

创新“气候贷”赋能低空经济



□勾明扬

低空经济“看天吃饭”的难题有了新解法。近日,在中国人民银行广东省分行、广东省气象局的指导下,中国人民银行东莞市分行联合东莞市气象局,推动东莞农商银行成功发放全国首笔“低空经济气候贷”,支持低空经济企业强化气象风险防控。当200万元贷款顺利发放到中科云通(东莞)科技有限公司时,这笔资金也映射出金融支持低空经济高质量发展的新路径。

作为战略性新兴产业,低空经济是培育新质生产力、构建现代化产业体系的重要方向。从无人机物流穿梭于城市街巷到空中游览带火乡村旅游,再到应急救援守护人民生命财产安全,这片“低空蓝海”正释放出巨大的经济活力。然而,低空经济运行对气象条件高度敏感,台风、暴雨、大风、雷电等极端天气,都会直接影响飞行安全。运营调度与设备安全,气象风险已成为制约产业稳健发展的关键因素。

对于像中科云通这种提供低空物联网、飞行决策、飞行路径规划等服务的企业来

说,高精度的低空气象数据就是企业的生命线。但受限于资金规模,许多企业在气象监测设施建设、应急响应体系完善等方面常感到有心无力,这种发展困境不仅制约单个企业的成长,更拖累了整个低空经济产业的前进步伐。

正是在这样的背景下,“低空经济气候贷”的创新显得尤为关键。它没有走传统信贷看抵押物、看财务报表的老路,而是创造性地将气象服务与金融赋能深度融合,构建了一套全新的信用评价体系。银行围绕气象灾害风险等级、事前风险评估机制、事中气象灾害防御能力、事后风险转移及损失补偿能力等方面进行气候韧性的评估,基于评估结果给予企业差异化的金融支持,并将贷款额度、利率与气候韧性直接挂钩。这种“气象表现越好、融资支持越优”的良性循环不仅解决了企业的融资难题,更引导企业主动加大气象风险防控投入。

“低空经济气候贷”的意义远不止一个金融产品的创新。它实现了从“看资产”到“看能力”的转变,推动了气象数据、气候韧性水平这些曾经难以量化的软实力转化为可授信的信用资产,为轻资产、高科技的新

兴企业融资开辟了新路径。它实现了从“单一服务”到“闭环赋能”的转变,构建了“风险评估—金融赋能—能力提升”的完整生态,银行不再是简单的资金提供者,而是成为企业发展的合作伙伴。它更实现了从“部门分割”到“协同共治”的转变,央行与气象部门的深度合作打破了信息壁垒,为跨部门协同服务实体经济提供了可复制、可推广的经验。

当前,我国正处于经济转型升级的关键时期,金融创新不能停留在简单的产品层面,而是要深入产业肌理,精准对接产业痛点,与产业同频共振。“低空经济气候贷”虽然只是一个小小的创新,但它打开了一扇大门。未来,这种“气象+金融”的模式有望推广到更多对气象条件敏感的领域。在这一过程中,金融机构需要进一步完善气候韧性评估标准,让评价体系更加科学、公正;需要不断创新金融产品和服务模式,探索覆盖企业全生命周期的气象金融综合服务体系;需要加强部门协同,打破更多信息壁垒,构建更加完善的产业生态。这样才能让气象“变量”真正助力企业融资,转化为产业发展的“增量”。

热议

“NPC经济”该走向何方

□赵志疆

刚刚过去的五一假期,想必很多游客在景区从“看景的人”变成了“人戏的人”。从汉服书生、古风侠客到非遗匠人、神话角色,各类NPC穿梭于景区街巷,成为游客热情互动的“文旅新地标”。与此同时,部分景区NPC因低俗互动、过度炒作等而引发负面舆情。“NPC经济”,该走向何方?

实际上,景区NPC的火爆绝非偶然的营销噱头,而是体验经济浪潮下,文旅产业转型的必然趋势。

回望国内文旅市场发展历程,大致可分三个阶段:1.0时代拼的是景区资源,2.0时代拼的是服务质量,3.0时代拼的是情感互动与沉浸式体验。创意制胜的文旅时代,景区NPC打破了“走马观花、拍照打卡”的传统模式,他们用角色扮演搭建起景区与游客的情感连接,让静态景观“活起来”,让历史文化

“动起来”。“NPC经济”的兴起,既创造了文旅新业态、就业新形态,又开拓了消费新场景,为文旅产业高质量发展注入新活力。

值得一提的是,作为公开表演与文旅服务的结合体,各类NPC既是景区员工,也是网络时代的内容传播者,一言一行都展示着景区形象、承载着价值导向。

西安“长安十二时辰”的唐风NPC、开封清明上河园的宋代市井角色、隋唐洛阳城的古风雅士,在他们的穿针引线下,景区成为可互动、可触摸、可共情的文化体验空间,博得线上线下口碑。相比之下,某些景区NPC衣饰浮夸、举止轻佻、互动低俗,如清泉濯足、花下晒裤般大煞风景,“游客自愿,图个乐不必较真”的托词更像遮羞布,反而暴露景区运营内容创新能力不足与导向走偏。

真正好的景区NPC,应该把游客带进故事,而不是带进“擦边”的尴尬与冒犯。鼓励创新不等于纵容低俗,拥抱流量更要坚守底线,规范发展才是长久之道。

文旅产业是一篇关于“人”的文章,抓住心,才能留住人。“NPC经济”的生命力,从来不在颜值与猎奇上,而在文化根脉。

每个景区都是一个文化综合体,自然景观与人文历史交织在一起,构成了景区的气质和灵魂。真正出圈出彩的NPC,都是深耕在地文化、紧贴景区内核:开封NPC还原北宋市井,让千年古韵可感可知;西安NPC演绎盛唐风华,让历史文脉触手可及。将传统文化与现代创意融合在一起,以文化场景赋能景区内涵,把本土故事、历史底蕴、人文特色融入NPC角色设计,拒绝千篇一律的模仿和跟风,自然能锻造品牌、彰显品位,让“NPC经济”有灵魂、有特色、有生命力。

“NPC经济”的兴起,是时代需求,更是发展契机。守住文化根基,把好价值导向、做好规范引导,让每一个NPC都成为文化使者,每一次互动都传递文明温度,才能让爆红变长红、流量变留量,以文化软实力为文旅产业高质量发展提供硬支撑。

观察

银行业AI化下半场:三道必答题待解

□李颖超

2026年银行业站在一个“人机共生”的新起点。

从建设银行的“数字员工”、工商银行的“领航AI+”,到浦发银行的“大模型矩阵”,以及华夏银行对智能体风险的审慎探讨,银行高管的表述透露出一个明确信号:银行业告别了依赖网点、人力扩张的粗放发展模式,通过AI技术全面改造全链条业务运转模式。

当技术红利逐步取代制度与人口红利时,银行业的行业竞争逻辑正迎来重构。放眼行业发展,银行智能化转型仍面临三项关键挑战。

从单点实验到系统重构

当前,大多数银行的AI应用仍以“单点实验”为主——这里推出一个智能客服,那里部署一个风控模型。碎片化、烟囱式的发展模式,正在成为AI释放更大价值的掣肘。

“AI原生思维”值得深思。所谓AI原生,不是简单地在现有流程上叠加AI工具,而是从第一天起就以AI的视角重新设计业务流程、组织架构和考核机制。

这需要银行具备系统性的顶层设计能

力。一位银行业资深观察人士指出:“AI不是‘插件’,不能即插即用。要让AI真正发挥作用,银行需要重构数据底座、打通部门壁垒、建立全新的评价体系——这是一项系统工程,而非技术采购。”

从行业趋势看,银行正在从项目思维转向平台思维,将AI能力作为基础设施来建设,而非作为一个个孤立项目来管理。谁先完成从单点应用到系统重构的跨越,谁就有希望在下一阶段竞争中占据先机。

从技术引入到组织适配

技术可以在一夜之间引进,但组织的适应需要时间。

当人工智能体可以同时处理多条线的业务时,传统的条线式组织架构是否还有存在的必要?这不仅是技术问题,更是组织问题、文化问题、利益分配问题。

一家大型银行的中层管理者曾坦言:“我们并不排斥AI,但最大的困惑是:现有的KPI考核体系如何与AI协作能力挂钩?员工的职业发展路径会发生怎样的变化?”这些现实问题,恰恰是AI落地过程中最容易被忽视的。

先理解,再拥抱;先试点,再推广——这是不少银行目前正在践行的稳健路径。银行需要回答的不仅是技术问题,更是组

织问题:如何将AI使用能力纳入员工评估体系?如何设立“AI+业务”复合型岗位?如何打破部门壁垒实现协作创新?这些问题的答案,取决于组织变革的节奏——而节奏,往往决定着技术落地的深度。

从效率优先到价值共生

效率是AI最直观的贡献,但不应是唯一的目标。

“真正推动银行转型的,是人。”——这句来自外资银行高管的判断,值得反复品味。以人为主导,让AI承担重复性工作,释放员工从事更高层次的决策和服务工作,正成为行业共识。

如果只盯着“替代了多少人工”“节省了多少成本”,那么AI很容易被窄化为一个降本工具。但如果将AI视为能力倍增器,视角就会完全不同——它可以帮助客户经理更精准地理解客户需求,可以帮助风控人员更早地识别潜在风险,可以帮助产品经理更快地响应市场变化。

从单点实验到系统重构,考验的是战略定力。从技术引入到组织适配,考验的是管理智慧。从效率优先到价值共生,考验的是对金融本质的理解和对人的尊重。这三场攻坚战没有捷径可走,也没有标准答案,每家银行都需要在实践中摸索出适合自己的打法。

时评

A股总市值120万亿元背后的三重逻辑

□毛艺融

根据沪深北三大证券交易所官网数据,截至5月8日收盘,A股总市值达120.15万亿元。笔者认为,A股总市值达120万亿元背后,包含着三重核心逻辑的转变,A股市值版图正从传统周期股向科技成长股加速重构,新旧动能转换下新兴产业强势崛起,具备全球竞争力的科技产业链已成为市值长期稳定的基石。

A股市值版图正经历深刻重构。Wind资讯数据显示,截至5月8日收盘,年初至今,A股市值增长了12.24万亿元,其中,仅电子板块就贡献了约4.73万亿元的新增市值,占比约四成。若加上电力设备、通信等赛道,新兴产业几乎贡献了绝大部分增量。

昔日,以金融、能源为主导的“千亿元市值俱乐部”,如今正被以科技为代表的新兴产业加速重塑。120万亿元的总市值新高,并非缘于传统基建、地产等产业的拉动,而是新质生产力在资本市场的价值重估。

一方面,AI算力需求增长推动产业链

上市公司市值增长。例如,AI服务器龙头工业富联市值突破万亿元,光模块龙头中际旭创市值逼近万亿元,反映出全球算力需求爆发下,中国制造在AI硬件领域的卡位优势;另一方面,新能源与高端制造崛起。宁德时代、比亚迪等龙头企业凭借全球市场份额,确立了在动力电池和电动车领域的主导权;高端装备与半导体设备企业,受益于国产替代的加速。

中国已构筑起具备全球竞争力的科技产业链。以AI算力产业链为例,AI服务器、光模块、存储芯片、半导体设备等产业,已形成从硬件到底层设备的完整链条,既与全球科技周期同频共振,又凭借内部配套优势构筑起更强的市场韧性。与此同时,我国人工智能、量子计算、商业航天等产业有望催生新一轮市值增长极,A股的“科技权重”将持续提升。

A股总市值达120万亿元既是一个里程碑,又是中国资本市场从规模扩张迈向质量提升的新起点。未来,A股总市值的攀升并非科技资产的单点突破,而是结构性、系统性的全面跃升,A股市值增长结构有望形成“科技领航、多轮驱动”的共振格局。

观点

让先行赔付机制发挥最大功效



□熊锦秋

近日,清越科技收到证监会《行政处罚事先告知书》,因涉嫌欺诈发行、信息披露违法,证监会拟对公司及相关高管予以行政处罚;与此同时,清越科技收到上市保荐人、审计机构、公司实控人的通知,相关方拟共同出资设立先行赔付专项基金。笔者认为,先行赔付机制有利于保护投资者利益,未来它还可以进一步发挥更大功效。

为更好地落实先行赔付机制,最大化保护投资者权益,有三点建议可供参考:

一是规范先行赔付实施流程。要确保流程公开透明、操作规范有序。先行赔付主体在行政处罚决定书下发后,应第一时间披露赔偿方案,其中需明确获赔投资者资格、投资者损失等认定标准。先行赔付主体可委托投资者保护机构设立先行赔付专项基金,同时,投资者保护机构也应充当赔偿主体与受偿主体之间的沟通桥梁,可引入专家调解双方分歧,助力双方快速达成合理赔偿协议。

二是先行赔付后应强化向其他主体的追偿力度。先行赔付并非“责任兜底”,而是“先赔后追”,赔付方在赔偿投资者后,有权依法向其他连带责任人追偿。尽管《中华人民共和国证券法》规定可向发行人追偿,但由于发行人只是一个法律主体概念,而非具有主观意志和执行能力的主体,笔者认为发行人不应承担民事责任,建议法院等司法机关将所有赔偿责任量化到各相关责任主体,实控人作为造假主导者应承担主要赔偿责任,中介机构根据履职过错承担相应责任。通过司法支持等方式,保障追偿权利实现,让最终责任方付出相应代价,防止责任转嫁。

三是落实对中介机构先行赔付的激励。监管部门可进一步完善证券公司分类评价、执业声誉管理等配套机制,对主动开展先行赔付、有效减轻投资者损害的中介机构,相关处罚信息免于记入执业声誉信息库,在评价评分时按规定给予至多扣减1分等激励,形成“主动担责—减轻惩戒—声誉修复”的良性循环,激发中介机构主动担责、积极参与先行赔付,维护市场平稳有序发展。

“八家车企被约谈”中的假信息与真问题



□周春娟

近日,一则“8家车企因锁电问题被约谈”的谣言广泛传播,在整个新能源汽车行业引发轩然大波。随着8家被点名车企集体辟谣,以及监管部门的明确否认,这则谣言被证实是由AI大模型主导的一场闹剧。

复盘这起事件,其发展遵循着典型的AI大模型造谣与传播路径:营销号发布不实信息、AI大模型“脑补”名单、平台与算法放大传播,在官方信息缺失的情况下,虚假信息越传越广。当前,随着生成式AI日益普及,一些不法分子利用大模型的“AI幻觉”缺陷,低成本炮制谣言。这场风波再次给社会敲响警钟:亟须从技术源头到传播终端全链条发力,加强对AI生成内容的规范与约束。

然而,将“锅”全部甩给AI和大模型,则未免过于轻巧。这则谣言之所以能迅速发酵,在于其切中了新能源汽车行业的真问题。近年来,部分新能源汽车用户关于OTA升级后续航缩短、充电变慢等问题的投诉增加。事件虽是假的,但造谣者正是利用了行业真实存在的乱象,精准踩中“锁电问题”的情绪引爆点,才成功实现了流量收割。

抛开“锁电问题”,更应引起思考的是,新能源汽车行业为何如此“招黑”?作为中国制造业弯道超车的名片,新能源汽车行业狂飙猛进,却也在发展过程中埋下了一些隐患。尤其是近年来,行业陷入“内卷式”竞争,价格战愈演愈烈,透支着消费者的信任。同时,部分车企还将“黑公关”作为竞争手段,雇佣“水军”拉踩同行、抹黑友商,也加深了消费者的负面印象。

AI造谣的确需要规范和约束,但车企更应透过这起假事件直面行业真问题、正视民众真呼声。新能源汽车产业的“招黑”困境,是一场成长阵痛,也应在成长中解决:以过硬品质赢取用户信任,用诚信经营守护品牌口碑。