

推动广播电视和网络视听高质量发展

——国新办发布会聚焦“十四五”时期广播电视和网络视听行业发展成效

广播电视和网络视听是文化强国建设的重要内容。国务院新闻办公室25日举行“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会,介绍“十四五”时期广播电视和网络视听高质量发展成就。

内容创作持续繁荣

有线电视、IPTV、互联网电视、直播卫星等电视大屏用户合计超过10亿,网络视听用户达到10.9亿;“十四五”以来制作发行电视剧(网络剧)超1500部、动画片超3500部,纪录片超35万小时,微短剧约15万部;2024年全国广播电视服务业总收入达到1.49万亿元……

中央宣传部副部长、国家广播电视总局局长曹淑敏介绍,我国在用户、内容、产业等规模上已成为广播电视大国、网络视听大国。

“十四五”期间,文艺工作者扎根人民,推出了一大批叫得响、传得开的视听作品。

——巩固壮大主流思想舆论。今年以来,推出《我们的河山》《归队》等剧集,用生动影像彰显伟大抗战精神。《觉醒年代》《问苍茫》等剧集赓续红色血脉,实现“破圈”传播。

——传承文化根脉,展现时代风

采。《山花烂漫时》《人世间》等剧集打动人心,引发观众共鸣;《何以中国》《中国官箴》等纪录片传承传统文化,反映时代风貌;《典籍里的中国》、“中国节日”系列等文化节目丰富荧屏供给,传递正能量。

近年来,微短剧蓬勃发展,成为新大众文艺的重要业态。国家广播电视总局副局长韩冬介绍,“十四五”期间,广电总局组织实施“微短剧+”行动计划,开展“跟着微短剧来学法”“微短剧里看非遗”等活动,推动微短剧赋能千行百业。

精品涌现离不开良好创作环境。连续两年出台丰富电视大屏内容、促进广播电视内容供给的文件,调整电视剧集数、季播剧播出间隔时长等管理政策……一系列政策举措为行业健康发展保驾护航。

为群众提供更好服务

2023年,广电总局启动电视“套娃”收费和操作复杂问题治理工作。针对人民群众关切的“双治理”工作进展,曹淑敏介绍,经过两年多努力,基本实现了开机看直播,取消了机顶盒开机广告,大幅压减了收费包,增加了优质免费内容供给,治理成效明显。

部署嵌入式微型机顶盒和一体化

电视机,更好解决“连线多、不美观”问题;持续推进“一个遥控器看电视”;进一步拓展操作复杂的治理场景;解决用户反映强烈的“自动续费”问题,把“自动续费”变为“自主续费”……在前期治理成果基础上,进一步提升服务水平。

此外,在前期机顶盒开机广告全面取消的基础上,强化智能电视开机广告治理,目前93%的机型实现了开机广告“一键关闭”功能,并向用户提供“永久关闭”服务。

“我们坚持以用户导向为牵引,强化用户权益保障,今年年底省级卫视频道将全面取消虚假宣传医药广告。”曹淑敏说。

强化科技引领作用

超高清是全球视频技术发展的大趋势,正深入影响人民群众的视听生活。

新拍摄制作的电视剧、网络剧、纪录片等基本实现超高清化,新闻、体育、综艺等多类型节目超高清占比持续扩大;多家省级卫视将推出超高清频道,多家网络视听平台加快超高清建设……

“下一步,我们将发布移动终端超高清显示和视频分发标准,推动5G超高清手机、平板、车载屏等终端画质和

体验全面提升。”国家广播电视总局副局长刘建国说。

与此同时,广播电视领域积极推进人工智能创新应用和规范管理。目前我国97%的省级电视台已应用AI技术,有力赋能内容创作、生产、传播等各环节。

提升国际传播能力

《山海情》《我的阿勒泰》等优秀作品在海外广泛传播,中国微短剧“圈粉”全球,在海外刮起“中国风”……追中国剧、看中国节目在众多国家和地区成为新风尚。

广播电视和网络视听是促进文明对话、增进国际友谊的重要纽带。

“十四五”期间,广播电视节目和服务出口规模增长已超过40%,我国视听平台国际版已触达全球200多个国家和地区。与此同时,每年有30多个国家和地区的优秀视听作品在中国播出,进一步丰富观众视听体验。

“今后将继续加强对外交流合作,用丰富的内容、先进的技术、灵活的方式讲好中国故事。”国家广播电视总局副局长董昕说。

(新华社北京9月25日电 记者 邢拓、杨湛菲)

多彩活动迎“双节”

9月25日,在山东省临沂市沂南县,第三实验小学的小学生们参加“祝福祖国”活动。

近日,各地开展丰富多彩的活动,迎接国庆、中秋佳节。

■新华社发(王彦冰 摄)



延长营业时间、推行免预约,如何做好“文博消费”文章?

伴随全社会对历史文化遗产关注度提高,近年来,“博物馆热”持续升温,特别是在节假日,一些热门馆“一票难求”;文博消费持续升温,成为文旅融合和服务消费的重要增长点。

面对群众日益增长的多层次精神文化需求,日前发布的《关于扩大服务消费的若干政策措施》提出,结合实际、因地制宜延长热门文博场馆、景区营业时间,优化预约方式,鼓励推行免预约。人民群众对博物馆工作怀有新期盼。国家文物局副局长乔云飞表示,一方面增强供给能力,通过大馆带小馆、巡展、借展、联合办展、“云展览”等方式,把更多优质文化资源送到基层;另一方面提升服务质效,科学实施预约机制,丰富优质文博内容,优化参观线路,提升公众参观体验。

三星堆博物馆寒暑假和部分节假日闭馆时间从18时延迟至20时;上海博物馆、浙江省博物馆9月起全面推行个人参观免预约;湖南搭建“湘见万

年”文博特展矩阵联动传播平台,提高省内博物馆资源流动性……在保证文物安全的前提下,各地积极探索激活文博资源活力,让文化服务更贴近群众需求。

“优化预约方式可以提升服务消费的便利性用户体验,同时拓展消费的时空边界,释放周边经济、夜间经济与错峰消费潜力。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰认为,此举不仅能直接拉动门票、文创、餐饮等收入,更能培育长期的消费习惯与偏好,为扩大服务消费注入持续动力。

从全球独创的“博物馆奇‘喵’夜”,到上架之后热卖逾4亿元的1200余种爆款文创,再到黄浦江上华丽游艺的“上博号”古埃及文明主题游艇……今年8月落幕的上海博物馆“金字塔之巅:古埃及文明大展”在13个月的展期内,吸引277万人次中外观众,收入达7.6亿元,带动城市综合消费超350亿元。

展览的影响力和流量,折射中国

当下文旅消费热度、实力和潜力。

此次发布的措施明确支持鼓励“文博场馆创新办展方式”“与社会力量合作开发文创、数字产品,推动市场化方式举办的各类文化展览进商场、进社区、进公园”。

“关键是要建立多元合作机制,完善收益分配机制、优化办展政策环境,鼓励更多社会力量参与。”熊海峰说,创新办展、市场化办展并非削弱文博场馆的公益性,而是通过模式创新和资源整合,提升服务效能、传播效果和可持续发展能力。

文创年度销售额达亿元的博物馆数量不断增多。数据显示,除故宫博物院外,上海博物馆、陕西历史博物馆、三星堆博物馆、河南博物院、苏州博物馆等年度销售额在2亿元至5亿元,“爆款”文博文创单品的销售总量动辄超10万件,部分单品的收入可达500万元以上。

中国旅游研究院院长戴斌建议,

鼓励文博单位建立开放共享的“文化文物资源库”,明确文创开发范围和创新授权模式;同时培育一批有创新能力的文创研究、生产和分销企业经营主体。

随着收入水平和消费能力的提升,人们对体验更高品质的精神文化产品的渴望将日益提高,服务消费的发展重心将从“有没有”向“好不好”转变,体验式消费将成为主流。

“现代科技为旅游目的地提供了更多体验场景和消费空间。科技和优秀传统文化、当代文化融合,给游客带来更加新奇的体验,让传统旅游目的地焕发生机。”戴斌说。

面向未来,文博消费将不局限于城市、不局限于热门场馆,越来越成为大众旅游的重要组成部分。“文博场馆将不仅是文化的守护者,更是美好生活的创造者。”熊海峰说。

(新华社北京9月25日电 记者 杨湛菲)

“学思践悟习近平经济思想丛书(2024)”出版发行

新华社北京9月25日电 由经济日报社编辑、人民出版社出版的第四套“学思践悟习近平经济思想丛书”,即日起向全国发行。该丛书包括《习近平经济思想研究文集(2024)》和《践行习近平经济思想调研文集(2024)》。

为不断深化习近平经济思想的体系化学理化研究,2024年,经济日报社联合中央党校(国家行政学院)习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心等16家机构面向海内外进行征文,编发大量优秀理论文章。与此同时,经

济日报社继续开展践行习近平经济思想深度调研,推出20多套重磅报道。理论研究和深度调研两大系列成果接续推出,结集成第四套“学思践悟习近平经济思想丛书”。该丛书从理论和实践相结合的角度,帮助广大读者学好用好习近平经济思想这个做好经济工作的“金钥匙”。

此前,2021年度、2022年度和2023年度“学思践悟习近平经济思想丛书”出版后,受到社会各界广泛关注。

《纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年——九三阅兵宣传挂图》出版发行

新华社北京9月25日电 《纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年——九三阅兵宣传挂图》近日由新华出版社出版,面向全国发行。挂图全景式记录了9月3日在天安门广场举行的纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年阅兵盛况,是一套兼具视觉冲击力、历史厚重感和教育意义的权威影像出版物。

本套挂图由新华通讯社国家摄影队供图,在新华社公开播发的阅兵现场图片基础上精心编辑而成。挂图一套共6张,内容涵盖“胜利荣光 强国力量”“苍穹礼赞 大地和鸣”“雄师列阵 气势

如虹”“荣誉功勋 精神传承”“科技强军 大国重器”“利剑凌霄 空中梯队”六大主题板块,全方位、多角度展现了阅兵仪式的庄严场景和深刻内涵,全面展示了新时代人民军队政治建军新风貌、力量结构新布局、现代化建设新进展、备战打仗新成效。

挂图画面气势恢宏,设计精美,印制精良,并配有延伸阅读二维码,扫码即可链接至更多新华社独家发布的精彩阅兵影像资源。该挂图适用于学校、机关、部队、社区等场所宣传展示,是开展爱国主义教育和全民国防教育的重要载体。

2025年全国国庆文化和旅游消费月活动启动

新华社成都9月25日电(记者 徐壮、董小红)2025年全国国庆文化和旅游消费月主场活动25日在四川省成都市举办,正式启动国庆文旅消费月,于9月下旬至10月下旬开展系列文旅活动,增加优质文旅供给,满足人民美好生活需要。

此次国庆文旅消费月结合国庆、中秋特点,组织各地、各支持机构策划开展丰富多样的文旅活动及惠民措施,推出业态多元的文旅新产品、新场景,提升消费体验,加大惠民力度,为群众假期出游提供更多优惠和选择。

主场活动上,文化和旅游部产业发

展司与中国银联共同发布“百城百区”文化和旅游消费三年行动计划;京津冀、川渝等地区合作推出区域联动文旅活动及特色文旅消费场景;中国农业银行、中国银行等金融机构推出文化和旅游消费金融惠民及入境消费便利措施。消费月期间,各地将围绕观演赏剧、游历山河、中秋团圆、文化体验、红色旅游、大国重器、时代风采等热点,举办超2.9万场次文旅活动,发放超4.8亿元消费补贴,加强文旅与餐饮、住宿、零售、体育、健康等方面联动互促,为人们带来更全面、更实惠、更省心的出游体验,营造欢庆佳节、畅享文旅的氛围。

顺应民生期待激发服务消费新活力

新华时评

服务消费,一头连着经济的“增长极”,一头系着群众生活的“幸福线”。

中秋、国庆双节临近,餐饮、出行、旅游、文娱等服务消费热度持续攀升。近日,多部门出台政策举措扩大服务消费、升级城市一刻钟便民生活圈建设等,持续推动消费“主引擎”提振发力。政策支持下,消费市场更多激发活力、释放潜力,关键在于顺应民生期待、真正满足群众所需所盼。

激活消费,需提升服务暖意,精准对接更高的民生期待。当人们走进餐厅既能吃上有烟火气的菜品还能体验特色文化,在家附近“一店一早”“一菜一修”“一老一小”等基本服务需求被满足,轻点手机引导代厨、宠物服务等个性化需求被关照,更多消费意愿将不断转化为现实的消费行动。

激活消费,要改善服务环境,增加优质普惠的服务供给。针对服务消费中低端化、同质化供给过剩和专业化、个性化

供给不足等问题,近日推出的“鼓励引进国外优秀体育赛事,支持地方举办大众体育赛事”“放宽中高端医疗、休闲度假等领域市场准入”“因地制宜延长热门文博场馆、景区营业时间”“开展家政服务职业技能专项培训行动”等一系列新举措,受到广泛期待。让大家敢消费、愿消费,市场才能愈发兴旺。

激活消费,应发挥政策合力,挖掘更多消费潜力。今年以来,相关部门增开银发旅游列车、推动家政服务消费扩容升级、促进健康消费,此外还设立5000亿元服务消费与养老再贷款,打出政策“组合拳”。抓好已有政策落地见效,切实将“实惠”传至服务消费经营主体和消费者,政策红利必将转化为提振消费实效。

城乡居民既是提振消费的主体,也是国家发展的最终受益者。始终将目光投向民众的真实关切,倾听他们的心声,回应他们的期待,让服务供给与民生需求同频共振,就能真正点燃服务消费引擎,为经济高质量发展注入不竭动力。

(新华社北京9月25日电 记者 谢希瑶)

兴业银行呼和浩特分行开展“全民反诈在行动”集中宣传月活动

为切实筑牢全民反诈防线,提升群众识骗防骗能力,在“全民反诈在行动”集中宣传月期间,兴业银行呼和浩特分行通过“线上+线下”联动、内外协同等方式,开展了一系列形式多样的反诈宣传活动,有效提升了群众的爱诈意识和防范能力,为守护百姓“钱袋子”、共建平安社会贡献了金融力量。

兴业银行呼和浩特分行走进呼和浩特市衡越高级中学,开展“青少年反诈必修课”主题宣讲活动。兴业银行呼和浩特分行反诈宣讲员结合校园真实案例“掩饰隐瞒犯罪所得”“非法出租出借两卡”“冒充公检法诈骗”“注销校园贷诈骗”“培训贷陷阱”等,通过播放短视频、展示诈骗短信

及话术,揭露犯罪分子的作案流程和心理学陷阱。

活动中,反诈宣讲员通过播放国家反诈中心制作的反诈宣传视频,让学生了解了电信网络诈骗犯罪的危害,同时向学生们推广“国家反诈中心”App,引导学生们下载安装并开启预警功能。之后,反诈宣讲员为学生们赠送了反诈指南,现场共发放宣传折页450余份,有效增强学生们的防范意识和应对能力。同时,兴业银行呼和浩特分行联手呼和浩特市公安局赛罕区分局新型犯罪侦查中队,在万达广场组织开展以“艺韵扬正气 反诈筑防线”为主题的反诈宣传活动,吸引了广大市民热情参与。