

AI 提效 IP 破圈

动画电影产业全链路升级

从AI技术渗透制作全流程,到依托中华文化屡屡实现破圈,再到围绕IP拓展多维度市场生态,近期我国动画产业正迎来全面升级。在2025年动画电影票房突破250亿元后,2026年的动画电影市场呈现分化态势。

业内专家表示,随着AI等技术的持续渗透,以及大众娱乐方式的变化,动画产业正面临深度转型升级的关口,需要在技术应用、内容提质、市场拓展等多个角度进一步发力。

AI 渗透全制作流程 加速构建工业化体系

人工智能技术正从辅助制作工具升级为产业底层生产力,AIGC、实时渲染、虚拟制作等技术已覆盖剧本生成、概念设计、角色建模、特效合成、宣发推广全环节,大幅降低创作门槛,推动动画生产向工业化、规模化方向演进。

在2026重庆国际动画电影周(以下简称“动画周”)上,火山引擎媒体行业高级解决方案架构师李庆彤表示,当前视觉生成大模型已具备高品质长片影视落地能力。

“一部95分钟量级的科幻长片过去制作成本在5000万美元左右,但借助AI技术,15人团队仅花费14天、50万美元左右的成本就能完成,较传统制作模式效率提升数十倍,且人物一致性、画面稳定性及镜头连贯性已经达到比较商业化的标准。全模态参考能力、物理运动规律理解力的技术突破,进一步拓展了AI在复杂动作场景、视觉奇观呈现上的应用边界,标志着AI技术具备了高品质长片影视工业落地的可能性。”李庆彤说。

技术提速的同时,如何更好将技术应用与内容创作深度融合也是行业关注的重点问题。

国际知名导演、《狮子王》导演明可夫表示,动画行业需规避“畏惧技术”与“盲从技术”误区。“如今创作工具的使用门槛不断降低,一名创作者可以独立完成编剧、设计、动画制作、剪辑与发布。AI降低了行业准入门槛,但独到的审美判断力、内容创作能力反而愈发稀缺,行业不仅需要生产工具,更需要完善的创作者生态,让好创意能够对接专业制作体系。”

宁夏打破国外垄断多个项目

近日,记者从国家能源集团宁夏煤业有限责任公司煤化工工程建设指挥部获悉,今年以来,宁夏煤业聚焦国产化创新攻坚领域,高标准、高质量开展重大项目建设,加速推进多个打破国外技术垄断、实现行业首创突破的项目建设,为宁东煤化工产业不断夯实延链补链强链基底。

在10万吨/年EVA项目中,宁夏煤业成功实现釜式法EVA工艺技术高压管道系统国产化制造与落地应用,打破国外产品垄断格局,大幅缩短项目建设周期、降低设备采购成本,彰显国产技术与设备在高端装备制造领域的硬核实力,具备很强的行业示范引领价值。360万吨/年MTO装置为目前国际甲醇制烯烃行业单套规模最大的MTO装置。其中,MTO反应器和再生器是国内该领域个头最大的设备,无法通过公路运输。宁夏煤业通过技术改造和创新,在原地实现“整体制造”。

浓盐水分盐及资源化利用项目中,宁夏煤业抢抓窗口期,实现了长42米、重19.182吨的跨铁路施工桁架零隐患、零误差、零延误吊装,打通全线贯通关键点。此外,400万吨级煤制油配套尾气LNG资源化首套工业化成套装置将填补大型煤制油副产尾气高效制备液化天然气产业化空白,正在冲刺年内建成中交目标。

“各项目持续深挖降本增效潜力,通过国产化替代、设计优化、工艺升级等多重举措,实现投资精准管控、成本大幅压降。”宁夏煤业煤制油化工工程建设指挥部相关负责人介绍。

目前,MTP工艺技术升级改造项目已进入详细设计阶段,土建主体工程基本完工,超限设备安装工作全面铺开。宁夏煤业针对多项目集群建设,制定统一的设计采购标准,采购成本大幅下降。

丁建峰

甘肃特色产品集中亮相青洽会

近日,第27届中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会在西宁开幕。行至甘肃馆,河西走廊的麦香、高原乳品的醇厚与陇酒的绵柔交织弥漫,此起彼伏的讲解声、品尝后的赞叹声相融相汇,奏响了一曲鲜活生动的“甘味”交响曲。

展馆一角,刚出炉的酒泉甘大饼金黄透亮,表皮酥脆,浓郁的奶香裹着麦香扑鼻而来。工作人员利落地切下小块递到游客手中,不少人尝过一口便停下脚步,围拢过来详细询问价格与购买方式。

“我们的甘大饼,配料只有面粉、牛奶和盐,吃得放心。”酒泉市肃州区乡味食品坊工作人员顾潇丽边打包边热情地介绍着。这是乡味食品坊第二次亮相青洽会。顾潇丽说,今年备货比去年更足,对销量充满信心。

有着73年历史的燎原乳业再次参展,一款纯牦牛奶摆放在展位最显眼的位置。

“这是一款专为运动员设计的纯牦牛奶产品,奶源全部来自甘南草原。”销售经理马云告诉记者。

循着酒香转过展区,红川酒业的品鉴区前已围了不少市民。

“酒香也怕巷子深!我们就是想借着青洽会的平台,让更多消费者认识红川。”红川酒业参展商卜小玺一边斟酒一边介绍说,红川酒是甘肃白酒行业的中华老字号,酿造工艺入选省级非遗,也是国家地理标志产品。

用产品说话,用味道结缘。一批带着甘肃土地温度的特色产品集中亮相青洽会,展示着“甘味”源自天然、品质至上的核心竞争力。借助展会搭建起的桥梁,“甘味”品牌正走向更广阔的市场。

刘成



日前,第二十二届中国国际动漫节在浙江省杭州市举行,本届动漫节主题是“国漫杭州论剑 共绘动漫新篇”。

江汉 摄

传统文化译泽与全龄化共鸣 动画IP加速破圈

从两部《哪吒》到《长安三万里》再到《中国奇谭》,中国动画对传统文化的挖掘正从“符号挪用”走向“价值共鸣”,而内容精品化始终是产业全链路升级的核心根基。

北京电影学院动画学院院长马华对记者表示,AI驱动的全民创作时代已经到来,但海量同质化内容涌现的同时,精品化需求更加凸显。“AI解放了产能,但叙事能力、影像质感、审美判断这些专业素养,变得比以往更重要。”

在马华看来,动画本就是科技与艺术结合的综合载体,科技公司与内容创作团队并非对立关系。就像皮克斯的崛起同时兼具科技基因与艺术内核,当下AI技术与动画创作也将逐步走向合流。技术持续为创作赋能,而内容的艺术内核与审美底色始终是作品的灵魂。

企业也在进一步聚焦内容质量的进一步提升。华强方特集团执行总裁兼华强方特动漫董事长尚琳琳表示,内容创作应保持独立性,先打造打动观众的好故事,再反向适配文旅场景,避免为线下开发而牺牲内容质量;而IP保持长青的核心,是持续的内容创新与情感连接。



近日,2026第七届亚太国际智能装备博览会在山东青岛国际会展中心举行。本届展会聚焦工业自动化、智能机器人、物流仓储装备等领域,展览面积约12万平方米,吸引2400余家智能装备供应商参展。

图为观众在展会上参观。

王海滨 摄

成都都市圈上半年累计完成年度投资738.2亿元

近日,记者从四川省同城化办获悉,截至6月底,成都都市圈180个重大项目累计完成年度投资738.2亿元,投资完成率达66.5%;33个年度计划新开工项目已有19个落地开工,开工率57.6%,圆满实现“时间过半、任务过半”的阶段性目标。

围绕建设内联外通、高效衔接的现代化都市圈综合交通运输体系,成都都市圈48个基础设施项目加快实施,上半年完成投资263.1亿元,占年度投资计划的56.8%。

产业共兴是同城化核心抓手,成都都市圈88个产业发展项目上半年完成投资349.9亿元,投资完成

率66.5%,成德临港经济、成眉高新技术,成资临空经济三大产业带多点开花,先进制造、科创、食品产业齐头并进。

业态融合带动市场延伸 商业闭环逐步形成

在技术和内容的基础上,动画产业发展还需要实现商业的进一步拓展。业内专家普遍认为,参照海外市场经验,以动画IP为牵引,实现“内容为基、IP为核、跨界共生”的全价值链运营,更有助于产业实现长期良性发展。

而近期企业的相关实践,也让动画IP从银幕延伸至衍生消费、文旅实景、院线场景、游戏联动等多元领域,走向全生命周期的商业闭环,IP价值实现跨场景破圈。

上海电影股份有限公司副总经理、上影元文化科技发展有限公司总经理李早表示,行业正从“作品思维”转向“IP思维”。以《流浪山小妖怪》为例,IP开发需前置商业化规划,立项阶段就同步启动美术、品牌、商务团队的协同,对角色视觉资产进行二次翻译与再造,适配衍生产品、数字内容、线下场景等多维度落地需求。

“通过品牌联动,XR沉浸式内容开发、文创产品布局等路径,可实现IP从银幕到日常生活的长效渗透,形成‘内容创作—商业变现—反哺内容’的循环。”李早说。

院线端也在加速场景升级,挖掘IP的线下消费价值。万达院线总经理兼儒意电影助理总裁李劲波表示,影院正从单一放映空间向“超级娱乐空间”转型,通过与动画IP联动开发定制衍生品、打造主题观影活动,可有效拉动非票房收入。他透露,头部动画电影的院线衍生品营收可达千万级,动画IP已成为院线沉淀用户心智、拓展营收边界的核心抓手。

“相较于真人电影,动画在IP长效运营、产业链延伸上具备天然优势,形象的持久度与跨场景适配性更强,能够释放更长期的商业价值。”焦安奋说。

袁小康 周文冲

市场监管总局日前发布关于“拼豆”产品质量安全有关事项公告,公告提出:

面向14岁以下儿童使用的“拼豆”产品,属于《强制性产品认证实施规则玩具(试行)》(CNCA—C22—02:2026)范围的,应当通过玩具强制性产品认证(CCC认证),不得以“搭售”“赠品”等方式,在玩具产品出厂时违规搭配家用电器;产品应当在显著位置标注产品适用年龄、安全警示等注意事项,明示家长购买注意事项,提醒家长履行儿童监护责任,按照适用年龄选择合适玩具,严禁模糊标注、虚假标注。

面向14岁以下儿童使用但不属于CCC认证范围内的“拼豆”产品,其“拼豆”部件及底板、镊子等配件,以及配套使用的加热部件应当符合《玩具安全》系列、《电玩具的安全》等强制性国家标准要求,加热部件的电压不应超过24V。

面向14岁以上人群使用的“拼豆”产品,经营者不得在营销时使用低龄儿童操作的图片或视频进行误导,不得声称或暗示产品可供儿童使用。

“拼豆”产品生产者应当严格按照相关法律法规要求组织生产,加强质量管控。销售者应当严格落实产品质量安全主体责任,履行进货查验义务。电商平台应当加强对平台内销售“拼豆”产品的核验核查,对发现的违规产品立即采取必要处置措施,并依法向市场监管部门报告。

各级市场监管部门将严厉查处违反本公告要求的经营者,及时曝光典型案例。儿童用品和玩具相关行业协会应当引导和指导“拼豆”产品经营者落实质量安全主体责任,加强行业自律。

林丽鹏

全国已建成高质量数据集12万个

记者从国家数据局获悉:我国持续加大优质数据供给,已建成高质量数据集12万个。

截至6月底,全国已建成科学研究、工业制造、医疗卫生、教育教学等行业领域的高质量数据集总体量超1565拍字节(PB),较一季度末增长超60%,现有体量相当于中国国家图书馆数字资源总量的547倍左右,为人工智能发展提供有力支撑。

与此同时,我国数据标注产业加快发展,有效支撑高质量数据集建设。截至6月底,四川成都、辽宁沈阳、安徽合肥、湖南长沙、海南海口、河北保定、山西大同7个数据标注先行先试城市标注规模超119拍字节,数据标注从业人员达14万人。

王云杉

C919首条国际航线将于8月12日开通

记者从中国国航获悉,8月12日起,国航北京至蒙古国首都乌兰巴托航线将由国产大飞机C919执飞,这条航线将成为C919执飞的首条国际航线。

此航线计划每日执飞1个往返航班。去程航班15:00由北京首都机场起飞,17:15抵达乌兰巴托。回程航班18:30由乌兰巴托起飞,20:35抵达北京首都机场。

目前,旅客已可在中国国航APP等渠道购买这条航线的客票。

王聿昊

我国光热发电装机规模居全球第二

近日,2026年青海清洁能源发展论坛在西宁举办,中国电力企业联合会在会上发布的数据显示:截至2026年6月底,我国已建成投运光热发电项目24个,装机容量达210万千瓦,位居全球第二;在建项目26个,装机容量320万千瓦。中国已成为全球光热发电新增装机的重要力量。

光热发电产业的发展离不开科技创新的推动。目前,我国在第四代光热发电技术领域达到国际领先水平,已经成功掌握塔式、槽式、菲涅尔式等主流光热发电技术,并建成了全球领先的光热发电全产业链,技术装备国产化率超过95%,高温吸热、储热、集热等核心材料设备实现自主可控,电站运维技术持续提升。

2025年12月,国家发展改革委、国家能源局发布的《关于促进光热发电规模化发展的若干意见》明确,到2030年,光热发电总装机规模力争达到1500万千瓦左右。

王云杉

社会观察

中国品牌为本届世界杯贡献了哪些高光时刻

的RGB-Mini LED电视被选入本届世界杯国际转播中心专用显示设备。

在6月12日凌晨揭幕战第84分钟,南非球员兹瓦内暴力动作击打墨西哥球员阿尔瓦拉多面部,VAR介入主裁回看后判罚直接红牌,南非仅剩9人作战。现场亮相的VAR系统显示屏幕上,印着的正是中国品牌“Hisense”。

海信集团党委书记、董事长贾少谦此前表示,海信率先推出RGB三维控色液晶显示技术,解决了困扰行业多年的光色同控难题,比国外领先一年多量产。

赛场之外,中国品牌的身影更是渗透到了世界杯的每个角落,一批中国制造精彩亮相,凭借智能化生产、原创化设计、规范化IP运营和成熟的全链条供应链体系,展现出从“代工”向“品牌”跨越的全新面貌,也成为中国制造转型升级的生动写照。

嘉兴平湖的浙江银座箱包有限公司生产车间里,一派繁忙有序的生产景象扑面而来,自动搬运机器人高效穿梭,自动化设备精准作业,数字化生产线全速运转。依托本地成熟的箱包产业基底,银座箱包成功入局2026年美加墨世界杯供应链,成为中国区箱包独家授权代理商。

球员身穿的战袍同样有来自中国品牌的“智造”力量。浙江建信佳新材料有限公司凭借自主研发

的化学法分子级循环再生聚酯纱线,通过分离、脱色、除杂、提纯等一系列精密工序,将废旧纺织品还原为纯度高达99.9%的高品质再生聚酯纱线,高度匹配世界杯球衣对舒适度与耐用度的要求,也让企业成为巴西、法国等12支球队队服品牌的供应商。

作为世界杯周边绕不开的话题,义乌今年也大展拳脚。据义乌市体育用品协会估算,本届世界杯周边商品市场份额中,“义乌制造”占比近70%。今年一季度,义乌出口体育用品及设备达28.3亿元,同比增长12%,其中世界杯拉动作用显著。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示,本届世界杯中国赞助商数量有所下降,但联想、海信、蒙牛三家的赞助层级与含金量明显提升,没有仅仅停留在买曝光、提升知名度的初级阶段,而是通过嵌入赛事运营场景不同的方式来彰显技术优势。

“中国品牌参与顶级赛事的模式正在发生质变。过去的赞助模式本质上是希望通过赞助行为,在消费者心目中让品牌与顶级赛事发生关联,从而提升品牌知名度和品牌形象。而本届世界杯中国制造已经深度嵌入赛事运营环节和场景,把中国品牌形象的沟通诉求具象到功能层面。中国品牌从‘产品出海’到‘IP出海’是中国制造业转型升级、从制造大国向制造强国演进的具体体现,这种转型升级正渐入佳境。”王裕雄说。

袁小康 夏亮