自治区直属国有文化企业，公司主营业务涵盖有线数字电视传输、网络技术服务、融合视频服务、5G移动通信服务等。在自治区党委政府和中国广电的坚强领导下，公司以“传播党的声音，服务人民群众”为初心使命，贯彻落实自治区党委“1571”工作部署，打造集主流舆论传播、公共服务惠民、数字文化赋能、综合信息服务、国家应急支撑五大功能于一体的新型广电网络。本次展会进一步展示公司综合实力、彰显国有文化企业使命担当，同时搭建了企业与公众近距离沟通的桥梁，让“广电网络服务民生”的品牌形象更加深入人心。借助文博会这一自治区文化产业的高端交流平台，公司与优质企业同台互鉴，聚焦数智赋能，为文化强区贡献广电网络力量。

（3）把车载以太网“搬”进广电同轴，江苏有线让千兆入户成本降了近一半

2026 年 09 月 14 日来源：科技视听

近日，江苏有线技术研究院受邀在国家广播电视总局“深化超高清发展推动广播电视服务和体验‘双提升’”专题研讨班上作专题技术分享，介绍自主研发的基于 1000BASE-T1 技术的 GCAS（Gigabit Coaxial IP Access System，千兆同轴 IP 接入系统）创新成果与实网落地经验。

江苏有线技术研究院开展软硬件全栈自研，创新将车载以太网 1000BASE-T1 技术迁移适配广电 75Ω 同轴介质，攻克巴伦阻抗与平衡不平衡转换、PoC 同轴共缆馈电、长距动态信号补偿、跨 MCU 链路自适应速率协商等多项关键技术；项目采用 JDM 模式完成 GCAS 产品硬件落地，依托成熟产业链实现硬件规模化量产，具备产品对外推广销售的现实可行性。整套设备即插即用、兼容标准以太网体系，不受厂商私有协议束缚，千兆宽带入户成本相比 FTTH 可降低近 50%，既可以服务于江苏本地网络升级，也能够面向全国各省市广电网络运营商输出标准化产品、组网方案与运维服务，可广泛应用于老旧小区千兆改造、大户型全屋组网等多元场景，复用现有同轴管线无须大规模破墙布线，实现双向对称千兆 IP 传输，把闲置同轴资源转变为千兆业务载体，夯实超高清业务规模化落地的网络底座，为全国广电盘活存量同轴资产、推进网络 IP 化千兆化改造输出可复制的江苏样板。

下一步，江苏有线将持续深耕广电接入网络技术攻关，加快 GCAS 产品迭代，深度参与《千兆同轴接入技术要求》行业标准研究编制，不断扩大试点规模、打磨工程运维标准化体系，以科技创新激活存量网络价值，助力广播电视服务和体验“双提升”工作走深走实，为新时代广电网络高质量发展贡献江苏智慧。

（4）歌华有线发布“歌华词元平台”及 Token 产品服务体系，AI 算力服务正式上线

2026 年 09 月 10 日来源：歌华有线

继 7 月推出 AI 智能体“小华”、8 月发布儿童智能终端“小宝”后，歌华有线于 9 月 10 日正式上线自主研发的“歌华词元平台”（Gehua Token Hub），并同步发布完整的词元产品服务体系，这标志着歌华有线在“AI 应用产品+词元算力服务+基础通信+增值权益”全维度业务布局再进一步。作为“歌华智家·全端通”产品体系的核心算力底座，平台聚合多家主流大模型资源，面向个人用户及小微团队提供统一接入、灵活计费、安全可控的一站式 AI 算力服务，并逐步向政企场景延伸。

“歌华词元平台”依托自研核心架构，实现多厂商大模型智能调度。用户首次开通可获取专属 API Key，按需调用阿里云通义千问、字节跳动火山引擎、DeepSeek、GLM、Kimi 等主流大模型。平台提供旗舰版、轻量版等多档规格，满足通用对话、专业编程、长文档解析、复杂逻辑推理等需求。平台同步规划企业级服务能力，未来将面向政府机关、金融机构及企业集团，提供多租户隔离、私有化部署及全链路合规管控等定制化交付方案。

在收费模式上，“歌华词元平台”采用“免费基础额度+付费定制包”普惠产品体系，支持微信、支付宝小程序线上办理，首次注册可领取一万“小华豆”体验平台服务。付费定制包分 30 天短期包（9.9 元起）与 365 天年度包（30 元起），灵活匹配个人使用与团队项目等多元需求。

面向未来，歌华有线将持续完善“歌华词元平台”产品运营体系，打通从算力供给、模型调用到应用落地的全流程业务闭环，助力广电行业内容、智能、算力协同升级，持续输出普惠、高效、安全的 AI 算力能力，赋能首都智慧家庭建设与千行百业数字化转型发展。

5. 前端、制作与信源

（1）以“广播速度”重塑新闻深度,上海广播电视台以融媒助推新闻高质量发展

| SMG 发布 | 2026-09-04

在近日国家广播电视总局举办的广播电视新闻高质量发展座谈会上，上海广播电视台（集团）旗下东方广播中心作为代表，以《民生一网通》为例，分享了在广播、电视、网络三方联动中的探索实践。该案例通过轻量化呈现、直播态互动和强互动设计，以互联网思维优化内容配置，以用户反馈牵引采编全流程，力求让主流价值引领舆论、主流文化深入人心。

这一探索被视作广电媒体系统性变革中广播立足自身介质优势、提升新闻传播效能的样本观察之一。以下为发言摘录。

推进全媒转型，提升融媒创新力

为打造“广电网”媒体深度融合的“上海样本”，上海广播电视台创设了舆论监督直播节目《民生一网通》。这是一档以广播为主导，在广播主频率、电视主频道及互联网平台同步直播的日播节目。开播五年来，《民生一网通》回应市民需求，在线解决百姓“急难愁盼”问题逾 4000 件，2025 年获评“百佳”广播电视新闻栏目。

作为涵养优质新闻内容和爆款网络产品的“源头活水”，《民生一网通》每天直播中最鲜活的节目素材持续为《新闻报道》《990 早新闻》节目以及“新闻坊”“话匣子”微信公众号等输送内容，并通过二创作推出一系列录音报道、视频、海报、图文等，形成长尾效应。

上海广播电视台打破过往单向输出模式，实现了传播形态从“我播你看”向“全民共创”的根本转变。《民生一网通》也成为一档按照互联网逻辑创制的“原生、网生”节目，通过阿基米德、看看新闻客户端及社交媒体矩阵，广泛汇聚用户诉求和线索，构成节目最重要的选题来源。同时依托强化“高互动性”和“强沉浸感”的“用户参与”，搭建起新闻现场、演播室与受众端的即时通讯桥梁。节目直播期间，观众、听众和网民得以从事件的旁观者转变为参与者，其观点、评论、建议实时融入节目，成为有机组成部分。

这种用户有序参与、共创的模式已在上海广播电视台新闻综合频道的《上海早晨》《新闻夜线》栏目以及五星体育频道依次落地。用户通过“弹幕”“开放麦”发表评论，经审核后同步显示在手机端和电视大屏，真正实现了大小屏同频共振。

深耕本地服务，提升议题设置力

互联网时代，广播媒体具有“接地气”“贴民生”“连治理”的优势，可以依托服务本地用户，擦亮民生底色，赋能社会治理。

东方广播中心以深度参与社会治理为己任，致力于将公共议题的讨论转化为凝聚共识的有效途径。2024 年起，中心创新推出“线下大讨论”和“网络议事会”节目新样态，聚焦群众身边的社会治理难题，链接主管部门与专家学者，将公共事务的议事平台搭建在社区、街头和网络上。

荣获国家广电总局第一季度优秀广播电视大奖的专题节目《千亩公园能否 24 小时开放》，便是这一新样态的典型代表。节目中，上海广播电视台召集近 300 位居民、企业主、政府代表以及市区两级代表委员、专家学者展开大讨论，让多元群体的意见充分表达、面对面交锋。线下大讨论的内容随后通过广播节目和短视频实现破圈传播，既为公共决策提供了科学依据，也为后续公园开放赢得公众理解与支持打下了坚实的民意基础。

这一模式在持续实践中不断释放效能。仅去年一年，通过 30 多场“大讨论”和“议事会”，节目线上线下征集人民建议超过 1.6 万条，成为上海全过程人民民主基层实践的生动注脚。

不仅如此，节目还以媒体的议题设置能力切实推动城市发展的治理效能。所有“讨论”“议事”都坚持以市民群众的实际需求为出发点，从城市治理面临的“真问题”入手，不仅

致力于解决具体个案，更着力推动城市管理的制度创新、政策优化和流程改进。例如，《上海阿姨为“植物人”丈夫申请残疾人证，竟被要求“植物人”本人到场》的报道，直接推动上海出台“上门评残”服务政策，实现了从解决“一件事”到完善“一类事”的跨越。这一媒体参与社会治理的路径，充分彰显了新时代主流媒体的独特价值。

面对互联网舆论场的众声喧哗，为更好发挥主流媒体议题设置作用，上海广播电视台旗下各评论团队实时捕捉社会热点话题，持续加强新闻评论能力建设，形成了以《东方时评》《晨间快评》《一财社论》等为龙头的新闻评论内容矩阵，及时亮明鲜明观点，有效回应社会关切，广泛凝聚共识。自中宣部开展“三好”作品评选以来，上海广播电视台已有 27 条作品上榜，其中“好评论”达 15 条，占比 55.6%。

聚焦技术赋能，提升智能引领力

在主流媒体系统性变革中，全媒体评价体系既是检验媒体变革成效的“度量衡”，也是引导变革方向的“指挥棒”。上海广播电视台推动传统“经验制播”向“数据驱动”转型，以数据反哺内容生产。

今年以来，东方广播中心自研内容运营数据分析智能体“灵枢”，整合用户网络视听行为数据，形成“数据研判机制”和“账号运营报告”，初步构建起“数据采集、用户洞察、内容迭代、传播优化”的闭环。通过将自有平台的权威数据转化为创新发展的增量，有效促进新闻生产扩容提质，赋能内容选题方向、节目编排导向和传播效果靶向，让内容更贴合用户需求、更适配传播场景。

由此，东方广播中心于去年初启动精简精办，关闭“五星体育广播”频率，将原频率中《强强三人组》等具有较强影响力的节目迁移至移动端，转型为“网络直播 IP”。通过持续对网端数据进行智能采集与分析，团队不断修正节目的网络直播面貌，制定契合用户需求的传播策略，很快将原有的广播听众转化为节目会员用户，影响力不降反升。同时，借助会员付费、音频产品变现等方式，节目也探索出一条新的生存发展路径。

这一案例，正是数智赋能激活新闻新质生产力的生动缩影。下一步，东方广播中心将重点以 AI 赋能作为媒体转型的核心抓手，全力推进“1+N”数智化发展战略。“1”指的是广电视听数智技术底座 X-Brain，“N”则代表覆盖多个领域的 N 个垂类智能体。中心将依托新一代 AI 数智云制播平台，重塑全业务流程，构建先网后台、实时生产、一键分发的全媒体一体化链路。

战略布局的落地，已初步显现改革成效。改革推进以来，东方广播中心坚持以用户导向为牵引，持续推动内容焕新，广播主频率吸引力显著增强。据赛立信数据显示，2025 年东方广播中心以超过 11.7 亿的在线收听点击量，位居全国省级电台前列。融媒发展主平台竞争力同步提升，阿基米德连续上榜中宣部全国主流媒体自办新媒体客户端月度榜单，7 月排名全国第七。

亮眼的数据背后，是上海广播电视台锚定新闻立台，通过全媒转型、深耕本地、数智赋能，持续提升“融媒创新力”“议题设置力”和“智能引领力”的不懈努力。实践表明，主流媒体在新时代不应止于“报道者”，更应成为社会治理的“参与者”和“赋能者”，将自身资源转化为城市发展治理的效能，实现从“新闻生产”到“治理服务”的范式升级，方能真正彰显主流媒体的主流价值、主流舆论和主流文化。

（2）江苏省广播电视总台数智化转型：以 AI 为引擎，重构主流媒体新范式

慧聪广电网 2026-09-04 10:30 来源：慧聪广电网

【慧聪广电网】在数智化浪潮席卷全球的今天，传统广播电视正面临着前所未有的挑战与机遇。江苏省广播电视总台（以下简称“江苏广电总台”）作为行业的重要力量，凭借敏锐的行业洞察与开放的合作姿态，其数智化转型路径已成为国内主流媒体系统性变革的参考范本。通过深度整合人工智能、云计算、超高清等前沿技术，并与华为等科技伙伴紧密协同，江苏广电总台正从内容生产、流程管理到产业拓展进行全方位升维，探索一条“技术赋能内容、创新驱动增长”的高质量发展之路。

一、战略重塑：从“工具叠加”到“范式跃迁”

当前，在移动互联网与短视频平台的双重冲击下，受众收视习惯加速向移动化、碎片化迁移，传统广播电视行业的生存空间正被挤压，系统性变革迫在眉睫。面对行业困境，江苏广电总台没有固守传统频道线性播出模式的“舒适区”，而是主动破局，将人工智能确立为驱动全台数智化转型升级的战略性抓手。

早在 2024 年初，江苏广电总台便在行业内率先组建了人工智能融媒应用中心，确立了清晰的“工具化、模型化、平台化”三年发展路径，即从“工具化”应用起步，逐步迈向“模型化”平台建设，最终实现“平台化”的智能体生态，旨在从根本上重塑媒体的创作方式、生产流程与商业逻辑。这一战略的实施目标明确、层层递进：2024 年研发“荔枝”传媒大模型，激活沉睡媒资解决“有没有”的问题；2025 年构建 AI Hub 平台，升级全链路生产矩阵，解决“好不好用”的问题；2026 年聚焦智能体研发与流程重构，解决“效率高不高”的问题，驱动生产范式变革。这一战略表明，江苏广电总台的数智化转型绝非单纯的技术引入，而是旨在培育“新质生产力”的核心变革。今天，人工智能为广播电视行业所提供的价值，已超越技术本身。它正推动广播电视行业在内容创作、制播流程、产业拓展等方面发生全方位、深层次的变化。

江苏省广播电视总台技术运维部主任吴昊表示，江苏广电总台坚持“算力筑基、模型铸魂、数据活血、应用赋能”，按“算力—模型—数据—智能体”层层递进、协同推进，系统构建起覆盖智算基础设施、传媒大模型与垂类模型、高质量数据集、智能体平台的全链条赋能体系。

如今，江苏广电总台的数智化转型实践正从“做加法”向“做乘法”迈进，成功实现了从传统媒体向新型主流媒体的跨越，将人工智能从降本增效的手段提升为驱动高质量发展的强劲引擎。

二、资产活化：唤醒沉睡媒资，构建数据要素新高地

江苏广电总台坐拥 40 万小时珍贵媒资，这不仅构成了其区别于互联网公司的核心资产，更是 AI 发展的天然“富矿”。为了唤醒这些沉睡的数据，让它们真正“活”起来，江苏广电总台研发的“荔枝”传媒大模型于 2025 年 7 月通过中央网信办备案，成为全国首个通过备案的新闻垂类大模型。该模型不仅唤醒了沉睡资产，更通过深度学习掌握了行业的语言习惯和创作逻辑。同时，江苏广电总台与江苏省数据局联合启动“视频传媒行业高质量数据集专区”，利用多模态 AI 技术对媒资进行二次加工与脱敏处理，探索数据资产的安全合规流通。

这一过程的背后，离不开底层算力的强力支撑。为了助力江苏广电总台抢占高质量语料的价值高地，华为协助江苏广电总台建设了统一媒体 AI 平台，其提供的高性能算力集群能够高效处理海量多模态数据，为大模型的训练与微调提供了强大的动力，让庞大的媒资库真正变成了可计算、可增值的数字资产。

三、业务重构：智能体引领全流程生产变革

在确立了战略与资产基础后，江苏广电总台将 AI 能力深度嵌入“策、采、编、审、存、

发”全链路，推动从“人用工具”向“人机协同”的智能体模式转变。这一转变并非一蹴而就，而是基于双方深度的业务梳理与技术共创。

吴昊表示：“华为团队跟着我们一起梳理了37个业务场景，深度覆盖了从内容策采、生产制作到媒资管理、分发运营的全链路，确保技术创新能够精准对接实际业务需求。”正是这种“贴身”式的联合创新，让技术能够精准解决业务痛点。

在内容生产端，创意与技术实现共舞。在苏超联赛宣传中，江苏广电总台利用AI生成的视频全网播放量突破11.5亿，成功塑造了品牌形象；在纪录片《神域》中，AIGC技术实现了孔子与苏格拉底的跨时空对话，大幅降低了拍摄与舞美成本。华为帮助江苏广电总台将AI融入全流程，利用AIGC算力实现拍摄现场的实时渲染与数字人互动，大幅压缩了制作周期，让编导从繁琐的操作中解放出来，转型为“创意决策者”。

更引人注目的是商业变现模式的突破。江苏广电总台与华为联合发布的体育赛事智能广告解决方案，在足球直播中实现了“一城一策、一端一策”的虚拟广告投放。这一创新已在苏超联赛中经过数十场实战检验。该方案打破了传统广电“线性播出、单向传播”的桎梏，将商业模式从“流量售卖”升级为“精准服务”，具有里程碑意义。其背后的技术支撑是华为智能算力底座与5G+边缘计算场馆回传技术的深度融合，利用AIGC实现千人千面的动态广告切换，并通过软硬协同创新保障了关键业务流与视频流的物理硬隔离，极大提升了播出安全性。

四、生态延展：科技向善，赋能行业与社会

江苏广电总台的数智化转型不仅止步于台内的自我革新，更通过技术外溢，构建一个开放共赢的行业生态，服务于全省乃至更广泛的社会领域，履行主流媒体的社会责任。

在赋能全省方面，作为省级技术平台，江苏广电总台正联合省网打造“省域融媒体制播平台”，通过台网协同，将省级的安全播出标准、智能生产工具（如智能剪辑、AI配音、AI唱词、）下沉到64家县级融媒体中心，破解基层缺人、缺技术、缺素材的难题。在此过程中，华为的网络解决方案提供了高带宽、应用识别和安全传输能力，其“卓越护航2.0”服务更是从单一的产品维护升级为陪伴客户数智化转型的全生命周期服务，保障了省级平台与县级节点的高效互联。

在生态构建方面，江苏广电总台通过举办“传媒智能助手”挑战赛探索“广电+”生态。赛事以赛促研，引导围绕媒体全流程设计应用；以赛促用，开放总台资源引入外部创新。此举构建了“供给—验证—落地—优化”的闭环，推动AI嵌入策采编审播存管全链条，并连接产学研加速成果转化。

在跨界应用方面，江苏广电总台在教育、体育、文旅及展陈等领域积极利用AI拓展服务边界。例如，通过与江苏传媒学校深度合作，引导学生利用AI制作短剧，帮助其明确职业方向，验证了技术赋能人才培养的价值。这些跨界应用证明，主流媒体可在巩固舆论阵地的同时拓展服务，展现了媒体融合的人文温度。

五、结语

江苏省广播电视总台的数智化转型实践，是一次以AI为核心驱动的系统性变革。在这里，技术已不再是冷冰冰的设施，而是化身为驱动内容生产变革、重构商业模式以及创造社会价值的强劲引擎。这一变革实践，不仅重塑了主流媒体的形态与内涵，更为全媒体时代广播电视产业的高质量发展提供了一份沉甸甸的“江苏答卷”与“华为方案”。

（3）《上海广播电视台（集团）打造数智主流媒体集团“十五五”规划》正式发布

2026 年 09 月 28 日来源：SMG 发布

推进主流媒体系统性变革，是建设社会主义文化强国的重要着力点，也是壮大主流价值、主流舆论、主流文化的迫切要求。上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）聚焦上海建设习近平文化思想最佳实践地总体部署，在全国广电系统率先启动主流媒体系统性变革，于 2024 年 9 月 25 日发布《改革行动方案》，打响了广电媒体进一步全面深化改革的“第一枪”，努力打造广电主流媒体系统性变革的“上海样本”。

台（集团）全面实施“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，锚定“ALL in AI”主攻方向，加快智能化、超清化、移动化发展，持续推进“奋力三跳”：2024 年“改革启动年”，以卓越心开启新变革；2025 年“内容质量年”，以好内容铸就真未来；2026 年“数智创新年”，以数智化赋能高质量，聚力建设数智主流媒体集团。

面向“十五五”，改革正加快向纵深突破，日前，《上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）打造数智主流媒体集团“十五五”规划》正式发布，立足深化主流媒体系统性变革，落实上海建设习近平文化思想最佳实践地部署，为台（集团）未来五年改革发展绘就行动蓝图。

“十五五”规划目标任务

到 2030 年，台（集团）将紧紧围绕上海加快建成具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市总目标，坚持厚植上海城市精神品格，锚定“新闻立台、文化兴台、融合强台、人才聚台”核心战略，秉持“卓尔独特、越而胜己”价值标尺与“卓越见非凡”品牌主张，以“ALL in AI”为主攻方向，强化“移动优先、智能引领、台网并重、首发原创”基本策略，大力锻造媒体新质生产力，全面挺进互联网主战场、经济社会发展主战场，着力实现传播影响力获得新提升、技术创新力取得新突破、产业竞争力实现新跃升、人才发展力得到新彰显、党建战斗力得到新增强，不断增厚 SMG 企业价值，强化国有文化企业核心竞争力，全力打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的数智主流媒体集团，为上海建设习近平文化思想最佳实践地贡献主流媒体力量。

6. 机顶盒与电视产业技术及市场动态

（1）2026 年 8 月全球液晶电视面板市场出货

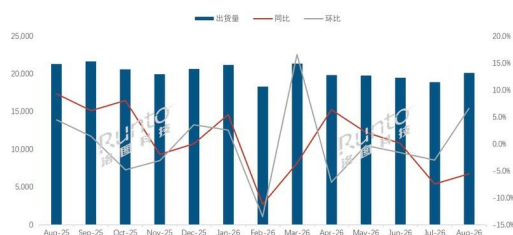
电视供应链| Runto 洛图科技观研| 2026-09-30

根据洛图科技（RUNTO）发布的《全球电视面板市场出货月度追踪》显示，2026 年 8 月，全球大尺寸液晶电视面板的出货量为 20.2M 片，同比下降 5.5%，环比 7 月增长 6.6%；出货面积为 15.8M 平方米，同环比分别增长 2.2%和 4.0%。

1-8 月累计来看，出货总量较 2025 年同期下降 1.9%；出货面积同比增长 2.8%。

进入第三季度的第二个月，存储芯片的涨价继续影响着中小尺寸液晶电视面板的订单量与出货量，50 英寸及以下各尺寸产品较去年同期均出现下滑，进而使得整体市场延续了之前的跌势。不过，在促销季备货和面板厂“以价换量”策略的共同作用下，当月表现仍好于上月。

连续 13 个月 全球液晶电视面板市场月度出货



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：千片

出货尺寸方面，8月全球液晶电视面板出货的平均尺寸为51.2英寸，较去年同期提升了2.1英寸；55英寸及以上大尺寸产品的合计出货量较去年同期增长10.2%，市场份额达到45.4%，同比提升了6.5个百分点。

2026年8月全球液晶电视面板市场特点：

8月，在七家面板厂中，四家中国大陆面板厂商BOE（京东方）、CSOT（华星光电）、HKC（惠科）和CHOT（彩虹光电）的出货量均同比下降，其余三家则实现不同程度的增长。

当月，中国大陆面板厂商在全球市场的出货量份额为70.3%，同环比分别下降4.3和1.9个百分点。

BOE（京东方）在8月的出货量排名行业第一，约为540万片，同比下降7.8%，环比增长6.1%。当月，BOE在43、65、75英寸三大主力尺寸的市场份额保持领先。具体物量方面，32英寸仍然低于100万片，同比大幅下降43.1%；43寸在110万片以下，同比下降16.7%；55英寸及以上的合并出货量同比大幅增长24.2%，内部比重达到53.4%，同环比分别提升13.8和1.5个百分点。在65、75和85英寸三大尺寸上，当月出货量同环比均实现大幅增长。超大尺寸98和100英寸的合并出货量约为6万片，市场占有率为30.6%，其中100英寸的市场占有率超过五成。

CSOT（华星光电）的8月出货量位列第二，约为500万片，同比下降7.8%，环比增长8.2%。其中，32和55英寸产品的出货量为行业第一。超大尺寸98英寸产品的市场份额长期处于绝对领先地位，当月市占率为91.1%。55英寸及以上产品的合并出货量同环比分别增长7.6%和2.8%，在内部的占比为66.6%。

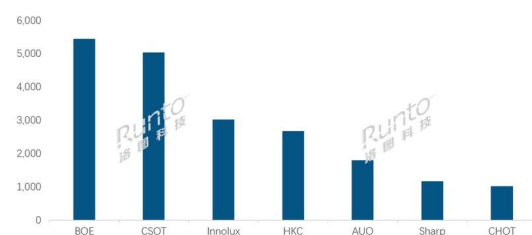
HKC（惠科）的8月出货量约为270万片，排名下滑至第四，同环比分别下降21.3%和3.3%。在超大尺寸85英寸产品上，惠科的出货量位列第一，市占率为28.0%。55英寸及以上产品的合并出货量在内部的占比为27.4%，同环比分别提升0.6和0.9个百分点。

台系面板厂Innolux（群创）和AUO（友达）当月的合并市占率为23.9%，同环比分别提升3.3和2.3个百分点。其中，Innolux的出货量约为300万片，超越HKC排名第三，同环比分别增长3.1%和14.9%；AUO当月的出货量约为180万片，位列第五。

日系Sharp（夏普）当月的市占率为5.8%，出货量约为120万片，同比增长14.8%，环比小幅下降1.8%。

CHOT（彩虹光电）的8月出货量约为100万片，同比下降11.8%。

2026年8月 全球液晶电视面板厂出货排名



数据来源：洛图科技（RUNTO），单位：千片

第三季度，液晶面板高世代线体的稼动率维持在 90%以上的高位。进入 10 月，BOE、华星光电、惠科三大厂商主动压减产出，在中国国庆假期拟安排产线岁修停产 3-7 天，当月稼动率预计降至 75~80%。

根据洛图科技（RUNTO）发布的《2026 年 10 月液晶电视面板价格预测及波动追踪》一文显示，在减产预期和“涨价函”的共同作用下，9 月全球液晶电视面板市场提前企稳，全尺寸产品价格与上月持平。预测 10 月将继续横盘，当月以主动控产托价为主，面板厂会提高报价，但市场接受度有限，特别是对于国内大型整机厂商或战略客户。

更向后的第四季度 11 月和 12 月，暂看价格继续持平，大概率是小幅度的上探，和中小客户的接受涨价。整体上，Q4 是“需求环比走弱、供给收缩托底、成本上行”的博弈行情，价格难大涨，更多是止跌、小幅结构性提价和尺寸分化。

7. 新媒体

（1）新规落地首批发证发号，“北京大视听”微短剧展现新气象

2026 年 09 月 02 日来源：首都广电

9 月 1 日起，《微短剧发展管理办法》正式施行。作为我国首部专门针对微短剧发展的管理办法，新规延续既有备案、审核制度的同时，更将微短剧发展与内容建设、产业发展、技术创新、国际传播等内容相统筹，进一步规范行业秩序，为这一新兴网络文艺形态明确了更为完整、明晰的发展路径。

9 月 1 日当天，北京市广电局同步启用新版发行许可证和备案号，首批 6 部微短剧取得发行许可证，另有 5 部微短剧取得上线备案号。新版证件、备案号与新规同步启用，是北京市广电局落实《微短剧发展管理办法》的具体举措，也标志着北京微短剧管理工作进一步与新规衔接，呈现出全新的创作气象。

从首批 11 部项目看，既有经典 IP 的创新开发，也有现实、国家安全、科幻、传统文化、青春、都市、古装等多种题材，体现出“北京大视听”微短剧项目储备的多元性，也展现了精品微短剧创作的持续活力。

分类发展，新规释放治理新空间

此次《微短剧发展管理办法》施行，是微短剧管理从此前以通知、规范性文件为主的阶段性治理，进一步上升为专门部门规章。经过几年快速发展，微短剧已经形成一定产业规模，管理也从解决突出问题，转向建立更加稳定、系统的制度框架。

新规首先把“分类管理”进一步落到制度层面。按照投资额度、题材等因素，微短剧分为一类、二类、三类，分别实行备案公示和发行许可制度。其中，一类微短剧不仅包括投资额度较大的作品，还包括涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等内容的特殊题材；二类、三类则主要根据投资额度和题材划分。这一分类同时考虑作品的投入规模和内容风险，监管尺度更加清晰，也为不同类型、不同体量的微短剧留下了相应的发展空间。

分类管理之下，监管链条也更加完整。新规统摄拍摄制作、备案公示、内容审核、发行许可、播出管理等全过程，并明确制作机构、播出单位和总编辑等主体责任。同时，对人工智能生成内容标识、算法推荐、知识产权保护、从业人员培训、统计调查等作出规定，微短剧从“拍什么、怎么拍”到“怎么播、怎么管”，都有了更加明确的制度要求。

新规更将“发展”放在与“管理”同等重要的位置。新规提出“繁荣微短剧，壮大互联网条件下新大众文艺”，鼓励艺术表达、传播方式、新技术应用和商业模式创新，支持优秀微短剧创作播出；同时鼓励微短剧与经济社会各领域、各行业结合，形成新的应用场景、商

业模式和经济业态，并支持外向型微短剧创作生产和国际交流合作。

从“规范行业秩序”到“规范与发展并重”，微短剧的政策定位更加清晰。对于地方广电部门而言，职责也不局限于备案审核，还包括制定发展规划、推动产业发展、做好创作服务和行业引导。对于创作机构而言，合规要求进一步贯穿项目生产全过程，而分类管理也为不同规模、不同题材的作品提供了更明确的发展预期。新规为微短剧从快速成长走向规范繁荣，搭建起更加完整的制度框架。

守正创新，首批项目呈现创作新貌

新规所强调的“守正创新”，在“北京大视听”首批项目中已有较为鲜明的体现。6部获得发行许可证的微短剧为《食神 2026》《丢手绢》《中界线》《从前有座它乾城》《仿生迷踪》《月光下的约定》，5部取得上线备案号的微短剧为《嘉庆君游台湾》《京阙折枝》《顶层智囊团》《糟糕寨主！竹马他从天而降》《京婚浓瘾 2》，这 11 部作品覆盖现实社会、科幻世界、传统文化、青春成长、都市创业、古装传奇等主题，清晰呈现出正在持续拓展的微短剧创作边界。

值得一提的是，现实关照是其中一条重要的创作脉络。《月光下的约定》融合青春、穿越与反校园霸凌等元素，旨在引发当下观众对青少年身心世界的关注与思考；《丢手绢》将故事置于 20 世纪 90 年代东北社会转型背景，以母亲寻找被拐女儿的经历切入普通人的生存困境与坚韧抗争；《中界线》则聚焦境外间谍渗透和国家安全，将留学生、教育培训机构等现实场景纳入隐蔽战线叙事。从个体成长到家庭命运，再到国家安全，这些作品让微短剧承载更丰富的现实议题。

当前，北京市广电局正在积极探索微短剧规范发展与创新发展的结合。随着《微短剧发展管理办法》正式施行，行业制度环境更加清晰，地方广电部门与制作机构的职责更加明确，也为创作生产提供了更加稳定的预期。

未来，北京市广电局将进一步发挥“北京大视听”机制优势，通过规划引导、创作扶持和产业服务，推动更多有品质的内容、有创新的表达和有活力的业态不断涌现，让微短剧更好成为互联网条件下新大众文艺的重要组成部分，更好释放出“微短剧+”服务大众、服务社会、服务时代的乘数效应。

8. 媒体融合

（1）从“演播厅”到“城市观察空间”XR 技术赋能主流媒体融合发展新实践

| 重庆广播电视总台 | 2026-09-15

2026 年 9 月 1 日，重庆广电第 1 眼 TV 新闻 XR 演播区完成焕新升级，正式进入 2.0 时代。

不少长期关注《重庆第 1 眼》的观众第一时间察觉到了变化。当天节目围绕重庆新出台的推动经济稳中向好“37 条”推出的深入解读，将覆盖六大领域的宏观政策拆解为一个个可感可知的小切口——从工厂车间到街头巷尾，从“新就业”到养老床位，从物理场景到数据图表。观众跟随主播的脚步，沉浸式走进了一个“全景重庆”。

但这对于《重庆第 1 眼》来说，却不只是一次简单的视觉美化，而是一场从空间到内容、从技术到表达的系统性焕新。

空间焕新：

从“演播厅”到“天空之城”

2024 年 6 月 18 日，重庆广电 XR 技术新闻演播厅投用，《重庆第 1 眼》成为首批运用

这一技术的栏目，完成技术运用从 0 到 1 的跨越。如果说 1.0 版本的 XR 演播区，是“用虚拟技术搭一个观感出众的新闻棚”，那么 2.0 版本直接把演播室搬到了云端，实现了“用虚拟技术做一个能讲故事的城市观察空间”的升维。

悬浮圆盘搭配云端城市天际线，纵深感与开阔感被显著放大，第 1 眼的“视野”从画面中就能被直观感受到，整体设计精准契合“城市深度观察”的节目定位。

表达升级：

在新场景长出新闻的深度与温度

技术迭代的价值，终究要落脚于新闻内容表达。与演播环境焕新同步进行的是包装理念从“装饰”到“叙事”的能级跃升。

演播室里的虚拟前景，不再是可有可无的装饰元素。悬浮的信息台、立体的数字模块、针对每期选题定制的场景化道具，成为内容输出时的“工具包”和新闻叙事的一部分，厚重的政策解读变得更具象。

这场数智化赋能的迭代，刷新的不仅是 XR 演播区的创作边界。以演播区 2.0 焕新作为重要支点，《重庆第 1 眼》正全力搭建“大屏有深度，移动有态度，品牌有延伸”的立体内容生态。

大屏有深度：作为重庆广电重点打造的新闻综合类融合传播栏目，《重庆第 1 眼》每晚 9 点 20 分于重庆卫视首播，曾入选 2023 年度全国广播电视新闻“百佳”，跻身当年全国十大优秀广播电视新闻栏目行列。依托电视大屏阵地，栏目坚守主流媒体责任担当，锚定当日重要政务动态、群众高度关心的政策议题，追踪重庆经济社会领域的新事件、新动向、新信号，输出权威专业的主流观点。从成渝地区双城经济圈建设、“33618”现代制造业集群体系建设，到创新强市建设；从市井烟火里的民生百态，到城市发展的重大进程，大屏端始终以深度观察，忠实记录中国式现代化新重庆建设的步步足迹。

移动有态度：大屏筑牢深度根基，移动端则主打快速响应、观点鲜明。栏目专业评论团队同步运营移动端网评品牌《第 1 观察》，实现大小屏选题联动。电视端《重庆第 1 眼》重深度解析，移动端《第 1 观察》重快速发声；一个偏向厚重全景，一个偏向轻量化输出，两者优势互补、协同发力。针对热点事件快速输出研判与思考，让主流声音在移动传播场域及时抵达受众，彰显新媒体端的观点力量。

品牌有延伸：在做好新闻主业的基础之上，栏目不断向外拓展内容生产边界，丰富品牌内涵，拉近与受众之间的情感距离。2026 年，栏目孵化新媒体情感陪伴产品《晚安》，每晚由主持人讲述充满正能量、饱含人间暖意的新闻故事与社会观察，全平台分发推送，传递“人间值得”的温暖信念，塑造栏目温情的夜间内容形象。在此基础上，周末特别推出《晚安·悦读》，探索数字化新闻阅读的全新生产模式；打造《红岩家书·展信》系列融媒产品，融合短视频、数字化编辑、沉浸式播报等多元形式。一个个创新产品持续向外延展“第 1 眼”的品牌触角，让新闻不止于新闻，更能实现情感传递与价值传播。

（2）央视、芒果、荔枝、上海、浙江：广电智媒的五条路，没有标准答案

| 传媒内参—温静聚焦 | 2026-09-23

当媒体融合走过平台搭建、人员重组、流程再造的上半场，以 AI 大模型、算力底座、垂类内容数据集为核心的智媒中心，正在成为省级广电布局的新基建。2026 年 9 月 19 日，由江苏省广播电视总台联合江苏省文化科技集团打造的荔枝智媒中心在南京正式启用，为广电智媒建设的规模化落地再添标志性案例。

不同于过去融媒体中心侧重“采编流程打通、多渠道分发”，新一代智媒中心以算力为底

座，将生成式 AI 嵌入策划、生产、审核、传播、运营全链路。全国多家广电先后落子，但各台资源禀赋不同，路线明显分化：有的自建算力、自研垂类大模型；有的依托综艺 IP 打造文娱大模型；有的聚焦新闻可信与城市服务。

核心区分：融媒体中心以流程重构、存量内容复用，解决“内容多渠道分发”；智媒中心以算力基建、AI 原生生产，解决“规模化、个性化、智能化内容生产与风控”。

国内广电智媒建设盘点：路线分化，各有侧重

（一）总台·“央视听媒体大模型”：国家级顶层布局

中央广播电视总台 2023 年 7 月发布“央视听媒体大模型”，为国内首个面向媒体垂直领域的行业大模型；2025 年 2 月 28 日升级 2.0 版，同日总台人工智能大楼启用，并发布《总台人工智能发展白皮书（2025 版）》，与多所高校及华为、上海人工智能实验室等机构签署合作协议。

央视听大模型 2.0 覆盖“策、采、编、审、播、存、管”全流程，已研发 90 多个智能体，按 AI 文稿、视频、图片、音频四大类支撑综艺、体育、科教、动画、译制等节目制作：完成国内首部 AI 生成动画片《千秋诗颂》，在巴黎奥运会、亚冬会落地体育技战术分析与智能剪辑，支撑多语种国际传播。其定位是构建国家级媒体可信 AI 体系，为重大主题宣传与国际传播建立行业标准。

（二）江苏广电·荔枝智媒中心：自建算力的重资产路线

2026 年 9 月 19 日，江苏广电总台与江苏省文化科技集团联合打造的荔枝智媒中心在南京麒麟启用，定位省级智媒算力中枢。这一合作并非在融媒体中心内增设部门，而是“媒体+省属科技国企”联合共建：广电负责内容需求、版权、新闻场景落地与审核标准，文化科技集团承担算力部署、模型训练与工程化运维。其算力平台已于 2026 年 6 月 1 日在江苏有线三网融合枢纽基地先行揭牌。

技术路线上，江苏广电不单纯依赖外购通用大模型 API，而是自建“荔枝智媒云”算力底座，总算力规模约 60PFLOPS；2024 年完成“荔枝”传媒大模型研发，激活台内 40 万小时存量媒资；2025 年上线 AIHub 平台，从单点 AI 工具走向全链路智能生产矩阵；2026 年重点攻坚智能体研发，重构制播流程。

发展方向上，立足主流媒体属性，优先服务新闻采编、短视频生产、媒资检索、数字人播报，并向市县融媒体中心、高校及政务部门输出普惠、安全的 AI 服务。现场同步发布的融媒云播平台，已获中国电影电视技术学会科技进步一等奖。其核心诉求，是以自有版权数据构建媒体可控 AI，避免通用大模型的事实幻觉——AI 是新闻生产的辅助工具，而非内容创作主体。

（三）湖南广电·芒果大模型：文娱商业化的内容路线

芒果 TV 依托湖南广电综艺与长视频 IP 资源，较早布局 AIGC。其载体并非独立的“智媒中心”，而是内嵌于芒果超媒体体系的智能研究中心（人工智能创研院），技术与综艺、短剧内容团队深度绑定，属于“内容业务驱动技术”。

技术搭建上，芒果大模型沉淀数十年专业制作经验与数十 PB 自有版权音视频数据：“芒果灵创”AIGC 创作平台已有 4 万多名专业用户、支撑超 3000 个项目落地，实测将复杂场景制作成本降低 10 倍以上。目前 AIGC 业务应用覆盖率已超 93%，赋能 80 余款创新产品。

发展方向直指商业化：AI 综艺导演“爱芒”、《歌手》云围观 AI 情绪导播（单场互动率突破 42%）、具身智能机器人参与综艺录制、17 语种出海译制（年节约成本千万元级）、AI 短剧与漫剧生产线。与新闻向智媒不同，芒果更看重降本增效、内容创新与 IP 变现，商业化属性最强。

（四）上海广播电视台：可信 AI 与城市服务双轮驱动

SMG 的智媒布局以 2024 年设立的生成式人工智能媒体融合创新工作室为起点，2026

年8月在世界人工智能大会上发布战略级产品 X-Brain 1.0 视听智脑，以“智汇、智策、智笔、智剪、智推、智评”六大智能体重塑内容生产、传播与评价全链路；此前推出的 Scube（智媒魔方）是其首个 AIGC 应用集成工具箱，安全性、可靠性获国家级认可。

垂类落地上，财经大模型“星翼”（国内首个基于 DeepSeek 的财经垂类大模型）已迭代至 3.0 版，原创稿件使用率超 50%、生产效率提升 30% 以上；体育产品 InnoMotion 在巴黎奥运会实现运动数据可视化；文商旅体展方向，看东方 APP 智能体提供城市文旅智能服务。其理念是“AI 进入全链路而非单点叠加”，强调 AI 内容的可追溯与可核验，服务超大城市的主流传播与公共信息发布。

（五）浙江广电·“智媒果”：轻量化应用路线

浙江广播电视集团没有硬啃底层大模型，2024 年打造 AIGC 创新生态平台“智媒果”，获中央网信办生成式人工智能服务与境内深度合成服务算法双备案，并构建“智媒果大模型+中国蓝云平台+大数据+超高清”的数智支撑底座。

其路线是“开源底座+自研微调”：以开源大模型为基座、深度融合 DeepSeek-R1，结合自有媒资做场景化研发，不盲目自建全套大算力集群。成效上，节目素材处理效率提升 47%，内容生产成本降低超 60%，相关产品服务用户超 100 万；在 Z 视介平台上线 AI 频道，推出七大人格化智能体，主打文化垂类——越剧、宋韵、非遗的智能化表达。

深度辨析：智媒中心不是融媒体中心“加装 AI”

很多观点把智媒中心简单理解为“融媒体中心+AI 工具”，但二者在四个维度存在本质区别。

第一，生产逻辑：存量分发 VS 原生生成。融媒体时代，生产源头依旧是记者实地采访，产出完整稿件与视频后由编辑拆条分发，AI 只是后期辅助。智媒中心支持 AI 原生生产：根据选题大纲生成初稿、自动拆素材、生成多风格版本，人负责审核、修正、注入价值判断与事实核查。生产链条被重构，AI 承担重复性劳动，人聚焦创意与把关。

第二，组织架构：采编为核心 VS 算力+数据+采编协同。融媒体中心的主体是采编人员，技术是后台支撑。智媒中心必须新增数据治理、算法、模型微调、内容安全、版权合规岗位——数据标注、模型调优、AI 风控人员与记者编辑同等重要，组织从“记者写稿、技术运维”转向产品化协同。

第三，基础设施：媒资库 VS 算力底座+高质量数据集。融媒体的核心资产是媒资库，用于调取复用；智媒中心的核心资产还包括标注数据集、算力集群与模型权重。通用大模型的训练数据混杂、存在事实错误与版权风险，而广电数十年正版新闻素材是主流媒体独有的护城河——这正是荔枝智媒中心重点打造自有版权数据集的原因。

第四，风险体系：事后审核 VS 全链路 AI 风控。融媒体审核是产出后的人工把关；AI 批量产出海量内容后，人工审核跟不上产能。智媒中心需要在生成阶段就设置提示词约束，嵌入事实校验、敏感内容筛查与 AIGC 溯源水印，形成“AI 预审+人工终审”的新模式。

当然，二者并非替代关系。融媒体中心是底盘，智媒中心是上层智能化升级——没有融媒多年打通的采编流程、媒资沉淀与分发渠道，智媒中心就是空中楼阁。

路线分化背后：困境与行业思考

各台方案的本质，是资源约束下的取舍：央视、江苏走重资产路线，自研垂类模型，优势是数据可控、版权安全，代价是投入巨大、周期长；芒果依托文娱 IP，把 AI 变成创收工具，看重短期落地；浙江以开源底座+应用层创新控制投入风险，适合预算有限的省级媒体。不存在唯一标准答案。

行业共性难题有三。

其一，高质量数据集建设成本极高。老媒资的版权梳理、人工标注耗费大量人力，而主流媒体必须守住版权底线，不能随意抓取互联网素材训练模型，自建数据集进度慢、成本高。

其二，人机协作的组织转型阵痛。一部分采编人员担忧被替代产生抵触，一部分过度依赖 AI、放松事实核查，带来新闻失实风险——能力重塑是全台课题，不是建一个技术部门就能完成。

其三，商业化难题。智媒投入巨大而直接盈利渠道有限，除芒果的文娱场景外，多数省级智媒项目收入依赖政务与对外技术服务，长期需要政策与资金扶持。

结语：算力时代，主流媒体的核心竞争力依然是“人”

多家广电智媒中心的启用，标志广电行业从媒体融合下半场迈入智媒基建新阶段。多家广电机构依资源禀赋走出自研重投入、文娱商业化、轻量化应用的不同道路，但万变不离其宗：算力、大模型、数字人都只是工具。融媒体解决“把内容送到更多平台”，智媒中心用 AI 放大主流媒体生产力；而事实判断、价值立场、人文温度、深度调查，依旧只能由人完成。

未来的媒体竞争，比拼的不是谁拥有更大算力，而是谁能用好算力：守住新闻真实，用好自有版权内容，找到人机协同的工作模式。

融媒体时代比拼渠道与流量；智媒时代，算力是新基建，可信内容、专业判断力与人文价值，才是广电不可被 AI 替代的核心护城河。

9. 虚拟现实/增强现实（VR/AR）技术

（1）中国 AR 眼镜翻倍式增长 正分化为两大阵营

随心| 快科技| 2026-09-15

国内 AR 眼镜市场迎来爆发，销量实现翻倍式上涨。

根据洛图科技（RUNTO）数据显示，2026 年上半年，中国智能眼镜市场的线上线下全渠道销量为 90.9 万台，同比增长 85.5%；销售额为 18.8 亿元，同比增长 98.7%。

洛图科技（RUNTO）将智能眼镜划分为 AR 眼镜（有显示+有音频）、音频眼镜（无显示+有音频）和拍摄眼镜（无显示+有摄像头）。

三大细分品类中，AR 眼镜成为了行业唯一的成长支柱，音频眼镜和拍摄眼镜在 7 月均陷入了尴尬的下滑境地。

高速增长的同时，AR 眼镜正分化为轻量化日常 AI HUD 和 AR 巨幕观影/空间计算眼镜（重型 AR）两大差异化产品阵营。

其中 AI HUD 眼镜面向普通普通用户，主打日常娱乐、大屏观影、导航、AI 助手这些生活化场景。

近几年光波导光学方案成熟，产品重量降下来，主流价位落到 2000-3000 元区间。雷鸟、Rokid、XREAL 这些品牌不断迭代新品，把 AR 眼镜从极客玩物推向普通消费者。

很多产品可以直接外接手机，实现百寸虚拟大屏，出门导航、翻译、看视频都能用，更看重外观轻薄、佩戴舒适。

另一大阵营是 AR 巨幕/空间计算类产品，聚焦高端沉浸式体验市场，或者支持 6DoF 空间定位、虚实融合，市场体量相对小众，市场份额不到 3 成。

洛图科技同时指出，面向普通消费者的日常高频场景尚未得到充分挖掘，大众用户产品价值感知偏弱，这可能会制约行业用户规模的扩容。

10. 国际动态

(1) 英国电信行业高管警告：5G 升级太慢，英国可能输掉 AI 竞赛

2026 年 09 月 02 日来源：IT 之家

8 月 30 日消息，据《卫报》报道，英国电信行业多位高管表示，如果英国电信基础设施升级进度持续落后于其他国家，可能在全球 AI 竞赛中落于下风。

IT 之家从原报道获悉，当前阶段的 AI 基础设施建设主要在数据中心方面。然而随着 AI 不断普及，英国的宽带和移动数据网络，需要承载消费者和企业海量数据流量。

英国曾因拥有欧洲最慢的宽带速度广受批评。如今随着 Openreach 等企业不断在全国铺设光纤网络，这种情况已经得到改善。但现在的问题在于，英国的 5G 升级速度完全没有跟上时代。

据消费者权益组织 Which? 近期发布的报告，英国移动网络覆盖情况不仅落后于 27 个欧盟成员国，还落后于 G7 成员国。报告显示，英国在全球网络性能排名中位列第 57 名，下载速度排名第 70 名。

VodafoneThree（沃达丰 3）网络部门主管 Andrea Donà 表示：“如果以我们今天使用的技术和服务来看，网络并没有达到最佳状态。想象一下，当 AI 大规模应用后会怎样？说得更直白一点，我对英国网络的质量水平感到惭愧，我们的人民应该能享受到 EE、O2 等运营商的优质服务，但我们需要变革。”

另一位电信行业高管表示，目前 AI 与网络连接仍处于萌芽阶段，但未来可能会成为类似光纤普及速度过慢的问题，并最终影响英国竞争力。

(2) 马斯克：AI 将令全球经济规模增长 20%-30% 十年内人形机器人达 10 亿台

2026/9/2 14:19

当地时间 9 月 1 日，马斯克在 G20 会议上表示，预计 AI 将使全球经济规模增加约 20% 至 30%，相当于每年增加约 20 万亿至 30 万亿美元。

此外，马斯克预计到 2027 年底，AI 将能够完成所有数字领域的工作，即不需要人工直接操纵完成的工作。

软件方面，AI 编程能力明年可能达到“Stockfish 级”，人类将无法与 AI 竞争软件开发；未来 12 至 18 个月内，AI 将在各类工程和其他数字领域的能力水平将会“极为出色”。

在机器人领域，马斯克预计未来 10 年全球人形机器人数量将超过 10 亿台，每台机器人的生产力至少相当于人类的 5 倍。他认为，人形机器人有望使全球经济规模扩大 10 倍以上。

马斯克同时警告 AI 行业正面临电力供应短缺，并直言这已经不是一个遥远的问题。

他预计，2027 年 AI 芯片可能面临至少 15 吉瓦的电力缺口，原因是 AI 芯片产量增速约为 40%-50%，而中国以外的电力增速约为 10%-20%，增长速度较快的曲线将压倒较慢的曲线。

对于其他国家而言，建设大量电力，托管 AI 数据中心，并对其征税、收取合理费用将是“机遇”。

（3）全球人形机器人未来 10 年内达 10 亿台

2026 年 09 月 04 日来源：人民邮电报

日前，在美国北卡罗来纳州阿什维尔举办的 G20 创新部长级会议上，特斯拉、SpaceX 首席执行官埃隆·马斯克通过视频连线发表重磅行业预判——人工智能与人形机器人将掀起全球生产力革命。

观点一：十年内全球将至少有 10 亿台人形机器人。

单台人形机器人的产出至少是人类的五倍。十亿台人形机器人的生产力将超过所有人类的总和。人形机器人的广泛应用可以将全球经济规模扩大十倍以上。

马斯克称，一台人形机器人的实用性，取决于人工智能软件×机器人中的人工智能芯片×机电灵活性（尤其是手部的灵活性）；现在，这三者都在指数级地改善。“当你制造出机器人后，机器人将开始制造机器人，所以会获得递归效应。它开始时非常缓慢，但随后会以爆炸性的速度增长。”

观点二：AI 推动全球经济总量提升 20%至 30%

AI 每年可带来 20 万亿到 30 万亿的经济规模增长。

马斯克表示，我们已经看到，并且还将继续看到 AI 带来显著的生产力提升；AI 在软件能力上会变得非常出色，甚至于在 12 个月到 18 个月之内会达到 Stockfish 的水平，这意味着人类在编写软件方面将无法与 AI 竞争，AI 会在软件领域碾压所有人类。到 2027 年底，AI 将能够独立完成几乎所有不涉及物理改造的数字任务。代码编写、数据分析、方案设计等人类传统数字工作，将全面被 AI 高效替代，技术能力将媲美顶级专业工具水准。

本次预判并非空穴来风，背后是 SpaceX 持续加码 AI 与人形机器人投入的产业布局。数据显示，SpaceX 第二季度 AI 业务营收达 26 亿美元，同比暴涨 247%；投入高达 158 亿美元聚焦 AI 基础设施建设，主要用于 Colossus II 数据中心扩建，该部分投入占总资本支出的 86%；完成 600 亿美元收购 AI 编程平台 Cursor、发布全新 Grok 4.6 AI 模型。

实现 10 亿台的目标面临多重现实挑战。来自摩根士丹利的预测数据相对保守一些：全球人形机器人市场正呈指数级增长，预计 2036 年实现规模化落地，2050 年全球保有量有望趋近 10 亿台，对应年度市场规模将突破 7.5 万亿美元。当前人形机器人在长期续航、复杂环境自适应、高精度柔性作业、安全伦理规范、量产成本控制等方面仍存在技术壁垒，全球行业统一标准尚未完善，大规模商业化普及仍需技术持续迭代、产业链协同完善以及政策规范引导。

展望未来十年，随着 AI 大模型与机器人技术深度融合、基础设施持续完善、量产成本持续下探，人形机器人有望从“高端科技产品”变为“普惠生产工具”。

（4）75%美国观众看电视时玩手机,注意力争夺战已转向

| 流媒体网编译| 2026-09-15

Omdia 最新研究显示，美国已有四分之三的电视观众会在看电视时使用智能手机，且年龄偏大的观众群体正越来越多地加入“第二屏”观看的行列。

该数据由 Omdia 全球媒体与娱乐业务负责人 Maria Rua Aguiete 在 IBC 2026 大会上发布，表明争夺观众注意力的战场，正从电视平台之间的竞争，转向电视与智能手机之间的竞争。

研究发现，75% 的美国电视观众在看电视时会同时使用手机上的其他媒体内容。年轻观众仍是第二屏的最大使用群体，但增长最强劲的却是年龄更大的群体。

在 55 至 64 岁人群中，同步使用多媒体的比例已从 2023 年的 42% 升至今年的 56%；45 至 54 岁人群中，这一比例则从 62% 升至 73%。

Omdia 表示，这一趋势反映出短视频与竖屏视频影响力的持续上升——观众越来越频繁地在电视与个性化的移动端内容之间来回切换。

"我们没有内容问题，我们有关注度问题。"Rua Agute 说。

"四分之三美国人一边看电视一边玩手机，而且他们越来越多地在手机上做着同样的事——看更多视频。这场争夺已不再是简单的电视对移动端。两块屏幕都亮着，问题是：你的注意力在哪一块上？"

Omdia 认为，广播机构、流媒体服务和广告主需要重新审视观看行为，把电视与移动端视作互补关系，而非彼此割裂的平台。

"未来不是电视对决移动端，而是电视加移动端。"Rua Agute 表示，"那些能够理解观众如何在两块屏幕之间流转、并懂得如何在两端同时抓住注意力的公司，才最有可能胜出。"

（5）德国付费视频市场 2026 年预计增至 56 亿欧元,订阅数逼近 2700 万

| 流媒体网编译 | 2026-09-14

根据德国广播电视与新媒体协会（VAUNET）发布的数据，2025 年德国付费电视与付费流媒体市场继续保持创纪录水平，总收入达 55 亿欧元。

该行业协会预计，2026 年市场将增长 1.3% 至 56 亿欧元，主要驱动力来自订阅制流媒体。

订阅型视频点播（SVOD）去年创造收入 30 亿欧元，是增长最快的细分板块。VAUNET 预测该板块 2026 年将再增 5%，达到 32 亿欧元。

付费电视订阅数从 2024 年的 1520 万增至 2025 年的 1580 万，预计今年将达到 1640 万。付费流媒体订阅数从 2540 万增至 2590 万，预计 2026 年将达 2670 万。

上述数据出自 VAUNET 发布的《德国付费电视与付费 VOD 市场报告 2025/2026》。该报告涵盖德国本土及国际服务商与平台所提供付费服务的收入，不含广告收入。

在新闻发布会上，德国流媒体服务商之间的合作前景也成为议题。尽管行业高管强调本土合作对提升德国企业对抗美国流媒体巨头的重要性，但德国市场目前仍高度分散。

德国两大商业广播集团迄今基本各自维持独立的流媒体生态：ProSiebenSat.1 的频道未登陆 RTL+，RTL 的频道也未在 ProSiebenSat.1 旗下 Joyn 上线。

当被 Broadband TV News 问及两家公司是否在“自缚手脚”时，ProSiebenSat.1 董事总经理兼首席发行与合作官 Nicole Agudo Berbel 提到了 RTL Deutschland 近期收购 Sky Deutschland 一事。

"ProSiebenSat.1 的频道已经上线 Sky Stream，"Agudo Berbel 表示，"我们正在协商，但这些事需要时间。"RTL Deutschland 流媒体业务执行副总裁 Henning Nieslony 证实，两家公司之间的谈判正在进行中。

RTL 收购 Sky 可能为两大商业广播集团开放彼此流媒体平台、互相上线对方频道提供契机，有望打破长期以来的僵局。Sky Stream 已上线 ProSiebenSat.1 频道，或将成为进一步合作的“敲门砖”。

（6）2025 年欧洲广告支出 1871 亿欧元,同比增长 5.8%

| 流媒体网编译| 2026-09-14

根据意大利广播电视行业协会（Confindustria Radio TV）发布的报告，2025 年欧洲广告支出攀升至 1871 亿欧元，同比增长 5.8%。

该报告由这家意大利广播机构协会编制，覆盖 30 个欧洲国家，指出该市场已远超疫情前基准（较 2019 年增长 48.9%），并跑赢整体经济增长——而推动力几乎全部来自在线媒体投放。

在欧洲“五大”经济体（英国、德国、法国、意大利、西班牙），广告支出总额达 1233 亿欧元（+5.7%）。互联网广告在这一梯队中占据主导，增长 10.1% 至 928 亿欧元，拿下全部广告收入的 75.3%。与之相对，传统媒体渠道（线性电视、平面纸媒、广播、影院和户外广告）则集体收缩至 304 亿欧元。

英国以 537 亿欧元（+6.6%）保持市场领先，占五大经济体广告总支出的 44%。

德国以 296 亿欧元（+5.1%）位居第二，法国以 186 亿欧元（+4%）紧随其后。

意大利达到 117 亿欧元（+4.7%），仍是线性电视依赖度最高的国家（占全国广告支出的 32.5%）；西班牙则增长至 97 亿欧元（+6.5%）。

五大经济体的线性电视广告收入下滑 9.2% 至 152 亿欧元。相反，数字视频大涨 18.2% 至 221 亿欧元，在英国（73%）、法国（58%）和德国（53%）已占据整体视频市场的多数份额，在西班牙（47%）和意大利（40%）也在稳步扩张。

全球 OTT 平台继续吸走绝大部分数字广告预算：在意大利、法国、西班牙，其线上广告收入占比分别超过 80%、76% 和 70%。从整体市场看，科技中介平台在英国拿走全部广告支出的 67%，在德国为 49.3%。

（7）硅谷巨头集体踩急刹车 AI 降速呼声重挫英伟达等芯片股

快科技 落木 2026/9/15 09:05

美东时间周一，受硅谷头部 AI 企业呼吁放缓前沿大模型迭代的消息冲击，全球 AI 芯片板块遭遇集体抛售，费城半导体指数大跌 5.86%。

导火索来自 Anthropic 首席执行官阿莫代伊的公开发文，他称 AI 的发展速度过快，研究人员已难以确保其安全性，因此提议由独立审计机构监督 AI 实验室的安全工作，并建议监管机构允许这些实验室开展合作，以协调安全标准。

该观点得到 OpenAI 首席执行官奥特曼、马斯克等巨头的公开支持，OpenAI 同时宣布放弃 2026 年 IPO 计划。

市场担忧前沿模型训练降温，会直接压低 GPU、HBM 等高算力硬件采购需求，资金集中出逃 AI 硬件赛道。

盘面上，英伟达收跌 3.36%，AMD、英特尔、阿斯麦跌幅均超 6%；存储芯片领域，SK 海力士、美光，光模块企业迈威尔同步大幅下挫，日韩相关芯片概念股也跟随跳水。

需要指出的是，本次倡议并非全面叫停 AI 研发，仅针对风险最高的前沿超大模型，行业应用、推理端业务并未提出收缩要求。

不少机构提示，市场属于情绪性杀跌，数据中心算力基建的中长期需求逻辑没有被颠覆，叠加本周美联储议息会议临近、美债收益率走高，进一步放大成长股波动。

11. 走向海外

（本期无）

（二）、重要政策进展

1. 科技热点

（1）全国一体化算力监测落地 算力网建设提速

2026 年 09 月 14 日来源：经济参考报

日前召开的国务院常务会议指出，要坚持合理布局、规范有序，进一步完善算力基础设施，积极推进关键技术和装备研发应用，构建多层次网络化算力体系。

9 月 11 日至 13 日举行的 2026 中国算力大会也释放了进一步推进算力设施建设、提升产业创新能力的信号。大会宣布我国实现算力一体化统筹监测；相关企业在加快算力互联互通的同时，也进一步联合产业链上下游加快关键技术攻关、深化算电协同与资源整合。

我国正按照“点、链、网、面”思路体系化推进全国一体化算力网建设。截至今年 6 月，我国智算规模达 2185EFLOPS（FP16），同比增长 177%，建成超 70 条连通算力枢纽、重点区域的算力传输通道，批复 17 个国家算力互联互通区域节点。

针对算力布局分散、资源底数不清、跨域协同不足等挑战，中国算力平台加快拓面组网。大会发布的数据显示，中国算力平台实现全国一体化算力统筹监测，平台算力超市运营层已汇聚注册企业用户超万家，上架算力产品 2000 余项，接入各类大模型超 300 个，为广大开发者提供算力调用服务，累计沉淀数十亿条算力监测大数据，我国算力“一张网、一盘棋、一体化”发展格局基本形成。

中国信息通信研究院总工程师何宝宏认为，当前政策的关注点已经从算力设施建设进一步延伸到资源能不能被感知、调度，以及能不能最终被企业和行业真正使用。我国逐步开展普惠算力赋能中小企业专项行动，探索算力超市、算力银行等服务模式，降低中小企业用算门槛，推动算力资源向实体行业下沉。从整体政策逻辑看，下一阶段，不仅要把资源建起来，更要把资源、网络、应用、服务衔接起来。

工业和信息化部总工程师钟志红表示，下一步，将强化系统谋划，提升算力利用效能，加快构建“枢纽-区域-边缘”多层次、梯次化算力架构；持续完善中国算力平台功能，促进算力资源统筹监测和高效利用。强化算网融合，筑牢协同发展底座，搭建高速互联、超低时延、韧性强健的算力传输通道，按需部署城域毫秒接入，持续推进算力互联互通节点体系建设。

与此同时，“瓦特”与“比特”加速双向奔赴。国务院常务会议日前提出，要推动算电协同、算网融合，加强算力资源监测调度和骨干光纤网络建设，强化算电设施规划衔接，加快绿电直连、源网荷储等项目落地。

记者注意到，从业内企业的最新动作来看，“算电协同”“算网融合”成为关键词。在廊坊市，中鼎云大型智算产业项目正在加速建设，项目预计总投资 262 亿元，一期投资 30 亿元，集中应用绿电直供、电力系统预集成等多项零碳数据中心前沿技术。中鼎云数据科技有限公司相关负责人表示，高算力密度、高电力密度正成为人工智能数据中心建设的关键。

中国电信总经理刘桂清表示，在张家口市，中国电信智慧云基地怀来园区建成浸没式全液冷绿色算力中心，清洁能源占比高达 98%。“未来，产业界需加强算力与电力产业在规划、建设、运营方面的深度融合，联合推动绿电直供、源网荷储等新型供电模式应用，实现多样化清洁能源高效供给。”

“算、网、电协同是人工智能深化拓展的必由之路。”工业和信息化部信息通信发展司副司长赵策表示，当前，我国算力处于快速发展期，迫切需要持续、稳定、灵活的网络和电力保障，要鼓励企业通过源网荷储、绿电直供等技术提高清洁能源使用比例，聚焦备用电源、虚拟电厂、新型储能等重点方向，组织开展产学研用联合攻关与应用推广，加快新技术创新与应用。

算力网建设需要更好发挥市场机制作用。国务院常务会议提出，支持企业开展科技创新、资源整合和应用推广，促进供需更好匹配。

不少产业生态企业将进一步整合上下游资源，提供更优质的产品和服务。日前，中国银行会同业内企业启动“一网三融”算力金融生态共建行动，“十五五”期间，中国银行将携手保险、产业投资、资产管理和金融租赁等算力生态伙伴，共建“算力+”产业金融生态，为算力产业链上下游企业提供不少于 3000 亿元综合金融支持，支持不少于 100 个重点智算中心项目。

中国移动总经理陈扬帆表示，将聚焦异构互联、跨域调度、模型服务等重点方向，加快算力关键共性技术研发与应用，实现从芯片到模型的全栈国产自主创新。同时，深化资本协同，强化人工智能、芯片等企业战略投资，打造产投协同平台，强化业务与资本的双向赋能。

（2）中国信通院总工何宝宏：智算规模同比增长 177%，形成扎实的算力综合底座

2026 年 09 月 14 日来源：人民邮电报

9 月 12 日，在 2026 中国算力大会主论坛上，中国信息通信研究院总工程师何宝宏对《2026 综合算力全景分析》报告进行解读，通过建立一套综合算力的分析矩阵，评估全国 31 个省级行政区的综合算力发展情况，直观展示各省在算力、存力、运力和环境方面的发展水平。同时，何宝宏分析了我国算力发展的政策和产业最新进展，并结合成果分享了若干思考。

何宝宏表示，当前政策的关注点已经从算力设施建设进一步延伸到资源能不能被感知、调度，以及最终被企业和行业真正使用。具体来看，在企业建设方面，算力网作为“六张网”之一，已经纳入我国现代化基础设施体系。工业和信息化部按照“点、链、网、面”思路，持续推进全国一体化算力网建设，依托中国算力平台，归集全国算力资源，形成全国算力资源“一本账”。应用方面，我国逐步开展普惠算力赋能中小企业专项行动，探索算力超市、算力银行等服务模式，降低中小企业用算门槛，推动算力资源向实体行业下沉。从整体政策逻辑看，下一阶段，不仅要把资源建起来，更要把资源、网络、应用、服务衔接起来。

何宝宏表示，从我国综合算力的整体情况看，当前在持续地提速。在算力方面，截至 6 月底，智算规模同比增长 177%；在存力方面，存力规模相比 2025 年增长了约 11%；在运力方面，1ms、5ms、20ms 三级高速算力网络体系架构逐步形成；在模型应用方面，生成式人工智能服务备案数量与 2025 年底相比增长 32%。这些数据表明，我国已经形成了比较扎实的算力综合底座。

他表示，在总量变化之后，算力评价的重点也发生了变化，不仅要看有没有资源，还要看利用效率如何，存储、网络是否匹配，业务能不能持续承载。基于变化，算力的分析体系也进行了升级，“1+4”框架结构，包含综合能力矩阵和算力、存力、运力、环境四个分维

度。

从综合算力的整体情况看，整体呈现出“少数省份高位引领，多数省份中部集聚，不同维度梯度分化”的总体特征。从存力的发展看，不仅要看容量大小，也越来越看重存储的质量和存算的协同。从运力角度看，运力并非单一的网络能力，而是由三层网络协同构成，三层里任何一个跟不上都会影响最终算力的质量，因此下一步更重要的是网络建设和算力项目同步规划，进一步让算力可连接、可调度、可使用。从环境能力看，东部地区更多体现出市场产业创新的优势，西部地区更多体现能源、气候资源优势，部分中部地区呈现出了资源和市场相对均衡的组合特征。总的来看，各地区发展基础不同，关键是发挥自身的环境优势，通过跨区域协同实现资源条件和市场需求更好地匹配。

基于以上分析，何宝宏提出四点建议，推动提升我国综合算力发展向比质效、比协同、比服务能力转变。

一是分区施策。综合基础较强的地区重点是提升存量资源的利用效率和质量、高价值场景的承载能力；成长型地区进一步强化区域算网枢纽的节点作用，以产业需求带动算网协同发展；资源较好的地区则要发挥能源和区位优势，承接更多的算力业务。

二是延链、强链。从建算力进一步走向建体系，算力中心不仅要看计算设备、存储、网络、芯片、应用场景，还要同步考虑形成“算、存、运、产业生态”相互支持的发展体系。

三是绿色赋能。要把绿色发展贯通到算力运营的全过程，通过液冷、绿电、节能改造、算电协同提升能源利用效率，让算力增长和绿色低碳发展更好结合。

四是统筹管控。完善一体化监测调度体系，进一步加速算力交易的计价、核算、标准治理体系制度建设，进一步提高社会资源的配置效率。

何宝宏最后表示，要把已有和新增资源配置得更合理、利用更充分、服务更高效。

（3）国家数据局：将适时推动具身智能数据标准建设

2026年09月14日来源：中国证券报

9月13日，记者从国家数据局获悉，国家数据局局长刘烈宏近日主持召开具身智能座谈会。

会上，中国科学院自动化研究所、北京通用人工智能研究院、光轮智能、京东集团、深度机智、石景山人形机器人数据训练中心、星海图、自变量、北京人形机器人创新中心等企业代表，围绕“数据赋能具身智能发展”发表意见建议。

当前，具身智能产业蓬勃发展，呈现出数据驱动特征，对高质量、多样化、大规模数据的需求持续增长。

国家数据局表示，将坚持问题导向、把握产业发展趋势，加强科学布局和发展引导，适时推动具身智能数据标准建设，指导地方数据系统有序开展相关工作，促进行业健康发展，积极支持企业加大数据投入，更好赋能具身智能发展。

（4）我国正式开展数据产权登记工作，数据也有“身份证”了

2026年09月14日来源：新华社

9月11日，国家数据产权登记服务系统上线试运行，我国正式开展数据产权登记工作。这一举措将推动数据“持证上岗”，从而加快构建全国一体化数据市场，降低数据流通交易

成本，促进数据要素价值释放。

为什么要推行数据产权登记？

简单来说，数据产权登记就是明确“谁对什么数据有什么权利”。过去，企业想在不同地区、不同场景使用数据，往往面临权属模糊、标准不一等问题，数据流通效率大打折扣。

国家数据局政策和规划司司长栾婕表示，国家层面推行统一的数据产权登记制度，将着力解决一段时间以来市面上多种类型数据登记并存、标准不一、互认不足的问题，实现“一次登记、全国通用”。

按照今年7月国家数据局印发的《数据产权登记工作指引（试行）》，全国统一了登记对象、类型、流程、审查标准、登记效力和登记系统，从制度层面解决了行业痛点。

如何进行数据产权登记？

目前，北京国际大数据交易所、上海数据交易所、深圳数据交易所纳入全国数据产权登记机构目录，有需求的经营主体可以向登记机构申请办理数据产权登记。

“数据产权登记凭证的有效期一般是5年，到期前6个月内可以提交续期登记申请。”北京国际大数据交易所运营管理部负责人彭博表示，数据产权登记流程包括申请、受理、审查、公示、异议处理、信息存证、凭证核发，共七步，重点围绕数据安全合规性、数据产权归属等进行审查，最后再核发数据产权登记凭证。

系统上线首日，已有56份数据产权登记凭证通过系统向社会公示，涵盖信息技术、医疗卫生、科学研究等行业领域。

对各行各业有什么影响？

复旦大学管理学院信息管理与商业智能系教授黄丽华表示，随着人工智能时代的来临，大多数企业将成为数据要素的供给者、数据流通共享者或数据使用者。数据产权登记凭证将成为企业规避经营风险、规范盘活数据资产、切实保护自身权益的实用凭证。

从数字经济角度看，数据确权是价值释放的重要支撑。以往，由于供需双方对数据权属存在顾虑，数据流通利用面临不少难题，金融机构也因无法评估其价值和风险而对数据融资担保保持谨慎态度。今后，随着数据产权登记工作的开展，产权清晰的数据越来越多，数据流通利用将更加繁荣，数据估值、数据融资等衍生业态也将获得更扎实的发展基础，有望催生更多商业模式。

从宏观经济视野看，这是构建全国一体化数据市场的关键一步。随着人工智能等新技术的快速发展，高质量数据集的需求激增。统一的登记体系，为数据供给方和需求方搭建了信任桥梁，不仅服务于大型企业，也为中小企业开辟了新路径，让更多企业享受到数据要素价值化的红利。

专家认为，全国统一的数据产权登记是第一步，后续随着登记工作经验的积累和制度的持续完善，数据产权登记的效力会进一步强化，有望在更多经济场景中发挥积极作用。

（5）北京锚定全球智能经济标杆城市，2030 数字经济占比将突破 50%

2026 年 09 月 14 日来源：中国经营报

北京市政府发布的《北京市“十五五”时期数字经济发展规划》（以下简称《规划》）提出，2026—2030 年，数字经济增加值年均增速将达 8% 左右。到 2030 年，数字经济增加值占地区生产总值比重超过 50%。在产业与社会应用方面，万人机器人拥有量达到 100 台，互联网诊疗总诊疗量达到 600 万人次，全市各类学校人工智能应用覆盖率提升至 95%，数字服务出口占全市服务出口比重达到 70% 左右。

《规划》明确，到 2030 年，数智技术对经济发展的放大、叠加、倍增作用显著发挥，

数据要素价值潜力充分释放，实体经济和数字经济融合发展水平大幅提升，数字治理体系更加完善，打造一批数智城市标杆应用场景，建成全球数字经济标杆城市。在此基础上，加快推动数字经济向智能化新阶段演进，努力建设全球智能经济标杆城市。

分层打造“雁阵”式企业集群梯队

《规划》提出，打造具有国际竞争力的数字产业集群。支持人工智能原生企业集群化壮大，推动传统产业集群智能化升级，孕育算力支撑型、数据驱动型、软硬一体型、生态平台型标杆企业。发挥“热带雨林”式创新生态优势，分层打造“雁阵”式企业集群梯队。对标世界一流，培育一批具有全球竞争力、产业链控制力的世界级企业。

毕马威中国经济研究院院长蔡伟在接受《中国经营报》记者采访时表示，《规划》提出到2030年数字经济增加值占GDP比重超过50%，其意义不只是数字产业本身做大，更重要的是，数字技术会加速渗透到传统产业和城市经济的各个环节，推动北京的产业结构和就业结构进一步调整。

蔡伟进一步分析，首先，产业边界会进一步融合。过去我们可以比较清楚地区分“数字产业”和“传统产业”，但随着人工智能、大模型、数据等技术成为生产要素，这种界限会越来越弱。未来金融机构、制造企业、医疗机构甚至专业服务机构，都可能越来越依赖数字技术来提高生产效率。因此，数字经济更多会成为整个经济体系的底层支撑，而不仅仅是一个独立的产业门类；其次，产业结构会进一步向高附加值、知识密集型环节集中。北京本身就具有科技创新和高端服务业的优势，数字经济的发展会进一步强化这一特点。人工智能等技术提高研发、设计、分析和决策效率之后，一些重复性、标准化程度较高的生产环节会被自动化，而研发、技术服务、数据分析、产品设计以及数字化管理等环节的重要性会进一步提高。

北京市统计局今年1月发布的数据显示，2025年，全市数字经济增加值突破2.4万亿元，同比增长8.7%，占全市GDP的46.4%，其中数字经济核心产业增加值增长10.4%，占全市GDP的29.3%。重点产业优势明显，规模以上电子制造业增加值同比增长20.2%，信息服务业增加值增长11%。着力打造“人工智能第一城”，大模型备案总量209款，占全国近三成，全球大模型第一股智谱华章在港交所上市。智能产品制造彰显实力，全年生产新能源汽车69.9万辆，同比增长1.4倍，集成电路、风力发电机组等产量均增长超一成。

谈及北京数字经济发展对就业结构的影响，蔡伟表示，未来，就业结构会出现比较明显的分化和升级。一方面，对高技能人才和复合型人才的需求会持续增加；另一方面，一些重复性、规则化程度较高的工作岗位可能面临调整。特别是数据处理、基础客服、简单内容生产、部分行政事务等岗位，随着人工智能和自动化工具普及，企业对这类岗位的需求可能会下降。与此同时，技术进步也会创造新的职业和新的需求。

推动人工智能全方位赋能实体经济

《规划》专门设置章节，提出打造智能经济新形态，“词元经济”“软件智能体”“具身智能”等成为高频关键词。《规划》明确要打造词元工厂，建立生产、度量、定价、结算体系，大力发展软件智能体，推动软件企业向智能体业务模式转型，发展按词元计价、按效果付费、订阅托管等新商业模式。

在推动融合发展方面，《规划》提出，北京将深入实施“人工智能+”行动，推动人工智能全方位赋能实体经济，强化重大项目与共性平台协同联动。建设医疗、制造、教育等领域国家人工智能应用中试基地，打通研发、验证、转化一体化机制，促进更多标杆应用涌现。完善北京通用人工智能产业创新伙伴计划，构建全链条、跨区域的协同创新生态体系。

蔡伟表示，北京推动数字产业和实体经济深度融合有三方面优势：一是北京的科技创新和人才资源高度集聚，特别是在人工智能领域具有比较强的原始创新能力；二是应用场景丰富，且具有一定的示范和辐射效应。北京既有金融、医疗、教育、文化等高度数字化的服务

业，也有制造业、城市治理等应用场景；三是数字基础设施和数据要素市场正在逐步完善。2025年，北京市大数据平台累计共享公共数据超过3.1万亿条，北京大数据交易所场内交易额同比增长150%。与此同时，北京持续扩大算力供给，2025年全市算力规模超6万P。对于人工智能来说，算力、数据和算法是三个非常重要的基础要素，北京在这几个方面已经形成了一定的先发优势。

他建议，北京下一阶段在推动数字产业和实体经济融合过程中，要进一步打通从技术创新到产业应用、从试点示范到规模化商业落地的链条。一方面继续保持基础研究和核心技术优势；另一方面降低中小企业使用数字技术的门槛，进一步完善数据、算力等要素市场，让更多传统行业能够真正用得起来、用得好了人工智能。同时，进一步加强区域协同，推动数字经济产业链在更大范围内优化布局。

“例如，乌兰察布依托风光资源和较低的能源成本，承接了北京大模型训练算力业务。北京则更多承担技术创新、人才和应用需求，两地通过低时延网络形成算力与应用的协同。未来类似这样的区域协同，可以让技术、算力、能源和应用场景在更大范围内实现优化配置。从宏观经济角度看，数字技术只有真正进入实体经济，提高全要素生产率，才能从数字产业的增长进一步转化为整个经济生产效率的提升。”蔡伟表示。

（6）我国已累计建成投产6个国产万卡智算集群

C114 通信网 颜翊 2026/9/29 09:23

C114 讯 9月29日消息（颜翊）昨日，国务院新闻办公室举行了“开局起步‘十五五’”系列主题新闻发布会。本次会上，国务院国有资产监督管理委员会新闻发言人、副主任庞骁刚介绍了中央企业在“六张网”建设方面取得的进展。

庞骁刚表示，“六张网”建设是“十五五”开局之年的重大部署，既能够稳投资、扩内需，更是增动能、提效益、惠民生、保安全的大事，关系当前和长远发展。中央企业是国家基础设施建设的重要力量。今年以来，国务院国资委认真落实党中央、国务院的部署要求，组织中央企业围绕“六张网”靠前谋划、加快实施了一批重大项目和标志性工程，年度计划安排相关投资约2万亿元，目前各项工作进展顺利。

一是水网主骨架加快构建。南水北调中线引江补汉、黄河古贤水利枢纽等工程高质量推进，央企深度参与40条骨干输排水通道建设，有力支撑国家水安全保障。

二是新型电网主动脉加快织密。建成全球规模最大、电压等级最高、新能源并网规模最大的交直流混联大电网，全口径平均供电可靠率达到99.948%。

三是算力网国产集群加快速度。在京津冀、上海、内蒙古、黑龙江和广东等地，累计建成投产6个国产万卡智算集群，试点建设算电协同项目，面向社会提供普惠易用、绿色安全的算力服务。

四是新一代通信网代际演进加快突破。支撑建成全球规模最大、技术领先的通信网络，483万座5G基站顺利落地，5G-A商用网络累计覆盖已经超过330个城市，卫星互联网运营服务能力初步形成。

五是城市地下管网“里子工程”加快补短。深度参与城市地下管网建设，以雄安新区综合管廊为代表的一批标杆工程陆续在各地建设运营。

六是物流网大通道加快成网。牵头筹建国家级物流大数据平台，持续推进海陆空物流枢纽建设，形成通达全球的航空航运网络；三峡水运新通道工程正式开工，平陆运河也于9月16日全线通航，大幅提升了我国内河航运能力和江海联通水平。

庞骁刚指出，下一步，国资央企将持续加强统筹规划，强化集约利用，全力参与“六张

网”建设，重点抓好四个方面：

一是在投资牵引上再加力。以“六张网”建设为抓手，有序扩大基建投资，更好发挥牵引带动作用。

二是在协同组网上再加力。加强算力网与新型电网、新一代通信网“三网融合”，提升水网、城市地下管网、物流网的数字化智能化水平。

三是在安全支撑上再加力。把安全发展理念贯穿项目规划、建设、运营的全生命周期，确保项目工程安全建设、质量可靠。

四是在共建共享上再加力。当好运营商、服务商、系统集成商，与各类企业共同参与建设、共同分享成果。

2. 宽带中国

（1）我国卫星通信产业迈入高速发展黄金期

2026年09月02日来源：人民邮电报

近日，在国务院新闻办公室举行的“开局起步‘十五五’”系列新闻发布会上，工业和信息化部对“十五五”时期卫星通信的未来布局给出清晰方向：统筹推进新一代通信网建设，加快卫星网络与地面通信网络深度融合，推动网络向“空天地海”一体化全域覆盖拓展。

今年以来，我国卫星通信领域迎来了战略升级与高速发展的黄金期。“卫星互联网”首次被写入《政府工作报告》与“十五五”规划纲要；工业和信息化部批复卫星物联网商用试验；我国低轨卫星星座规模化组网进程加快……在政策红利持续释放、技术创新加速迭代、产业生态日益完善的三重驱动下，我国卫星通信产业正从试验验证向规模化商用加速迈进，为构建“空天地海”一体化信息网络奠定坚实基础。

政策升级：“一揽子”推进卫星互联网发展

产业的快跑，离不开完善的政策体系托举护航。今年全国两会期间，《政府工作报告》首次提出“加快发展卫星互联网”，并将其纳入新兴支柱产业培育范畴。“十五五”规划纲要进一步锚定战略方向，提出“构建现代化基础设施体系”，统筹推进卫星通信、导航、遥感三大系统协同建设，加速低轨卫星互联网规模化组网，将其纳入国家109项重大工程项目建设体系。从顶层设计层面，确立了卫星互联网作为新兴支柱产业核心赛道、新质生产力重要新增长点的地位。

行业标准化建设同步提速。今年3月，国家市场监督管理总局正式批准成立全国卫星互联网系统与服务标准化技术委员会，旨在不断健全完善卫星互联网标准体系，推动卫星互联网产业高速、规范、健康发展。7月，工业互联网产业联盟卫星通信工作组成立，加快卫星通信关键核心技术攻关，培育开放共享的卫星通信产业生态。

市场准入环境持续优化。今年上半年，工业和信息化部先后批复国电高科、时空道宇开展卫星物联网业务商用试验，持续落实优化卫星通信行业准入的相关政策，确立了民营企业合规运营标杆，打通了民营企业从星座组网、资源使用到商业运营的完整链路，推动卫星物联网从示范试点转向规模化发展。

频谱资源与成本端政策红利加速释放。今年3月，国家发展改革委、财政部联合发布《关于优化完善无线电频率占用费标准的通知》，优化空间业务收费标准体系，非对地静止轨道（NGSO）卫星星座系统和网络化运营的对地静止轨道（GSO）卫星系统，调整为根据空间业务实际占用带宽向卫星运营商收取。对星座卫星数量在200颗及以上的卫星星座系统实行统一系统收费，并下调高频段收费标准，有效降低卫星运营商的长期运营成本。

一系列政策出台，形成了顶层定调、标准先行、开放准入、资源优化的卫星通信产业发

展保障体系，为卫星通信产业加速发展保驾护航。

产业落地：从“星座画图”到“规模商用”

政策东风之下，我国卫星通信产业实现多维度突破，星座组网、手机直连、商业运营等关键领域建设全面提速，规模化商用进程加速开启。

上半年，我国低轨卫星星座组网全面提速：卫星互联网低轨卫星密集发射组网；千帆星座在轨卫星数量增至 238 颗；吉利星座完成一期组网部署，在轨卫星数量达 64 颗；天启星座一期完成全球组网，累计发射 41 颗卫星，预计 2026 年底发射二期试验星。一颗颗卫星升空，把曾经画在图纸上的星座蓝图变成现实。

卫星通信关键技术不断取得新突破。今年 4 月，国内首次实现“星间激光+星地微波”多模态融合接续传输——数据由地面发射，经卫星之间的激光链路转发后，再返回地面实现闭环。相控阵天线和星间激光设备开始批量上天，这意味着低轨星座的“太空骨干网”正在从图纸变为现实。

手机直连卫星、北斗短报文等卫星通信应用场景不断拓展，推动卫星通信由专业领域向大众领域快速普及延伸。今年上半年，我国接连发射一箭四星卫星互联网技术试验卫星，用于开展手机宽带直连卫星、天地网络融合等技术试验验证工作。6 月 9 日，垣信卫星首颗手机直连试验星与中国移动的“中国移动 02 星”一箭双星发射成功入轨；仅仅十天后，国内首例无改造存量商用手机直连卫星通话成功打通，全程链路顺畅、语音音质表现优异，我国手机直连卫星由此实现重大技术突破。

在手机直连技术加速突破的同时，运营商侧的卫星通信商用服务也密集落地。今年 4 月，中国移动正式上线“天通+北斗”双星通信服务，用户可以通过手机直连卫星获得“文字+语音”的双重通信保障。随后，中国联通宣布天通卫星通信服务全国上线。此前中国电信已深耕天通卫星业务多年，随着中国移动、中国联通相继入局，三大运营商均已将卫星通信纳入核心服务体系，面向大众的消费级卫星通信生态初步形成。

产业侧迎来规模化商用关键拐点。工业和信息化部正式批复国电高科、时空道宇卫星物联网业务商用试验，进一步激活卫星通信产业市场动能，引导各方资源加速流入星座建设、卫星终端研发、物联网场景应用等全产业链环节，加快推动我国卫星物联网实现规模化商用。

卫星制造产能提升，助力卫星通信领域加速发展。卫星制造方面，时空道宇旗下的台州卫星超级工厂采取柔性化生产方式，可实现年产卫星 500 颗，促进卫星通信产业从“项目交付”走向“持续运营”服务模式，推动卫星通信领域规模化商用。

当前，我国卫星通信产业已经蓄势聚能进入全速冲刺期。随着低轨星座组网节奏持续加快、手机直连等技术走向成熟，一幅“空天地海”一体化通信网络的数字图景正加速照进现实。展望未来，在政策牵引、技术驱动与市场需求共振之下，我国卫星通信产业将以更加强劲的姿态迈向规模化商用，不断释放新质生产力活力，成为驱动智能经济发展的重要引擎。

（2）中国联通研究院与中国星网牵头 北京 6G 空天地一体实验室正式发布

2026 年 09 月 15 日来源：北京亦庄官方发布

近日，2026 中国联通合作伙伴大会连接分论坛在上海举办。会上，在北京市相关部门的指导下，落地在北京经开区（北京亦庄）的中国联通研究院，联合银河航天、中兴数字星云、蓝箭鸿擎等区内企业，共同发布北京 6G 空天地一体实验室，标志着北京经开区 6G 产业、空天产业再添强引擎。

北京 6G 空天地一体实验室在北京市的统筹指导下，由中国联通研究院与中国星网牵头建设。实验室聚力技术创新、场景落地与生态共建，致力于成为天地一体关键技术“策源地”、

创新应用“粘合剂”、产业成熟度“试验田”、科技创新“孵化器”。

实验室成立一年来，已汇聚涵盖运营商、设备制造商、高校及科研院所在内的 20 余家产业链核心单位，覆盖基础研究、星地融合组网、核心芯片与终端设备、应用场景开发等产业链关键环节，构建起产学研用深度融合、协同创新的良好发展生态。已在星地融合、车联卫星、相控阵天线、星间激光等领域取得系列突破。其中，中国联通自主研发的业内首个星地融合开放互联底座“联通星枢”，在本次联通合作伙伴大会连接分论坛上作为中国联通网络创新的最新成果进行发布。

中国联通研究院有关负责人表示：“下一步，将继续发挥北京 6G 空天地一体实验室创新平台纽带作用，联动政府与产业资源，统筹布局 6G 空天地一体关键技术研究、天地一体通信网络端到端验证、空天地一体通信场景应用示范，打通‘技术攻关—场景应用—产业培育’全链条，与产业各方共研、共创、共赢，打造区域空天信息产业创新高地，助力地方经济社会高质量发展。”

作为首都高精尖产业主阵地，北京经开区以“标准引领、应用牵引、技术共生、生态共荣”为发展思路，全力打造 6G SPACES 新质生态社区，聚焦国际技术标准引领、关键技术突破、着力创新场景应用，助力全市形成 6G 产业先发优势，打造具有全球影响力的 6G 创新发展先导区。目前，全区已聚集 80 余家上下游企业，在芯片器件、基站设备、卫星通信设备等关键环节均有布局，初步形成了 6G 产业生态发展体系。

（3）工信部刘郁林对信息通信业发展提出四点建议

| C114 通信网 | 2026-09-23

在 ICT 中国·2026 系列活动主论坛上，工业和信息化部信息通信发展司司长刘郁林发表致辞谈到，党中央、国务院高度重视信息通信、人工智能发展，习近平总书记多次就加强信息基础设施建设、加快发展人工智能等作出重要指示。近期中央政治局会议就六张网规划建设作出战略部署，工业和信息化部坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，以加快数字经济与实体经济深度融合为主线，推动信息通信与人工智能发展取得积极成效。

基础设施实现新跨越，通信网络能力迈入双千兆，算网协同深入推进，智能算力规模位居全球前列，技术体系实现新突破。我国 5G 标准必要专利申请量全球占比领先，5G-A、6G 等关键技术研发及标准研制处于全球第一阵营。融合应用催生新动能，5G、人工智能、工业互联网等新兴技术与实体经济深度融合，智能制造、智慧港口、智慧矿山等一批新模式、新业态不断涌现，赋能产业转型升级作用凸显。

当前，人工智能技术加速演进，成为引领新一轮科技革命和产业变革的核心力量，党的二十届四中全会对推进信息通信全国一体化算力网建设，加快人工智能等数字技术创新，全面实施“人工智能+”行动作出战略部署，为我国信息通信业与人工智能发展指明了前进方向。

今年的中国国际信息通信展览会以“强网兴算·智汇生态”为主题，紧扣人工智能发展大势，充分体现了信息通信业与人工智能融合创新双向赋能的关系。刘郁林提出四点建议：

第一，坚持适度超前，构筑智能化、综合性信息基础设施。加快推进新一代通信网建设布局，系统建强基础网络、空间网络、国际网络、融合网络，全面提升全域智能、安全韧性、绿色低碳能力，优化智能算力资源部署，提高算力供给效率和普惠水平，不断夯实我国人工智能创新发展根基。

第二，坚持创新驱动，强化信息通信技术产业布局。扎实推进移动通信、光通信、卫星通信等关键核心技术研发，持续开展 6G 技术实验、标准研制，促进 6G 产业成熟和生态构

建，加大 6G 与人工智能融合研发力度，推进无线 AI 通感算智一体化等关键技术攻关，加强具身智能、脑机接口等前沿领域前瞻布局，培育新兴产业和未来产业。

第三，坚持深度融合，推动信息通信技术赋能千行百业。鼓励信息通信企业积极利用人工智能赋能传统业务，促进降本增效，推动 5G、千兆光网、人工智能等新一代信息通信技术规模化普及应用，持续赋能新一代智能制造，积极拓展交通、能源、教育、医疗等重点领域的规模化应用，加强信息通信业数据要素规范高效利用，助力提升经济社会数字化水平，前瞻探索 6G 潜在场景，培育应用创新生态。

第四，坚持开放合作，营造互利共赢发展环境。推动电信领域扩大自主开放，有序实施增值电信业务对外开放试点，支持外资企业深耕中国市场，持续深化信息通信领域国际交流合作，积极参与全球数字治理，推动形成具有广泛共识的数字治理规则 and 标准。我们也欢迎各国企业参与中国通信网络建设，共享市场机遇，实现互利共赢。

3. 相关政策法规

（1）《微短剧发展管理办法》9 月 1 日施行：这部新规有哪些政策要点

2026 年 09 月 01 日来源：国家广电智库

2026 年 9 月 1 日起，国家广播电视总局发布的《微短剧发展管理办法》正式施行。值得注意的是，这部文件的名字里，“发展”排在“管理”前面。它划出的不只是底线，更铺出了一条向上生长的轨道——一手治理乱象，一手扶持精品，这才是理解新规的完整视角。

短短数年，微短剧从“指尖消遣”成长为网络视听领域的重要内容形态。免费短剧、付费短剧、品牌定制、文旅融合、短剧出海等等，微短剧相关的品类、业务竞相发展，用户和市场规模持续扩大。但内容同质化、低俗化，盗版侵权、虚假宣传、诱导付费等问题，也一直是不能回避的问题。9 月 1 日起实施的《微短剧发展管理办法》（以下简称“《办法》”），共八章五十四条，涵盖备案公示、审核许可、内容规范、信息标注、平台责任、算法治理、人工智能应用、消费者权益保护和法律责任等环节。以下从八个方面逐一梳理这部新规的政策要点。

一、清晰界定：“微短剧”到底是什么

《办法》给出的定义是：单集时长少于二十分钟，主题主线明确、故事情节连续完整、人物角色突出的剧集。判断标准不是“横屏还是竖屏”“单集还是多集”，而是有没有完整、连续的故事形态。

管理范围覆盖网站、APP、广播电视频道、互联网电视、IPTV 等几乎所有广电视听播出渠道，以及手机、平板、电视、公共屏幕、车载设备等各类终端。哪怕把内容包装成“连续段子”“剧情号”“故事号”，只要本质上是微短剧，就必须遵守《办法》相关规定。

概念界定清晰，恰恰是为了让真正用心做内容的机构，少走“打擦边球”的弯路，把精力放回创作本身。

二、分类分层审核：不同题材，走不同路径

《办法》把微短剧分为一类、二类、三类：一类涉及投资额度较大，或题材涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等特殊领域；二类投资相对不大、一般题材；三类投资较低、一般题材。

需要注意的是，类别并不完全由投资额度决定，即使投资不高，只要涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等内容的特殊题材，也可能进入一类管理范围。分类标准由行业主管部门制定并适时调整，制作机构不能照搬旧经验，更不能靠拆分合同、模糊预算自行“降类”。

分类管理的意义在于精准施策：题材敏感、体量大的项目从严把关，题材常规、体量小的项目审批更便捷。这本身就是给中小体量的优质内容让出更大的成长空间。

三、备案与许可：给创作和播出建立稳定预期

一类微短剧需要在拍摄前完成备案公示，二类可参照适用一类的备案公示制度。能够申请一类备案的，必须是持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构，或依法设立的广播电视播出机构。

备案不是登记了事，如果主要人物定位、故事整体走向发生变化，需要重新履行备案手续；剧名、制作机构变化，也要向原备案部门办理变更手续。这意味着制作机构不能再随意改变主要人物定位和故事整体走向，更不能在项目实施过程中以“边拍边改”规避备案要求。

拍摄完成后，一类微短剧审核通过取得《微短剧发行许可证》，二类取得批准文件，三类由播出单位完成播前审核并标注节目编号。

这里有一个细节需要关注：“20日内作出决定、其中专家评审10日”这一时限，专门针对的是一类微短剧的审核许可环节，也就是拍摄完成、送审发证这一步，而不是前面的备案环节，也不直接适用于二类、三类微短剧。二类微短剧由地方主管部门参照办理，并被鼓励结合本地实际简化流程、提高时效，但办法没有给二类设定统一的天数。

即便如此，这份时间表本身也是一种发展利好，一类项目的审批流程有了明确预期，企业排期、商务合作、投流计划也就有了更稳定的依据，减少了“审核周期不确定”带来的播出风险。

此外，一个项目一旦已送审、但尚未获得许可或已被拒的，不得转向其他主管部门另行送审。

四、内容与推广同标准管理：正片和素材同一尺度

《办法》进一步明确微短剧内容管理底线，对涉及国家安全、民族宗教、英雄烈士、未成年人权益、个人隐私，以及淫秽赌博、拜金主义、歧视性内容、虚假信息、暴力恐怖、教唆犯罪等作出禁止性规定。在规范内容的同时，《办法》还完善了播出标识和署名要求，明确片头须标注剧名及许可证号、备案号，并在显著位置标明编创人员署名。

更值得关注的是，《办法》明确推广信息必须与内容本身相适配，不得出现禁止性内容。这直接指向“正片一套尺度、投流素材另一套尺度”的行业顽疾。预告片、海报、信息流广告、切片标题等，要遵循同一标准。

对靠低俗噱头博流量的项目，这是收紧；但对靠内容和口碑吸引用户的项目来说，反而是一次公平竞争环境的重建。

五、技术创新有边界：AI提效，责任不减

《办法》鼓励微短剧在艺术表达、传播方式、新技术应用和商业模式上创新，这也是“发展”二字的应有之义。同时明确，使用AI生成、制作的微短剧，必须在每一集的明显位置添加提示标识。

需要提醒的是，具体的标识样式、留存记录等操作细节，属于国家人工智能生成合成内容标识相关规定的衔接适用范畴，制作机构和播出单位除了遵守《办法》，也要同步对照相关配套规定执行。尊重原创、保护著作权，始终是行业创新的底线。

AI能降低的是制作成本，不是内容责任。这句话既是提醒，也是给认真做内容的团队吃下一颗定心丸，合规使用AI技术不仅不受限制，还会被明确鼓励。

六、平台责任升级：从“管一部剧”到“管全链条”

《办法》要求播出平台落实总编辑内容负责制，建立可追溯的审核责任机制。一类、二类项目上线前需核验发行许可证或批准文件；三类项目要完成播前审核并报送节目编号，且非独播项目不能直接套用其他平台的编号。

平台还要对传播微短剧的重点账号建立信用评价体系、实施重点管理；同时，对内容提

供者和推广者，要根据内容数量、用户数量、日常流量等指标开展常态化巡查，建立分级管理制度和退出机制。

这意味着平台的角色，正在从单纯的“流量入口”，转向内容生态的共建者和守护者。

七、算法与付费：对用户多一份尊重，给行业增一份信誉

《办法》要求平台定期审核、评估算法机制，优先推荐优质微短剧，不得使用诱导沉迷、过度消费的算法模型；提供付费内容的，要依法与用户签订协议，明确告知收费信息，保护消费者合法权益。

虽然《办法》没有逐一列举具体执行环节，但从“明确告知、保护消费者权益”这一原则出发，自动续费提醒是否到位、计费规则是否清晰、未成年人付费是否有必要限制，都是平台落实消费者权益保护责任时重点关注的方面。

好的商业模式，应该建立在用户知情、自愿、信任的基础上。过度透支用户，损害的是整个行业的长期信誉。而对真正靠内容质量取胜的作品，算法治理反而意味着更公平的流量分配机会。

八、规范与扶持并举：拓展行业发展空间

《办法》并没有把创新关在门外。它明确鼓励群众参与创作，鼓励技术和商业模式创新，支持微短剧赋能千行百业，支持优秀作品境内外同步播出。

此前，总局已发布《“微短剧精品创作传播计划”实施方案》，提出到2026年底基本建成精品创作传播扶持体系、全年推出千部优秀微短剧。《办法》着眼于建立行业发展的基本制度，专项计划则侧重扶持精品创作传播，共同体现了规范管理与促进发展并重的政策导向。

规范不是终点，而是让行业从“拼速度、拼投流”转向“拼内容、拼信誉”，这也恰恰是留给真正用心创作者的最大发展红利。

九、结语

微短剧之“微”，是时长之微、入口之微，但它连接的用户规模、产业规模、社会影响，并不微小。《办法》的施行，不是给行业“踩刹车”，而是“铺轨道”。一手划底线，一手扩空间；一手治理乱象，一手扶持精品。9月1日，不是发展的限速带，而是助跑的新起点。今后，行业比拼的不只是上线速度和投流效率，更是谁能在创新与规范之间，走得更稳、更远！

（2）最新利好 七部门联合发布

2026年09月01日来源：金融时报

8月31日，商务部会同国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、农业农村部、文化和旅游部、市场监管总局等部门印发《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》（以下简称《实施意见》）。

商务部消费促进司负责人介绍称，《实施意见》明确了“十五五”时期促进商品消费的指导思想、基本原则和总体目标。到2030年，社会消费品零售总额达60万亿元左右，培育形成绿色消费、智能消费、健康消费等十万亿级市场，推动相关领域消费持续发展壮大；汽车、家电、通讯器材、纺织服装等万亿级品类零售额持续增长，市场规模保持全球领先地位。

具体来看，《实施意见》提出了促进商品消费的4方面重点任务。

一是促进大宗耐用商品消费，深入推进汽车流通消费改革试点，全链条扩大汽车消费；加快智能家居应用推广。

二是稳步提升生活日用商品消费，促进食品、饮料、纺织服装、文体娱乐用品等消费品

质提升。

三是支持特色商品消费，聚焦“一老一小”，支持银发、婴童产品消费；促进国货“潮品”、外贸优品、国际精品等消费。

四是培育壮大升级类商品消费，顺应消费升级需求，促进绿色、智能、健康等产品消费。

关键词：文体娱乐用品消费

在文体娱乐用品消费方面，《实施意见》提出：

促进绿色智能、多元适配、国潮创意等优质文化用品消费。

拓展优化体育运动消费场景，激发竞技体育、户外运动、健身休闲等相关产品消费潜力。

优化民族乐器、智能乐器供给，丰富乐器消费场景。

扩大 3D 打印相关产品消费。

发展周边衍生品消费，完善 IP 衍生品开发机制，提高文化创意转化水平，推出一批主题产品和旅游线路。

持续优化 IP 消费环境，重点加大对涉外观设计、商标等知识产权的保护力度。

关键词：银发产品消费

在银发产品消费方面，《实施意见》提出：

加强关键技术和核心部件研发，扩大脑机融合、人工智能等技术在适老化产品、康复辅助器具产品等领域应用。

加大对《老年用品产品推广目录》优质产品推广，推动外骨骼机器人、电动轮椅、智能床垫等产品及健康监测、两便护理、移位、助浴等设备进入老年人家庭。

探索建立银发产品认证制度。

鼓励商贸流通企业设立适老化产品销售专区，推动适老化产品进商超、进酒店、进社区、进医院、进药店、进养老机构。

关键词：智能消费

在智能消费方面，《实施意见》提出：

建设消费领域国家人工智能应用中试基地，完善人工智能产品研发机制，推出一批国际领先、消费潜力大的智能消费品。

加快人工智能手机和电脑、智能穿戴设备、智能机器人、智能家居等产品推广应用。

建设“人工智能+消费”集聚区和集合店、人工智能应用体验中心等消费基础设施。

关键词：财政金融支持

商品消费扩容升级离不开财政金融政策的支持，对此，《实施意见》明确：

用好个人消费贷款贴息、服务业经营主体贷款贴息、消费新业态新模式新场景试点等政策，充分发挥财政资金撬动作用。

鼓励金融机构在依法依规、风险可控前提下加大对汽车、家电及数码产品、智能家居等消费的金融支持，开发多样化金融产品。

支持金融机构与商家、平台深化合作，共同开发适应消费行业特点的金融产品和服务。

完善内贸险政策，扩大承保规模和覆盖面。

鼓励基层工会按照工会经费使用规定，购买生活日用品、粮油食品等用于各类慰问活动。

（3）8 月处理电视剧侵权账号 134 个，清理侵权链接 352 万条

2026 年 09 月 04 日来源：央视新闻

据国家广播电视总局消息，2026 年 8 月，广电总局会同重点省局，组织行业相关主体各司其职，及时响应，对热播剧片进行重点监测，本月共清理侵权链接 352 万条，处理侵权账号 134 个。据了解，按照国家广播电视总局工作部署，2026 年 5 月开展的电视剧侵权传

播专项治理工作取得显著成效。为进一步巩固治理成果，治理工作通过常态化、制度化长效机制开展，与国家版权局牵头开展的“剑网 2026”有效衔接，同向发力，形成对侵权传播违规行为持续打击态势。

（4）专项整治 AI 应用乱象！百万违规信息被清理、数千违规账号 APP 遭处置

2026 年 09 月 04 日来源：国家广电智库

近期，中央网信办组织开展“清朗·整治 AI 应用乱象”专项行动第二阶段工作，聚焦利用 AI 制作发布虚假信息、传播暴力低俗内容、假冒仿冒他人、侵害未成年人权益等突出问题，部署各地网信部门深入推进重点整治任务，督促网站平台集中清理 AI 生成各类违法不良信息，依法查处违规账号和移动应用程序，有效遏制 AI 生成合成信息内容乱象，推动 AI 应用服务健康有序发展。截至目前，累计清理违法违规信息 561 万余条，查处账号 4.9 万余个，处置违规网站、应用程序等 2400 余个。

专项行动开展以来，各地网信部门切实履行属地监管责任，因地制宜推出一系列针对性治理措施。北京网信办指导网站平台全面升级审核策略，持续提升违规内容新型变体识别处置能力。上海网信办督促平台深入开展自查自纠，加大违法违规信息和账号查处力度，推出 AI 应用“知识普及包”引导公众识别问题风险。浙江网信办对属地重点平台开展“一企一策”问诊进行合规指导，督促完善内控体系，依法查处一批问题突出的 AI 应用软件。广东网信办召开重点网站平台工作例会，对多款应用违规问题开展点对点督促整改，确保专项行动取得实效。

网站平台积极响应专项行动部署安排，持续健全 AI 内容常态化治理机制。抖音、快手、微博、腾讯、百度、哔哩哔哩、小红书、知乎、豆瓣、淘宝等平台进一步强化技术赋能，优化多模态识别模型，动态扩充人脸库、声纹库和违规样本库，上线人脸实时治理系统等功能措施，提升违规内容智能检测和拦截效率，加大对违规账号、信息处置力度，畅通线索举报渠道，累计发布各类治理公告 46 期。豆包、元宝、千问、文心一言等平台严把原始语料内容审核关，严格限制违规内容输出，强化 AI 生成合成内容标识要求落地，从源头防范违法违规信息生成传播。华为、小米、OPPO、vivo 等应用商店制定严格的 APP 开发者准入规范和上架要求，对在架 APP 进行抽检复测，有效拦截违规应用入库。

专项行动期间，一批违法违规账号和应用受到处理。为进一步加强警示教育，现将部分典型案例通报如下：

1. 利用 AI “魔改”经典、生成“数字泔水”。微博账号“天**小”、抖音账号“歪**国”、快手账号“小*菌”、微信账号“咸*i”等，滥用 AI 技术“魔改”《三国演义》《西游记》等经典名著，颠覆重要人物人设，虚构低质猎奇剧情博取流量。相关账号已被依法依规处置。

2. AI 制作发布虚假不实信息。快手账号“云**视”、小红书账号“有*头”、抖音账号“7**员”、微信账号“长**帆”等，利用 AI 生成合成虚假灾害现场、救援画面，编造不实社会热点信息，发布封建迷信内容，打造 AI 数字人进行虚假宣传带货，误导老年人，制造恐慌情绪。相关账号已被依法依规处置。

3. AI 假冒仿冒他人。抖音账号“特**力”、快手账号“石*”、小红书账号“潮**件”、微信账号“M**勒”等，利用 AI “换脸”“换声”等技术，假冒仿冒公众人物形象，生成合成低俗舞蹈、拥抱接吻等图片视频，借机营销牟利。相关账号已被依法依规处置。

4. 制作发布暴力低俗等信息。哔哩哔哩账号“带**着”、抖音账号“波**C”、快手账号“虾**诡”、微信账号“星**7”等，批量发布 AI 生成合成的含有恐怖诡异、暴力低俗

等画面内容。相关账号已被依法依规处置。

5. AI 侵害未成年人权益。小红书账号“小**娃”、微信账号“豆*a”、抖音账号“半**历”、快手账号“若**雪”等，发布 AI 生成合成未成年人怀孕、打架等与其年龄特点不符的内容，批量制作传播“毒动画”、儿童“虐向”“邪典”视频，伤害、恶搞未成年人形象，影响未成年人身心健康。相关账号已被依法依规处置。

6. 利用 AI “托管”从事网络水军活动。微信账号“涛**客”、微博账号“A**师”、抖音账号“风*”等，为 AI “托管”软件引流，模拟真人运营账号、评论互动，生成大量低质同质文案。相关账号已被依法依规处置。

7. AI 产品服务和应用程序违规。“N**t”“穿**元”“甜*圈”“芋**o”等网站平台多个智能体封面、简介和生成对话中含有淫秽色情及其他危害未成年人身心健康的信息，严重破坏网络生态。对拒不改正的，依法予以查处，按程序采取警告、罚款、下架或关闭等措施。

(5) 广电总局对网络故事片创作提出四点要求

2026 年 09 月 04 日来源：国家广播电视总局

9 月 2 日，网络故事片创作座谈会召开。会议围绕网络故事片创作实践、运营模式创新、产业发展与政策扶持等议题进行深入交流探讨。

会议认为，近年来网络故事片快速成长，涌现出一批精品力作，已成为互联网新大众文艺的重要创新形态和传播主流价值的重要载体，为推动广播电视听高质量发展注入新活力。

会议对进一步推动网络故事片高质量发展提出要求：

一要坚持正确价值引领，锚定文化使命，把正确价值导向摆在首位；

二要深挖思想内涵，丰富题材类型，不拘泥于特定题材，以多样化创作打造精品力作；

三要优化发展生态，创新商业模式，打造创作友好型生态，促进行业健康有序发展；

四要坚持科技赋能，合理运用 AI 等新技术，使其成为创作工具和创作伙伴，助力行业提质增效。

会议由国家广播电视总局电视剧司主办，内容中心承办，上海、江苏、湖南、广东 4 家省（市）广播电视局代表，行业专家、中国电视剧制作产业协会、网络故事片主创、制作机构代表，以及芒果 TV、爱奇艺、优酷、腾讯视频 4 家网络视听平台代表参加会议。

(6) 尹欣任上海广播电视台总编辑

2026 年 09 月 04 日来源：传媒茶话会

9 月 3 日，上海广播电视台官网“领导团队”一栏更新显示，尹欣已任中共上海广播电视台（上海文化广播影视集团有限公司）委员会副书记，上海广播电视台副台长、总编辑。

尹欣，女，汉族，1978 年 7 月生，中共党员，研究生学历、文学硕士。

2004 年尹欣进入解放日报，历任记者、主任助理、副主任、主任、解放日报社工会主席（2014 年 4 月兼任）、专副刊编辑部主任等职。

此后尹欣离开传媒一线，先后担任上海市委外宣办、市政府新闻办事业发展处处长，上海市委外宣办、市政府新闻办副主任，上海市委外宣办、市政府新闻办主任，市政府新闻发言人等职。2024 年 6 月，尹欣任上海广播电视台副台长、副总编辑，直至此番履新。

（7）广电总局：对微短剧严格执行凡播必审制度 鼓励探索边播边审模式

2026 年 09 月 07 日来源：银幕穿越者

据新华社近日报道，为更好推动微短剧繁荣健康发展，依法加强管理，国家广播电视总局网络视听司发布“管理提示”，明确机构或个人用户在微短剧播出平台上使用账号上传的微短剧，由播出平台履行内容管理职责，严格执行凡播必审制度。

针对用户上传的符合一类、二类分类标准的微短剧，应当取得《微短剧发行许可证》或者批准文件。播出平台不得传播个人上传的自制特殊题材微短剧。

针对上传的三类微短剧，播出平台应当依法依规进行审核，并同步将相关剧目信息和节目编号在线上系统报广播电视主管部门。

提示要求，各省级广播电视主管部门要组织部署落实，督导辖区平台对站内账号传播微短剧情况进行全面核查，及时纳入规范管理。同时，要尊重使用账号发布微短剧的创作特点和传播规律，鼓励探索边播出、边审核的模式，在确保传播合规、内容合格的前提下，激发微短剧作为互联网条件下新大众文艺的创新创造活力。

与此同时，“微短剧统一标识”也于近日同步实施。“微短剧统一标识”以苔花为灵感，采用红底金标，将首次出现在一类微短剧的片头，时长三秒钟。此外，苔花将在每一集右上角持续存在。

此前，微短剧行业推行了分类分层备案制度（按投资额与题材分为一、二、三类）。

但在实际操作中，部分制作方或切片分销商为了规避合规审核、加快上线周期，会将原本需要许可或备案的剧目拆解后通过“个人账号”或“小号”以 UGC 内容的名义上传发布。

过去，平台往往以“这只是用户个人上传行为，平台仅提供存储空间”为由避责。

“凡播必审”明确将主体责任压到了播出平台身上：谁的服务器在放、谁在靠流量变现，谁就要对内容终身负责；属于一类、二类的必须拿《微短剧发行许可证》；属于三类的，平台审完必须向系统报备；个人上传自制特殊题材（政治、军事、公安等）则直接禁止传播。

此外，值得注意的是，官方在提示中明确提到：“鼓励探索边播出、边审核的模式”。这是对微短剧连载、快节奏传播规律的尊重。尤其是对于如今爆发式增长的 AI 微短剧，平台可以对前几集快速审核放行测试数据，后续边更新边把关，在安全与效率之间寻找平衡点。

这标志着微短剧的野蛮生长时代已经彻底落幕。

广电总局这一举措，看似给短剧行业又戴上了一道“紧箍咒”，但实际上是在清理“劣币驱逐良币”的泥潭。当所有靠偷跑、擦边、违规借道上传的玩家被清除出场后，微短剧作为“互联网新大众文艺”的精品化、合规化发展路径才算真正铺平。

（8）广电总局发布《关于促进广播电视和网络视听公益广告高质量发展的意见》

| 广电总局 | 2026-09-30

9 月 29 日，国家广播电视总局发布《关于促进广播电视和网络视听公益广告高质量发展的意见》（以下简称《意见》），并自发布之日起施行。

《意见》指出，广播电视和网络视听公益广告是党的宣传工作的重要组成部分，对弘扬和践行社会主义核心价值观、传承中华优秀传统文化、增强全社会精神力量具有重要作用。

《意见》要求，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平文化思想和习近平总书记关于广告宣传也要讲导向的重要指示精神，围绕中心、服务大局，凝聚协同各方力量，不断提升广播电视公益广告的传播力、引导力、影响力、公信力。

《意见》对下一步重点任务进行明确：一要聚焦主题主线。坚持正确方向导向、坚持守正创新，推动党的创新理论深入人心，围绕重大主题、重要时间节点做好宣传，弘扬和践行

社会主义核心价值观，传承中华优秀传统文化。二要加强组织引导。改进扶持项目，强化综合评价，发挥引导带动作用。拓展资金来源，优化资金使用，精准扶持重点题材、特色项目，支持社会力量广泛参与。严格监测监管，营造良好环境。三要推动创作高质量作品。发布重点选题、创作指引，拓宽选题范围。加强理论研究，促进人才队伍建设。鼓励运用新技术、新业态创新表达方式，提升思想深度、艺术高度，提高作品观赏性故事性，出新出彩。四要构建全媒体传播体系。强化广电视听主流媒体示范引领作用，发挥网络视听平台优势。建好用好作品共享平台，充分利用各类公共视听载体，统筹线上线下，促进共享共用，提升传播效能。

此外，《意见》还对积极加强与相关职能部门协调联动，建立常态化工作机制，动员全社会力量，发挥“公益广告+”作用，建立健全公益广告可持续良性发展机制等作出了规定。

4. 与广电相关的标准

（本期无）

5. 广电行业动态与分析

（1）广电总局：17 个省级广电投入资金，计划扶持超 500 部微短剧

2026 年 09 月 02 日来源：国家广播电视总局

近日，“微短剧精品创作传播计划‘五个一批工程’”第二次调度会召开。会议通报了“五个一批工程”近期推进情况及阶段性成效。上海、江苏、山东等省（市）广电管理部门介绍了地方引导扶持精品创作的好经验、好做法。红果短剧、芒果 TV 围绕平台赋能精品创作、做好长征主题微短剧排播等作交流发言。

会议指出，“微短剧精品创作传播计划”部署实施以来，各省（区、市）广电管理部门、平台机构迅速行动，微短剧精品创作各项任务推进稳妥有序、成效初显。广电总局第一批扶持项目 16 个，第二批拟扶持项目题材更加丰富，整体质量显著提升；17 个省级广电部门投入财政资金，全年计划扶持精品微短剧项目已超 500 个；重点平台储备项目近 600 个，整体质量较好。

会议要求，以更高标准、更实举措推动各项工作落地见效。

一是压紧压实各方责任。省级广电局要扛牢属地管理责任，紧扣“五个一批”创作方向抓实统筹，进一步做好本地潜力项目的挖掘打磨和跟踪指导。播出平台要加大优质内容排播，持续健全内部审核机制，赋能精品传播。制作机构要严把剧本、拍摄、制作关口，打造有温度、有内涵、接地气的优质作品。

二是持续提升创作质量。坚持“内容为王”，推动思想内涵、艺术表达、制作水准向更高品质看齐，发挥好横屏、竖屏微短剧优势，善用新技术赋能创作，做强主流价值精品，做好时代新风精品，做亮地域文化精品，做暖民生烟火精品，做优国际传播精品。

三是夯实行业长远发展根基。坚持当下攻坚与长远建设相结合，完善选题储备、剧本孵化、精品生产、宣传推广全链条机制。常态化开展评优推介、经验交流，以标杆示范带动行业整体提质。加强人才培养，壮大创作力量，推动形成精品持续涌现、生态持续优化、产业良性发展的良好格局。

（2）广电视听服务和体验“双提升”新举措：广电总局就两项电视运营服务规定公开征求意见

2026年09月04日来源：国家广播电视总局

为做好电视“套娃”收费和操作复杂治理工作，建立长效机制，巩固治理成果，根据《广播电视管理条例》，国家广播电视总局在《有线电视运营服务管理暂行规定》（国家广播电影电视总局令第67号）修订工作基础上起草了《有线电视运营服务管理规定（修订征求意见稿）》，并起草了《交互式网络电视运营服务管理暂行规定（征求意见稿）》。9月2日，广电总局发布通知，就这两项征求意见稿向社会公开征求意见。

01 有线电视运营服务管理规定（修订征求意见稿）

此次修订是在《有线电视运营服务管理暂行规定》（国家广播电影电视总局令第67号）基础上进行的全面升级，旨在做好电视“套娃”收费和操作复杂治理工作，建立长效机制、巩固治理成果。规定共六章五十一条，从总则、业务要求、服务要求、监督管理、法律责任等方面对有线电视运营服务作出系统规范。

核心要点

明确“三属性四原则”，有线电视升格为国家战略性资源平台。《规定》提出有线电视运营服务应当坚持意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性，遵循用户为本、安全畅通、公平合理、公益优先的原则。要求运营服务提供者推进有线电视与新一代信息技术深度融合，提供智慧化广播电视服务和数据传输服务，持续提高网络整合水平，使有线电视网络成为国家重要信息基础设施建设的战略性资源平台。同时明确国家广电总局和县级以上地方广电部门的分级监管体制，实行政府监管、行业自律、社会监督相结合的机制。

坚持直播优先、禁止开机广告，直击“操作复杂”治理核心。《规定》以刚性条款要求运营服务提供者坚持直播优先原则，实现开机看全屏直播功能，设置频道回看入口，不得播放开机广告。酒店等集团用户须开机进入直播模式或欢迎主页，最多经过一次遥控器按键操作进入全屏直播。同时要求向用户提供便捷设置入口，方便用户自行选择开机进直播或交互主页，并不断缩短开机时长，实现遥控器一键切换直播信源。此外，须在交互界面首页设立免费专区，重点推荐优质免费内容，精简收费栏目数量，明晰节目收费信息，规范订购支付管理，从源头治理“套娃”收费。

服务时限全面量化，用户权益保障具体可感。《规定》将服务承诺细化为一系列可考核的硬指标：城镇用户安装开通申请两个工作日内答复，农村地区五个工作日内答复；接报故障后一小时内预约上门，城镇故障二十四小时内修复，农村地区四十八小时内修复；欠费停机须提前二十四小时通知，且不得终止央视综合频道信号传送，用户补足费用后一小时内恢复服务；用户投诉十个工作日内答复，停止经营业务须提前三十日公告。规定还要求向残疾人、老年人等提供便捷服务，对低保户、特困人群、养老机构给予资费减免，打造“老年模式”“未成年人模式”“无障碍模式”等创新服务，免费提供一年内的缴费及消费记录查询。

构建“约谈+分级处罚”监管体系，压实运营方主体责任。《规定》建立了递进式问责机制，运营方违反有关要求的，县级以上广电行政部门可以实施约谈，一年之内被约谈两次以上仍发生违规行为的，依法从重处罚。处罚按违规情形分级设置，一般违规给予警告、通报批评，情节严重的并处一万元至十万元不等的罚款；涉及消费者权益、个人信息保护、网络安全、数据安全的，依照《消费者权益保护法》《个人信息保护法》《网络安全法》《数据安全法》等法律处罚。同时规定省级以上广电部门应开展服务质量评价和不定期抽查并向社会公布结果，可聘请社会义务监督员，形成多元共治的监管格局。

02 交互式网络电视运营服务管理暂行规定（征求意见稿）

这是广电总局首次针对交互式网络电视（IPTV）专门制定的运营服务管理规定，旨在

做好电视“套娃”收费和操作复杂治理工作，建立长效机制、巩固治理成果。规定共六章五十一条，首次确立“集成播控服务提供者+传输服务提供者”双主体责任框架，从总则、业务要求、服务要求、监督管理、法律责任等方面对IPTV运营服务作出系统规范。

核心要点

确立双主体责任框架，明确三大属性与监管体制。《规定》明确IPTV运营服务是指依法设立的集成播控服务提供者和传输服务提供者，利用IPTV专网直接或间接向个人、家庭、集团用户提供广播电视服务的活动，应当坚持意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性，遵循用户为本、安全畅通、公平合理的原则。规定明确了集成播控方与传输方在信源安全、播控统一、专网传输等方面的共同责任，要求双方共同管理账户信息、收视行为、认证计费 etc 用户数据，传输方须将数据完整、准确、及时地传送至集成播控方，并须在页面显著位置展示“中国IPTV-省份”呼号等播出标识。监管上实行国家广电总局统筹、县级以上地方广电部门分级监管，政府监管、行业自律、社会监督相结合的机制。

坚持直播优先、禁止开机广告，直击“操作复杂”治理核心。《规定》以刚性条款要求集成播控服务提供者坚持直播优先原则，实现开机看全屏直播功能，设置频道回看入口，不得播放开机广告。酒店等集团用户须坚持直播优先，开机进入直播模式或欢迎主页，焦点停留在直播频道业务入口处，最多经过一次遥控器按键操作进入全屏直播，且提供IPTV服务前须与传输服务提供者通过服务协议明确各方责任。同时要求向用户提供便捷设置入口，方便用户自行选择开机进直播或交互主页，不断缩短开机时长，实现遥控器一键切换直播信源。此外，须在首页设立免费专区，重点推荐优质免费内容，精简收费栏目数量，明晰节目收费信息，规范订购支付管理，从源头治理“套娃”收费。

双主体服务责任细化，服务时限全面量化。《规定》对IPTV集成播控服务提供者和传输服务提供者双方服务义务作出细致划分：安装、开通、迁移、故障维修等由传输服务提供者承担，须在接报后一小时内预约上门，城镇故障二十四小时内修复、农村四十八小时内修复，设立统一客服电话提供7×24小时服务；业务变更、缴费、咨询、投诉等由集成播控方与传输方按职责共同落实。双方停止经营业务须提前三十日公告，计划停检修须提前七十二小时公告，欠费停机须提前二十四小时通知且补费后一小时内恢复服务，用户投诉十个工作日内答复。规定还要求向残疾人、老年人等提供便捷服务，对低保户、特困人群、养老机构给予资费减免，打造“老年模式”“未成年人模式”“无障碍模式”等创新服务，免费提供一年内的缴费及消费记录查询。

构建“约谈+分级处罚”监管体系，严守传输安全红线。《规定》建立了递进式问责机制，集成播控方或传输方违反有关要求的，县级以上广电行政部门可以实施约谈，一年之内被约谈两次以上仍发生违规行为的，依法从重处罚。处罚按违规情形分级设置，一般违规给予警告、通报批评，情节严重的并处一万元至十万元不等的罚款；涉及消费者权益、个人信息保护、网络安全、数据安全的，依照《消费者权益保护法》《个人信息保护法》《网络安全法》《数据安全法》等法律处罚。规定特别强调传输服务提供者不得擅自插播、截留、变更集成播控方提供的节目信号，不得擅自扩大特定收视业务的传输范围，同时要求省级以上广电部门开展服务质量评价和不定期抽查并向社会公布结果，可聘请社会义务监督员，形成多元共治的监管格局。

（3）国家广播电视网工程技术研究中心电视大屏 AI 应用分中心落地无锡,电视大屏步入“AI”时代

| 易视腾科技| 2026-09-04

9月4日,国家广播电视网工程技术研究中心电视大屏 AI 应用分中心在无锡正式揭牌。该中心由国家广播电视总局广播电视科学研究院(以下简称“广科院”)与朗新科技旗下易视腾科技共同建设,未来将聚焦人工智能与电视大屏融合应用,围绕技术研发、应用创新、成果转化等方向展开探索。活动现场,广科院党委书记、副院长李熠星,广科院有线电视技术研究所所长欧阳峰,无锡市文化广电和旅游局党委书记、局长黄维恭,以及无锡高新区相关领导出席活动。

作为中国广播电视科技事业的重要科研力量,广科院建设的国家广播电视网工程技术研究中心,是经科技部批准组建的广电行业国家级工程技术研究中心。此次设立电视大屏 AI 应用分中心,是该中心在人工智能与广电融合领域的又一重要布局。

广科院党委书记、副院长李熠星在发言中指出,此次与朗新科技、易视腾共建分中心,是推动科研资源与产业能力对接的重要举措。她指出,易视腾在电视大屏领域拥有扎实的产业积累和丰富的真实应用场景,这正是科研成果从实验室走向实际应用所亟需的土壤。她希望以分中心为载体,将广科院的科研优势与产业端的实践能力紧密结合,共同推动大屏 AI 技术创新与规模化落地。

朗新科技董事长徐长军在致辞中表示,国家广播电视网工程技术研究中心电视大屏 AI 应用分中心的成立,承载着人工智能与电视大屏深度融合的重要使命。期待通过此次的共建合作,为全国广电视听智能化升级、一体化电视规模化推广提供来自产业端的实践样本。

易视腾科技作为国内主要的电视大屏服务商之一,目前已服务全国 50 多家省级电信和广电运营商,覆盖 8500 多万在网家庭用户。朗新科技高级副总裁、易视腾科技董事长侯立民表示,广科院在广播电视和网络视听关键技术研究、技术规范和标准体系建设等方面拥有深厚积淀,易视腾长期扎根产业一线,拥有大量的业务实践和应用场景。双方可以把产业端的实践能力和科研端的技术优势打通,他介绍,分中心将重点推进一体化电视专网适配技术研究、测试认证体系共建,以及 AI 技术从科研到产业化应用的全链条落地。

从技术研发到场景应用,从科研成果到产业实践,电视大屏 AI 正从“技术探索”迈向“规模应用”的新阶段。此次电视大屏 AI 应用分中心落地无锡,推动人工智能与电视大屏的融合向实际应用深化,让电视从传统的内容播放终端,逐步拓展为承载更多家庭服务的智能入口。

（4）央视新闻点名 AI 剧：“千人一面”谁来治

香蕉老师| DataEye 短剧观察| 2026-09-04

央视新闻引用 DataEye 数据:今年 1 月至 5 月, AI 剧漫剧市场规模已突破 220 亿元,全年有望冲击 400 亿元大关,同比增长 138%;同时,国内 AI 短剧用户在上半年突破 6 亿;今年一季度,全行业上线微短剧约 12.8 万部,其中 AI 类占比超过 95%。(数据来自 DataEye 研究院《2026 上半年 AI 剧漫剧数据报告》)

AI 剧漫剧行业热是真的热,但央视新闻引用 DataEye 数据作为引子要说的其实是另一件事:脸。

央视新闻团队特别走访了福建、郑州等地 AI 短剧从业者,把“千人一面”还原成了一笔成本账:

“要让一张 AI 脸在数十集、上百个镜头里不走样,团队大约生成 30 张人物图,只会采

用1张；精品剧七人团队做一部要一个月甚至更久，成本是工厂型团队的两到三倍——而后者一天能出20到30部。”

河南郑州一家深耕短剧三年的机构负责人直言，这套流程恰恰是多数追求快产出、高利润的“工厂型”团队刻意跳过的环节。

吉林大学新闻与传播学院副院长姜明在报道中判断：当给到AI的信息有限时，它会从训练数据里找最熟悉的角色类型输出，前期人物设计越粗，“千人一面”就越严重。

DataEye研究院认为，“千人一面”其实是上半年那组产能数据的另一面。

抖音端原生上半年新增AI剧漫剧22.19万部，日均上新超过1200部；但播放量破亿的仅1055部，破亿率0.48%。当供给在几个月里翻了上百倍，单部作品能分到的流量只会被指数级稀释——“撞脸”不是审美意外，是粗放铺量的必然结果。

换个角度看，央视的点名，意味着“千人一面”已从观众的吐槽，升级为被主流舆论确认的行业问题。

机器能无限生成图像之后，稀缺的就不再是产能，而是那张能被记住的脸。

（5）从“重温经典”到田间义诊：2026“三下乡”贵州集中示范活动为何这么火

2026年09月14日来源：国家广播电视总局

9月10日，由国家广播电视总局牵头，贵州省委宣传部、贵州省广播电视局等13个部门主办，黔西南州委宣传部，晴隆县委、县政府承办的2026年文化科技卫生“三下乡”贵州集中示范活动在晴隆县举行。国家广播电视总局党组成员、副局长何飏出席活动并讲话。

何飏表示，“三下乡”活动承载着习近平总书记对民族地区、搬迁安置区广大群众的深情关怀，是巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴、促进各民族交往交流交融的重要载体，是连接党心民心、服务基层群众的重要纽带。本次集中示范活动，是贯彻中央有关决策部署，落实2026年“三下乡”活动的一项重要举措。希望以此次活动为契机，进一步凝聚各方力量，推动优质文化产品、普惠科技资源、医疗卫生服务下基层一线、直达群众身边，切实服务乡村全面振兴，增进民生福祉，让各族群众的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

何飏指出，习近平总书记始终牵挂贵州发展、关心贵州各族群众，多次到贵州考察调研，为贵州高质量发展指明前进方向。近年来，为深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，助力贵州在中国式现代化进程中展现新风采、谱写新篇章，广电总局坚持以人民为中心，把满足人民群众精神文化需求、提升广播电视服务水平摆在突出位置。持续加强广播电视精品创作，推出更多群众喜闻乐见的优秀节目；推进“重温经典”频道覆盖，让经典作品更好走进千家万户；持续开展“双治理”“双提升”工作，不断提升广播电视服务质量；健全广电公共服务体系，推进广电惠民工程，推动更多优质视听内容和服务向基层延伸、向农村覆盖，让群众精神文化生活更加丰富多彩。

广电总局和贵州有关部门聚焦基层所需、群众所盼，汇集文化、科技、卫生等各方面优质资源，在本次集中示范活动中组织开展了文艺演出、广电惠民、科技服务、科普宣传、医疗义诊等一系列丰富多彩的活动，现场氛围浓厚，受到人民群众的热烈欢迎。

（6）广电总局最新通知

2026 年 09 月 11 日来源：国家广播电视总局

近日，国家广播电视总局办公厅发布《关于发布广电总局实验室申报方向的通知》（以下简称《通知》）。

根据《通知》，此次申报方向包括广电媒体系统性变革、新型广电网络建设、人工智能创新融合应用、超高清发展与服务体验提升、“广电视听+”融合应用、广电视听治理与安全保障六个方面。

实验室申报单位应为中华人民共和国境内注册、具有独立法人资格的科研院所、高等院校或广播电视和网络视听领域企事业单位。

《通知》提到，鼓励相关领域头部机构牵头，联合产学研用力量组成创新联合体，申报广电总局实验室。鼓励国家和网络视听产业园区（基地）运营或入驻机构，充分依托园区（基地）产业集聚优势申报广电总局实验室。申报截止时间：2026 年 10 月 8 日。

广电办发〔2026〕220 号

各省、自治区、直辖市广播电视局，新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，广电总局机关有关部门、直属有关单位，中央广播电视总台办公厅，中国网络视听节目服务协会，有关高等院校、科研院所、企事业单位：

为深入贯彻国家创新驱动发展战略，落实国家广播电视总局实验室布局规划，进一步强化广电总局实验室对广电视听重点工作和重大任务的引领、赋能和支撑作用，助力行业数智化赋能、信息化转型，现发布广电总局实验室申报方向。现将有关事项通知如下：

■ 申报方向

立足新时代广播电视和网络视听工作职责使命，把握“二三四”工作定位，锚定三大工作方向，聚焦“十五五”广电总局重点工作和行业发展重大需求，聚焦技术创新应用空白点、发展薄弱点，开展前瞻性研究、共性技术研究、集成应用研究等，引领、赋能和支撑行业高质量发展。具体申报方向如下：

1.广电媒体系统性变革：聚焦制播一体化技术支撑与全媒体多屏传播、制播流程 IP 化与轻量化重构、制播核心设备与基础软件国产化替代适配、云边端协同弹性制播架构与智能调度等研究方向和内容，推动广电媒体制播体系向轻量化、云化、一体化方向转型升级，着力破解传统制播流程冗余低效、核心设备依赖进口、系统架构弹性不足等突出问题。

2.新型广电网络建设：聚焦基础设施网业务承载架构与接口标准化、多级网络资源弹性调度，内容服务网国省两级内容统一编目、跨域检索与智能分发，监测监管网国省两级监管数据标准化与共享交换，以及三网协同联动与融合业务创新等研究方向和内容，支撑新型广电网络“基础设施网”“内容服务网”“监测监管网”一体建设。

3.人工智能创新融合应用：聚焦人工智能共性算法与行业基础模型构建、算力统一调度，高质量多模态数据采集标注，视听内容创意策划、智能合成与特效生成，虚拟现实与沉浸式交互，多语种、民族语智能译制，跨语种跨方言语音交互，精品影视与视听数据挖掘与知识图谱构建，多模态内容安全智能审核，人工智能生成内容质量评估与综合评价，人工智能专业模型能力评测，以及人工智能安全风险评估与全生命周期治理等研究方向和内容，支撑广电视听领域人工智能深化应用和行业共性能力建设。

4.超高清发展与服务体验提升：聚焦超高清全链路采集、IP 化/轻量化/云化制播、智能编解码传输、沉浸式视听呈现与一体化电视多屏跨端交互，家庭综合智能终端研发应用，以及 HDR Vivid 与 Audio Vivid 等自主视音频标准在内容制播、终端呈现与家庭影音等多场景的集成应用等研究方向和内容，支撑超高清发展扩面提质和广电视听服务体验“双提升”。

5.“广电视听+”融合应用：聚焦广电视听与教育、文旅、体育、卫健等场景融合的多屏互动教学、沉浸式文旅体验、智慧赛事转播、智慧康养服务等关键技术，以及视听数字资

产确权、智能版权保护与流转交易等研究方向和内容，赋能政务、服务、商务等场景，推进广播电视与千行百业深度融合。

6.广播电视治理与安全保障：聚焦广播电视内容安全、网络安全、数据安全一体化防护技术，人工智能安全治理，行业关键信息基础设施保护、安全播出保障、信创深化应用等关键技术，以及跨业务一体化监测预警、态势感知与应急调度等体系化监管能力建设等研究方向和内容，健全广播电视治理体系，构建高水平安全保障体系，强化行业技术和安全底座。

■ 申报要求

1.实验室申报单位应为中华人民共和国境内注册、具有独立法人资格的科研院所、高等院校或广播电视和网络视听领域企事业单位。

2.实验室应有明确的发展规划，研究方向应符合行业规划，符合广电总局实验室布局规划及申报方向，实验室申报单位已在相关领域具有一定的科研成果积累，并产生积极的经济社会效益。

3.实验室申报单位具备完善的组织体系、运行机制、研发组织管理能力和产学研合作机制，能够为实验室建设运行提供必要的场地、经费等条件保障；实验室申报单位应为实验室配备高素质科研队伍，由科技领军人才担任实验室负责人，有能力承担国家和行业重大科技任务。

4.鼓励相关领域头部机构牵头，联合产学研用力量组成创新联合体，申报广电总局实验室。鼓励国家和网络视听产业园区（基地）运营或入驻机构，充分依托园区（基地）产业集聚优势申报广电总局实验室。

■ 申报方式

1.申报材料：申报单位通过广电总局官网下载《国家广播电视总局实验室设立申请书》（https://www.nrta.gov.cn/art/2023/10/17/art_113_65798.html），准备相应申报材料并加盖申报单位公章。

2.材料报送方式：实验室申报单位为总局直属单位或其他中央直属单位的，可直接报送广电总局科技司；其他实验室申报单位，须先报属地省级广播电视行政部门（也即组织申报部门）审核同意后，再由组织申报部门报送广电总局科技司。

3.申报截止时间：2026年10月8日。逾期不受理。

4.咨询电话：010-86096993、86092148

二、会员企业信息

说明：以下信息均摘自各会员单位的网站，按发布时间排序。我们将每月浏览一次各会员单位的网站，从中摘录相关信息，以增进各会员单位之间的交流。在此希望各单位能及时更新网站内容，以发挥更好地发挥其作用。

1. 从望远镜到摄像机，博冠硬实力不止一面

2026年9月9日，第27届中国国际光电博览会（CIOE）在深圳盛大开幕。即便开展时间落在工作日，馆内依然人头攒动，热度不减。

作为全球光电产业的风向标，CIOE每年吸引头部企业集中发布年度重磅新品，首发阵容往往预示着下一阶段技术演进的方向。作为国产老牌光学企业，博冠光电此次在现场首发的三款产品，也交出了令人惊喜的答卷。

本次光博会上，博冠光电展出了从望远镜到摄像机的齐全产品线。从天文望远镜到普通望远镜、观鸟镜，博冠从未故步自封。凭借多年积累的深厚光学底蕴，我们于2019年就推出了自主研发的超高清摄录产品。我们深知，光学领域具有极高的专业性，需要持续地研发探索。

对于手持高倍望远镜，博冠向来谨慎。15倍以上的高倍镜会同步放大手持抖动，除非搭配三脚架，否则很少有人能轻松驾驭。更关键的是，市面上大部分高倍望远镜视场狭窄、成像昏暗，“拉得近”和“看得爽”往往只能二选一。

但青龙系列的出现打破了这个僵局。早先上市的青龙15X56凭借巨大的视场和出色的透亮度积累了扎实口碑。此次最新推出的青龙18X56，把拉近感继续往上推了一档，观看质量却不打折扣。

目前青龙18X56以4199元的价格正式上市，你敢挑战这个倍数吗？

第二款是备受大家关注的稳像产品。玄武稳像推出20倍了！不要以为我们只是简单地把以前的玄武倍数做大，更不用担心20倍的玄武成像不够用。玄武稳像20X42优化了大量细节：光学素质有提升，用户反馈较多的希望有电量预警、扫视的跟随速度等问题，这次也一并做了改善。

玄武20X42已升级为焦前平场，倍数虽然增加，视场广度依然表现出色。不少现场来体验的朋友都反馈，玄武更亮、更透了。玄武20X42即将以2999元的价格上市，目前已有部分店铺支持预售。

第三款，是上一代旗舰的回归——鸿鹄系列。鸿鹄系列是博冠在2015年推出的初代旗舰之一，凭借舒适的人机与机械工程、稳定的品控和优质的光学表现，收获了扎实的用户口碑。

在博冠看来，它不仅是优质旗舰，更是一款有特殊意义的产品。从取名“鸿鹄”二字，就能窥见我们对这款产品的期待与野心。它的亮相也预示着距它正式上市与大家见面的日子不远了。

2. 广通公司在“创客北京2026”新奥·聚变专项赛斩获佳绩，以硬核技术赋能“人造太阳”国产化

2026年9月3日，“创客北京2026”创新创业大赛——新奥·聚变专项赛决赛圆满收官。广通公司参赛的离子回旋加热大功率射频源项目斩获本次专项赛唯一一等奖，长脉冲固态调制器高压电源项目荣获专项赛优胜奖。两项荣誉的取得，充分彰显广通公司在可控核聚变关键配套装备领域扎实的技术积淀、硬核研发实力与突出的产业应用价值，展现了企业深耕核聚变装备赛道的创新动能。

本次大赛聚焦可控核聚变“卡脖子”装备攻关，采用龙头出题、企业揭榜模式，经过层层筛选，最终共有10个项目入围决赛，项目覆盖聚变射频电源、磁悬浮装备、超导材料、等离子体监测、聚变腔室部件等全链条关键领域，参赛单位涵盖多家科创企业。广通公司是全场唯一报名两项、入围两项且全部晋级决赛的企业。经过项目路演、专家质询、综合评审多轮严苛

比拼，广通公司参赛项目以 92.4 分的高分获得专家组高度认可。专家组特别肯定公司技术路线扎实，迭代积累深厚，工程落地成熟度高，精准适配核聚变重大工程应用场景。

一等奖 | 离子回旋加热大功率射频源：打造人造太阳的“中国射频心脏”

离子回旋加热大功率射频源是磁约束聚变装置等离子体离子回旋加热的核心装备，直接决定聚变装置等离子体高温稳态约束能力。该项目攻克宽带兆瓦级腔式放大器、自动阻抗匹配、大功率高可靠性等系列关键技术，实现 40-90MHz 宽频段、1.5MW 峰值功率、千秒级长脉冲稳态运行，核心指标对标国际顶尖水平，填补国内兆瓦级宽频段 ICRF 射频源产品空白，打破海外技术垄断，实现全套核心技术国产化自主可控。该项目面向 EAST、CRAFT 等国内重大聚变装置刚需，同时技术可延伸半导体、高端材料工业射频市场，具备广阔商业化前景，凭借完整的技术闭环、清晰产业化路径，得到大赛评审专家高度认可，一举拿下本次决赛一等奖。

优胜奖 | 长脉冲固态高压电源：突破长脉冲稳态电源技术瓶颈

长脉冲固态高压电源瞄准新一代聚变装置 NBI 中性束注入系统的电源痛点，项目采用标准化高压模块串联拓扑，具备 80kV~200kV 可扩展，最大 100A 长脉冲输出能力，输出纹波 $\leq 0.5\%$ ，模块化可无损扩容。

两个项目均由广通公司拥有十余年大科学装置研发实战经验的核心团队主导，团队深度参与 EAST、CRAFT 等国家级大科学装置工程，兼具底层技术攻关与工程化落地能力。此次“一奖一优”双重荣誉，既是行业专家对公司技术路线、产品性能、商业潜力的权威肯定，也是国产聚变关键装备实现自主突围的有力印证。

3. 智贯南北！6 号线开通，南京熊猫护航每一程

南京地铁 6 号线全长约 32 公里，是南京主城区东部换乘密集、辐射范围极广的核心骨干交通线路。线路北起栖霞山，南抵南京南站，串联城北产业高地、明城历史文脉、南部交通枢纽，对优化城市交通格局、便利市民通勤、拉动区域发展有着重要意义。

南京熊猫电子股份有限公司所属熊猫信息承担了南京地铁 6 号线线路自动售检票系统建设以及专用无线系统主设备供货调试工作，以可靠的技术支撑和严谨的调试保障为这条城市新线路注入运行动能与智慧体验。

智慧 AFC 系统

熊猫信息此次承建的南京地铁 6 号线新一代都市圈智慧自动售检票系统（AFC），已完成多元支付能力升级，全面支持地铁乘车码、人脸识别、NFC 手机支付等多种通行方式，目前已接入南京地铁南京南 ZLC 管理系统。系统依托全链路数据采集、实时分析与可视化能力，可动态监测客流走势与全量票务数据，结合车站三维虚拟建模、设备状态全景展示功能，精准呈现设备运行参数与各模块实时状态，为后续运营调度、运力动态调配、线网精细化管理提供坚实的数据底座支撑。

全域无线通信

熊猫信息顺利完成南京地铁 6 号线全线专用无线系统主设备供货与调试任务，涵盖中心无线交换设备、自主研发的全网录音设备、车站基站及车载台等。针对 6 号线线路长、站点多、换乘密集的运营特点，项目团队完成全场景方案定制设计与全线联调优化，实现控制中心、车站、列车、车辆段的全域覆盖，消除隧道、地下站厅等密闭空间信号盲区。这套专用无线系统可保障调度指令毫秒级精准下达、车地运行数据实时双向畅通，为线路安全、智能、高质量运营筑牢根基。

4. 九州科技前往盐源县开展助学帮扶活动

秋染山野，暖意润童心。在群山环抱的对口帮扶地校园里，一场满载真诚与温情的公益帮扶活动温情启幕。为积极响应九洲集团对口支援工作部署，扎实助力乡村教育振兴，9月23日，九州科技党委、公司工会一行5人专程前往帮扶点主动奔赴基层、走进校园，以爱心捐赠、匠心课堂的多元形式深耕公益帮扶，用国企担当为大山深处的少年儿童送去温暖与希望。

捐赠仪式上，九州科技纪委副书记蒋明希、九洲集团首席技师文泽军、公司党委工作部副部长文莉、工会副主席李强、盐源县教体局副局长杨俊、润盐镇小学党总支副书记/校长何俊、润盐镇合哨小学副校长李学华，以及全体师生共同出席爱心捐赠仪式。

各类实用的学习物资逐一交付至师生手中。一件件文具、一份份物资，不仅承载着公司对乡村教育发展的深切牵挂，更为乡村学子的求学之路保驾护航，让温暖与力量稳稳扎根校园、浸润心田。

九州科技纪委副书记蒋明希在讲话中表示：九州科技始终坚守初心使命，在深耕主业、稳健发展的同时，积极践行社会责任，主动投身公益助学、校企帮扶工作。我们始终认为，企业的发展离不开社会的滋养，回馈教育、助力学子成长，是企业最温暖、最坚定的责任担当。她强调九州科技将持续深化与学校的沟通对接与深度合作，持续关注校园发展、助力学子成长，搭建更多交流、实践、成长的平台，推动校企资源互补、双向赋能、共同发展。

（本期结束）