

算力筑平台 竞逐新赛道

——云谷 OPC 社区激活数字创业新生态

●本报实习记者 贾静雯/图



入驻企业展示 AI 短片



社区工位



电脑屏幕上的一组人物三视图



在云谷 OPC(一人公司)社区的共享办公区里,电脑成为年轻创业者的新型生产工具。有人用 AI 生成短剧分镜,有人调试企业宣传视频,有人训练数字人口播话术,也有人把人工智能大模型(以下简称大模型)接入客服和营销系统。他们不买服务器,不自建机房,通过平台大模型会员、API 接口调用、云渲染服务等,间接使用算力。文字指令、会员额度、Token(词元)、跨境通道,正在成为一人公司和微型团队的生产资料。

2026年6月,全区首家 OPC 社区在中国(内蒙古)自由贸易试验区呼和浩特片区和林格尔新区投运。与传统众创空间不同,该社区首次将自贸试验区功能、绿色算力基础设施和一人公司业态叠合在同一物理空间内,让呼和浩特拥有的大量数据中心和绿色算力资源,变成本地产业生长的沃土。

个人用户和小团队按官网价开会、买额度,高峰期调用大模型、渲染视频需要排队,而云谷 OPC 社区通过“算力聚合平台”,可提供调用不同厂商大模型和服务的统一入口。和林格尔新区集聚了一批数据中心和智算项目,具备绿色电力供给和算力调度基础条件,园区与字节跳动、快手、阿里云等大厂洽谈大客户协议,通过集中采购争取更低价格、更稳定额度和更高并发通道,从而帮助入驻企业降低成本、提升效率。“个人用户直接与大厂洽谈,没有议价能力。对此,云谷 OPC 社区出面集中采购,就是把分散需求合并成大客户需求。”和林格尔新区人才服务中心主任康云鹏说。对符合条件的入驻企业,云谷 OPC 社区还可按照算力交易金额给予 10% 补贴。

在这套机制中,3 家入驻企业正从实操中感受变化。

从杭州试水到内蒙古再出发

从工具会员到模型部署

把 API 调用变成数字员工

内蒙古蒙霄数智科技有限责任公司是云谷 OPC 社区里较早探索 AI 短剧出海的企业。该公司总经理郑卓伟向记者展示了电脑屏幕上的一组人物三视图,正面、侧面、背面都经过细致设定,以确保角色在不同镜头中保持一致性。

此前,郑卓伟团队在杭州试水 AI 短剧出海业务近半年。“中国传统文化、中国故事、科技内容让海外观众感到新鲜,拥有广阔的市场空间。”郑卓伟说。他随后将业务重心转移至内蒙古,成为首批入驻云谷 OPC 社区的企业之一。“今年我们想结

合和林格尔新区的算力优势和自贸试验区功能,把俄罗斯、蒙古国等作为重点出海方向。”

AI 短剧出海的制作链条较长,从选题、剧本、人物设定、分镜,到 AI 生图、视频生成、剪辑、配音、字幕和多语言适配,每个环节都要调用大模型。该公司团队入驻前是通过购买即梦和小雀雀等平台会员,使用平台按月分配的配额、积分和 Token 进行创作。“一个选题要测试,一个人物要测试,一个镜头也要测试。由于需要反复生成,额度消耗很快,高峰期经常需要排队等待。”郑卓伟说。

的 API 接口和临时云端算力。需要在多个平台之间频繁切换,操作繁琐。”阿拉腾宝力德说。

他所说的“算力”,是输入指令调用模型,让它生成相应内容,用通义千问、DeepSeek 等大模型写脚本,用 Midjourney 生成概念图,用即梦、可灵、Runway 生成视频,用 Suno 做音乐,再用不同软件剪辑包装。每个平台都要单独开会或充值额度,整个过程按 Token 计费,1 个 Token 约等于 1—2 个汉字。“做一条 3 分钟到 5 分钟的 AI 短片,成本要五六千元。”

今年 3 月,阿拉腾宝力德团队 3 人入驻云谷 OPC 社区。公司分工明确,一名成员负责导演和剧本创作,另一名成员负责分

营销整合到了一套系统中。

先立云使用算力的方式更加技术化。团队主要购买阿里云、豆包、DeepSeek、火山引擎等平台的大模型和算力服务,通过 API 接口将外部大模型接入到自己的系统,再按照 Token 用量、调用次数或服务包付费。

入驻前,团队在外面租过一间小办公室,水电物业网络都要自己承担。搬到云谷 OPC 社区后,这些基础运营费用由社区统一提供保障,包括标准化办公工位、稳定网络接入、电力保障、公共会议与协作空间等。“我们的产品前两个月已通过测试,目前正在对接客户。这个阶段最需要降低成本,云

谷 OPC 社区缓解了个人创业者调用大模型时的排队困境。云谷 OPC 社区牵头与大厂洽谈资源,通过大规模集中采购,为入驻企业提供大客户专属调用通道、支持多条并行渲染任务的高并发能力及优先调度权限。“热点选题有窗口期,海外平台投放内容也讲究时效。云谷 OPC 社区提供的免排队、优先生成通道能够缩短短剧的制作周期。”郑卓伟说。

同时,云谷 OPC 社区正在推进的国际互联网专用通道和跨境经贸网络建设,让入驻企业看到更稳定的出海路径。

镜、提示词和视频生成,他负责项目协调、客户沟通和内容把关。入驻后,团队使用模型和算力服务的方式发生了改变。云谷 OPC 社区把大语言模型、图像和视频生成大模型、音频模型等分散在不同平台的服务纳入社区资源池,企业不用再分别购买多个平台会员,也不用单独对接不同模型接口,实现随用随调。“现有的各类工具本身具备完善功能,接入云谷 OPC 社区资源池后,各环节得以整合衔接,整体效率明显优化。”阿拉腾宝力德说。

智匠智能正从服务本地企业扩展至服务有出海需求的企业,为跨境电商和外贸企业提供宣传片、产品视频、短视频、商品图、多语种内容和数字人口播等服务。

谷 OPC 社区给我们的帮助很大。”马园园说。

过去企业需要分别对接不同大模型接口,再自行处理权限、调用规则和兼容问题;入驻云谷 OPC 社区后,这些模型能力通过统一接口体系接入企业的智能体平台,使系统可以持续调用多个大模型完成任务编排。

绿色算力与自贸试验区功能叠加之后,云谷 OPC 社区能否稳定复制这一模式,取决于入驻规模、通道落地进度和产业服务密度。一台电脑接入算力社区的一个节点,生成的可能是一部短剧、一条海外广告、一套数字员工系统,也可能是一个区域从算力承载地向数字经济应用地转型的新支点。

把握暑期黄金窗口 释放体验消费活力

●关利欣

从“东北超”联动辽吉黑蒙火热开赛,到夜游苏州园林、邂逅江南梦境,再到去宁夏赴一场大漠观星之约……盛夏时节,暑期消费市场迎来热潮。消费者从走马观花的观光游览转向注重参与的深度体验,成为暑期消费的新亮点。

体验式消费的火热态势,不仅与居民消费理念转变直接相关,也离不开顶层设计与精准施策的双重支撑。文化和旅游部启动 2026 全国暑期文化和旅游消费季,商务部开展消费新业态新模式新场景试点工作,推进“人工智能+消费”发展,增强消费供给创新动能。各地积极落实商旅文体融合发展举措,多元体验式消费场景竞相涌现。例如,文艺演出与体育赛事持续成为流量入口,“票根经济”把赛场流量转化为城市消费增量,实现文体活动与城市消费双向赋能;实景打造体验引领国潮新风,将传统文化转化为可感知、可互动的文旅体验;数字场景与“人工智能+消费”塑造科技体验场景,首发首秀营造综合休闲场景,为消费提供全新方案。商务部数据显示,2026 年上半年文艺表演、博物馆等沉浸式体验类销售收入增速达到 28.3% 和 24.6%,全国铁路开行旅游列车 1797 列,定制化开行“歌迷专列”“球迷专列”445 列,为消费者提供了更为丰富、有趣的消费体验。

同时,我们也看到,当前不少业态还存在跟风复制现象,古风街区、网红市集、光影秀“千景一面”;实景打造只重拍照形式、缺少文化讲解;数字场景重硬件堆砌、轻内容叙事,产品附加值不高……把握暑期消费黄金窗口期,持续优化消费供给、改善消费体验,既是激发当下消费潜力的务实之举,也是落实《扩大消费“十五五”规划》、培育壮大体验式消费的长远之策。

体验式消费离不开具有差异的文化附加值。消费场景能否长久吸引客流,核心在于内容品质。如何以内容为王、特色为核,立足本土历史文化、民俗资源、生态禀赋打造差异化 IP,实现文化价值赋能,成为提升消费体验的重要方式。各地应当立足本土文化,打造具有辨识度的特色体验产品,跳出简单复制网红项目的同质化困局。推动文化资源深度转化,面向青少年群体、中老年群体打造差异化产品矩阵,兼顾研学教育、潮流社交、康养休闲等多元需求,支持原创演艺、非遗创新、本土文旅品牌培育,不断拉长产业链条,以更高附加值增强市场吸引力与游客复游意愿。

当前,单一场景已经很难充分释放消费潜力,统筹全域消费资源、串联多元体验场景、打造全天候消费链条,成为释放流量经济效能的途径。各地应积极推动“一票通享、全城联动”模式,打通文体赛事、景区文博、乡村体验、商业商圈之间的场景壁垒,强化场景协同联动。依托城市游憩空间布局规律,统筹时序安排,形成日间与夜间连贯的消费模式。持续深化商旅文体融合,打破行业边界,构建多点联动、首尾衔接的消费生态圈,将瞬时客流转化为过夜消费、长线消费,最大限度释放流量经济效能。

配套服务成为影响消费满意度的重要因素。补齐基础设施短板、精细做好便民服务、完善良好配套是消费持续升温的重要保障。持续优化消费体验,各地可以依托大数据做好暑期客流预测,动态调配公共交通,增设临时停车点位、优化人流疏导方案,补齐医疗、环卫、安全防护设施。借鉴赛事定制接驳公交等成熟经验,加强商圈、景区、码头、乡村点位之间交通衔接。持续推进智慧消费服务升级,完善 AI 导览、线上预约、一站式投诉平台,同步做好适老化改造,兼顾不同群体使用习惯。持续推进公共场馆、城市空间节假日开放共享,优化公共服务体系,全面提升游客获得感、舒适度。提升服务业标准化水平,实现暑期优质体验场景常态化运营,推出年卡套票、四季惠民政策,拉动全年形成持续客流,推动暑期消费热度向四季延续、充分释放。

(据《光明日报》)

市市场监督管理局经济技术开发区分局开展旅游季电子计价秤计量专项检查

本报讯(记者 祁晓燕)正值旅游消费旺季,我市特产店、餐饮门店客流量明显增长。为严厉打击电子计价秤作弊、缺斤短两、计量器具超期未检定等违法行为,切实维护广大消费者合法权益,近日,呼和浩特市市场监督管理局经济技术开发区分局开展旅游季电子计价秤计量专项检查行动。

执法人员以景区周边、商圈内的特产销售店、餐饮店为重点检查对象,聚焦用于贸易结算的电子计价秤、台秤等计量器具,严格核查计量器具是否经过强制检定、检定标识是否清晰、铅封是否完好有效,现场使用标准砝码对秤具精准度进行

校验,重点排查私自改装、加装遥控装置、篡改计量参数等违规行为。同时,向商户宣讲《中华人民共和国计量法》等法律法规,明确诚信经营要求,督促经营者落实主体责任,定期维护、送检计量器具。此外,执法人员结合电子计价秤新规实施要求,同步推进合规新型电子计价秤的更换工作。

针对检查中发现的计量器具超检定周期、标识模糊等问题,执法人员当场责令商户限期整改。下一步,该分局将持续加大旅游季市场监管力度,紧盯消费高频点位,全力营造公平、诚信、放心的旅游消费环境。