

中国 智能媒体 发展报告 2021 - 2022

Report on the Development of
Intelligent Media in China (2021-2022)

中国传媒大学新媒体研究院 新浪AI媒体研究院

— 执行概要 —

2022壬寅虎年已至，中国传媒大学新媒体研究院、新浪AI媒体研究院再度联合发布《中国智能媒体发展报告（2021—2022）》。自2019年起，中国传媒大学新媒体研究院与新浪AI媒体研究院联合启动了中国智能媒体发展研究系列课题，每年定期发布《中国智能媒体发展报告》成果，忠实记录中国智媒发展历程，解析中国智媒发展突围之路，深入挖掘中国智媒案例经验，共同见证了中国智媒的创新力量和无限潜能。

《中国智能媒体发展报告（2021—2022）》包括五大部分：第一部分细致盘点了2021年中国智能媒体发展的八大亮点；第二部分基于44家各级媒体的调查反馈，洞悉我国智能媒体应用生态；第三部分精选央视网、百度云、快手、微博等十大智媒发展年度案例，深度探析行业发展前沿；第四部分立足智能媒体落地趋势及热点，展望2022—2023年间智能媒体前景；第五部分“特别篇”辑录了2021年三大热点，即党建、冬奥、元宇宙场景下的智媒应用，展现智能媒体在垂直领域的强大势能。

— 报告出品 —



中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室新媒体研究院是专注于数字化、信息化和全球化背景下的新媒体综合发展研究的专业性教学、科研机构，当前致力于新媒体产业研究、新媒体内容研究、新媒体技术研究，以移动媒体、数字电视、国际互联网传播、媒体融合、大数据、新媒体与“一带一路”、军民融合及新媒体人才培养等为核心，持续开展深入的新媒体理论研究、行业应用研究和产品创新研发工作，通过联合国内外专家和高级研究人才团队，以严谨的科学研究为根基，努力实现并不断开拓新媒体研究的最大价值。



新浪AI媒体研究院是新浪集团内设研究智库，致力于与学界开展广泛合作，促进科研成果和行业实践对接，推动媒体行业高效、稳步、可持续化地“智能”升级。研究院拥有一流的研究资源，与国内外知名高校、科研院所开展合作，承接国家重点研发计划、863计划、国家自然科学基金项目、社科基金项目等十余个项目。相关研发成果运用于新浪新闻App、手机新浪网等智能媒体产品矩阵，满足人们日益升级的信息需求。

— 报告编委 —

首席专家

赵子忠，中国传媒大学新媒体研究院院长

王巍，微博COO、新浪移动CEO、新浪AI媒体研究院院长

项目负责人

徐琦，中国传媒大学新媒体研究院副研究员（xuqi@cuc.edu.cn）

乔宇，新浪移动市场部总经理、新浪AI媒体研究院副院长

李云辉，新浪移动算法总监、新浪AI媒体研究院副院长

项目团队（按姓氏拼音排序）

包琳 陈娇 陈哲玮 崔伟 鄂佳 高峰 宫辰 顾淼 郭苗苗 韩其臻 胡亦晨 江艺彤 李川 连梦婷 刘嘉鸣 刘洋

刘怡伽 苏杭 孙慧姝 田曼力 杨菁 臧保锋 张洁 张俊林 张丽

— 目录 —

CONTENTS

- **第一章 2021年中国智能媒体八大发展亮点**
- **第二章 2021年中国智能媒体年度生态调查**
- **第三章 2021年中国智能媒体十大年度案例**
- **第四章 2022年—2023年智能媒体展望**
- **特别篇 智能党建·科技冬奥·元宇宙探索**



2021年中国智能媒体 八大发展亮点

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点一 我国媒体深度融合提速，迈向智媒体全新阶段

2021年，我国媒体融合步入深水区，政策引导下的智能媒体发展提速。国家层面，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年计划和2035年远景目标纲要》发布，明确指出“**推进媒体深度融合，做强新型主流媒体**”，并提出完善应急广播体系、实施智慧广电固边工程、推动四级融媒体中心（平台）建设等，指明媒体深度融合方向。地方层面，各省、区、市依照国家战略，先后出台“十四五”规划，基于技术、产业、人才交叉融合促进智能成果转化，**加速地方“智慧广电”体系建设，通过拓展“媒体+政务服务商务”模式，发挥其社会治理功效，形成新视听产业与行业聚焦协同发展的格局。**

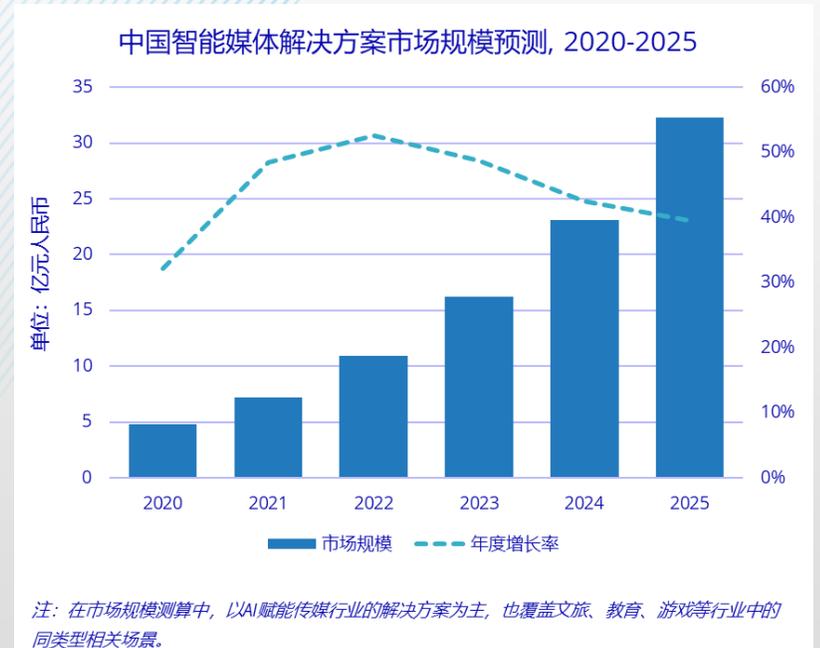


第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点二 智媒体市场需求持续释放，市场规模稳定增长

2021年，智能媒体市场规模持续增长，智媒生态走向成熟。根据IDC发布的报告，2020年中国智能媒体解决方案市场规模达到4.8亿元人民币，预计2020年至2025年其年均复合增长率将达46.3%。其中，AI数字人、文本到语言生成等技术将成为智能媒体市场技术制高点，媒资管理、内容安全审核等重点场景的市场空间也将继续拓展。

市场生态方面，由人工智能技术厂商、行业解决方案提供商、行业用户等构建的智媒生态走向成熟。2021年，百度智云已位列智能媒体解决方案市场首位。此外，新华智云、人民中科等脱胎于传统媒体的方案解决商，也陆续推出“更懂媒体”的智能媒体解决方案，持续赋能文旅、会展、金融等领域，满足行业市场需求。



图：中国智能媒体解决方案市场规模预测
来源：IDC《中国智能媒体方案市场分析2021》

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点三 媒体融合升级2.0，AI工具中台化提速

2021年，我国进入全媒体传播体系2.0建设时期，中央、省、市、县四级媒体正从策、采、编、发等单点升级，迈向**集人工智能、大数据、云计算等技术为一体的全周期升级，打造贴合业务流程与应用场景的AI中台架构。**

在中台能力支撑下，虚拟演播厅、智能导播等新场景应运而生，**智能审核、算法分发等场景实现新突破。**审核方面，智能媒体由文字图片审核向音视频审核突破，领先的系统依托智能算法和知识图谱，可实现秒级审核。算法分发方面，媒体推出符合主流价值观的算法，将引导力、传播力、影响力指标转化为可供计算的因子，在价值观引导下完善智能分发的推荐体系。



图：央视网AI中台架构
来源：企鹅号媒介研究

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点四 赋能自然灾害报道救援，探索社会治理新模式

2021年，智能媒体为灾情报道与救援提供支撑，并在常态化疫情管控下，从网格管理、应急广播、网络理政等方面深入社会治理网络。灾情报道方面，借助智能机器人抓取和提炼的线索，智能媒体利用自然语言处理等技术自动产出新闻，并通过知识图谱、机器人等提升分发效率。同时，媒体基于上述能力上线求助地图、一键求助、互助信息等功能，为民众提供权威救灾信息，典型代表如新浪新闻。

社会治理方面，智能媒体在突发事件中的技术能力得以延伸。第一，智能媒体基于自动化识别、数据信息管理的能力，助力精细化网格管理，例如安吉新闻集团的自动预警系统。第二，智能技术融合应急广播系统，为政府“上传下达”提供重要渠道，如湖南广电的5G智慧电台。第三，多家智能媒体与省、市、县（区）政务部门联动，开放移动端媒体接口，使之及时回应民众疑惑，满足群众网络理政诉求。



新浪新闻河南暴雨专题上线六大功能

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点五 建党百年集中亮相，开启智慧党建新篇章

2021年适逢中国共产党建党100周年，庆祝建党百年是新闻舆论工作的主题主线。智能媒体从硬件、互动、数据层全方位助力党建。第一，智媒机构研发智能化、一体化的软硬件，提供党建宣传、党建会务服务等功能。第二，将智能虚拟人、智能修复技术等引入党史学习教育场景，增强用户的观看、互动体验。第三，以智能媒体赋能智慧党建统一工作平台建设，融入党务日常管理，通过实现党支部信息的互联互通，提升党建管理效率。亮点场景包括：人民网智慧党建体验中心、爱奇艺“经典电影修复版独家献映”、新华社数智党建阵地一站式解决方案等。



图：光明网·科普中国《顺溜讲党史》

来源：光明网

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点六 促进文旅会展行业深融，拓展智媒体生态边界

2021年，在“媒体+政务服务商务”的运营模式推动下，智能媒体在文旅、会展行业积极落地智媒产品及解决方案。第一，智能媒体利用人工智能、VR、AR、全景声等技术改造传统文旅项目，延伸用户感官，打造沉浸式、互动式的智能项目，如央视网云上音乐厅。第二，智能采集、智能拆条、智能剪辑等应用创新行业传播内容的生产流程和形式，弥补文旅、会展行业二次传播的短板，如新华智云云上新闻中心、智能拍摄机器人等。第三，通过虚拟导游、AI主播、智慧大屏等智媒应用为线下旅游、会展提供创新玩法，吸引用户参与互动，助力个性化推广，如2021年数博会“数小博智能大屏”。



图：央视网·中国交响乐团云上音乐厅

来源：央视网云上音乐厅

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点七 前沿技术加速落地，集中亮相北京冬奥会

2021年，在“科技冬奥”理念引领下，智能媒体应用亮点频出。第一，“**无人混合采访系统**”依托“AI+5G+超高清视听处理+云大物+区块链技术”，使运动员和记者在分隔状态下完成新闻发布。第二，**云转播**借助OBS Cloud向全球转播方分发内容，满足制作人员远程创作、管理、分发的需求，并推出“子弹时刻”效果，支持全方位慢放等特效。第三，**AI手语主播**基于手语翻译引擎、自动动作引擎等，实现精准、连贯的手语呈现，让听障人士感受冬奥激情。第四，**数字分身**广泛应用于赛事解说、新闻播报、互动游戏等，既承担了主播的工作，又让用户在互动中体验冬奥，营造“全民参与”的氛围。



图：记者远程视频采访获奖运动员（测试）

来源：知乎·图林科技

第一章 2021年中国智能媒体发展亮点

亮点八 智能虚拟人应用火爆破圈，开启元宇宙新纪元

2021年，超写实数字人加快**行业融合常态化**步伐，成为企业步入元宇宙的重要切入点。从智能虚拟人特征看，在深度神经网络、多模态机器学习等智能技术支撑下，**虚拟人的外形和交互能力升级**，进一步还原真人的动作、表情、语气等。从智能虚拟人应用看，“虚拟数字员工”在新闻主播、记者、客服等岗位表现出色，能满足日常业务需要；而虚拟偶像也进军品牌IP领域，成为市场“新宠”。

智能虚拟人应用日趋成熟，使之成为元宇宙核心资产，吸引字节跳动、网易等国内互联网、科技巨头以此为切入点涌入元宇宙赛道，通过投融资、收购等形式，加速全产业链布局，构建“虚实结合”的新宇宙。



图：“AYAYI” 代言海报

来源：微博@AYAYI



2021年中国智能媒体 生态调查

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

2021年12月底，课题组结合当年时代特征及智能媒体发展趋势，设计并发起了本期的“中国智能媒体年度生态调查问卷（2021—2022）”，借助互联网平台，通过定向邀约的方式对各大媒体机构开展问卷调查。历时两个月，课题组共汇集了包括新华社、环球网、人民科技、北京商报、浙江广电、贵州广播电视台等44家媒体机构的反馈数据，调查对象覆盖了国内从中央级媒体到省市级通讯社、报纸、广播、电视、媒体网站、新媒体等媒体机构。

本章借助对调查数据的整理分析，将从智能媒体发展整体概况、智能媒体产业技术应用情况及智能媒体带来的人员影响三个方面对调查数据的十大发现进行解读，以了解当前智能媒体生态状况、研究重心及发展历程，并为智能媒体的未来发展进行研判。



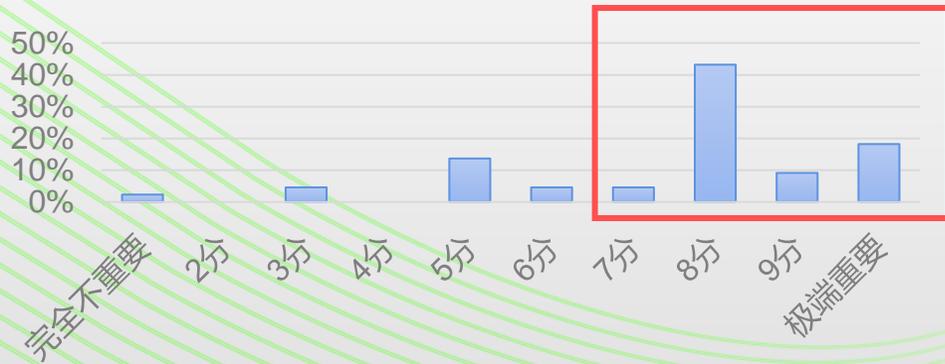
浙江广播电视集团
ZHEJIANG RADIO&TV GROUP



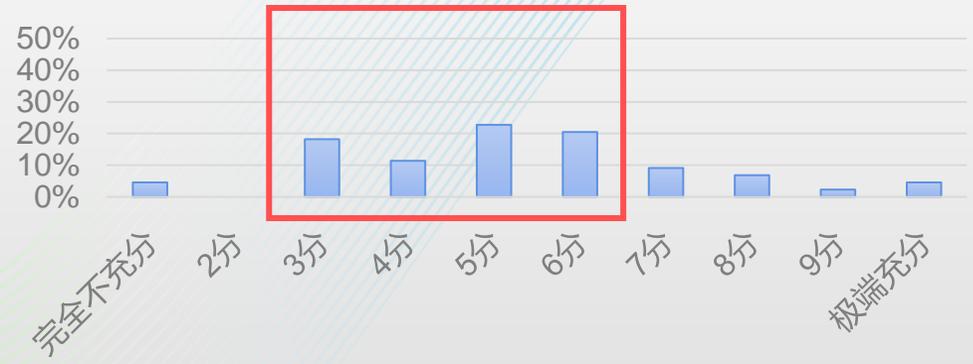
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现1：人工智能技术将在未来媒体生态中扮演重要角色已成共识，技术应用仍有深入空间

3—5年人工智能对我国媒体生态的重要程度



现阶段我国媒体业对人工智能技术的实际应用程度



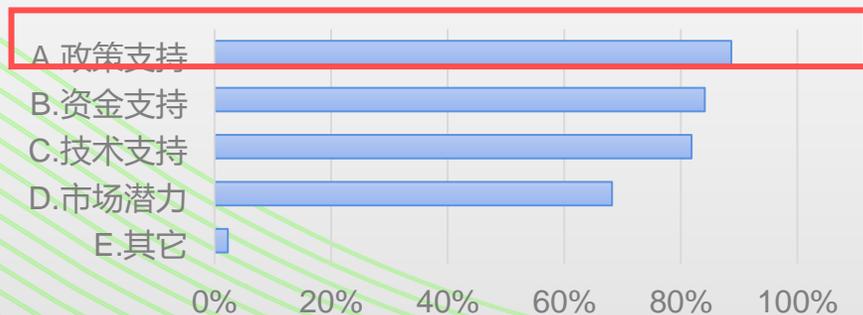
针对未来3—5年人工智能技术对我国媒体生态重要程度的评分中，超过70%的受访机构评分在7分以上，相较于上一年度增长了约5%，其中43.18%的受访机构评分为8分（较为重要）。人工智能技术将在我国未来媒体生态中扮演重要角色的共识进一步巩固。

但在问及现阶段行业内对于人工智能技术应用程度时，75%的受访机构选择了中等偏下的3—6分区间，体现出人工智能在实际应用中的广度和深度上仍有较大发展空间。

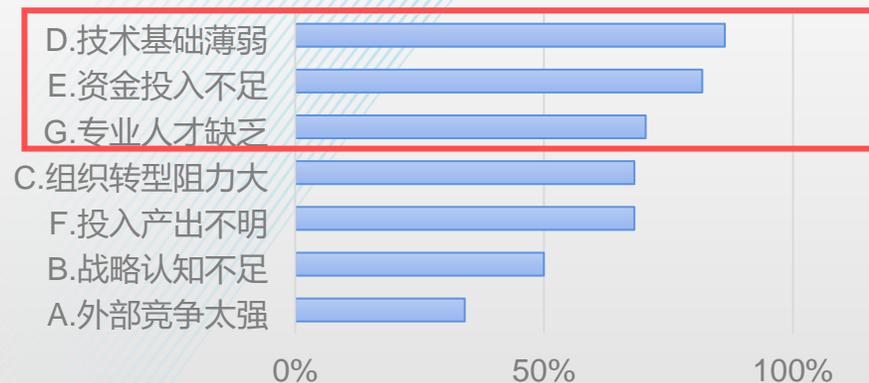
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现2：传统媒体发展智能媒体，技术、资金、人才是三大重要影响因素

传统媒体发展智能媒体的主要机遇



传统媒体发展智能媒体的主要挑战



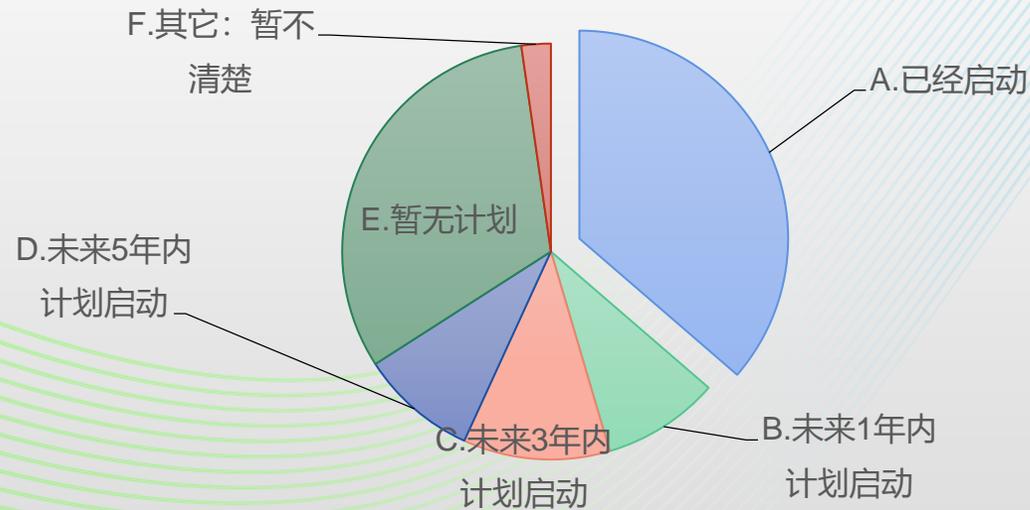
相比往年，就传统媒体发展智能媒体的机遇而言，资金支持和技术支持依然重要，均占到了80%以上；同时，更多的受访机构关注到了政策支持，比例占到了88.64%，同比增长13%，成为了今年最重要的发展机遇。

传统媒体发展智能媒体的主要困难方面，技术、资金、人才三个方面的选择比例率超过7成。其中，86.36%的受访机构选择了技术基础薄弱。总结而言，和往年相似，技术、资金、人才这三方面依旧是传统媒体发展智能媒体的三大重要影响因素。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现3：传统媒体行业内智媒发展缺乏顶层设计，智能媒体战略重要性显著

目前智能媒体相关项目的启动情况

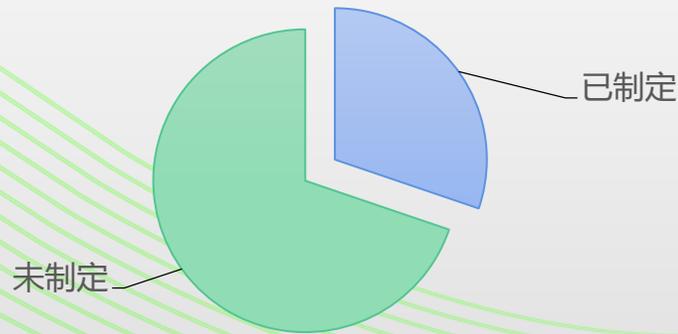


在智能媒体的相关项目应用层面，相较2020年，已经启动智能媒体项目与计划启动智能媒体项目的受访机构增加了13.07%，达到了65.91%。由此可见，传统媒体正在积极启动智能媒体相关项目，以期借助新兴科技推进媒体行业的转型和发展。

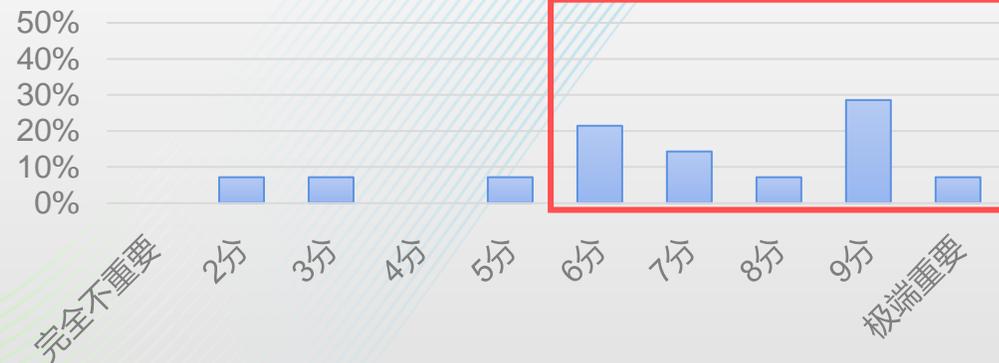
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现3：传统媒体行业内智媒发展缺乏顶层设计，智能媒体战略重要性显著

是否已制定智能媒体发展战略



智能媒体发展战略的重要程度



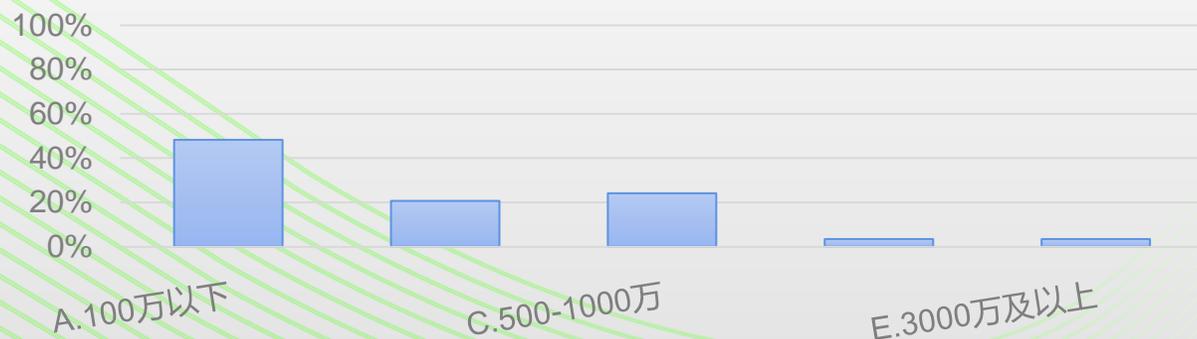
尽管传统媒体行业内将智能媒体相关项目提上发展日程的机构数越来越多，在整体的战略规划层面，仅有3成的受访机构制定了智能媒体发展战略，传统媒体行业智媒发展顶层设计较为缺乏，智能媒体发展仍处于起步阶段。

不过，在所有制定了智能媒体发展战略的机构中，智能媒体相关战略对于机构本身的发展和规划而言是比较重要的，有近8成的受访机构在发展战略重要性的评分中给出了6分以上的评价，其中给出9分（非常重要）的占到了28.57%。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现4：智能媒体项目资金、人才投入有所增长，技术上自主研发能力提升

智能媒体项目每年投资规模



从事智能媒体项目的员工规模



在资金投入方面，100万以下的项目规模依然占最大比例，选择100万—1000万的比例显著提高，从2020年的26.42%上升到44.83%，增加了近20%。同时，封面新闻和太原市融媒体中心智媒项目资金投入甚至分别达到了1000万—3000万和3000万以上。

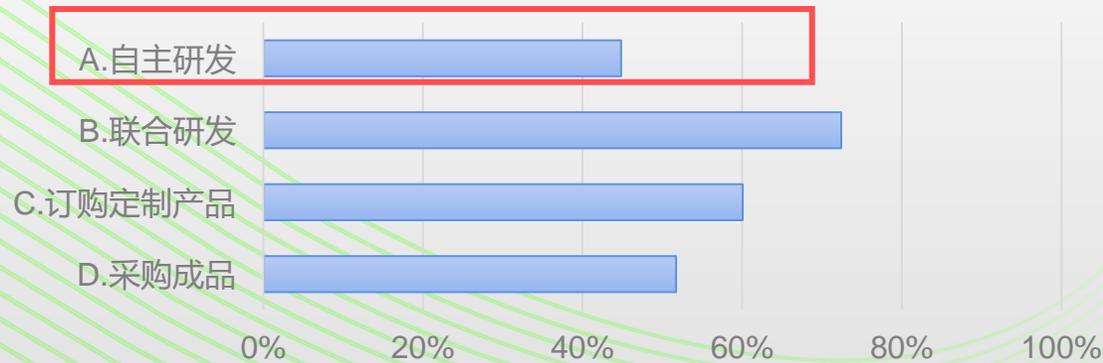
在员工规模上，虽然和往年一样，50人以下的小规模团队依旧是智媒项目发展的主流，但是今年的调查中也出现了人民网、封面新闻、人民科技三个员工规模在100人以上的大型项目团队的情况。

总结来看，传统媒体正在逐步增加在智能媒体项目上的资金投入和人才投入，以满足近两年技术快速发展后的应用要求。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现4：智能媒体项目资金、人才投入有所增长，技术上自主研发能力提升

开展智能媒体技术研发的方式

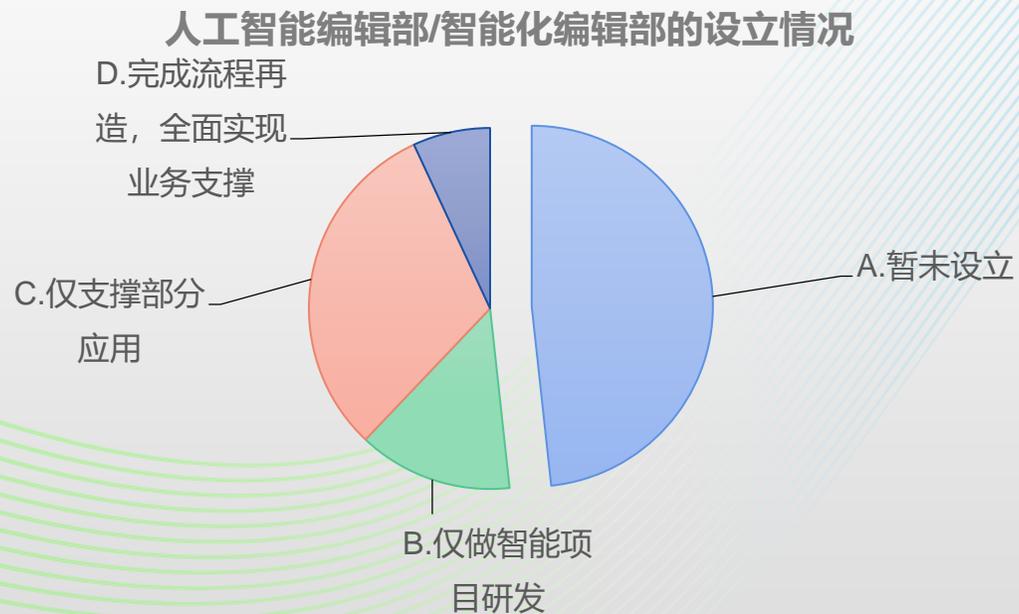


技术方面，联合研发和订购定制产品依旧是技术研发的主流方式，但同时，自主研发的比例也从去年的18.87%上升到了44.83%，增幅达到了25.96%，可见传统媒体机构在技术上的自主研发能力在近年有了极大的增强。

整理统计各媒体机构的合作厂商和机构可以看出，传统媒体的主要合作对象依旧以中央级媒体和头部的互联网公司为主，但像科大讯飞、中科大洋、索贝等在特定人工智能领域有突出成果机构也成为了今年传统媒体合作的对象，智能媒体相关技术的合作研发渠道进一步拓宽。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

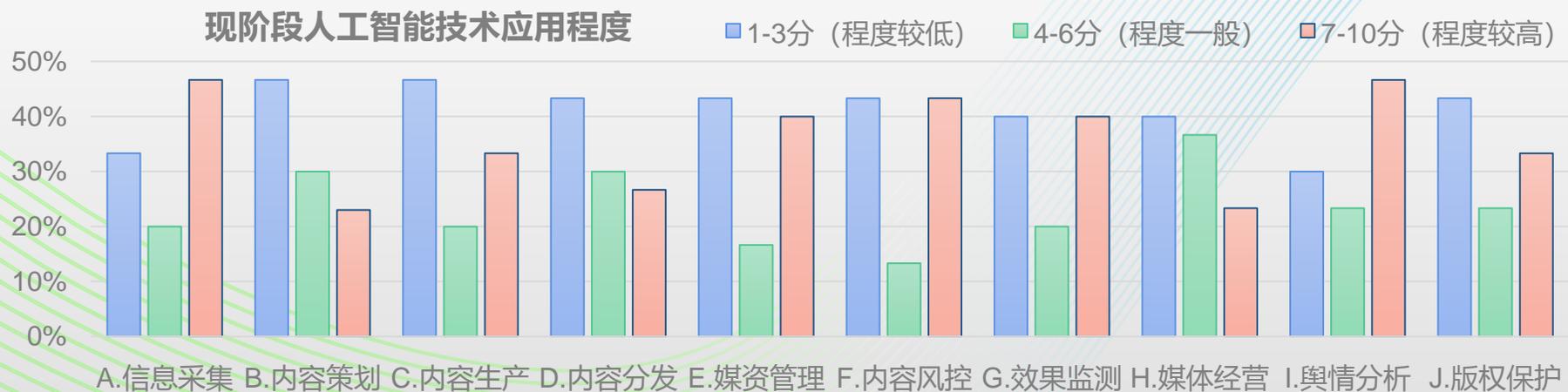
主要发现5：传统媒体行业内人工智能编辑部覆盖面仍有上升空间，仅一成不到的受访机构全面实现了业务支撑



调查结果显示，在所有已经启动或计划启动智媒项目的受访机构中，有近半数（48.28%）暂未设立人工智能编辑部/智能化编辑部，能够完成流程再造、全面实现业务支撑的也仅有人民网与封面新闻两家机构，可见传统媒体行业内人工智能编辑部覆盖面仍有上升空间。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

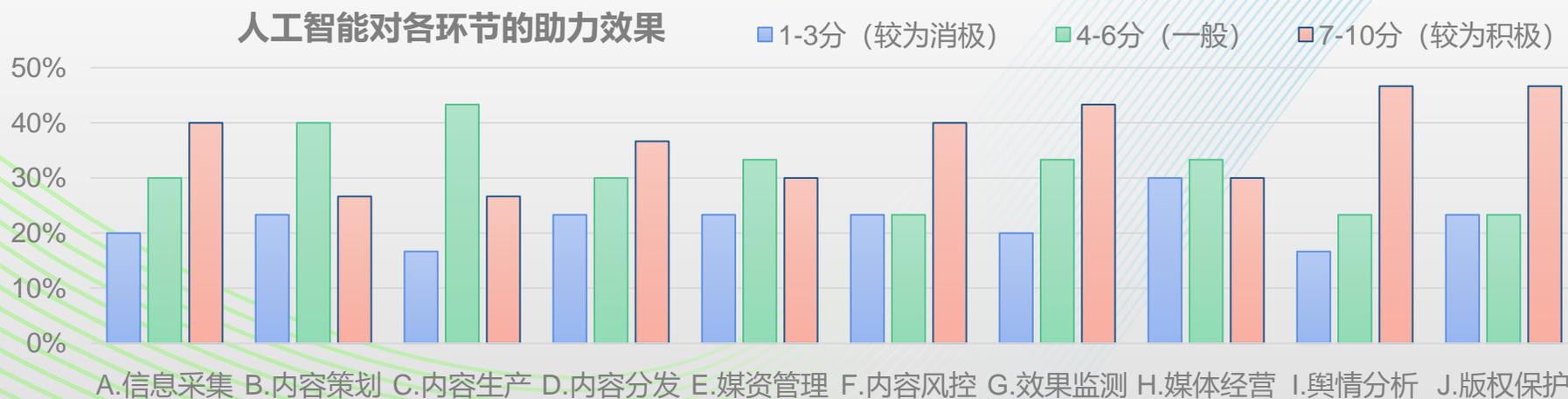
主要发现6：人工智能技术在智媒项目中的应用程度与机构发展程度密切相关，技术赋能仍有上升空间



在生态调查中，所有已启动或计划启动智媒项目的受访机构对目前机构内各项人工智能技术的应用程度进行了打分。从整体来看，人工智能相关技术在媒体生产全链条中，选择应用程度较低（ ≤ 3 分）以及程度较高（ ≥ 7 分）两个部分均占有了较大比例，两极分化趋势明显。其中选择应用程度较低的机构大都为智能媒体起步较晚、发展较慢的市县级媒体机构，而选择应用程度较高的机构则一般拥有了几年的智能媒体发展历史，如人民科技、人民网、新华社等。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现6：人工智能技术在智媒项目中的应用程度与机构发展程度密切相关，技术赋能仍有上升空间



从受访机构对目前各项人工智能技术的助力效果的评分中不难看出，虽然大多数受访机构较为认可目前人工智能技术对媒体生产全环节的积极影响，但认为人工智能会带来消极效果的比例依旧不能忽视，每个方面都有20%左右的受访机构认为人工智能技术并不能助力传统媒体生产的发展，并给出了3分以下的评价。因此，如果要更加深入地应用人工智能技术，相关技术还需进一步调整，以适应媒体生产环境，并为媒体提供更为有效的助力。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现6：人工智能技术在智媒项目中的应用程度与机构发展程度密切相关，技术赋能仍有上升空间



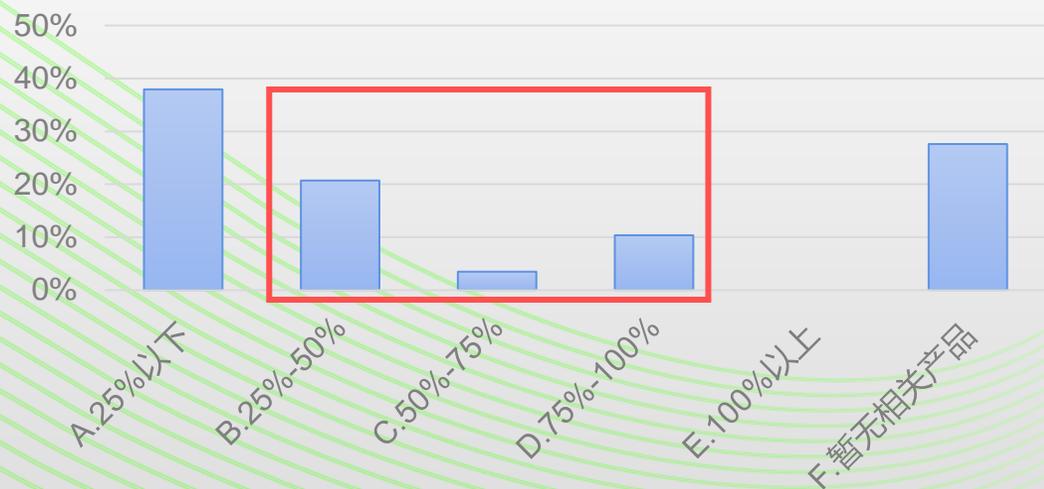
针对内容策划与生产环节中具体的人工智能应用的效能评价时，面对目前应用较为成熟的技术应用，如采访助手、自动生成图表、视频自动合成/拆分等方面均有近半数的受访机构给出了肯定评价（ ≥ 7 分）。同时，面对需要人工智能技术更高、更加“人性化”的应用，如机器人写稿、新闻情感分析等方面，很多受访机构选择了中立的态度。

可以看出，在新闻的内容策划和生产环节，人工智能技术较为深入成熟的应用场景给予了传统媒体机构较大的信心，智能媒体应用的效能有望随着人工智能技术的发展和媒体融合的深入而进一步提高。

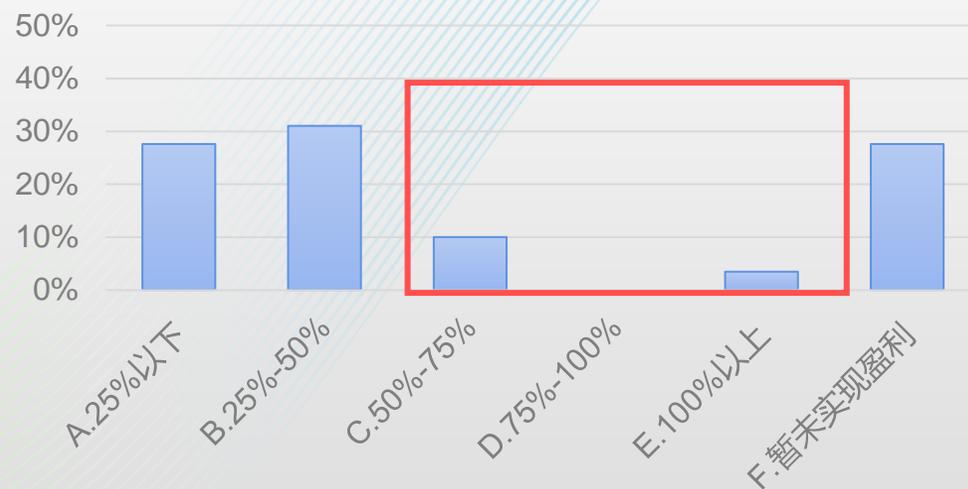
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现7：相关产品日活用户数、营收实现稳步增长，项目发展资金、技术瓶颈仍存

智能媒体应用产品的日活数量较上年同期增幅情况



智能媒体项目营收较上年同期增幅情况



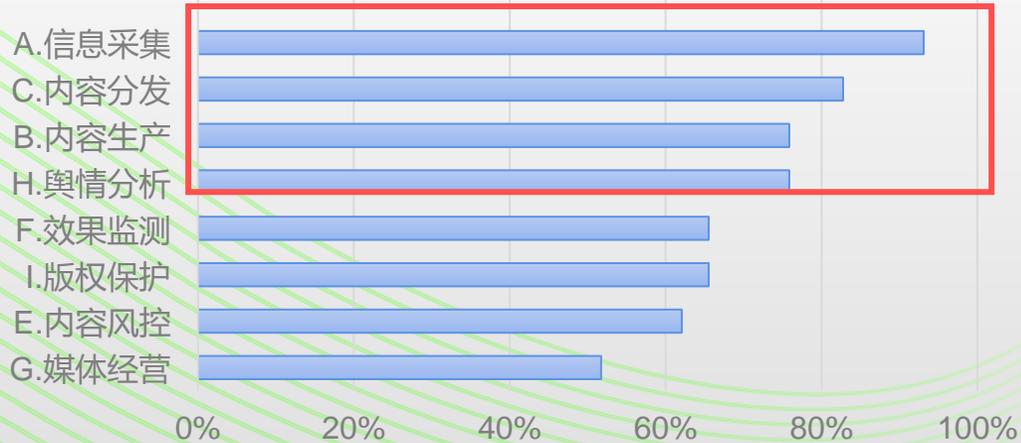
无论是智能媒体相关应用产品的日活情况，还是智能媒体项目的营收状况，相比去年，均实现了稳步提升。

日活用户增幅在25%以上的产品较往年出现了明显的增加，达到了34.48%，相比去年增加了近20%，可以看出智能媒体相关产品已经开始逐步进入用户的生活。营收增长在25%以上的机构较往年也有了较大的提升，其中华声在线新闻网站、封面新闻、宁夏前沿印象文化传媒有限公司和太原市融媒体中心4家媒体机构甚至达到了50%以上的营收增幅。

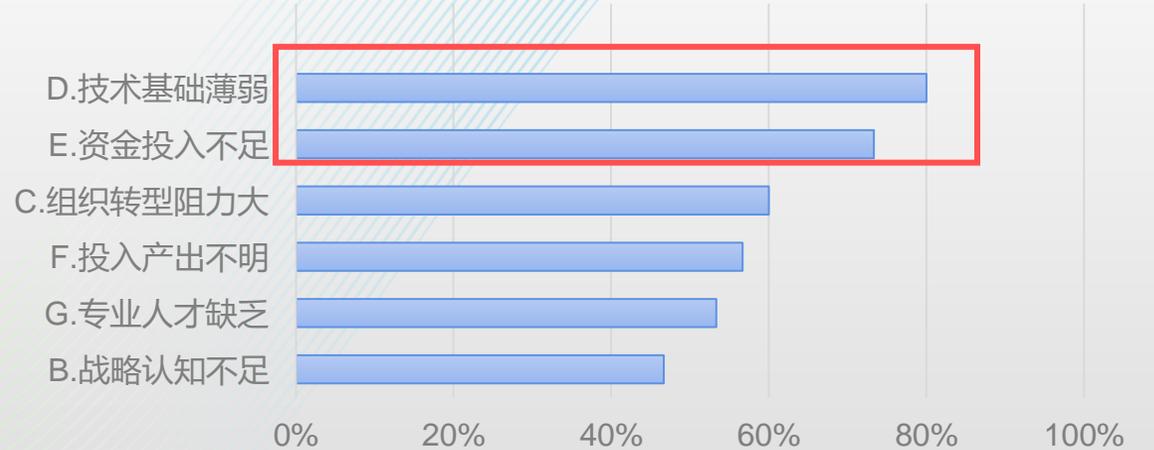
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现7：相关产品日活用户数、营收实现稳步增长，项目发展资金、技术瓶颈仍存

未来智能媒体项目的重点发展方向



智能媒体项目推进的主要瓶颈

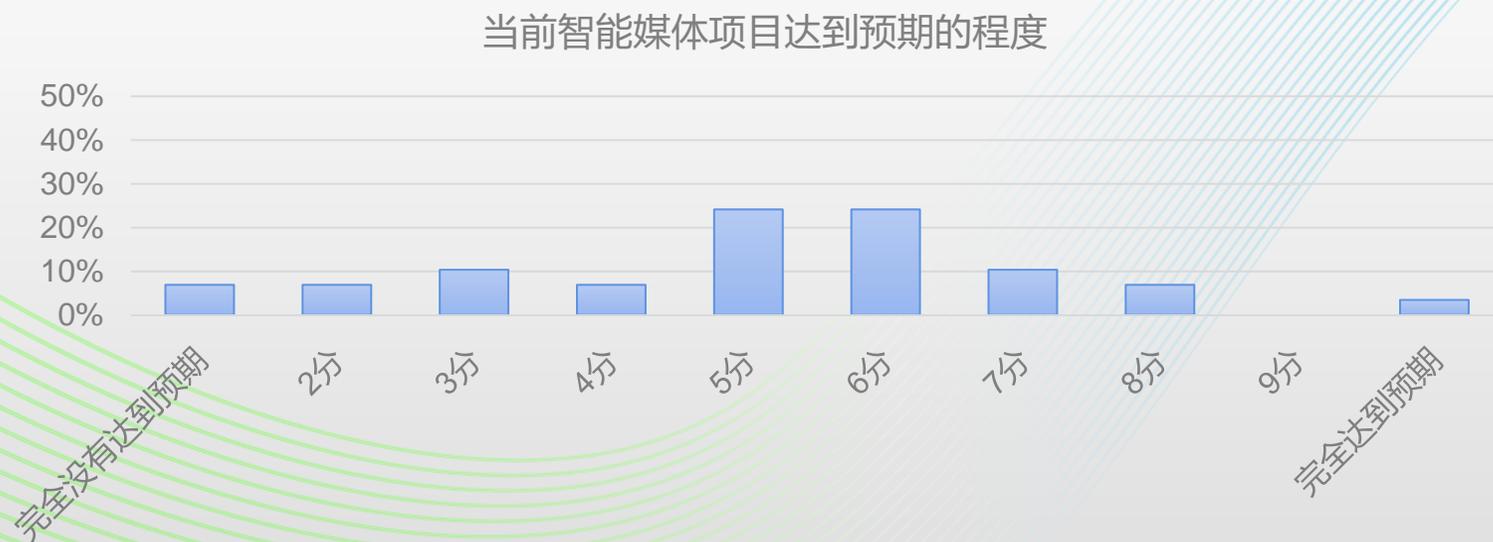


关于机构智能媒体项目的未来发展方向，信息采集（93.1%）、内容分发（82.76%）、内容生产（75.86%）、舆情分析（75.86%）依旧是智能媒体项目发展的重点。同时与2020年相比，各个发展方向的占比均有了30%—40%的提高。可以看出，随着人工智能技术的不断发展以及政策、资金等方面的投入加大，各个媒体机构在智能媒体的发展方向都不断进行着全面布局。

针对智媒项目的发展瓶颈分析，技术和资金依旧是限制其发展的两大重要瓶颈，但从比例排名来看，人才缺乏的问题得到了缓解。从整体来看，目前智能媒体项目推进依旧面临重大挑战，传统媒体机构对其智媒发展所面临的多方面困难展现出了担忧。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现8：传统媒体对智能媒体期望较高，相关项目满意度有所提升

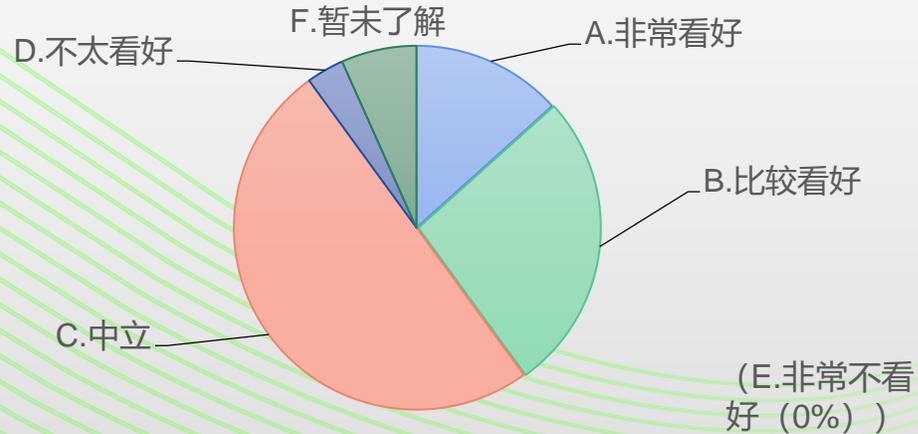


延续前两年对智能媒体项目预期满意度的调查，和2020年类似，认为智能媒体项目仅达到5—6分（一般）的比例仍占大多数，2021年近半数的受访机构选择了这个区间，展现出传统媒体机构对智能媒体项目的发展给予了较高的要求和期望。与此同时，选择7分以上的比例较去年也有所增加，从14.8%上升到了20.69%，满意度有所增加，体现出目前智能媒体确实展现出了较为不错的发展状况和未来趋势。

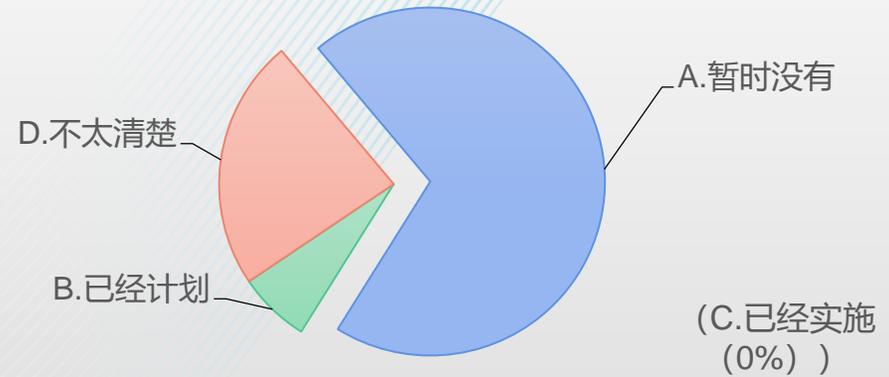
第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现9：元宇宙盛行，多数媒体持积极观望态度

对元宇宙概念的现状和未来的看法



计划或开始元宇宙相关项目情况



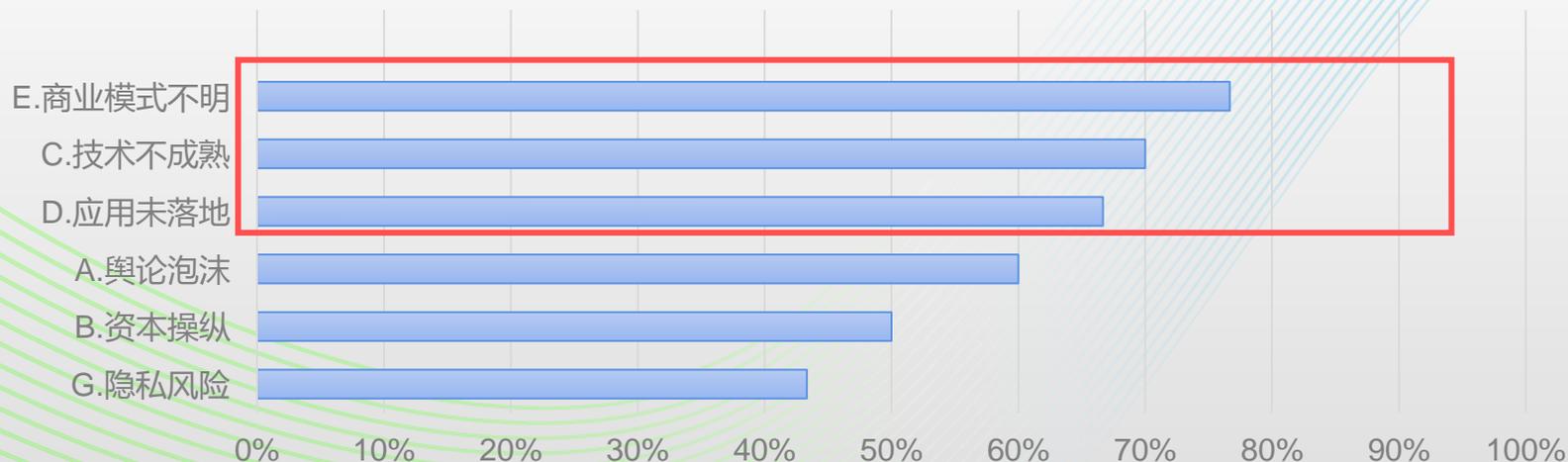
面对盛行的元宇宙概念，从整体上看，大多数受访媒体的态度是较为包容和开放的，有40%的媒体看好元宇宙概念的现状和未来。

但就元宇宙相关项目的计划和实施情况而言，大多数的受访媒体暂时并没有计划元宇宙相关项目。一方面，由于元宇宙是2021年才开始广为人知的新概念，很多媒体在近半年的时间内并没有充足的时间进行规划；另一方面，对于这样一个新兴概念，大多数媒体依旧处于观望的态度。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现9：元宇宙盛行，多数媒体持积极观望态度

元宇宙产业发展当前面临的问题



分析元宇宙产业目前面临的问题，每个选项都有被受访媒体分析考虑且都有较大的选择比例。总结来看，受访媒体目前主要的担忧是对于元宇宙相关产业的实际发展和具体应用的不确定，其中，商业模式不明、技术不成熟和应用未落地分别以76.67%、70%和66.67%位列媒体行业内认为元宇宙目前面临的三大问题。这些问题也成为大多数媒体继续观望的原因。

第二章 2021年中国智能媒体生态调查

主要发现10：智媒出现对传统从业人员影响显著，复合型人才成为主要需求



相比往年，今年新增了关于智能媒体对传统从业人员影响的调查。数据显示，受访机构一致认为，无论是对采编工作流程，对专业能力的要求，还是对人员队伍结构，智能媒体的出现都给传统记者和编辑人员带来了较为显著的影响，7分以上的比例分别达到了72.4%、72.4%和68.97%。这体现了智能媒体的发展给传统媒体的从业人员带来了更多适应上的要求，同时兼具传媒思想和人工智能相关知识的复合型人才成为传统媒体发展智能媒体的重要人才需求。



2021年中国智能媒体 十大年度案例

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

2021年下半年，中国智能媒体发展研究系列课题组发起了“中国智能媒体年度案例征集活动”，经过案例征集、专家评审等环节，最终选取了传统媒体机构及互联网机构两类机构共10个优秀案例进入今年的《中国智能媒体发展报告》。

传统媒体行业案例包括了央视网一家中央级媒体；芒果TV、新蓝网两家省级媒体以及津云新媒体、每日经济新闻两家市级媒体。相比往年扩大了省市级媒体机构的案例数目，展现出智能媒体进一步向纵深发展的年度趋势，其中保障意识形态阵地安全的智能审核和元宇宙盛行下虚拟人应用成为了今年传统媒体的重点和亮点。

互联网机构方面，报告选择了综合资讯类媒体新浪新闻、中国最大社交媒体平台微博、国内头部短视频平台之一的快手、最受“Z世代偏爱”的中长视频平台哔哩哔哩以及拥有强大互联网基础的综合技术服务商百度智能云5家。通过对互联网行业在智能媒体方向年度案例的调查和研究，可以了解智能媒体的技术创新及发展方向。



*注：本章案例呈现按平台名称排序，内容素材及涉及数据由各平台提供、本课题组完成案例研究与撰写。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

百度智能云：全面打造智能媒体解决方案



百度作为拥有强大互联网基础的领先AI公司。从成立的第一天起，百度搜索引擎就与人工智能、云计算等技术息息相关。经过多年的技术积累和产业实践，百度已形成了全面布局，从基础的算力和数据技术、深度学习算法及框架，到语音、视觉、自然语言处理等感知、认知技术，以及飞桨深度学习开源开放平台等，具备“云智一体”的独特优势。

基于百度的技术优势和对产业发展的洞察，经过跟合作伙伴的共同成长与产业实践，百度智能云团队致力于“以云计算为基础”支撑企业数字化转型，以“人工智能为引擎”加速产业智能化升级，云智一体“赋能千行百业”，促进经济高质量发展。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

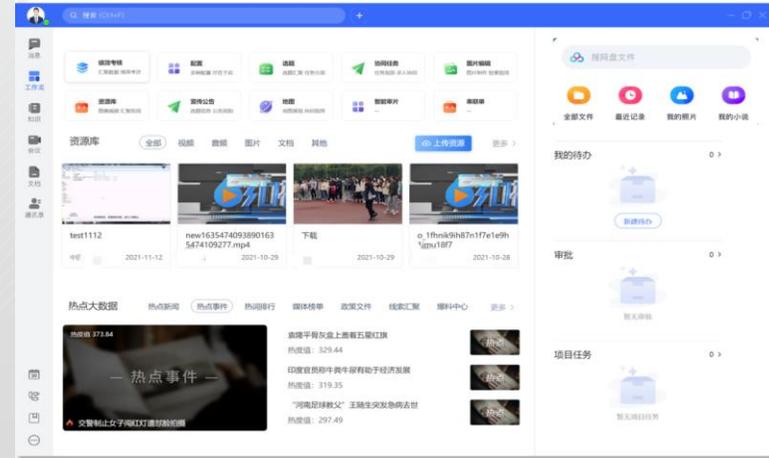
百度智能云：全面打造智能媒体解决方案

应用情况：

- 百度智能云推出全流程、全场景的智能媒体解决方案，为媒体行业智能化转型注入生命力，助力媒体产业全面升级。
- 百度智能云推出基于百度如流企业智能工作平台的——“智媒平台”，期望为媒体行业打造更贴合传媒业务场景的“新一代媒体工作台”。



图：百度智能云全流程、全场景智能媒体业务系统架构



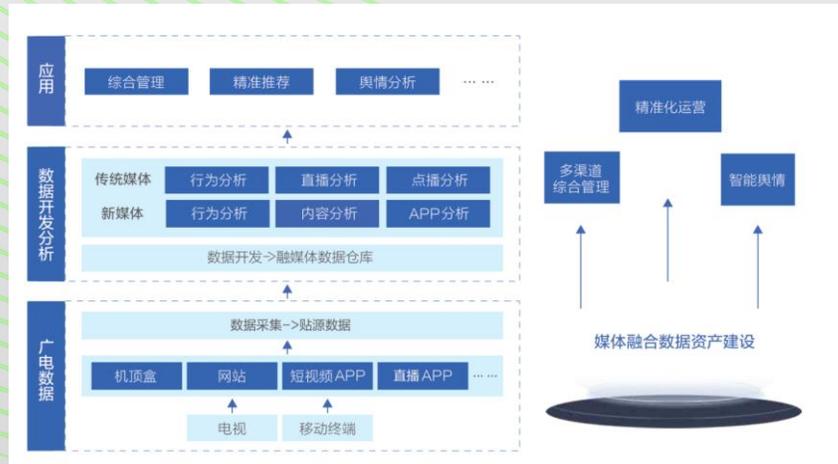
图：“智媒平台”产品页面

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

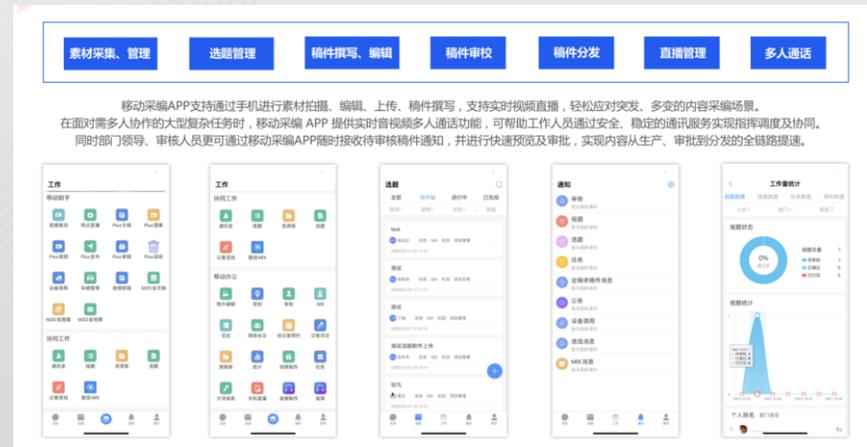
百度智能云：全面打造智能媒体解决方案

亮点总结：

- 智能媒体解决方案可为媒体机构提供包括基础设施建设、能力中台、业务前台、用户端服务在内的完整能力支持，实现从内容生产到消费的全闭环技术体系。
- 百度智媒平台以融合生产、内容运营业务流和协同办公信息流为主线，打造移动办公和传统PC办公为一体的智能媒体信息化服务。包括通讯流、 workflow、知识流。



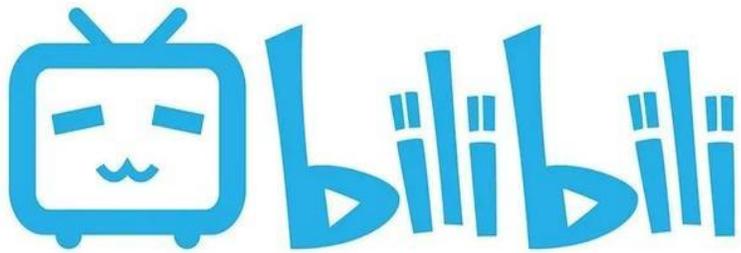
图：“智媒平台” workflow 案例



图：百度智能云在某省级广电落地的数据中台

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

哔哩哔哩：基于平台特色构建智能化发展生态



哔哩哔哩（简称“B站”），经过十年多的发展，围绕用户、创作者和内容，构建了一个源源不断产生优质内容的生态系统，曾获得QuestMobile研究院评选的“Z世代偏爱APP”和“Z世代偏爱泛娱乐APP”两项榜单第一名并入选“BrandZ”报告2019最具价值中国品牌100强。

哔哩哔哩作为视频平台，始终坚持提升视频质量，逐步推出8K高清视频。又因其独特的弹幕文化和社区文化，不断提升智能化发展水平以满足观众喜好，推出高级弹幕等，始终走在智能化发展的前沿。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

哔哩哔哩：基于平台特色构建智能化发展生态

应用情况：

- 2022年，B站开源自研动漫超分辨率模型，助力动漫UGC视频高清化。
- 观影时可以开启特殊弹幕特效。
- 建立哔哩哔哩阿瓦隆社区自净系统，这是一款基于人工智能技术设计、开发的自动化过滤系统。



图：电影《信条》逆向弹幕

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

哔哩哔哩：基于平台特色构建智能化发展生态

亮点总结：

- 从推理速度、修复效果、处理痕迹等角度看，动漫超分辨率模型能够通用化，并达到先进水平。帮助更多的二次元UGC用户付出更少成本，更加便捷地制作出更高清高质的视频，同时有助于4K、8K高清视频的普及与推广。
- 特殊弹幕特效提升了观众观影体验，服务于观众在B站社区看影片的互动体验。
- 目前，阿瓦隆系统每天可以自动化处理超72万条社区负向内容。过去一年里，新用户弹幕的关闭率降低了42%，改善了社区环境。



第三章 2021年中国智能媒体年度案例

津云新媒体：智能视频审核平台赋能高效内容生产



津云新媒体集团是天津市委宣传部为推动报网一体化打造的新媒体集团。依托津云中央厨房，以“津云”客户端为天津市移动新媒体总平台，实现全市“一朵云”，形成涵盖北方网、天津网、今晚网、天津网络广播电视台（IPTV）等为一体的多元传播矩阵。

津云着力发展视频业务，当前视频用户已超过千万，视频数量与时长增长惊人，视频来源纷繁复杂，视频审核压力与日俱增。因此，“津云智能视频内容审核平台”应运而生，并获得2021首届广播电视和网络视听人工智能应用创新大赛二等奖。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

津云新媒体：智能视频审核平台赋能高效内容生产

应用情况：

- 检测视频中的色情、暴恐、旗帜标志、政治人物、广告等，一旦发现违规，立即删除原视频、备份视频及所有节点的缓存文件；
- 对接津云自研的网站发布系统、大数据分析系统、政务舆情系统等，在算法和AI云平台加持下，做到审核“难以感知”“无处不在”；



图：津云智能视频审核平台技术架构图

来源：津云新媒体

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

津云新媒体：智能视频审核平台赋能高效内容生产

产品亮点：

- 自研智能关键帧抽帧算法搭配自建海量特征库，用户可选择性搭配人声识别和敏感声音检测技术；
- 以非侵入方式融入生产流程，依托自研AI云平台保障稳定运行；
- 以平台形式提供用户服务，云端部署模型，提供高并发接口调用。



图1：津云智能视频审核平台获奖证书
来源：津云新媒体

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

快手：快手云剪推动视频制作在线化、数字化、智能化



快手是北京快手科技有限公司旗下产品，作为国内头部短视频平台之一，快手是用户记录和分享生活的平台。

快手云剪，创新多人协同创作场景。平台提供版权素材、云端剪辑、多款智能AI创作工具等一站式云短视频创作能力，创作者无需下载软件，即可登录网页编辑器快速完成制作，推动音视频创作生产领域向在线化、数字化、智能化转型。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

快手：快手云剪推动视频制作在线化、数字化、智能化

应用情况：

- 云端音视频创作，通过网页即可多人协同创作；
- AI辅助创作，提供一键字幕、自动化模板、机器仿真配音等；
- 聚合丰富版权音乐音效、内容资源、热门数据等。



图：快手云剪产品架构

来源：快手

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

快手：快手云剪推动视频制作在线化、数字化、智能化

产品亮点：

- **“达芬奇”文字转视频**：利用系统跨模态检索能力，实现纯文字内容到视频内容的自动化创作或辅助生产；
- **奥运短视频剪辑**：云上内容生产中心提供直播内容智能拆条、在线编辑等，满足异地协同的内容生产、管理、分发；
- **版权二创实践**：打造影视版权二创平台，为版权方提供安全可控、有收益的授权，帮助创作者规避风险。



图：快手云剪版权二创模式
来源：快手

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

芒果TV：打造标准化数字虚拟人构建平台



芒果TV上线于2014年4月，是以视听互动为核心，融网络特色与电视特色于一体，实现“多屏合一”独播、跨屏、自制的新媒体视听综合传播服务平台，同时也是湖南广电旗下唯一互联网视频平台。芒果TV已连续五年获评中国互联网企业百强，连续四年获评“世界媒体五百强”。

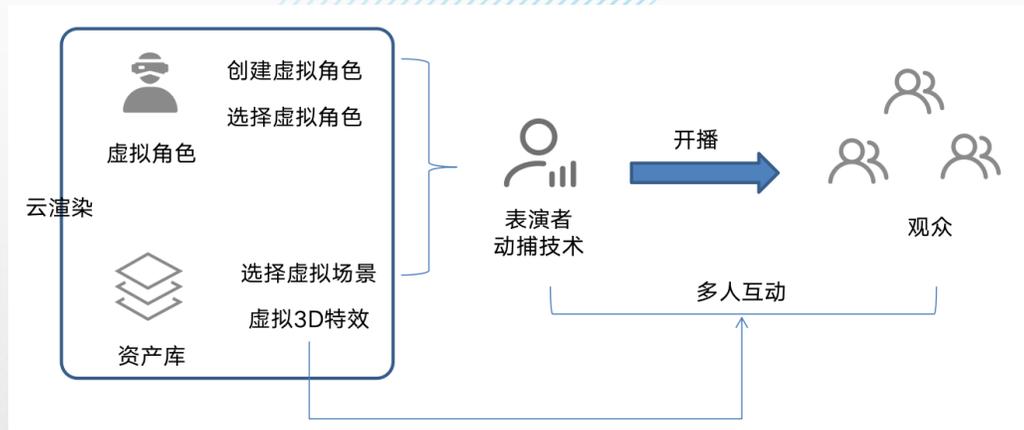
芒果TV的数字虚拟人构建平台通过打造标准化的虚拟资产制作流程和统一的使用方式，降低了构建过程中的人工干预，提高了生产效率。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

芒果TV：打造标准化数字虚拟人构建平台

应用情况：

- **智能播报虚拟人** - 通过虚拟人与AI技术的结合，形成无需人工干预的智能虚拟人，在智能客服领域提供了新的应用形式；
- **虚拟人直播** - 扩大主播人群范围、节省布景需求、增强用户黏性。



图：虚拟人直播流程



左图：M-city魔都
Station智能播报虚拟人
“甄橙”

右图：虚拟人“瑶瑶”直
播演示

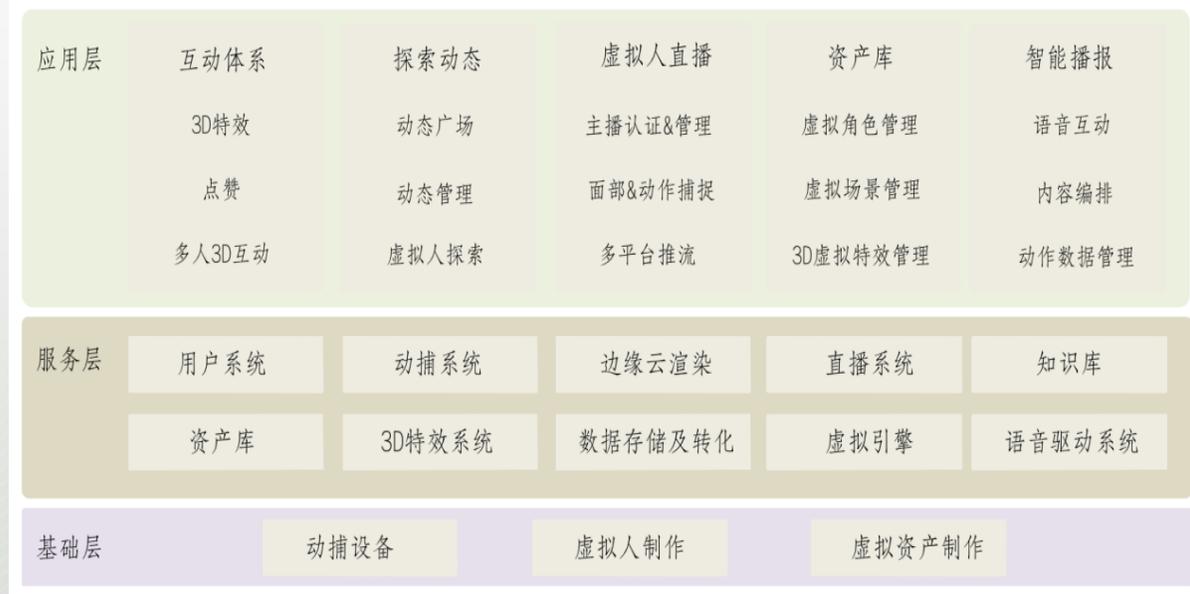


第三章 2021年中国智能媒体年度案例

芒果TV：打造标准化数字虚拟人构建平台

亮点分析：

- 数字虚拟人建模标准化
- 虚拟资产库
- 动捕、脸部数据合并渲染技术
- 一站式服务
- 边缘云渲染技术



图：构建平台产品架构



图：动捕、脸部数据渲染

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

每日经济新闻：全球首个全流程AI驱动的视频直播产品



每日经济新闻创刊于2004年，是由国家新闻出版总署批准成立的一张全国公开发行的财经类日报，目前已形成覆盖超过1亿用户的全平台内容传播矩阵。

每经自2020年起启动技术转型战略，首先打造了覆盖逾4000家A股公司的每经AI快讯系统，2021年12月20日正式上线“每经AI电视”，这是全球首个全流程由人工智能技术驱动的7*24小时视频直播产品，是每经向智媒科技公司转型道路上的一步重大跨越。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

每日经济新闻：全球首个全流程AI驱动的视频直播产品

应用情况：

- 智能写稿技术奠定海量内容生产基础；
- 全球首创：采编播一体化是最大特点，全天候无人化是最大优势；
- 除了“好看”还要“好听”，声音打磨必不可少。



图：每经AI电视男主播N小黑、女主播N小白镜头



图：每经AI电视导播系统界面

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

每日经济新闻：全球首个全流程AI驱动的视频直播产品

亮点分析：

- 满足用户大屏+短视频+细分场景应用的不同需求，引发不同领域的关注和兴趣；
- 实现传播影响力多媒介“破圈”，内容生态互联互通。



图：每经AI电视传播数据走势图

场景深度优化

宣传推广·线上

- **产品推广**
虚拟主播代言，无代言费、无声誉风险
- **公司动态播报**
公司大事均有视频转化，品牌认知升级
- **产品推广**
“行业新闻联播”，树立行业风向标

产品销售

- **直播带货**
对标Z时代，换脸、换装、可互动
虚拟主播来带货
- **公司动态播报**
AI电视内容可拆为视频单条
全渠道内容投放有抓手

宣传推广·线下

- **物业楼宇**
楼宇屏幕拒绝单调
多样化内容展示提升物业价值
- **重要会议、发布会**
暖场、串场、茶歇
虚拟主持人随时待命

公司内部场景

- **业务培训**
拒绝冗余，一次培训内容规划
虚拟人随时培训
- **公司大事宣讲**
拒绝枯燥，公司文化
公司动态均可视频化宣发

图：AI电视可落地的细分应用场景

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

微博：“多模态”智能促进媒体内容深度理解与融合



微博是中国最大的社交媒体平台，2021年12月，微博月活跃用户数达到5.73亿，日活跃用户数达到2.49亿，活跃用户数量持续稳定增长。微博是一个全媒体内容形式的社交传播平台，文字、图片、视频、直播等构成了一个信息获取、知识传递、观点交流的多元化的价值平台。微博个人用户及传统媒体、自媒体应用图文、短视频、直播等多种形式，通过微博平台提升传播度和影响力，实现与新媒体的深度融合，使得微博逐步形成共赢、共生、繁荣的新媒体生态。

微博一直以来在人工智能相关技术领域持续进行技术积累，为了适应这种变化趋势，综合采用了自然语言处理、图像处理、视频处理、语音识别等领域的前沿技术，利用“多模态”智能，构建了深度理解媒体内容的技术体系，并在多种应用场景中获得良好效果。

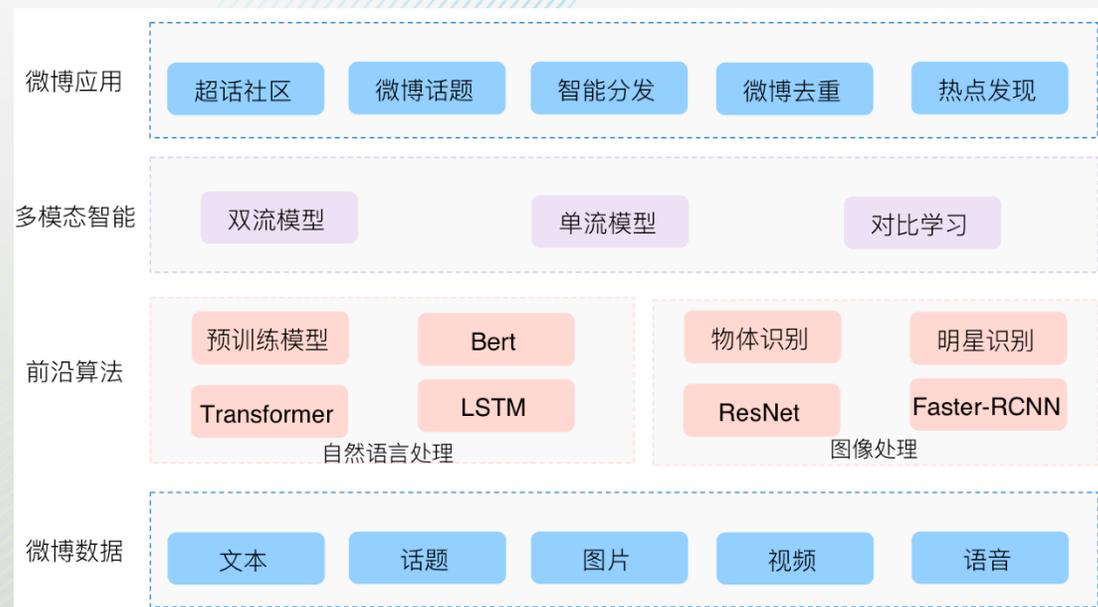
第三章 2021年中国智能媒体年度案例

微博：“多模态”智能促进媒体内容深度理解与融合

应用情况：

为了充分利用微博数据中包含的文本、话题、图片、视频、语音等多种模态信息，以达到深度理解媒体内容的目标，微博引入了“多模态”智能来促进微博的各种应用效果。

在具体应用时，可以联合使用文本、话题、图片、视频表征模型，构建出具备较好效果的“多模态”智能系统。



第三章 2021年中国智能媒体年度案例

微博：“多模态”智能促进媒体内容深度理解与融合

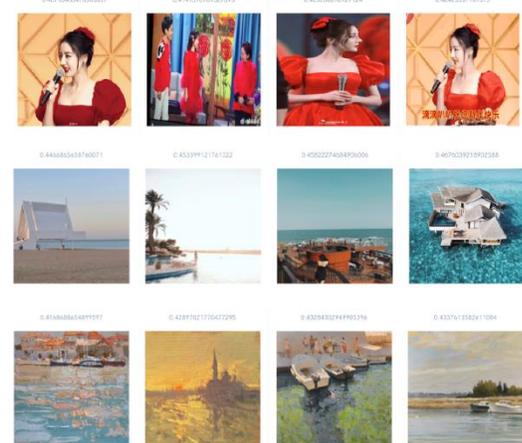
亮点总结：

- 对比学习“多模态”智能，释放海量微博数据潜力；
- 智能识别话题，丰富“超话社区”内容生态；
- 微博内容深度理解，助力精准智能分发。

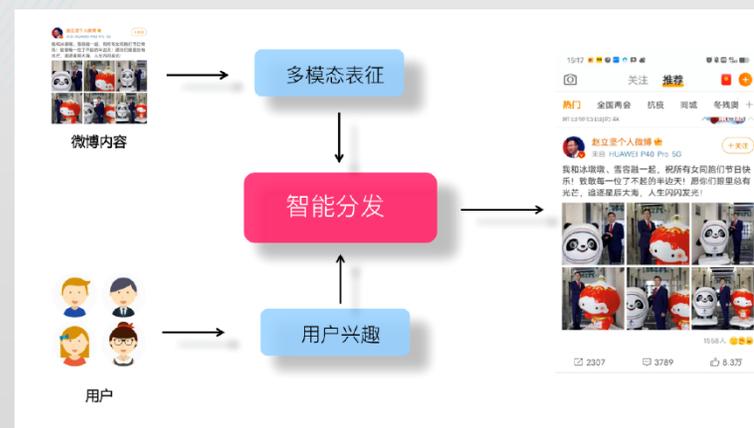
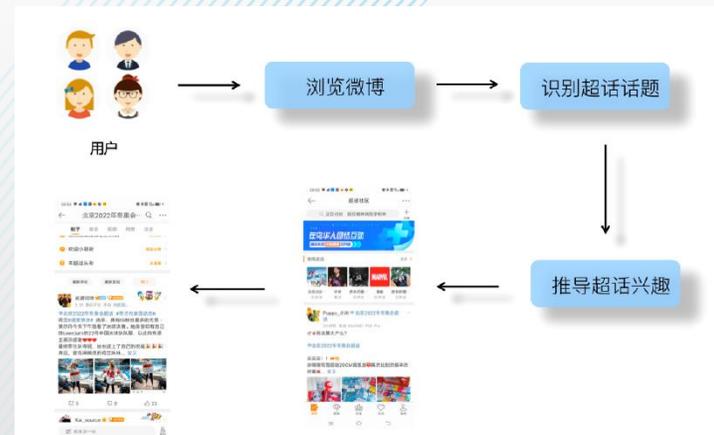
穿红裙子的迪丽热巴在唱歌

海边的房子

印象派油画



Weibo-CLIP: 从文本查找图片



第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新蓝网：AI+大数据助力主流价值观融入党媒算法



新蓝网是浙江广电集团新媒体的主平台，在省委网信办支持下推出体现价值取向的“主流媒体算法”。

新蓝算法将主流价值观与个性服务相结合，运用大数据和人工智能技术，一方面扩大正能量、正确价值观的传播，另一方面让用户获取有养分的资讯，营造风清气正的网络空间，构建主流价值观的新生态。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新蓝网：AI+大数据助力主流价值观融入党媒算法

应用情况：

- 引入“温暖度”指标，通过人机协同提供党媒正向内容推荐；
- 彰显内容推荐地域属性，助力县级融媒体中心实现“新闻+政务服务商务”；
- 升级人工智能能力，自动聚类内容，提高推荐效率和精准度；
- 可视化数据大屏驾驶舱动态展现新蓝算法采集和分析的数据，打破各级、各系统数据壁垒。



图：新蓝算法—数据大屏驾驶舱

来源：新蓝网

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新蓝网：AI+大数据助力主流价值观融入党媒算法

产品亮点：

- 创新文本内容均衡推荐模式，避免推荐宽泛或推荐量不足；
- 运用人脸抓捕、人脸识别等自研技术，提取人脸特征进行算法加密存储，保障用户信息安全。



图：数据大屏驾驶舱—新蓝指数
来源：新蓝网



图：数据大屏驾驶舱—热点新闻排行榜
来源：新蓝网

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新浪新闻：“人机协同”为热点内容运营提效赋能



新浪新闻
Sina News

新浪新闻是新浪集团旗下智能信息平台，致力于通过“人机协同”战略，利用AI、大数据、5G、云计算、区块链等新兴技术，持续提升新浪内容生产与传播的效率。经过六年的发展，新浪智能信息平台已实现了新技术在内容运营全流程的应用赋能，孵化出一系列智能信息产品，并在重大热点事件报道上发挥了重要作用。

当前，“人机协同”战略正不断拉动新浪新闻App的核心数据增长，截至2021年Q4，新浪新闻App月活跃用户已达1.44亿，日活跃用户已达7840万，DAU实现连续24个季度的稳步增长；此外，新浪新闻的月活跃生态流量达到5.7亿，领跑全行业。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新浪新闻：“人机协同”为热点内容运营提效赋能

“鹰眼”辅助聚合热点全貌信息，提高内容生产效率：

- 瞄准热点生命周期内用户关注焦点：实时抓取全网信息，提取汛情关键传播节点的数据特征，预测及输出关键线索，并交由编辑进行审核和推送等决策。
- 辅助自动化子话题聚合：基于文本处理模型、文本理解模型、视觉模型等模型的落地，帮助编辑生成相关子话题聚类及热门素材库，提高热点覆盖率。



“人机协同”聚合暴雨救助信息，推动救援精准化

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

新浪新闻：“人机协同”为热点内容运营提效赋能

打通新浪和微博双平台，发挥与微博的协同效应，实现分层次、动态化分发体系助力赛事热点智能分发：

- “人机协同”的赛事热点分发机制：基于微博热度、客户端数据化指标等多维度信号，建立赛事内容分层分发体系；
- “生态协同”拥抱生态合作伙伴：实现赛事信息的更多渠道、更多场景的分发。



新浪新闻旗下全领域微博账号，持续输出冬奥相关内容



冰雪冲金频道实现赛事热点分发



新浪新闻冬奥热点内容接入多家合作伙伴APP



第三章 2021年中国智能媒体年度案例

央视网：智能审核赋能网络意识形态阵地安全



央视网是中央广播电视总台主办的中央重点新闻网站，是拥有全牌照业务资质的大型互联网文化企业。2021年，央视网“人工智能编辑部”进一步布局“云、数、智”，构建全媒体产品服务和传播生态体系，充分发挥“内容为王+平台制胜+技术领先”的核心竞争力，推动媒体深度融合、助力各领域数据化转型、加速产业智能化升级。

作为编辑部“五智”之一的智能审核平台，是国内主流媒体中首个具有自主研发完备知识图谱和主流算法模块的人工智能产品，借助一套基于10年审核经验的信息知识图谱，在国家进一步压实网站平台信息内容主体责任，要求健全网络舆情预警和严格把关信息内容审核的背景下，不断赋能网络意识形态阵地安全。

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

央视网：智能审核赋能网络意识形态阵地安全

应用情况：

- **清晏审核** - 用户评论审核、影视剧审核、赛事直播审核
- **融媒智控** - 人工智能内容风控



图：融媒智控与重庆广电数字传媒合作



图：清晏审核 用户评论审核

第三章 2021年中国智能媒体年度案例

央视网：智能审核赋能网络意识形态阵地安全

亮点分析：

- AI+人工内容安全审核
- 7×24小时账号巡检



图：智晓国家级专业洞察分析智慧引擎示意图



图：多场景7×24小时融媒体监控预警系统示意图



2022年—2023年智能媒体展望

第四章 2022年—2023年智能媒体展望

2022年—2023年智能媒体发展概览

2021年度，智能媒体依旧处于加速发展阶段。从技术层面来看，人工智能已广泛应用于我国媒体传播体系中的各个领域及环节，人工智能技术从资源配置、内容生产、组织形态等方面促进传媒行业的创新探索。

随着技术的不断进步，智能媒体也在向多行业领域延伸，在不同产业的多个业态、多个场景落地应用，深度和广度逐渐扩充。



第四章 2022年—2023年智能媒体展望

展望一：引领精神文明建设，提升党建工作效能

2021年，各级媒体纷纷引入新技术、新产品来喜迎建党百年这一重大历史时刻。基于人工智能技术打造的智慧党建数字化系统、沉浸化产品、交互化内容层出不穷，通过智能化方式生动展示、立体呈现建党百年的伟大历程和光辉成就。在获得广泛认可和好评的同时，也让人们看到了智能媒体对于基层党建工作，乃至精神文明建设的积极作用。

智媒党建趋于常态化

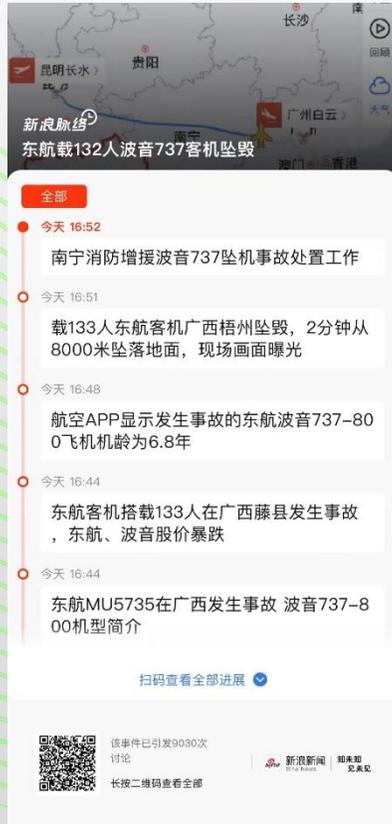
未来，人工智能技术将会更加深度地融入到基层党建工作的日常和精神文明建设中，进一步深化智媒参与和协作，构建智媒党建常态化模式，打造基层党建和精神文明建设的协同化、智能化、精细化的新平台。智媒+党建也是各级媒体未来的工作重点方向，各地将继续深入打造智慧党建平台，将智媒融入党建日常。

重大专题指向示范化

2022年，是中国共青团建团一百周年，《共青团中央2022年工作要点》中就指出，要管好宣传舆论阵地，加强网络新媒体引导。未来，在重大历史时刻或历史事件发生时，智媒将继续发挥积极作用，引领精神文明建设，将党建宣传做成标杆，作出示范。

第四章 2022年—2023年智能媒体展望

展望二：赋能应急事件处理，助力防灾救治工作



应急事件处理更加智能

2021年7月，河南发生重大洪灾，媒体在利用人工智能进行灾害报道的情境下，提升了新闻生产和传播的速度、规模和准确性，对不实信息进行辟谣，有效控制了社会舆情的走向，凸显了智媒在突发事件应对和防灾救治中的能力。现阶段对于突发性应对仍存在信息处理滞后、辟谣不及时等问题，未来随着技术进步和应用成熟，各级媒体将走向更加智能化的道路。

智媒走进日常基层治理

在日常的基层治理中，常态化治理要实现良性发展，利用人工智能技术创新社会治理是未来社会治理的重要方向，并逐渐深入到基层。同时，随着国家对于数字政府和数字化治理建设进程的加快，构建全媒体时代的自然灾害信息传播体系建设也将会成为重点工作。智能媒体将在这类系统工程的建设过程中发挥重要的作用。

图：新浪新闻对于突发事件“东航坠机”有关消息的实时梳理

第四章 2022年—2023年智能媒体展望

展望三：虚拟偶像持续发展，展现丰富应用场景

普及程度更高

广电总局提出，要“推动虚拟主播、动画手语广泛应用于新闻播报、天气预报、综艺科教等节目生产，创新节目形态，提高制播效率和智能化水平”。在未来，虚拟偶像将走向更加广泛的应用场景，在各个领域更加普及化。

应用成本更低

随着深度学习、语音识别、自然语言处理、人机交互等技术的不断进步以及相关设备的不断更新，未来虚拟偶像领域的制作虽依旧要求较高、难度较大，但应用成本会不断降低。

商业用途更广

2021年，随着元宇宙基建的推进和爆款案例的频出，虚拟偶像进入爆发期，呈现出“百花齐放”的姿态。商业应用领域，虚拟偶像投融资迎来热潮，在文娱、游戏、时尚、食品等下游商业领域已得到更广泛的应用。



图：虚拟偶像洛天依献唱冬奥会

第四章 2022年—2023年智能媒体展望

展望四：AI + 物联网，多终端智媒持续发展

目前，物联网正在大踏步融合人工智能技术，并随着5G的发展，推进了更多“智慧”物联的真正实现，达到万物数据化、万物智能化。智能汽车智能家居等，都将成为新的用户终端。



图：新浪新闻成为鸿蒙生态合作伙伴

车载媒体

在未来，车载智慧媒体有望成为新的信息渠道。结合大数据和物联网，车载广告投放也将会更加精准，转化率会进一步提升。

智能家居

现阶段，基于家居生活的智能应用服务不断拓展，从单品的爆发到多场景的联动，“全屋智能”成为期待，智能家居未来仍具有巨大的发展空间。

智慧城市

未来，城市生活将走向智能新时代。与此同时，长期以来的疫情防控将加速城市智能化管理意识的形成，智能媒体深入城市管理的渗透率将进一步提升。

第四章 2022年—2023年智能媒体展望

展望五：算法当道，人工智能支撑国际传播新局面

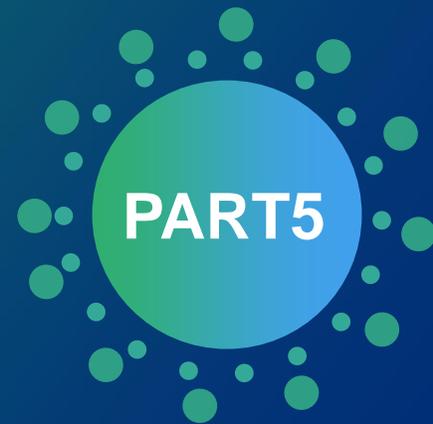


2021年，习近平总书记提出，未来要加强和改进国际传播工作，展示真实立体全面的中国。而随着智能媒体的不断发展，技术驱动传播格局变革，国际传播局面也随之变化。

一、人工智能技术促进国际传播内容的不断深化。现阶段，人工智能支撑精准传播，未来，人工智能对用户喜好的深度挖掘，国际表达的创新形式将提出新的可能。

二、技术创新驱动智能传播的形势下，我国的国际传播具有广阔发展前景，面对复杂的地缘政治，中国市场仍不容小觑。

三、在智媒时代下，国际传播对复合型人才的需求增大，人工智能相关人才依旧短缺。在算法霸权的压力下，培养人工智能、国际传播领域的人才，做到精准传播、讲好中国故事、发出中国声音，是我们未来在国际舞台上所期待和展望的。



特別篇

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

庆祝建党百年成为智媒体年度主题

2021年是中国共产党成立100周年。中国共产党的百年历史是带领人民实现独立自主的历史，也为发展中国家提供了可借鉴的经验。在全球疫情肆虐、国际局势动荡的背景下，中国共产党的历史经验和成功实践释放全球意义。基于此，中共中央强调纪念建党百年、重寻红色基因，以讲好中国共产党的故事为重心讲好中国故事，推动中国与世界相互理解。

以讲好中国故事为引领，庆祝建党100周年成为媒体舆论宣传工作的主题主线，要求各级各类媒体将宣传工作同建党百年主题紧密结合。通过创新内容产品做到主题宣传“深入浅出”。统筹广播电视、网络新媒体等传播矩阵，实现网上网下、大中小屏共同唱响主旋律。



庆祝中国共产党成立100周年
The 100th Anniversary of the Founding of
The Communist Party of China

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

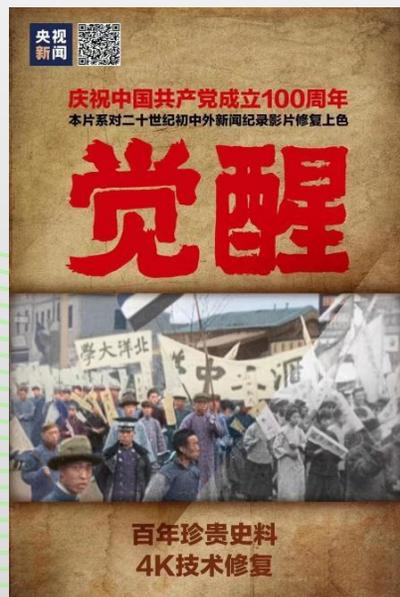
亮点一 智能修复为历史影像焕新，AI赋能融媒体产品交互

智能修复

基于算法模型解决老旧影片中的脏点、划痕、霉斑、褪色等问题。



图：爱奇艺“经典电影修复版独家献映”
来源：爱奇艺



图：央视新闻AI修复节目《觉醒》
来源：央视新闻

智能交互产品

运用表情驱动、人脸识别等技术，让党史宣传“活”起来。



图：AI秀·唱支红歌给党听
来源：中国经济网



图：我宣誓—打卡红色地标
来源：新湖南客户端

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

亮点二 智媒应用推动党建活动互动化，增强用户现场体验

智能媒体综合运用智能交互、VR、AR等技术，打破党史教育时空限制，调动用户感官，带来具有现场感、沉浸感的学习体验。

- **人民网智能党建体验中心·气味王国体验馆**：依托“数字气味词典”，搭配戴脖式数字气味播放器，还原红色影片中经典场景的气味。
- **红色云展厅**：基于“红色数据库”，利用知识图谱、数据挖掘等生成党史知识语义网络。通过官网、移动端H5提供党史学习服务。



图：参观者在体验中心观看“信仰的味道”气味电影
来源：人民网-中国共产党新闻网 韩飞 摄

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

亮点三 软硬件升级营造党建新空间，提供全方位党史学习支持

党建智能屏

通过智能平台集成党史学习资料，提供“裸眼3D”式沉浸学习、智能语音讲解、智能白板等，突破党史教育时空限制。



图：央视网AR党建互动屏
来源：央视网

党史机器人

内置互动问答系统，运用深度学习、自然语言理解、语音识别等技术，提供知识问答、资料检索等功能。



图：人民网智慧党建体验中心“小笨智能服务机器人”

来源：工博士新闻中心

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

亮点四 建设数智党建统一平台，全面提升党务工作效率

党务服务

智能媒体提供智能会议、云智慧党建框等智能工具和系统，赋能党支部的日常会议、宣传等场景。



图：新华社·京东“数智党建阵地一站式解决方案”

来源：TMT观察网

党建管理

依托智能数据化统一平台，可视化呈现组织成员、学习情况等数据，实现基层党组织数据实时互通。



图：“党建云图”可视化界面

来源：新华网

特别篇一：智能媒体创新党建场景，助力新闻舆论工作

智能媒体助力党建的总结与展望

庆祝中国共产党成立100周年期间，智能媒体及其应用推动媒体内容表达创新，以技术提升融媒体产品的交互性。同时，智能媒体将服务由内容生产延伸，为形式多样的党建活动提供应用支撑。基于党建终端的硬件和软件升级，智能媒体为党史学习教育提供新思路，营造智慧化的党建空间。此外，数智一体的平台在常态化党建工作中发挥赋能效用，极大提升党务管理效率，助力智慧党建建设。

建党百年期间，智能媒体的创新应用和终端不断涌现，集中展示了智能媒体在垂直领域的发展空间。以庆祝建党百年的专题化应用为契机，智媒亮点应用将不断渗入常态化党建管理，加速媒体生态布局，开启智能化的新时代。



图：《伟大征程》盛典仪式
来源：新华社 邢广利 摄

特别篇二：智能媒体亮相北京冬奥会

冬奥会成功举办，智能媒体展现风采

2022年2月4日，第24届冬季奥林匹克运动会（XXIV Olympic Winter Games）在北京开幕。在“一起向未来”的口号引领下，来自世界各地的运动员在赛场上相互竞争，场下相互尊重，和谐相处。这次北京冬奥会的成功举办彰显了我国的制度优势和担当，也呈现出更加自信、科技更加强大的中国。

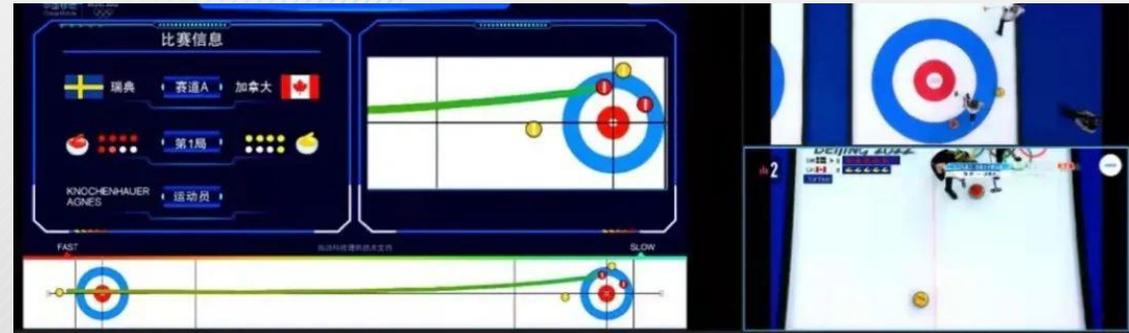
当下，人工智能在现代社会的多方面都展现了巨大的能量。世界顶级的奥运赛事活动，是各主办国展现国家科技力量的重要时刻，在此次的2022北京冬奥会赛事中，就有不少人工智能的应用。在这次北京冬奥会中，“科技冬奥”成为亮点，从申冬奥成功开始，“科技冬奥”就成为冬奥筹办工作的关键词之一。科技赋能媒体，让冬奥会更加精彩。人工智能在媒体领域的多方面应用更好地对冬奥会赛事进行了转播，同时也极大地丰富了冬奥会传播的形式，提高了民众对冬奥的参与度和热情。各级媒体、各大媒体机构都为“科技冬奥”贡献出了自己的力量，也取得了良好的成效。



特别篇二：智能媒体亮相北京冬奥会

亮点一：智能转播技术全方位升级，带来绝佳观赛体验

- 冬奥速滑比赛转播中，中央广播电视总台自主研发的超高速4K轨道摄像机系统——“猎豹”让人眼前一亮。短道速滑决赛场馆——首都体育馆使用的摄影系统“飞猫”，由40台4K超高清摄影机阵列加上3台8K VR摄像头组成，可以做到全视角覆盖。
- “冰壶运动轨迹捕捉技术”：基于商汤原创SenseMARS火星混合现实平台，通过商汤领先的视觉AI感知、深度学习、三维建模和空间定位等技术，实现对运动冰壶的检测跟踪和轨迹捕捉。
- 2018年，奥林匹克广播服务公司与阿里云联手打造了“奥运转播云”（OBS Cloud），并在2022年北京冬奥会上进行了重大升级，通过阿里云支持的奥运转播云，走向全球数十亿观众。



图：“冰壶运动轨迹捕捉技术”顺利亮相

特别篇二：智能媒体亮相北京冬奥会

亮点二：智慧播报丰富报道形式，助力冬奥传播

数字人

央视新闻与百度智云联手打造了AI手语主播；中国移动咪咕视频推出首个体育数字达人Meet GU；新华社推出特约“数字人”记者冬冬等。



图：AI手语主播

无人混合采访系统

由于疫情的原因，运动员与记者的接触可能给双方带来安全隐患。为了保证冬奥会、冬残奥会顺利采访和直播，现场提供“无人混合采访”，整个实时交流过程通过摄像头、传声筒、显示屏配合实现和完成，所有参赛运动员和记者处于完全分隔的状态，保障了运动员和记者的安全。

智能剪辑

新华智云媒体大脑利用算法等人工智能技术，帮助编辑快速锁定精彩镜头，快速拆条并一键发布到各大平台。简化流程，无需下载与导出素材，为编辑节省时间，真正满足“快速传播”的需要。



图：央视新闻使用MAGIC快速拆条北京冬奥会闭幕式

特别篇二：智能媒体亮相北京冬奥会

亮点三：智慧服务提供便捷，疫情期间履行满足多重需求

智慧服务平台



图：冬奥APP，可了解各种动态



图：微博成为运动员社交服务互动的第一平台

智慧AR导航应用

商汤科技基于SenseMARS火星混合现实平台，为张家口冬奥村打造创新的智慧AR导航应用。



图：张家口冬奥村智慧AR导航

特别篇二：智能媒体亮相北京冬奥会

智能媒体助力冬奥的总结与展望

北京冬奥会中，智能媒体展现了其丰富的应用场景。人工智能技术的应用革新了体育赛事的转播与制作流程，打造了沉浸式的观赛体验，促进了赛场视频的广泛传播，以多手段提升了内容形式的丰富性，极大地提升了媒体在重大赛事中的新闻工作效率。同时，智能媒体的互动性也迎来了“全民冬奥”、“全民体育”的热潮，为北京冬奥会的成功举办发挥了重大的赋能效用，也为我国体育事业的发展起到了促进作用。

北京冬奥会的成功举办，展现了智能媒体的能力，而随着人工智能技术的进一步提高，智媒将继续深入重大赛事活动的报道，深入各行各业，探索多种可能，开启智能新时代。



图片来源：新华社

特别篇三：智能虚拟人破圈开启元宇宙探索

元宇宙发展背景概览

2021年被称为元宇宙元年，国内外各大企业纷纷加入元宇宙的赛道。以腾讯、字节跳动为首的国内互联网大厂以收购、投资等不同方式积极布局元宇宙；以Facebook、微软、英伟达等为代表的国外互联网公司也开启了对元宇宙赛道的争夺。10月，Facebook正式更名为Meta，让广大民众注意到了元宇宙这个概念。

元宇宙概念最早出现于尼尔·斯蒂芬森1992年出版的科幻小说《雪崩》中里提到的“Metaverse”和“Avatar”两个概念。本世纪之初，科学和企业便开展了对元宇宙的探索和研究。例如，2003年林登实验室推出的第二人生；2007年第一本元宇宙相关专著出版；索尼提出了Game3.0的全新游戏制作理念；2019年，由电气电子工程师学会(IEEE)发起的P2888项目等。

目前，尽管元宇宙的概念还未有统一的界定，但元宇宙技术已经被应用到产业的各个方面，在智能媒体领域，不断赋能媒体宣传的广泛性、有效性和创新性。



特别篇三：智能虚拟人破圈开启元宇宙探索

1、“超写实虚拟人”破圈，多行业应用常态化

央视网超写实数字人小C 助力报道创新表达



图：超写实数字人小C微表情细节图

AI主播超市实现个性化全 球资讯实时播报

2021年搜狗与新华社推出的“AI主播超市”，让用户可以根据自己的喜好选择AI主播，享受实时全球资讯播报。



图：AI合成主播新小浩

虚拟偶像应用场景拓展， 数字人走向艺人化



图：脱口秀虚拟人梅涩甜（上）
上海时装周秀场模特阿梓（下）

特别篇三：智能虚拟人破圈开启元宇宙探索

2、智能媒体探索元宇宙初级形态，创新场景吸睛

江苏卫视集结虚拟角色，打造平行宇宙《2060》



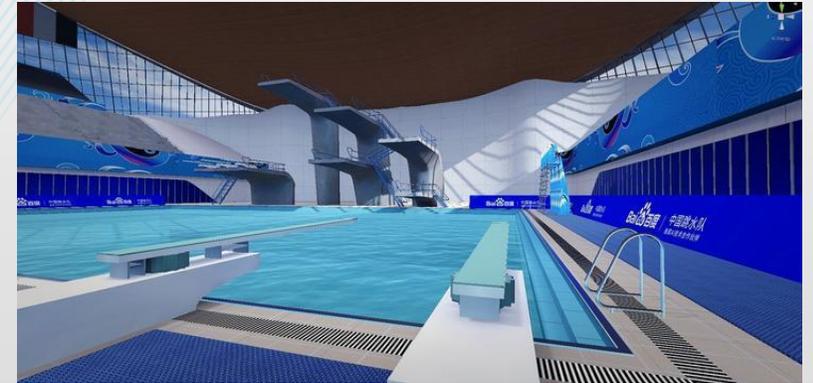
图：江苏卫视《2060》

AR《故宫日历》，将“故宫文物”带回家



图：2022故宫日历

百度初探元宇宙“希壤”，打造沉浸式AI互动体验



图：百度“希壤”云上跳水馆

特别篇三：智能虚拟人破圈开启元宇宙探索

元宇宙未来展望

元宇宙元年已经过去，尽管多方企业和机构纷纷布局元宇宙，积极加入元宇宙赛道，但目前行业中对于元宇宙的未来及趋势依旧没有统一的观点和看法，尤其是媒体行业，无论是主流媒体还是社交媒体均对元宇宙的未来发展喜忧参半。

然而，就元宇宙目前应用来看，元宇宙开启了下一代互联网入口。不仅元宇宙的概念将人们带入了一个智能的虚拟世界，打破了时间和空间乃至“次元”的限制，极大地拓宽了人们想象力，满足了人们各方面的需求，其相关的技术创新和应用场景也已经反哺到了实体产业中，云计算、人工智能、大数据、VR/AR等核心技术所带来的多感官产品应用进一步增强了产业的新型生产力、新型科研力、人文精神力，赋能实体产业可持续发展。



图：江苏卫视《2060》



图：《两会C+时刻》中国科技跑出创新“加速度”

— 版权声明 —

未经本报告编委会允许，本报告任何内容不准用作商业用途；若需引用、转载有关报告内容，请事先与本报告编委会联系（xuqi@cuc.edu.cn），获得授权后方可使用。