

# 人工智能要在赋能实体经济上出实招

吴黎明 尹思源

选择好出发地和目的地,无人驾驶载人航空器一键起飞;仿生机器人能歌善舞,还能完成特殊地形探索、救援、高危作业……在2024世界智能产业博览会现场,众多全球智能科技领域最新成果表明,互联网、大数据、人工智能正与实体经济深度融合,为高质量发展提供新动能。

人工智能是新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量,是打造新质生产力的重要引擎,发展人工智能要以产业应用为目标,要在促进产业跨界融合与转型升级上出实招。

在技术攻关上出实招,努力实现人工

智能技术的突破与赶超。当前,我国人工智能核心技术方面与国际最高水平仍有差距,要加大对AI大模型底座、算力软硬件等核心技术方面的持续投入,布局战略性、前瞻性的人工智能基础研究和关键技术攻关。要加强研发体制机制上的创新,开展关键核心技术攻关,努力缩小与世界最高水平之间的差距,力争在细分领域与垂类应用实现赶超。

在“AI+行业应用”上出实招,为千行百业的转型升级与整体跃升提供技术赋能。中国的人工智能发展坚持以赋能实体经济、支撑社会发展为战略主线,构建起独具中国特色的研发体系和应用生态。应进一步发挥我国产业链完善、需求规模大、产业配套全和应用场景多的优

势,推动人工智能与实体经济紧密结合,加快形成完善的人工智能产业生态,为经济社会各领域的智能化转型升级提供新动能。

在人才培养上出实招,为人工智能产业发展打牢坚实人才基础。人才是人工智能产业发展的核心资源,没有源源不断高质量人才队伍的支撑,发展人工智能就流于空谈。一方面,要创新人才培养机制,让拔尖人才不断涌现,大力培养有学科知识储备、熟悉产业运营的高端复合型人才;另一方面,要秉持开放合作的精神,产学研携手,实现共赢。

推动“人工智能+”向纵深推进,我们必须做实事、亮实招、下实功,方能在AI浪潮中成为真正的“弄潮儿”。

余惠敏

考试季,情绪消费成为时尚热点。数据显示,近期淘宝上旗袍销量暴涨,寓意“旗开得胜”。淘宝高考加油会场,中国石化上线了八大油气田“高考加油包”,一周内有近5000人买单。消费者花1分钱下单后“自动发货”,选择的油气田立马启动,为其指定人加油、打气。

不只是“高考加油包”,眼下,“情感树洞”“叫醒哄睡”“失恋安慰”“解压玩具”等情绪消费品花样繁多,为情绪价值买单的消费新理念、新现象、新趋势,正不断创造出新的消费场景、演化为新的消费动能。中国消费者协会近期发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》指出,2024年,消费者除了追求性价比之外,情绪释放将成为影响年轻一代消费者决策的重要因素,有望打造今后一个时期新的消费热点。

花一点小钱,买一份快乐,情绪价值潜力巨大。当下年轻人生活节奏快,事业、学业压力大,常常会有焦虑抑郁等负面情绪,情绪消费所带来的快速解压、放松疗愈等功能,成为一代人的刚需。

如何才能抓住情绪消费掘金点,做好治愈人心的消费新业态?

用好科技资源,提供价廉物美的产品。年轻一代是数字时代原住民,对虚拟商品接受度良好,是数字化消费的拥趸。商家可以通过人工智能、大数据、云计算、智能运动、网络营销等新型手段与平台,结合自身资源禀赋,探索优质服务场景,促进情绪消费产品创新提质。例如,传统的心理医师收费较高且需要事先预约,“AI心理陪伴师”可24小时在线进行智能心理疏导、改善负面情绪,提供安全、廉价、便捷的情感陪伴和疏导服务。

严守安全底线,防范法律和伦理风险。情绪消费也存在风险,如某些虚拟情感类商品打起法律和道德的“擦边球”,通过低俗类产品传播黄赌毒,甚至导致某些消费者沉迷于虚假情感而不能自拔,影响现实生活。对此,消费管理部门要加强监督,提升消费体验,引导理性消费,并通过制度完善、导向引领、社会监督等协同发力,加强保护消费者在消费活动中的人格尊严、情感寄托等精神利益。

完善相关法规,注重用户的隐私保护。情绪消费品具有特殊性,密切相关个体的私密信息,“情感树洞”“骂醒恋爱脑”等典型的情绪消费都涉及大量个人隐私,因此需要进一步完善相关数据保护方面的法律法规。如何规范行业标准,如何确定服务准入标准,如何处理纠纷,都需要规范和监管,确保数据价值被安全、合理、合法地使用,确保用户的法律权益和隐私保障。

除了虚拟商品,很多包含情绪消费成分的传统实物消费和体验消费,因为满足了年轻人的心理需求而成为新兴消费热点,如汉服、围炉煮茶、“村BA”等。总之,情绪作为一股新兴消费动力,不仅影响消费者的决策,还重塑了消费方式。对情绪消费这个新兴热点,我们既要包容、尊重,也要监管、引导,让情绪消费健康有序、蓬勃发展。

## 深化医改“新动作”

聚焦国务院办公厅近期印发的《深化医药卫生体制改革2024年重点工作任务》,2024全国深化医改经验推广会暨中国卫生发展会议6月22日至23日在成都召开。

医保、医疗、医药密不可分,改革时尤需同向发力。促进“三医”协同发展和治理,是当前深化医改的重要内容。2024年重点工作任务明确提出要探索建立医保、医疗、医药统一高效的政策协同、信息联通、监管联动机制。

新华社 徐骏 作



## “中国旅行”爆火背后的国际传播密码

曾庆香

最近,“Chinatravel”(中国旅行)一词异常火爆,在某海外社交媒体上“#Chinatravel”词条的观看量高达7亿。点开这些短视频,可以看到外国游客行走中国各地,观看量、评论量、点赞量都非常可观。追随视频中的“Chinatravel”攻略,更多外国人涌入中国。国家移民管理局统计数据显示,2024年一季度外籍人员出入境人次高达1307.4万,同比上升305.2%。免签入境外国人198.8万人次、同比上升266.1%。

线下热门景点“长”满外国人,线上短视频中赞誉之词铺满屏幕。不少网友纷纷表示,这一轮入境游作为借力“外嘴”的国际传播,可谓“性价比极高”。

入境游无疑是国际传播的形式之一。我国的壮美山川、醉人民俗、悠久历史、文物瑰宝、摩登建筑、精美服饰、美味饮食,甚至社会安全度、交通便捷度、民众热心度等,都是讲好中国故事的精彩素材,在外国游客“朋友圈”中也一直有口皆碑。这固然是做好国际传播的前提和基础,而若要更进一步,还需在渠道、语言、叙事等方面尽力尊重并满足游客需求。

中国免签“朋友圈”不断扩容,进一步畅通了入境游作为国际传播的渠道,极大

满足了外国游客便利触达中国的愿望。自2023年12月1日起,中国对德国、法国、意大利、荷兰、西班牙和马来西亚等6国公民正式实行免签政策,效果快速显现。根据某在线票务服务公司数据,2024年一季度,上述6国入境中国游客总计同比增长约6倍;分别于2024年2月、3月与中国相互免签的新加坡、泰国,今年一季度入境游客分别同比增长超10倍、超4倍。我国不断升级扩容的免签政策,大大畅通了国际传播“带宽”,促成短视频形式的中国故事在社交媒体上呈指数级增长。

对入境游各种“关卡”的精准“解锁”,让外国游客得以畅通无阻打卡各个景点。一段时间以来,移动支付是外国游客入境游的一个小困扰。如今,优化后的微信、支付宝和“Shanghai Pass”(新版上海市旅游卡)让移动支付变得无比“丝滑”。景点预约等服务也更加友好,比如成都大熊猫繁育研究基地增开护照线上购票通道,上海博物馆开设境外游客英文预约通道。在住宿方面,众多旅馆升级登记系统,更新英文地图、中英文双语标识、西式早餐等服务内容,以更好满足外国游客的多种需求。种种贴心服务打通了层层“关卡”,让外国游客的中国游体验更流畅。

各种特色旅游路线的推出,是对入境

外国游客的“精准叙事”。中国如诗如画的名山胜川浩如繁星,古色古香的文化古迹数不胜数,美轮美奂的现代地标比比皆是。不同国家、不同区域、不同群体的旅客需求迥异,有人喜欢走马观花式的观光,有人偏爱沉浸体验式的深游,都不难在这里找到自己心仪的选项。支持根据游客需求和喜好定制出游路线和计划,正是贴近不同群体受众的精准传播方式。

盈千累万的故事素材,叠加渠道、语言、叙事上的贴近性,让入境游成为我国国际传播的成功典范。一个个短视频展现出可信可爱可敬的中国形象,外国游客成为我国对外传播的“最强代言”,而“Chinatravel”也反过来成为他们的流量密码。

“Chinatravel”爆红,是我国国际传播成效的体现。世界第二大经济体的重要地位,中国脱贫攻坚的巨大成就,共建“一带一路”的显著成果,高铁、航天、卫星、桥梁等众多闪闪发光的中国名片……可以说,中国故事的素材库中不乏宝藏。如何摆脱“说了传不开”“传开叫不响”的窘境?我们有必要透过“Chinatravel”爆红,从国际传播角度汲取灵感、总结经验,在增强贴近性、提高亲和力、强化叙事性等方面下功夫,以获得更强的传播力和影响力。