

欧盟出台行动计划扭转人工智能落后局面

在全球人工智能(AI)竞争如火如荼之际,欧盟委员会近日正式推出“人工智能大陆行动计划”,试图通过政策松绑、算力基建和行业应用三大支柱,扭转其在AI领域的落后局面。这一计划被视为2024年正式生效的《人工智能法案》的配套战略,标志着欧盟AI政策从“监管先行”向“监管与创新并重”的重要转变。

欧盟委员会负责技术主权等事务的执行副主席汉娜·维尔库宁在声明中强调,新行动计划中的一项重要举措是尽可能减少相关行业在监管方面的负担,并确保《人工智能法案》简单且有利于创新。这一表态被外界视为欧盟AI政策的微妙调整。

2024年8月份,欧盟《人工智能法案》正式生效,成为全球首部全面监管AI的法案。该法案按风险等级对AI应用进行分类管理,禁止在欧盟使用例如社会信用评分等“不可接受风险”技术,并对医疗、金融等高风险领域的AI应用实施严格合规要求。尽管该法案被视作欧盟在AI伦理领域的标杆,但业界普遍担忧其严苛的条款可能阻碍欧盟的创新进程。布鲁塞尔智库欧洲政策研究中心(CEPS)数字政策研究员安娜·拉莫斯表示,“新计划试图在监管与发展之间寻找平衡,因为欧盟意识到,若仅强调规则制定而忽视产业扶持,其AI企业将难以与其他巨头竞争”。

除政策松绑外,该计划最引人注目的是其大规模算力基础设施建设。欧盟宣布,将在现有13座“人工智能工厂”的基础上,推动建设配备约10万枚先进AI芯片的“人工智能超级工厂”,以弥补算力短板。目前,全球AI算力主要由美国科技巨头,如谷歌、微软以及中国大型云服务商等主导。欧盟虽拥有顶尖研究机构,但商业化算力资源远落后于中美等国。

市场研究机构TrendForce(集邦咨询)数据显示,2023年,全球AI服务器出货量中,北



美占比60%,亚洲占比约30%,而欧洲占据的份额不足10%。法国人工智能协会主席吕克·朱利亚指出,“算力是AI时代的‘石油’,欧盟此举意在确保技术主权。但问题在于,这些芯片从何而来?”目前,欧盟本土企业如英国的拟来(Graphcore)和法国的SiPearl尚未形成规模替代能力。新计划将与欧盟《芯片法案》联动,进一步扶持本土半导体生态。

新计划还强调增加高质量数据获取渠道,发挥欧盟差异化优势,重点推动制造业、医疗、交通等战略领域的AI应用。近年来,德国“工业4.0”以及法国“未来工厂”等项目

积累了大量制造业数据,而欧盟《通用数据保护条例》的严格隐私保护法规也使欧洲在医疗等敏感数据治理上更具公信力。“虽然欧盟未在消费互联网AI领域超越美国,但在工业AI、绿色AI等垂直领域将有机会超越。”拉莫斯分析称。

“人工智能大陆行动计划”虽重振了欧盟的士气,但在全球AI竞争格局中,欧盟面临的严峻挑战仍不可小觑。最新数据显示,欧盟在AI投资竞赛中已明显掉队。据2024年最新统计数据,欧盟AI私人投资额约为80亿美元,而美国该投资额高达1091亿美元,差距巨大。

对此,布鲁塞尔智库数字创新研究中心主任玛利亚·费尔南德斯指出,风险资本的长期匮乏,导致欧洲AI初创企业在技术商业化关键阶段频频被中美企业收购。

资金短缺直接加剧了人才流失危机。荷兰代尔夫特理工大学AI实验室主任卡洛斯·莫雷诺教授坦言:“欧洲顶尖学府每年培养大量AI理论人才,但我们的产业生态无法提供与硅谷匹敌的职业发展空间。”领英《2024欧洲AI人才报告》显示,虽然欧盟AI人才总量较2016年增长了124%,但在整体劳动力中的占比仅为0.41%,远低于产业发展需求。同时,教育体系的结构性问题同样突出。欧盟每百万居民中,计算机科学学士学位获得者仅有128人。欧盟商会最新调查发现,欧盟61%的企业曾因数字技能短缺遭遇经营困难,26%的企业明确将AI应用滞后归咎于人才储备不足。

即便在欧盟内部,新计划的协同推进也阻力重重。参与谈判的欧盟官员透露,建设“人工智能超级工厂”的提案已讨论了18个月,但选址仍悬而未决。德国正积极争取在本土建厂,而瑞士因非欧盟成员国身份可能被排除在外,这种博弈正在拖延关键基础设施的布局。

此外,数据共享这一基础性工作同样进展缓慢。虽然欧盟《数据治理法》已经生效,但成员国之间的数据壁垒依然存在。法国数据经济委员会近期发布报告指出,75%的跨国企业因担忧合规风险或知识产权泄露,拒绝共享工业数据。“我们制定战略的速度,总是快于落实战略的能力。”欧盟数字事务发言人艾蒂安·勒克莱尔的感叹,道破了欧洲AI发展的核心困境。在6月份即将召开的欧盟数字部长特别会议上,如何破解这些结构性难题将成为首要议题。

“人工智能大陆行动计划”是欧盟在AI领域迈出的重要一步。随着全球AI竞赛进入白热化阶段,留给欧盟调整的时间已然不多。

欧佩克下调石油需求增速预期

本报驻利雅得记者 罗怀伟

近日,石油输出国组织(欧佩克)发布月度石油市场报告,下调全球石油需求增速预期。报告显示,欧佩克将2025年和2026年的全球日均石油需求较上年增长量预期分别下调至130万桶和128万桶,而此前的日均预期增长量分别为145万桶和143万桶。报告称,这一调整主要基于2025年一季度的相关数据,以及美国近期加征关税举措对石油需求带来的预期影响。

报告称,今年年初以来,全球经济呈现出稳定增长的趋势,主要经济体基本面强劲,并且韧性十足。但受美国加征关税举措影响,近期全球经济增长轨迹的不确定性较高。因此,欧佩克将2025年和2026年全球经济增长的预测值分别下调至3.0%和3.1%,较上月预测各减少0.1个百分点。

地缘政治、贸易政策以及对全球经济的潜在影响使得能源市场遭到波及。美国宣布加

征关税后,油价在3月份的上半月加速下跌。3月份,原油期货价格连续第二个月下跌,与2月份的月平均价格相比,跌幅达到近5%。自今年年初至报告统计时,布伦特原油期货价格下跌6.78美元,至74.98美元/桶,跌幅达到8.3%。西得克萨斯中质原油期货价格下跌5.49美元,至71.42美元/桶,跌幅为7.1%。

报告认为,尽管美国贸易政策的转变给市场前景带来了巨大的不确定性,但全球经济和能源需求仍存在支撑。

2025年,全球石油日均需求增量中约125万桶将来自中国、印度和其他亚洲国家等非经合组织国家。尽管面临美国关税举措的冲击,但在国内流动性充裕和工业活动回暖的支撑下,中国石油需求预计仍将保持增长。报告指出,根据最新的采购经理指数数据,中国制造业和服务业都在逐步改善,家庭消费同样显示

出恢复迹象。因此,中国有望保持其作为该地区全球石油需求主要驱动力的角色,并且国内生产总值(GDP)有望保持强劲增长。报告预测,2025年,中国石油需求将达到平均1700万桶/日,同比增长约271吨/日;2026年,中国石油需求将达到平均1720万桶/日,同比增长约212吨/日。而经合组织成员国的石油需求或将受到美国加征关税举措较大的潜在影响。预计2025年,经合组织成员国石油需求增量预计为4万桶/日,较上月预估的11万桶/日明显减少。

报告认为,尽管石油需求受到非经合组织成员国强劲的航空旅行需求以及公路运输需求等因素的有力支撑,但贸易政策的不确定性将阻碍全球经济增长,并加剧贸易紧张局势,影响全球能源市场。

为维护市场稳定,欧佩克成员国和非欧佩

克产油国组成的“欧佩克+”近期频繁调整策略。

此前,“欧佩克+”根据石油市场前景,逐步上调产量。3月份,沙特、俄罗斯等8国决定自4月份起,逐步增加石油产量,以回撤2023年宣布的220万桶/日的自愿减产措施。4月3日,各国又决定调整增产计划,宣布自5月份起,增产41.1万桶/日,其中包含原定于5月份增加的产量,以及额外两个月的增产产量,远高于市场预期。

但各国日前更新了对此前过剩产量的月度补偿计划。4月16日,各国将2025年4月份至2026年6月份的月度减产补偿幅度,从此前的18.9万桶/日至43.5万桶/日提升至19.6万桶/日至52万桶/日。有分析认为,最新的减产计划如果得到全面实施,将在很大程度上抵消上述增产41.1万桶/日的产量,从而为石油市场提供额外支撑。

日前,第四届阿布扎比电动汽车创新峰会在阿布扎比国家展览中心举行。本届峰会汇聚了来自全球各地的行业领导者、创新者和主要利益相关者。峰会期间,与会嘉宾共同探讨交通、能源和可持续发展等重要议题,推动电动汽车的未来发展。阿布扎比电动汽车创新峰会是中东和北非地区规模最大、最重要的电动汽车盛会,如今已发展成为该地区电动汽车创新和清洁交通的重要展示平台。

阿联酋能源和基础设施部能源和石油事务副部长谢里夫·奥拉马在开幕致辞中表示,阿联酋将可持续发展置于国家议程的核心位置,致力于转变能源消费方式,而交通在这一转变中发挥着重要作用。目前,阿联酋正在扩大充电站网络,以解决电动汽车续航问题,并鼓励人们改用电动汽车。为此,阿联酋能源和基础设施部与阿提哈德水电公司成立了合资企业UAEV,目的是建设一个全国性的充电网络。同时,阿联酋和环境与废弃物回收管理公司Bee'ah合作,正在建立中东地区首个电动汽车和混合动力汽车电池回收设施,将通过循环经济实践实现闭环。

奥拉马表示,2024年,阿联酋的电动和混合动力汽车销量占汽车总销量的近26%,在中东地区排名第一位,并且这一趋势将持续增长,预计到2050年,仅交通部门的碳排放量就将减少40万吨以上。他强调,实现绿色交通目标需要强有力的公私合作、对基础设施的进一步投资、整个供应链的有效协作以及创新技术。阿联酋能源和基础设施部将通过制定国家政策、利用智能充电技术以及与私营部门建立战略合作伙伴关系等举措,提高阿联酋在电动汽车领域的竞争力。

阿布扎比交通中心智能交通系统部门代理主任阿卜杜拉·阿尔哈什米在峰会期间表示,阿布扎比的电动汽车数量在2022年至2023年增长了81%,到2024年3月底,注册的电动汽车和混合动力汽车分别达到10013辆和11139辆,公共充电站数量已增至313个,并计划与私营部门合作进一步扩大规模。



在第四届阿布扎比电动汽车创新峰会期间,小鹏汽车阿联酋公司展示了其具有突破性技术的空中出租车,让人们目睹未来的自主垂直电动交通。

本报记者 李学华撰

本版编辑 刘畅 美编 王子莹

临沂大学

产教融合推动文创产品创新与设计

在当今文化产业蓬勃发展的时代背景下,高校作为文化传承与创新的关键力量,其文创产品的开发与设计具有重要意义。近年来,临沂大学(以下简称“学校”)凭借其深厚的文化底蕴和先进的教育理念,在产教融合的道路上积极探索,聚焦文创产品的创新与设计,开展山东省社会科学规划研究项目“文化传承视阈下沂蒙文创产品开发及推广研究”(编号20CXYJ07),在文创产品创新设计的理论和实践上取得了一系列成效。

学校通过深入挖掘校园文化及地方特色文化资源,开展校企合作和构建多维度评价体系,持续推动具有地方特色的文创产品走向市场,丰富了校园文化生活,提升了师生的文化认同感,还为地方文化产业的发展注入了新的活力、为高校文创产品开发与设计提供了参考与借鉴。

挖掘文化内涵 融合现代创意

在文创产品的创新与设计中,学校注重深入挖掘校园文化和地方特色文化,将其作为设计的核心元素。

深挖文化根基,传承红色精神。临沂拥有丰富的历史文化资源,如红色文化、书法文化等。学校以沂蒙精神为主题,设计了一系列纪

念品,包括红色IP形象设计和红色文化主题的信片、徽章、书签等。这些文创产品不仅展现了沂蒙精神的传统内涵,还在现代设计手法上焕发出新的活力和感染力。

同时,设计团队深入挖掘学校的历史文化内涵。在明信片设计上,以校训为主题,搭配精美的校园地标景观插画,展现出学校深厚的文化底蕴;在纪念品包装上,采用简约现代的风格,以校徽为主视觉元素,使纪念品既有文化底蕴,又具现代感,增强了师生和校友对学校的认同感和归属感。

在设计理念上,学校注重将传统文化与现代设计理念深度融合,借助现代技术手段提升文创产品的品质与市场竞争力。学校积极鼓励师生运用数字设计、3D打印等前沿技术,为文创产品注入新的活力。在王羲之故居文创产品的设计过程中,师生巧妙地利用3D打印技术制作纪念徽章。这些徽章不仅在造型上精准概括故居地标,展现出较高的艺术价值,更通过现代技术实现了个性化定制。消费者可以根据自己的创意和需求,对徽章的色彩、材质等进行定制,使其成为个性化的纪念品。这种将传统文化与现代技术相结合的设计理念,不仅让文创产品更具时代感和吸引力,也为传统文化的传承与创新开

辟了新的路径。

在产品创新上,学校积极开发生活化的文创产品,构建品牌集群,赋能城市形象。结合沂蒙地域的民俗文化、红色文化、历史名人、饮食文化、旅游资源等各类资源,学校确立了“绿色沂蒙、红色风情、文韬武略、水城商都”的多品牌体系,进行文创产品开发。例如,学校提炼王羲之、颜真卿等书法巨匠的艺术风格,将行草书法风格进行抽象化或现代化处理,用于当地特产的标志设计及产品包装,以体现品牌的高雅性、艺术感。通过品牌策略引导文创产品的设计,文创产品也反向塑造城市品牌形象,从而实现文创产品与城市品牌形象的相互促进和相互成就。

深化产教融合 推动校企合作

学校积极探索产教融合模式,与地方企业建立了紧密的合作关系。通过与多家文创企业、设计公司合作,建立了文创产品设计与制作的实践基地,为学生参与文创产品的实际设计与制作搭建平台。2021年以来,学校与临沂本地多家知名文创企业合作,共同开发了一系列以沂蒙地域文化为主题的文化产品。这些产品不仅在学校内受到师生的喜爱,更在地方市场上取得了良好的销售业绩。

在产教融合模式下,临沂大学还积极推动文创产品走向市场,促进文化与产业深度融合。学校通过举办文创产品展览、参加地方文化博览会等方式,为文创产品搭建展示平台。同时,学校组织师生参加临沂市的文博会,集中展示学校的文创产品设计成果。这些活动不仅提升了学校的知名度和影响力,推动文创产品走向更加广阔的市场,同时也为地方文化产业的发展注入新活力,推动文化与产业的协同发展。

构建多维度评价体系 优化文创设计

临沂大学构建了多维度的文创产品评价体系,从设计创意、文化内涵、市场接受度等多个维度进行评价,确保品质优良。学校组织专家对文创产品的设计创意进行评审,确保文创产品的文化魅力和艺术价值“在线”。同时,学校还通过学生反馈、市场调研等方式,了解文创产品的市场接受度,及时调整和优化产品设计。

以评促改,提升设计水平。学校将评价结果作为文创产品改进的重要参考依据。通过定期组织师生开展设计研讨活动,为师生提供交流和学习的平台。在研讨活动中,师生可以分享自己的设计经验和方法,也可以针对评价

结果中反映出的问题进行深入探讨,共同寻找解决方案。

体现市场导向,优化产品策略。学校在校创产品设计过程中,注重市场反馈,及时调整设计策略。例如,在设计以沂蒙精神为主题的文创产品时,学校通过市场调研发现,部分产品在设计上过于传统,缺乏现代感,导致市场接受度不高。针对这一问题,学校组织设计团队进行研讨,决定在保留文化内涵的基础上,引入现代设计元素,重新设计产品。经过改进后的产品在市场上取得了良好的销售业绩,受到了师生和消费者的广泛好评。

在产教融合的背景下,临沂大学通过创新设计理念、深化产教融合模式、构建多维度评价体系等措施,在校创产品的创新与设计方面取得了显著成效。学校设计的文创产品不仅丰富了校园文化生活,还为地方文化产业的发展提供了新的思路和方法。未来,学校还将继续深化产教融合模式,加强与地方企业合作,推动文创产品的创新与设计,进一步提升文创产品的市场竞争力,为加快新时代人才培养奠定坚实基础。

(李超) ·广告