

城市金融报



西康高铁启动试运行

近日,西康高铁正式进入试运行阶段。西安至安康高速铁路是国家中长期铁路网规划“八纵八横”高铁通道中包(银)海通道、京昆通道的重要组成部分,新建正线全长约171公里,设计时速350公里,设西安东、牛背梁、柞水西、镇安西、桐木、安康西6个车站。西康高铁建成通车后,西安至安康的铁路运行时间将由目前的3小时左右缩短至1小时以内。图为担当西康高铁首趟运行试验任务的55501次动车组列车从西安东站驶出。

新华社供图

AI大模型启动变现背后

金头条

工行青海分行协办

本报综合报道 近日,“豆包推荐的酒店要收佣金了”的消息话题引发网友热议。据了解,自8月10日起,豆包对经其入口跳转至抖音来客成交的酒店订单,抽取12%的渠道服务费,这是字节跳动首次为AI对话流量单独定价。

豆包酒店订单“抽佣”12%

过去,用户搜索后还需要去其他OTA(在线旅游)平台预订,如今只要在豆包点击酒店名称,页面就直接跳转至抖音App内的预订界面,无需二次搜索或重选房型,即可完成支付。从提问到下单,交易全程在豆包与抖音的生态内闭环。

这一变化,让豆包彻底告别了单纯的“聊天机器人”身份。用户在对话框里说一句“帮我找家酒店”,AI给出答案,用户点进去下单,平台随即抽取服务费。从AI问答到酒店预订的商业闭环,已然成形。

据了解,此次调整并非临时起意,而是源于抖音生活服务学习中心7月底发布的《2026年抖音生活服务平台特定渠道软件服务费政策说明》(以下简称《说明》)。根据规定,软件服务费以“用户实付金额÷除商家以外其他主体提供的补贴金额(如平台通用券)”为基数,并根据商家类型、商品类目及特定成交渠道实行差异化费率。

《说明》明确将“豆包”列为“特定渠道”,并指出是否属于特定渠道订单,以订单结算单展示为准。尤为关键的是,针对“豆包”这一特定渠道的酒店订单,平台已执行独立费率:软件服务费率11.4%,另加0.6%支付手续费,综合费率12%。

对通过豆包转化的商单抽佣是字节跳动首次为AI对话流量单独定价。网经社电子商务研究中心特约研究员郭涛认为,从市场对标维度来看,该费率处于行业中等区间,低于传统OTA综合成本,高于抖音站内自然流量渠道抽成标准,本质是为AI更高的需求匹配效率赋予流量溢价。

调查发现,此次费率调整在酒店、民宿业引发连锁反应。

一家人驻抖音的重庆南山民宿经营者表示,“还没搞懂豆包这个渠道能带多少订单。如

果只是把原抖音客人分流过去多收4个点,我不愿意;真能带来新客,12%也不是不行。”

该经营者算了一笔账:一间房一晚500元,OTA抽15%是75元,豆包抽12%是60元,账面少15元。但OTA那75元里包含搜索排名、流量扶持、会员体系、客服售后等服务;豆包这60元目前买的只是“AI推荐+跳转成交”的纯通道,能带来多大的增量,现在还说不清楚。“关键看增量!”上述经营者称,是把抖音池子里的单子从左口袋挪到右口袋再多收4点,还是吃到“先问AI再决定去哪”的新客,差别巨大。

商家的疑虑指向增量的不确定性,消费者的观望则源于信任的建立尚需时日。市民陈先生表示,他习惯用豆包查攻略、问路线,但订酒店仍首选携程或美团。“AI推荐的看着不错,但我得自己翻翻评价和价格,万一只是广告呢?”这种对“算法黑箱”的警惕,在社交平台上屡见不鲜。更有网友直言:“一旦开始收钱,就很难有客观评价了。”

为AI流量确立定价锚点

据了解,豆包之外,阿里旗下千问也同步启动商业化。8月10日晚,千问App面向专业用户推出付费方案。C端业务直接对标豆包付费版本,千问办公助理会员也分三档。基础功能仍免费。AI视频生成功能则单独按量计费,提供5档额度充值服务。B端业务方面,阿里旗下企业级智能体办公平台千问办公开启公测,这是阿里首次为企业级智能体办公产品建立公开商业化路径。

同时,8月10日,千问开放平台上线,面向生态伙伴和开发者开放手机、PC和AI眼镜三类终端的服务接入。首批伙伴覆盖物流运输、房产居住、本地生活、理财、汽车等领域。通过开放平台,第三方可创建AI智能体,以独立对话空间形态在千问App上为用户提供从咨询、推荐到履约的服务。

豆包抽佣、千问收费,两大AI助手几乎在同一天按下商业化加速键,这绝非巧合。大模型运行背后高昂的成本压力已成为行业共识。当缺少固定且成规模的商业化进账时,每一笔模型操作——包括聊天机器人对话与AI编程操作,都是高昂的成本消耗。

6月,QuestMobile(北京贵士信息科技有限公司)发布的数据显示,豆包月活攀升至3.82亿,同比增长172.1%,断层领跑整个AI应用行业。截至6月,豆包大模型日均token(词元)调用量已经突破180万份。

用户规模越大,算力账单越沉重。据网经社AI台数据,豆包每天有超过2亿人使用,但每天收入不足百万元,主要来自电商佣金;每天消耗的算力成本高达数千万元。

网经社分析师认为,字节2026年的资本开支计划上调至2000亿元以上,约相当于其2025年利润的六成,这笔钱需要一个能向内部和外部解释的回款路径。此次调价的意义不在收入,而在价格本身。豆包需要一个定价锚点告诉资本市场与合作商家,AI流量值这个价。12%的费率既是字节的定价,也是整个AI助手行业商业化的参照坐标。

关注文旅行业的杭州宋韵数字科技总经理鲍泽林表示,酒店跑通后,该模式有较大概率向餐饮、文旅等品类复制。AI缩短用户决策链路,将重构本地生活流量分配格局。其他平台也会跟进探索AI变现,行业将迎来搜索浏览与AI对话双流量渠道并存的竞争新格局。

前景明朗,但挑战同样现实。AI推荐与交易抽佣绑定之后,首先要过的是用户信任这一关。

重庆工商大学应用经济系主任李然认为,传统平台通过搜索引擎提供海量结果,用户自主筛选;AI则将选项压缩至三五个甚至一个“最佳选择”,用户选择权被让渡。一旦推荐与抽成挂钩,用户必然追问:排序依据何在?未接入交易的商家能否获得同等机会?若平台无法确保算法透明,用户信任将大打折扣。

这种担忧并非空穴来风。《2026上半年中国AI旅游应用趋势洞察报告》显示,66.2%的用户在获得AI推荐信息后,仍会回到传统在线旅游平台进行验证;仅15.2%的用户对AI平台高度信任并直接完成购买。

信任之外,消费习惯更是一道更深的壁垒。李然表示,从消费端来看,大多数人订酒店的习惯是打开传统的OTA平台,比如携程、美团等。豆包想实现“问完就买”,但用户惯性是“问完再比”。每一次跳出豆包去比价,都意味着一笔潜在交易的流失。如何缩短从“对话”到“支付”的心理距离,是AI商业化必须攻克的壁垒。

豆包方面坦言,目前仍处于“非常早期的探索”阶段。12%的费率能否跑通,取决于AI推荐能否创造真实价值,以及用户习惯能否被重塑。

平台的谨慎不无道理。在李然看来,有一点已日渐清晰:AI助手免费提供一切的时代正在落幕。对于用户,未来的每一个AI答案里,可能不只有信息,还有商业;对于商家,新渠道的出现意味着新的账本要算。至于12%到底值不值,或许真要等“子弹再飞一会儿”。

今日评

工行嘉兴分行协办

婚姻登记引流出圈 银行拓客切勿本末倒置

□杨洁

近日,“银行能办结婚证了”这一话题冲上热搜。乍听之下,银行和结婚登记似乎是两个毫不相干的领域,一个与存款、贷款相关,一个则关乎人生大事。正是这种反差,让话题迅速引发热议。

拨开热搜的流量外衣,需要先厘清一个事实:严格来说,并不是银行取得了婚姻登记职能,而是民政公共服务进入了银行网点。银行仅提供办理场地,全部登记流程及业务细则等仍由民政部门负责,且目前仅有个别银行网点能办理该业务。

看似与金融无关的公共服务进入银行网点的背后,折射的是银行线下网点价值的重估、获客逻辑的重构,以及金融服务边界的重新划定。

首先,从“办业务”到“办服务”,数字金融时代银行线下网点价值正在重估。曾经,银行网点是城市最繁忙的公共服务空间之

一,取号、排队、办业务等,构成了几代人对银行的基本认知。但随着移动支付的普及,手机银行已覆盖大多数人的日常金融交易。近年来,随着线上渠道快速发展,大量银行线下网点被撤并调整,传统网点客流明显分流。

当部分交易功能被线上替代时,银行网点也慢慢承载起新的“连接”使命,即从“金融交易场所”升级为“社区生活服务枢纽”。在此背景下,将婚姻登记、社保办理、社区政务等公共服务引入银行网点,用高频、刚需的非金融服务,可以促进金融服务的触达。

其次,从争夺账户入口到争夺场景入口,银行获客方式正在改变,金融服务正从“交易驱动”向“场景驱动”“全生命周期经营”转型。对银行业而言,过去的逻辑是“得账户者得天下”,但单纯的开户并不能带来活跃的实质交易,为此,银行竞争的核心正从传统的账户开立向场景嵌入深度转移。近年来,养老金融、社区金融、文旅金融等不断兴起,本质上都指向同一个方向:银行正在尝试把金融

服务嵌入大众真实生活。

其中,婚姻登记就是一个颇具代表性的场景,其背后往往连接住房、消费、保险、家庭财富管理乃至未来教育、养老等长期需求。银行将婚姻登记引入网点,表面上是提供便民服务,深层逻辑是在关键节点上提前布局,进而将金融服务嵌入客户“全生命周期”。

最后,需注意的是,公共政务与金融场景的深度融合,确实能获得相应的流量与关注度,但银行也要守好数据、营销和责任边界。一方面,婚姻登记涉及大量敏感个人信息,银行在提供便利的同时,必须严守数据安全底线。另一方面,登记与办卡开户、存款、理财之间必须充分保障客户的自主选择权,金融营销不能成为享受公共服务的附加条件。

归根结底,热度之下更需冷静思考:场景并不等于流量,流量更不等于金融能力,婚姻登记可以是一扇门,但银行最终要留下客户,靠的仍然是金融本身。未来,银行真正需要争夺的是产品的竞争力、服务的专业性、数字化的便捷度与风控的稳健性。

财发布

两部门印发安全应急装备产业发展“十五五”规划

近日,工业和信息化部、应急管理部联合印发《安全应急装备产业发展“十五五”规划》(以下简称《规划》),提出到2030年,安全应急装备产业规模、技术水平、产品质量、应用深度和广度显著提升。重点领域产业规模达到1.4万亿元。建设10个竞争力强的安全应急装备产业集群,70个安全应急装备产业特色园区。形成一批国际竞争力强的龙头企业,培育一批专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

数据显示,2025年我国安全应急装备产业重点领域产业规模突破1万亿元,形成了覆盖安全防范、应急处置和安全应急服务的产业体系。中国信息通信研究院副院长敖立认为,“十五五”时期,我国安全应急装备产业正经历深刻转型。一方面,公共安全治理模式加速向事前预防转型,驱动装备需求从灾后救援向全链条延伸;另一方面,人工智能、具身智能等新兴技术深度渗透,推动装备向智能化、自主化快速迭代。《规划》紧扣新阶段发展要求,科学谋划了产业发展路径,形成覆盖全环节的系统性部署。

具体而言,《规划》聚焦产业发展关键环节,从加强产业创新、促进装备推广应用、培育壮大产业主体、优化产业生态4个方面,细化提出15项具体任务,部署5个专栏。

《规划》将“加强产业创新”摆在首位,专门提出“关键共性技术攻关方向”和“新兴技术融合创新重点方向”专栏,明确提出促进人工智能、具身智能、脑机接口、卫星遥感等新兴技术赋能安全应急装备。

在促进装备推广应用方面,《规划》面向重点行业领域安全生产和防灾减灾救灾等需求,提出提升装备实战效能,加强先进适用装备推广应用,加大家庭社区安全应急产品普及。《规划》设置“重点推广领域和产品”专栏,包含工业制造、应急通信、城乡消防、交通、家庭社区安全应急等12个方向。

“在重点推广领域和产品的12个方向中,家庭社区安全应急产品和城乡消防领域空间市场潜力最大。”中国安全产业协会副理事长高宏认为,我国有4.9亿户家庭,但家庭安全应急产品配备不足5%,一旦打开家庭消费市场,潜力难以估量。《规划》提出,加大家庭应急包推广、鼓励各级工会采购配备、建设沉浸式应急体验中心等举措,为激活家庭应急消费市场提供有力支撑。

此外,《规划》还提出培育壮大产业主体,强化企业创新主体地位,梯度培育优质企业,加快企业数智化转型,因地制宜推动产业集聚发展。优化产业生态,加快标准体系建设,深化产品质量品牌建设,推动先进制造业与现代服务业深度融合发展,优化财税金融等政策支持,强化产业人才引进,深化产业高水平开放和交流合作。

展望“十五五”,高宏认为,产业发展的方向是从“有产品”走向“成体系”。过去更多是单个装备技术的突破,未来五年将看到装备验证、标准建设、场景培育、应用推广等配套方面的协同发展。各方应以《规划》实施为契机,推动各项重点任务部署落地见效,稳步提升安全应急装备的供给质量与产业现代化水平。

记者 宋菲菲

微博汇

工行新疆分行协办

张雪机车获红杉中国独家投资

@同花顺财经 近日,张雪机车宣布获得红杉中国的1.5亿元独家投资。根据天眼查和公开信息,张雪机车此前获得过两轮机构融资,分别是2024年获得高信资本天使轮融资,以及2026年1月浙创投通过两只基金完成对该公司的A轮融资,投资总额9000万元。据悉,此次红杉中国的加入,将结合机构自身在企业治理、人才网络、产业生态和全球资源方面的经验,为张雪机车的长期发展提供支持,后者也将继续聚焦发动机、整车、产品研发和赛事验证。红杉中国内部人士表示,真正打动红杉中国的是张雪对产品近乎执着的追求,那份对机车和赛车的长期热爱,让张雪既懂用户,也愿意为产品长期投入。“红杉愿意与这样的创业者长期同行,一起挑战世界级的产品和世界级的赛场”。

鸿蒙版支付宝升级上线

@新浪财经 近日,鸿蒙版支付宝迎来重磅升级,其AI端助手“阿宝”正式开启公测。鸿蒙用户只需在华为应用市场更新支付宝App后,在首页右划或点击左下角按钮,即可进入体验“阿宝”。至此,“阿宝”正式实现iOS、Android、HarmonyOS三大主流操作系统场景的全面覆盖。此次鸿蒙版支付宝升级后,鸿蒙用户也可以一句话调用支付宝的千种服务,轻松完成查询、办理、领券、购物、规划等各类日常事务,覆盖居家清洁、交通出行、优惠采购、政务证件、钱包账单、陪伴互动等丰富生活场景。过去用户需要层层点击才能找到的功能入口,如今只需开口说一句话。目前,HarmonyOS 6终端设备数已突破7000万,且仍保持高速增长势头。

日企推出人体专用冰箱

@环球时报 夏日炎炎,日本一家企业推出了一款可以让人进入其中躲避炎热的“人体冰箱”。该设备外观类似街头常见的冷藏自动售货机,高2029mm、宽931mm,自重293kg,底部配备万向滚轮,无需固定安装,可在室内外灵活转移部署。设备内部温度保持在约15℃,当人进入并坐下后,会从头部、颈部和肩部等位置吹出约5℃的冷风,人体可在几分钟之内降温。该设备设有三档风量可调,还配备20分钟自动断电保护机制,避免长时间低温引发身体不适,整机功耗仅约普通立式空调的一半。这款产品主打B端商用市场,核心面向建筑工地、物流园区、工厂车间等高温作业场景,也可部署在公共区域作为应急降温站点。

