

产经视线

东方卫视《未来中国·AI季》开播迅速“出圈”，前5期综合收视居卫视节目首位——

精品内容助推科学家成“顶流”

□本报记者 张君成

由上海广播电视台东方卫视策划制作的《未来中国·AI季》本周即将迎来收官。该节目在全国首个大型创新生态社区、上海市生成式人工智能先导区、全国人工智能战略新兴产业集聚区徐汇滨江横速空间录制，汇聚国内顶尖科学家与团队，用丰富的演绎方式，向观众展现了中国人工智能技术的发展与应用。

自2024年12月开播以来，《未来中国·AI季》凭借精彩的内容迅速“出圈”。根据广电总局中国视听大数据(CVB)显示，前5期的综合收视高达0.469，不仅在省级卫视的科技节目赛道上处于绝对领先的位置，更在省级卫视1月所有节目中脱颖而出，综合收视稳居卫视所有节目第一位，观众忠实度超43%，多平台联播累计收看超过亿人次。播出至今，整体观众规模近2000万户次，较上一季增长超10%。观众对节目的喜爱度也进一步提升，在东方卫视首播的观众平均忠实度超44%，相较于上一季显著提升。微博话题#未来中国#阅读量超7.4亿，热搜话题14次，抖音#未来中国#话题播放量累计超3.2亿。节目中“机器狗上街买榴莲”这样的高互动内容，更让观众直观感受到AI技术的趣味与温度。

节目让科学更亲民

从好奇心到社会共识，从技术展示到人文思考，《未来中国·AI季》总制片人、主持人陈辰在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，希望《未来中国·AI季》能成扇让人们对人工智能有更全面、更理性认识的窗口，让更多人看到科学的价值与未来的可能性。

2022年，由上海广播电视台东方卫

视策划制作的《未来中国》正式上线。节目把一群顶尖科学家从幕后请到聚光灯下，让他们以“科学榜样”的身份揭秘前沿科学领域、分享中国科学家们孜孜以求探索未知的科学故事，一经播出便收获不俗网络热度和口碑反响。

“我们从2022年开始构思《未来中国》的方向。当时就在思考，社会需要什么样的偶像？”陈辰说道。与以往娱乐明星、流量偶像占据公众视野不同，陈辰认为，科学偶像的塑造承载着一个时代对创新驱动发展的渴求。她进一步说道：“在全球科技竞争日益加剧的大背景下，中国迫切需要更多的科学偶像。”

在节目的策划中，团队专门邀请国内最前沿的科学家参与，定位每期节目的核心是展示科学家精神与技术突破。“无论是量子力学、合成生物学，还是AI领域的创新，我们不仅关注技术本身，更在乎科学家如何看待这些技术的未来。”陈辰强调，节目并非“高高在上”的科学展示，而是希望通过科学家的叙述，将知识以更贴近生活的方式呈现，让观众与科学家产生共鸣。

节目的设定让观众看到了“与众不同的科学家”，如林宝军院士不仅是科学领域的权威，还擅长作诗，闲暇时也会追剧；汪品先院士则“兼职”成为网红科普博主，用通俗易懂的语言向大众讲解深奥的科学知识；FAST首席科学家李菡更是一位隐藏的段子手，用幽默的方式将复杂的天文学原理讲得生动有趣。

这些科学家的出现，也重新定义了科学家的公众形象。“他们的个人魅力和幽默风格，让科学更亲民、更具吸引力，同时也向观众传递了一种科学精神——严谨与热情并存，知识与趣味共生。”陈辰说道。

此外，节目中的“科学青年团”设定也起到了意想不到的效果。科学青年们以全新的方式重新定义了科学偶像的形象，让不少年轻观众发现，原来科学家也可以“美貌与智慧”并存。

“翻译”让AI不“高冷”

将晦涩难懂的科技内容转化为普通观众能理解的语言，是节目制作的最大挑战。陈辰介绍：“我们的工作可以看作是‘翻译’，将量子力学、人工智能等‘高冷’知识翻译成有趣、易懂的内容。”为了实现这一目标，节目团队在内容创作上投入了大量精力。从选题到表达方式，每一环节都力求在科学严谨性和观众可理解性之间找到平衡。例如，在解读“玻璃二象性”等复杂理论时，节目用有趣的比喻和场景演绎让知识“落地”。

具体到《未来中国·AI季》，节目的核心特色就聚焦在人工智能的实际应用场景，用通俗的方式呈现技术如何融入人们的生活。“AI是一个既熟悉又陌生的领域，普通人可能听过AI技术，但对其实应用并不了解。”陈辰说，“我们这季的重点是展示AI技术在生活中的落地应用，如情绪陪伴机器人、医疗健康AI、智能养老等。”

节目做得有科学意义的同时，还要让观众爱看。“让人眼前一亮”是节目组选择AI项目的标准之一。陈辰介绍，导演组先在全国范围筛选100个人工智能项目，再通过业内专家评委打分等形式，综合考量项目的实用性、创新性、科技成熟度、未来前景等维度，从中选取30多个目标拍摄项目。拍摄阶段，节目组专门设置“啊哈时刻”：由参与拍摄的嘉宾选出

能够让自己眼前一亮的功能应用场景。例如，节目中的“机器狗”项目，不仅展示了其精准的视觉和触觉技术，还通过生活化的场景（如帮主人买榴莲）展现了AI的潜力。“这种直观的演绎方式不仅增加了节目的趣味性，也让观众对AI技术的价值有了更深刻的认识。”

陈辰还特别提到，AI应用对社会的影响绝不仅限于技术层面，而是让观众思考人类与科技的关系。“我们每期节目都会讨论，当AI变得普及且功能强大时，人类应该如何面对这些变化？这不仅是一个技术问题，也是社会问题。”

坚守让内容更权威

将科学类综艺节目做得有意思的同时，陈辰也强调，节目制作需要警惕过度娱乐化和浮夸传播。“当前很多关于AI的内容会夸大其词，比如声称AI将全面取代人类工作，这是不负责任的。”陈辰表示，“作为主流媒体，我们必须坚持科学的严谨性，并为观众提供权威、可信的内容。”

“尽管电视频道目前面临挑战，观众的注意力逐渐被短视频、流媒体等新型媒介分流，但我们依然选择坚守，致力于打造精品内容。这不仅是一种对媒体使命的坚持，更是为了在多元化的信息传播时代，为观众提供正确的价值引导和精神滋养。”在陈辰看来，精品内容的意义不在于追求流量，而是通过高质量的内容传递核心价值观，引导观众的思考和判断力。在信息碎片化的时代，“传统媒体的优势在于其权威性、系统性和逻辑性，我们希望用深度、严谨和丰富的表现形式，让观众感受到内容的厚度和温度，这也是《未来中国·AI季》要传递给观众的。”

时讯

《最美中轴线》第四季开播

本报讯 (记者杨雯) 2月8日晚，由北京广播电视台、北京市文物局联合出品的大型文化音乐真人秀《最美中轴线》第四季开播。

本季节目在形式上进一步创新。不同于第三季“文脉季”对北京中轴线历史内涵的深度挖掘，第四季节目以“为中轴放歌，颂文明互鉴”为主题，邀请中外歌手共同探索、体验和感受北京中轴线的魅力；以音乐为独特语言，诠释北京中轴线的文化内涵与时代价值，为申遗成功呈上一份独具匠心的音乐礼物。

2024年7月27日，联合国教科文组织第四十六届世界遗产大会正式将“北京中轴线——中国理想都城秩序的杰作”列入《世界遗产名录》。为助力北京中轴线申遗，《最美中轴线》前三季砥砺前行，以不断创新的综艺模式实现文化的创造性转化和创新性发展。在前三季中，“中轴拾音团”步履不停，以“一步一中轴，一音一世界”为核心线索，在采风之旅中为北京中轴线的精气神创作了一系列歌曲。

《窗前的母亲》守护爱与成长

本报讯 (记者商小舟) 作家肖复兴散文作品集《窗前的母亲》近日由北京联合出版公司出版，其中收录肖复兴四篇未公开散文新作，延续了其一贯的细腻文风和对他生活的深刻洞察。

肖复兴的散文质朴而多思，饱含真情实感与人生哲思，自成风格。该书共分为“给谁馄饨”“一片幽情”“窗前的母亲”“父亲和信”四辑，包含了作者的童年回忆，以及关于姐姐、母亲和父亲的记忆，以细腻平实的笔触，缓缓铺陈出对亲人无尽的怀念与深情。一桩桩小事勾勒出回忆中亲人朋友的旧时形象，一件件旧物像儿时的蝉鸣一般带着人回到记忆中的过去。与知音共享、与读者交心的亲切表达，让沧桑岁月和无尽遐想葆有持久的温暖，诠释着肖复兴在作品集中所提出的“要当有风格的作家”。

此外，该书部分篇章插入了肖复兴亲自绘制的插图，在细节上精准地还原了故事中的场景和人物形象，以图文并茂的形式，为读者提供了一种直观的阅读体验，有助于读者更好地理解 and 感受作品中的情感和意境。

农民画绘本《茉莉花开的季节》出版

本报讯 “家乡美·农民画绘本系列”作品《茉莉花开的季节》近日由广西民族出版社出版发行。该书由儿童绘本作家吴煜撰文，农民画家吴健绘插图，以乡村振兴为主题，用独特的农民画艺术形式，从儿童的视角出发，细腻地描绘了乡村的巨变与乡村生活的美好。

《茉莉花开的季节》采用了农民画的艺术呈现方式，质朴而生动的画风，仿佛将读者带到那个充满茉莉花香的小村庄。该书不仅有美丽的画面，更有一个关于茉莉花、关于爱与互助的动人故事。故事的主角是一个孩子，她所看到的乡村世界充满了时代的脉搏。在乡村振兴的大背景下，乡村的面貌正在悄然改变。新的产业、新的生活方式，都在这本书中得到了生动的展现。这一切变化，都被孩子纯真的眼睛捕捉到了。她用简单的话语，讲述着乡村的变化，让我们看到了一个充满希望与活力的乡村未来。

据悉，《茉莉花开的季节》是“家乡美·农民画绘本系列”中的第二本。第一本推出的是《花花的花竹帽》，该书已入选2024年广西农家书屋目录。(新华)

山东省图书馆扮靓“书海灯谜会”

本报讯 “东风夜放花千树，更吹落，星如雨。”辛弃疾笔下元宵的璀璨，在2025年蛇年正月十二的山东省图书馆化作灯谜与书香的交响。2月9日，以“相约鲁图·巳巳如意”为主题的“书海灯谜会”拉开帷幕。承载着万余条灯谜的“灯笼”如繁星垂落，映照读者们眼中跃动的节日情怀。

步入山东省图书馆总馆一楼展厅，仿佛踏入一座“纸上灯市”。红橙黄绿间，墨香与纸香交织。“此次灯谜会规模为历年之最，总馆与少儿馆共布局谜面万余条。无论是字谜、诗词谜，还是少儿谜、百科知识谜，抑或是成语常用语谜、人名地名谜、经典名著作品谜、戏曲词牌乐趣谜、英语谜等，都能在灯谜会上找到。”山东省图书馆工作人员介绍。(马文文)



一“吒”难求 《哪吒2》周边卖断货

2月10日，武汉武商MALL，泡泡玛特门店展示着《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列手办的样品，样品旁写着“《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列手办已售罄”“补货中”。店员告诉前来咨询的消费者，目前《哪吒2》的相关周边已经售罄，厂家调整了生产计划，正在努力补货。随着《哪吒2》电影热映，相关的电影周边产品也火了起来，产品已经断货，可谓一“吒”难求。

龙巍/视觉中国

春节期间约26万人次参与体验，带动线下消费480余万元

北京大视听解锁“视”集打开新方式

本报讯 (记者商小舟 李婧璇) 多元节目编排、精品剧目集中展播、沉浸式VR体验……春节假日期间，北京市广播电视局联合北京广播电视台、各区融媒体中心、网络视听平台等机构举办北京大视听·春天的“视”集——巳蛇舞入逛“视”集春节系列活动，联动线上线下，加强文旅融合，促进数字消费，为观众呈现沉浸式视听体验。

本次春天的“视”集活动贯穿元旦、春节，聚焦“京产”作品供给，推出“北京大视听过大年”网络专区、跨年晚会和春节晚会等，营造喜庆祥和、京味十足的节日氛围。《2025年北京广播电视台春节联欢晚会》首次实现京津冀三地联合录制，直播播放量超1.51亿；“京产”电视剧《国色芳华》《无所畏惧之永不放弃》《六姊妹》，网络剧《白月梵星》《异

人之下之决战！碧游村》等接续播出，有效播放量超41亿。

在丰富线上视听板块内容供给之外，本次春天的“视”集活动聚力视听科技应用，联动各区解锁文旅融合新玩法。“北京大视听”沉浸式体验推荐路线，推介春节期间北京14站沉浸式体验打卡项目，综合运用VR、AR、MR、全息投影、多感官体验装置、可穿戴设备等多种视听技

术，打造视听科技消费新场景，春节期间约26万人次参与体验，带动线下消费480余万元。京津冀之声举办“京津冀年货嗨翻天”助农直播活动，带货京津冀三地助农产品40余种，成交金额25万元。此外，北京市区联合开展“跟着影视逛北京”活动，邀请16+1区融媒体中心主任担任“视听推介官”，集中宣推各区美食、年俗、地标、产业等。

广州市荔湾区民间文艺版权保护与促进成果展开幕

非遗传承人带领畅游岭南文化

本报讯 (记者徐平) 2月7日，广州市荔湾区民间文艺版权保护与促进成果展在荔湾湖公园海山仙馆开幕。本次展览的主题是“汲古润今赓续文脉 荔湾底蕴最岭南”，旨在展示民间文艺作品及其版权转化成果，全方位呈现文化与创意领域的丰硕成果，提升文艺作品的价值，多位非遗代表性传承人现场进行艺术互动交流。

2024年9月，荔湾区被中宣部选定为

全国12个民间文艺版权保护与促进试点地区之一，为岭南文化传承、荔湾版权工作高质量发展提供了新契机。荔湾区委宣传部主办本次展览，希望通过展览让广大市民了解更多民间文艺背后的故事，感受岭南文化的独特魅力，让版权保护意识深入人心，以版权激活民间文艺活力。

在展览形式上，以图片展览为主，还有谭广辉、唐锦全、王新元、周承杰、梁

向昭、何静仪等非遗大师授权作品，广州新华发行有限公司、齐白石艺术中心、1200bookshop荔湾湖公园旗舰店、微充氧版权等企业提供版权授权产品也会亮相，打造出充满荔湾特色的版权展示空间。此外，展览还设置了互动体验区，打造大型互动体验打卡点，提供DIY体验项目，让观众在动手创作中感受民间文艺的魅力，留下独特记忆。

同时，活动在1200bookshop荔湾湖公园旗舰店、半糖生活馆、古琴茶社、翻屋企造中心、泮塘五约党群服务站、顾香城(岭南香事文化体验馆)等场馆、工作室设置“寻迹集章”集章点，开展联动集章，鼓励观众积极参与，增加活动趣味性，借助周边标志性景点吸引更多游客参观。本次展览将持续至2月19日。