

六大专项行动启动 高质量数据集建设按下“加速键”

本报记者 田鹏

在日前举行的高质量数据集建设现场会上,国家数据局明确,将组织实施强基扩容、标注攻坚、提质增效、应用赋能、管理服务和价值释放等六大专项行动,以加快推进高质量数据集建设和应用。

所谓高质量数据集,是指按照特定标准,经过采集、清洗、归类 and 标注等智能化处理,具有相应更新和维护机制的数据集合。其既是夯实国家竞争力、守护国家安全和保障关键领域平稳运行的重要基石,也是助推产业转型、赋能人工智能落地、助力科研实现重大突破的核心支撑。

建设成效初显

当前正值新一轮科技革命和产业变革的历史性窗口期,数据作为新型生产要素的重要作用愈发凸显,其已成为推动传统产业转型升级、培育新质生产力的中坚力量。在此背景下,推进高质量数据集建设与应用已然成为顶层统筹布局、行业聚力推进、地方积极探索的重点。

我国持续加码高质量数据集建设的顶层设计,2026年《政府工作报告》及全国数据工作会议均明确制定高质量数据集建设重点目标与落地任务;此外,多部委密集出台专项实施方案

与配套扶持政策,聚力推动工业、医疗、人工智能等重点领域标准化数据集体系搭建,同步提速数据质量评估、数据标注规范等行业通用标准研制修订,持续筑牢数据要素领域制度规范根基,全方位完善数据集建设发展制度体系。

与此同时,各地立足自身产业禀赋与发展实际,纷纷因地制宜探索高质量数据集建设落地路径,推动优质数据集深度融入地方产业发展、政务服务、民生保障等各类场景。例如,近期江苏省政府印发《苏南重点城市要素市场化配置综合改革试点通知》,南京、无锡、常州、苏州、镇江同步发布两年行动方案,差异化推进高质量数据集建设。

官方数据显示,截至2026年3月底,全国已建成高质量数据集超过11.6万个,总体量超过了960PB,相当于中国国家图书馆数字资源总量的336倍左右。

中国商业经济学会数字经济专业委员会委员、智库专家李锦堤在接受《证券日报》记者采访时表示,相较于普通数据集,高质量数据集不仅在质量上严守精准、完整、时效等量化标准,保障数据切实可用,更精准适配AI训练、行业大模型调优等专业场景,落地数据即服务模式。同时通过标准化加工完成从基础数据资源向可复用、可流通、可定价的数据资产转变,为智能产业发展筑牢坚实基础。

李锦堤认为,随着专项行动持续推进,未来1年至3年,我国高质量数据集建设将迎来三大发展趋势:其一是发展逻辑从“数据驱动”向“数据赋能”转变,数据要素从“资源”向“资产”转变,激活数据“飞轮效应”;其二是数据资产化进程持续提速,各类新型流通模式不断涌现,推动数据集由“成本投入”转向“价值创造”;其三是建设标准全面迈向AI适配化,深度融入模型研发全流程,搭建起数据、模型



图①福州市城区水系串联联调中心的智慧平台
图②中国铁路昆明局集团有限公司以磨憨货场为试点建设智慧口岸
图③江苏省南通市通州区川姜镇智能无人驾驶专用枢纽的智慧大屏

图片素材来源:新华社

与应用协同迭代的完整体系。

多维发力补齐短板

尽管当前我国高质量数据集建设已取得初步进展,但其未来发展仍面临“供给、质量、流通、技术”四重瓶颈,制约着数据要素价值释放。

数字经济专家、中食科技创始人兼总裁晏湘在接受《证券日报》记者采访时表示,当前先行先试中最突出的难点是“三高三低”的结构性矛盾。第一,高质量供给不足与低水平重复建设并存;第二,高成本加工与低价值回报错配,数据清洗、专家标注、质量测评等环节投入巨大,但市场化定价机制尚未形成,“为优质数据付费”的共识仍在培育期;第三,高技术要求与低人才储备脱节,既懂行业机理又懂数据标

注的复合型人才严重短缺。

此外,李锦堤补充称:“数据确权、定价、安全合规的机制尚未成熟,企业担心‘供出数据,丧失优势’,导致高质量数据沉淀在单点,无法形成规模效应。”

短板亟待补齐,破局势在必行。面对各项现实难题,要实现高质量数据集建设提质提速,切实发挥其对产业升级、AI落地的支撑作用,需从多维度发力、系统性施策。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示,破解当前高质量数据集建设瓶颈,需构建“政府引导、企业主体、科研支撑、协同联动”的多元共治体系。其中,政府应发挥统筹协调作用,完善数据确权、定价等配套政策,筑牢数据共享安全屏障;企业需加大研发投入,聚焦重点领域推动场景化数据产品开发,实现数据价值转化;科研机构要攻关核心技术,培养复合型人才,提供技术与人才支撑。同时,搭建三方联动平台,通过试点示范等形式打通堵点,形成合作闭环,推动高质量数据集建设有序发展。

晏湘建议,未来需要加快完善数据集质量评价体系,按通识、通用、专用类别制定分级分类及评估认证标准,贴合实际应用场景定制行业专用数据评估规则,兼顾合规、安全与实用。推行场景驱动、示范先行,聚焦工、农、医、金融等重点行业开展试点,推动优质数据对接业务落地,打造可复制推广的应用模式。同时,深化AI技术赋能,实现数据处理全流程智能化,降本提效;依托数据合成、增强等技术补齐低资源领域数据短板。此外,搭建开源协同共享平台,破除数据壁垒,汇聚多方力量使数据集扩容提质。

第四届链博会 首次设立人工智能专区

本报记者 刘勇

5月22日,国务院新闻办举行新闻发布会,介绍第四届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)筹备情况。

中国贸促会副会长李兴乾表示,第四届链博会将于6月22日至26日在北京中国国际展览中心顺义馆举办,主题是“链接世界,共创未来”。

据李兴乾介绍,本届链博会设置“6链1展区”,分别是数智科技链、先进制造链、绿色农业链、健康生活链、智能汽车链、清洁能源链和一个供应链服务展区。截至目前,已有676家中外链主企业、专精特新企业和行业机构确认参展,来自85个国家、地区和国际组织。外资参展商比例达到36.5%,世界500强及行业龙头企业参展的占比超过65%。连同参展商带来的产供链上下游合作伙伴,实际参展商有望超过1200家。截至目前,确定组团来华观展洽谈的境外团组已超过150个,预计团组数量和规格都会超过上届。

谈及第四届链博会的创新和亮点,李兴乾表示,本届链博会将“数字科技链”升级为“数智科技链”,首次设立了人工智能专区,去年创立的创新链专区也做了优化提质。其中,雄安新区将首次独立参展,重点展示自主创新能力以及人工智能、空天科技等高端高新产业生态。展期发布的首发首展首秀有望超过160项。

“人工智能技术应用正在深刻地改变世界。第四届链博会将‘数字科技链’升级为‘数智科技链’,是顺应经济发展与科技进步规律的主动作为。”李兴乾说。

李兴乾透露,本届链博会与全球知名的半导体公司共同策划,首次设立人工智能专区,是按照从数据与感知、到算力与算法,再到应用与解决方案的产业演进路径进行的系统化设计。展陈目标是全链条展现人工智能从数据采集、智能计算到场景落地的完整生态。专区集聚了英伟达、英特尔、高通、阿里巴巴等中外人工智能领域的领军企业。

此外,主宾省安徽省将以“人工智能+制造”为重点,展示智能网联汽车、新一代信息技术等硬核成果。以杭州“六小龙”为代表的浙江企业将携前沿成果亮相链博会。湖北将组织20多家高新技术企业专题展示自身智能产业链条。江苏等地也将举办具身智能机器人产业推介对接活动。

SpaceX拟在纳斯达克上市 卫星互联网业务成“现金奶牛”

本报记者 李季宇

据新华社报道,日前美国太空探索技术公司(以下简称“SpaceX”)向监管机构美国证券交易委员会提交的文件显示,该公司计划在纳斯达克交易所和纳斯达克克拉克交易所上市交易,股票代码为SPXC。

SpaceX创始人马斯克目前在SpaceX拥有85.1%的投票权,他在首次公开募股后仍将保有超过50%的投票权。公开募股后,马斯克将在该公司继续担任首席执行官、首席技术官和董事长职位。

据报道,SpaceX计划融资750亿美元至800亿美元,该公司估值预计约为1.75万亿美元。这一首次公开募股融资规模预计将超过沙特阿拉伯国家石油公司在2019年创下的256亿美元融资纪录。

SpaceX的主要业务范围涵盖包括火箭发射与载人航天在内的太空运输,以及全球卫星互联网两大核心板块,并正向太空数据中心和人工智能领域深度拓展。

数据显示,SpaceX在2025年实现营业收入186.74亿美元,调整后EBITDA(税息折旧及摊销前利润)为65.84亿美元,运营亏损25.89亿美元,净亏损49.37亿美元。今年第一季度,SpaceX实现营业收入46.94亿美元,运营亏损19.43亿美元,净亏损42.76亿美元。

从SpaceX的收入结构来看,以星链卫星互联网为核心的网络连接业务成为该公司收入的主要来源,同时,连接业务也是SpaceX唯一实现盈利的板块。

2025年全年,该公司连接业务实现营收113.87亿美元,占SpaceX总营收的61%,同比增长49.8%;运营利润44.23亿美元,同比增长120.4%;EBITDA达71.68亿美元,同比增长86.2%。2026年第一季度,星链继续贡献32.57亿美元营收和11.88亿美元运营利润。

SpaceX本总经理、管理合伙人刘尚告诉《证券日报》记者,SpaceX的市场表现对我国商业航天产业发展具有借鉴意义。星链成为SpaceX的“现金奶牛”并成为该公司唯一盈利板块,标志着卫星互联网业务已经得到商业化验证,商业航天产业实现了盈利模式的闭环。

他认为,与火箭发射等硬件环节相比,面向全球用户的卫星星座的商业化构建和运营有着更大的想象空间。

从SpaceX的太空运输业务以及人工智能业务来看,2025年包括火箭发射与载人航天在内的太空运输实现营收40.86亿美元,运营亏损6.57亿美元,研发投入30.04亿美元。2025年全年,SpaceX人工智能实现营收32.01亿美元,运营亏损63.55亿美元。

公告显示,SpaceX此次IPO募集资金将主要用于偿还200亿美元过渡性桥接贷款,以及扩建AI计算基础设施、升级发射平台及扩展卫星星座规模。刘尚表示,从SpaceX的招股书来看,火箭发射业务因研发周期长、前期投入大、早期用户付费能力弱以及降本要求高,在短期内难以实现规模化盈利,缺乏持续稳定的现金流作为支撑。

他进一步表示,目前国内不少商业火箭企业已意识到这一问题,部分企业开始提前布局算力星座业务。

从长远来看,刘尚认为,造火箭相当于修高速公路,道路建成前的前期投入不可避免,但只要路修通了,后续更多的应用场景就会涌现,商业化运营将快速落地,有望带来更大更长期的经济和社会价值。

一季度全球电视品牌出货量同比增长3.3%

电视厂商竞逐高端细分赛道

本报记者 张文湘
见习记者 占健宇

5月21日,TrendForce集邦咨询发布的行业报告显示,今年第一季度,全球电视品牌出货量同比增长3.3%,此次增长主要得益于电视行业存储芯片供需紧张情况下的厂商提前备货行为。

业内人士分析认为,当前全球电视产业正加速从规模扩张转向盈利优先模式,Mini LED(次毫米发光二极管)、大尺寸高端产品成为撬动行业结构性增长的关键抓手,各品牌间的产品结构分化趋势日益凸显。

市场格局保持稳定

上述报告显示,2026年第一季度,全球电视品牌出货量达4712万台,同比增长3.3%。从全球品牌出

货排名来看,一季度市场格局保持稳定,Samsung(三星)、TCL、Hisense(海信)、LGE以及Xiaomi(小米)位列全球出货量前五。

报告认为,一季度为电视行业传统淡季,叠加终端市场需求相对保守,受AI服务器及高端运算设备需求拉动,DRAM(动态随机存取存储器)与NAND Flash(闪存)存储器供应趋紧,2025年末电视专用存储器价格显著上涨。为降低后续成本压力,各电视品牌提前备货与拉货,成为一季度全球电视出货量增长的主要支撑。

从全年来看,机构对2026年电视出货量预测整体偏保守。TrendForce集邦咨询预测,2026年全球电视出货量估计同比下滑1%,至1.94亿台,衰退幅度小于智能手机、笔记本电脑等存储成本占比较高的消费电子产品。另据市场研究机构Omdia预测,受益于2026年FIFA世

界杯赛事促销带动,2026年全球电视出货量将从2025年的2.08亿台增至2.1亿台,同比增幅约1%。

群智咨询(Sigmaintell)电视事业部资深分析师杨柳在接受《证券日报》记者采访时表示,受世界杯赛事带动,原材料涨价倒逼厂商提前备货双重因素影响,今年一季度电视品牌与代工厂出货表现强劲,头部品牌二季度前置出货节奏仍在延续。成本上涨虽会压制终端需求,但对缺乏溢价能力的中小品牌形成较大压力,但2026年全球电视市场整体危中有机。

产品结构分化

在整体销量增速放缓的同时,电视行业产品结构分化持续加剧。

存储器价格上涨推高中小尺寸电视成本,品牌厂商持续收缩低毛利产品布局,将发展重心转向中大

尺寸机型。一线品牌凭借规模与成本优势,重点布局Mini LED、大尺寸等高端产品;其他品牌则逐步从小尺寸机型转向FHD分辨率中大尺寸机型,以缓解成本上涨带来的经营压力。

其中,Mini LED电视有望成为今年品牌提升产品价值、增强盈利能力的核心品类。TrendForce集邦咨询预计,2026年全球Mini LED电视出货量达2490万台,同比增长87%,渗透率达12.8%。随着产品线持续扩容,Mini LED产品正从高端市场逐步向中端市场渗透。

从企业表现来看,TCL电子控股有限公司(以下简称“TCL电子”)公告显示,2026年第一季度,TCL Mini LED电视出货量保持高速增长,全球出货量同比增长102.1%,出货占比升至15.4%;海外市场表现更为亮眼,Mini LED电视出货量同比增长178.3%,占比同比提升8.2

个百分点至14.2%。

TCL电子在公告中表示,大尺寸电视与Mini LED电视出货占比持续提升,进一步优化了海外市场产品结构,带动海外大尺寸显示业务毛利率同步提升3.7个百分点至16.6%。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员江瀚对《证券日报》记者表示,当前电视行业已进入存量乃至减量博弈阶段,总量放缓并不代表行业衰退,而是产业深度价值重构。超大尺寸、Mini LED等高端细分赛道将持续结构性增长,行业盈利模式正从规模驱动加速向利润驱动转型。

杨柳认为,具备供应链与技术优势的品牌,2026年有望借助行业调整期巩固市场份额。品牌唯有优化库存管理、兼顾产品升级与降本增效,平衡好定价与规模,才能在存储周期波动中稳住基本盘,把握结构性机遇。

头部住房租赁企业规模扩张速度放缓

本报记者 陈潇

5月21日,中指研究院发布的最新数据显示,截至2026年4月末,全国管理规模TOP30长租企业管理房源量与去年年末基本持平,头部住房租赁企业规模扩张速度放缓。

从企业结构来看,房企系长租企业目前仍占据主导地位,规模占比约45%;与此同时,地方国企系企业扩张速度正在加快,规模占比已接近30%,逐渐成为推动行业整体规模保持稳定的重要力量。

运营商主动优化存量项目

行业规模扩张放缓背后,与当前租赁市场整体仍处于调整期相关。中指研究院数据显示,全国50城住宅租金持续小幅下调,2026年

前4个月,50城住宅平均租金累计下跌0.52%。

中指研究院研究主管程威向《证券日报》记者表示,短期来看,随着季节性因素减弱,住房租赁市场仍将延续“整体承压、分化加剧”格局。

租金承压之下,过去几年广泛采用的“包租模式”也开始面临挑战。所谓“包租模式”,即企业通过向业主长期租赁房源,再统一改造、运营后出租赚取差价。随着市场进入调整周期,部分项目收益空间被明显压缩。

“当前行业最大的变化之一,就是部分房企开始主动优化存量项目,部分低效项目退出明显增多。”程威表示,随着“包租模式”逐渐失效,未来真正能够支撑企业盈利的,将是精细化运营能力以及增值服务

带来的收入提升。

多家头部长租公寓企业在持续调整发展策略。例如,万科泊寓近年来持续强化轻资产输出能力,通过运营管理、品牌输出等方式降低资本占用。

与此同时,“租赁+”场景融合正成为行业新的竞争方向。

例如,招商蛇口旗下招商伊敦公寓在优化基础服务的基础上,围绕住户高频、刚需的生活场景,持续推出精细化、品牌化的自有增值服务,探索多元收入来源。

“不少租赁企业开始将长租公寓与社区商业、健身社交、智慧物业等服务结合,提升租户黏性和非租金收入占比。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示,未来长租行业的核心竞争力,正逐渐从“获取房源”转

向“运营客户”。

行业投资逻辑生变

值得关注的是,住房租赁行业的投资逻辑也正在发生变化。中指研究院数据显示,截至2026年4月份,全国50城租金房价比均值达到2.27%,租售比持续提升。

与此同时,REITs(不动产投资信托基金)退出渠道持续完善,也进一步增强了市场信心。中指研究院数据显示,截至2026年5月20日,我国已发行9只保租房公募REITs,其中华夏北京保障房REIT、华夏基金华润有巢REIT等均已发行,保租房REITs逐渐进入常态化发行阶段。

严跃进表示,过去,市场对于长租公寓更多是“重投入、慢回报”的

认知,但随着REITs公募常态化以及保障性租赁住房体系逐渐完善,住房租赁行业正在形成更清晰的“投融资管退”闭环,长线机构化资本的参与积极性明显增强。

政策层面也在进一步推动行业由“增量扩张”向“规范提质”转型。不少地区持续出台政策,鼓励收购存量商品房用作保障房,推动闲置商业办公、非居住房屋改建租赁住房,同时明确提出“培育市场化专业化租赁企业”,为长租企业提供制度红利与发展空间。

严跃进表示,未来,具备品牌、运营和资产管理能力的专业化长租企业,有望迎来更大发展空间。

程威表示,在品质化需求驱动下,我国住房租赁市场整体化的机构化率及头部长租企业规模均具备巨大的增长潜力。