

【头条评论】

# “出海”金融服务激活企业国际竞争力

陈涛

伴随着近年来全球产业链的深度调整,我国企业凭借持续巩固发展的科技创新实力和制造业生产能力,积极运用拓展外需、投资建厂、跨境投融资、加强技术合作等“出海”方式,深度参与国际市场竞争的意愿在显著增强。这也对专业化和国际化的“出海金融服务”提出了更高的要求。

目前看,企业“出海”已经成为我国外向型经济高质量发展的新亮点。一是外需韧性显著增强。2025年,即使面临国际贸易保护主义抬头,以及美国“对等关税”的巨大冲击,我国货物出口交出了亮眼成绩单,全年出口增长6.1%,保持高韧性。特别是2026年1—2月,我国以美元计价的出口同比增长21.8%,远远超过市场预期。二是产业链竞争力提升。虽然近年来我国关键产业链也面临外部关税、禁令等贸易保护措施干扰,但始终保持充足韧性。这

主要是因为我国拥有巨大资源禀赋优势,全球最完整、规模最大的工业体系,以及强大的生产能力、完善的配套能力。同时我国致力于国家高水平科技自立自强,使得产业链的国际竞争力优势持续得到巩固。三是中国经济影响力在扩大。无论是中国经济体量、进出口贸易规模在全球中的份额,还是在高科技前沿领域的实力拓展和创新引领,中国的影响力在与日俱增。目前,各国都普遍欢迎中国企业去当地投资,都有强烈意愿加强与中国在经贸和科技层面的往来与合作。

我国企业深度参与国际市场竞争,正在引燃巨大的“出海”金融服务需求。据国家外汇管理局公布数据,2025年我国银行累计结汇18.52万亿元人民币,累计售汇17.13万亿元人民币;中国外汇市场累计成交304.57万亿元人民币(等值42.64万亿美元),这些情况表明,我国企业“出海”金融服务的市场潜力十分巨大,需要国内金

融机构深耕。一是加强综合跨境金融服务。目前,国内企业“出海”的金融服务需求,已经不限于过去常见的进出口贸易结算和融资,现阶段对资金的跨国调拨和管理、融资成本的国际比较和汇率风险管理都有较高的需求,客观上需要商业银行以客户为中心整合业务条线,提供包括但不限于账户开立、经常账户交易、跨境投融资、本外币资金池、汇率风险管理等综合性的跨境金融服务。二是提升跨境金融业务能力。企业“出海”势必要面临复杂的东道国金融政策环境,需要国内金融机构加强网点专业服务团队能力建设,能够做到结合我国政策法规和东道国监管要求,提供适合企业实际业务需求的综合跨境金融服务方案。三是构建跨境金融风险防控体系。企业“出海”也面临极为复杂的经营环境,需要将风险防控始终放在首位。这需要国内金融机构积极构建有效的跨境金融风险防控体系,一方面是能够给企业提

供风险可控的、专业化的综合跨境金融服务方案;另一方面是能够实时监测企业的跨境资金流动,及时发现并阻止涉诈、违规的跨境资金流动,着力防范异常跨境资本流动冲击。

我国企业“出海”有其历史必然性,但也绝非每个企业“出海”都是一帆风顺的。实际上,企业“出海”可能会遭遇种种“水土不服”,而且还会面临复杂风险挑战,甚至也不乏“出海”失败的惨痛案例。但不管怎样,“出海”金融服务有十分厚实的现实基础,也是我国金融业务新的增长点,目前看也没有国内金融竞争那么“卷”。特别是“出海”与具体国家相联系,相对于企业“出海”个案行为,资金层面的流动总是高度敏感的,因而金融机构可以利用专业优势,发现与东道国跨境经贸往来中的风险点和注意事项,在企业“出海”过程中,不仅提供跨境金融服务,而且也可以提供东道国政经咨询服务,为企业顺利“出海”保驾护航。

【风口论道】

# 警惕“龙虾”重走元宇宙的老路

陈霞昌

从元宇宙到NFT,再到区块链,关于前沿科技领域的概念层出不穷,而最新一个是AI智能体“龙虾”。不到一个月,这只“龙虾”就从技术宅里破圈,并引发全民热议、资本追捧、市场跟风,甚至衍生出付费代装、培训割韭菜、资本市场概念股炒作等一系列乱象。热度之下,从业者和投资者都有必要保持清醒:警惕“龙虾”重走元宇宙的老路,莫让技术创新沦为资本与流量的狂欢。

回望前几年的元宇宙热潮,其发展轨迹堪称一部典型的概念泡沫史。彼时,元宇宙被包装为下一代互联网的终极形态,宏大叙事铺天盖地,虚拟地块、NFT等投机产物层出不穷,AR/VR等硬件眼花缭乱,资本蜂拥而至,企业扎堆布局,仿佛错过元宇宙就错过一个时代。知名社交媒体Facebook甚至直接将公司名称改成元宇宙Meta,并在数年时间投资了超过600亿美元。

可当热潮褪去,硬件瓶颈难以突破、应用场景严重匮乏,商业模式无从落地,曾经的风口迅速冷却,留下无数烂尾项目与被套投资者。而Meta也在今年初大幅裁员和降低相关业务预算,间接宣布了逃离赛道。所谓的颠覆性革命,最终沦为了一场浮躁的闹剧。

如今的“龙虾”热潮,总给人一种熟悉的味道。作为一款开源AI工具,“龙虾”本是技术爱好者探索的小众产品,有其试验价值,却远未达到颠覆行业、替代人力的成熟阶段。可是在流量与资本的助推下,有人夸大智能效用、淡化技术门槛,制造“人人皆需、不学即落后”的焦虑。市场迅速滋生投机乱象,高价代部署、付费培训、商标抢注、概念股异动轮番上演,真正深耕技术、打磨场景者寥寥,多数人只想借风口赚快钱。就像元宇宙脱离大众刚需一样,多数普通人追捧“龙虾”并非有实际需求,只是跟风追逐所谓红利。

元宇宙的泡沫早已证明,没有真实需求支撑的热度,都是空中楼阁;没有落地价值支撑的概念,终将归于虚无。“龙虾”与元宇宙虽赛道不同,却有着相同的“病灶”:技术成熟度与市场预期严重错配,小众工具被强行包装成全民风口,产业布局浮躁冒进,投机氛围压倒实干精神。

技术创新值得鼓励,新兴概念理应包容,但绝不能纵容炒作绑架创新。面对“龙虾”热潮,市场主体需回归理性,褪去虚火,正视技术的局限性与应用风险,聚焦安全、稳定、实用等核心问题,深耕真实应用场景;普通大众更应擦亮双眼,远离各类付费收割、投机跟风的套路,不被焦虑裹挟,不做击鼓传花的接盘者;行业与政策层面也应引导务实发展,避免盲目跟风布局,防止资源浪费,让技术回归服务现实的本质。

元宇宙的教训犹在眼前,“龙虾”的热潮仍在持续。但只有敬畏技术规律、坚守务实导向,拒绝概念炒作与投机狂欢,才能让新兴技术真正创造价值,而不是从万众追捧走向一地狼藉,重蹈泡沫破灭的覆辙。

【商道论衡】

# 企业设健康减重奖 这笔投资值得

赵宁

近日,海天塑机集团有限公司举办了第一期健康减重表彰大会。企业不仅给减重成功的员工发放现金奖励,还赠送了踏步机、跳绳垫、健身垫等物品。这项名为健康减重的活动,用一种“无痛”、好坚持的方式帮助员工科学减重。活动于去年10月启动,第一期57个名额“秒光”,为期3个月,参与的57名员工累计减重233.3公斤。

职场健康不是个人私事,而是关乎工作效率、生产安全的公共议题。在快节奏的生产生活中,久坐办公、作息不规律、缺乏运动成为不少职场人的常态,超重、亚健康、慢性疾病年轻化等现象日益凸显。长期透支健康,不仅降低个人工作状态,增加患病风险,还会导致企业的病假率上升、人力成本增加、团队凝聚力减弱。

员工健康是企业基础的生产力。守护员工健康,就是守护企业的根基,投资员工健康,就是投资企业未来。推行“无痛”科学减重,贴合职场人的实际需求,更具可持续性。

以人为本的活动设计,尊重个体差异,兼顾实用性与普惠性,让健康管理不是遥不可及的目标,而是融入日常的生活方式。从活动成效看,减重需要员工自律意识的觉醒,需要健康生活理念落地,也离不开企业的暖心引导、积极鼓励。企业以真金白银的投入,肯定员工的付出,有利于他们形成并坚守健康生活方式。

企业关心员工健康,是一种双赢的长期投资,可以实现员工成长与企业发展的双向奔赴。对员工而言,健康的体魄是安身立命的根本,是享受生活、拼搏事业的基础。企业搭建健康管理平台、提供科学指导与激励保障,能帮助员工摆脱亚健康困扰,以更饱满的精神、更强健的体魄投入工作与生活。对企业来说,员工身体素质提升,能有效降低健康管理成本,提高工作效率与生产质量,同时凝聚团队向心力,塑造良好企业文化。懂得关爱员工、重视健康的企业,更具凝聚力、竞争力与生命力,也更能吸引人才、留住人才、成就人才。

企业重视员工健康管理,也是响应“健康中国”战略、履行社会责任的具体体现。企业作为经济活动的重要主体,担负着守护员工健康、推动全民健康素养提升的重要责任。积极开展职工健康活动,完善健康保障体系,不仅能提升员工的健康水平,还能以企业为支点,带动家庭、社会形成健康生活的良好风尚,助力全民健康。

当然,员工健康管理是一项长期工程。企业在推行健康关怀举措时,应坚守科学、适度、普惠的原则,以员工身心健康为出发点。同时,持续完善健康服务体系,从体重管理延伸到慢性病预防、心理疏导、健身配套等多个维度,构建常态化、全方位的健康保障机制,让健康关怀贯穿员工工作生活全过程。员工是企业最宝贵的财富。把员工安危冷暖放在心上,用心守护员工健康,用情凝聚团队力量,才能让企业更有活力、更有温度,实现员工与企业同心同行、共同成长。

【世相百态】

# 从“猪脚饭”看“城市留人密码”

李宇嘉

近日,“百万英才汇南粤”的春季招聘会开幕式上,去年通过该招聘会进入深圳腾讯工作的中科大学士黄冠华的发言火了。谈到为何选择在深圳和大湾区工作时,他说因为这里“敢创新、有温度、好发展”。同时,他还强调,“作为北方人,我曾担心口味不适,但广东饮食融汇南北、口味多样,著名的猪脚饭,楼下一份20元,大碗美味,让奋斗格外踏实”。

这不仅仅是一个关于美食的故事,更是一个关于城市治理哲学、人才生态重构和宜居城市再认识的信号。猪脚饭源自粤东揭阳,以隆江的猪脚饭最为出名,遍布广州、深圳的街头巷尾,特别是在老城区和城中村,称得上是广深的“市菜”。20元对很多白领来说,只是一杯咖啡的花费而已,猪脚饭不仅肉和饭的热量足,配菜也很丰富。对于体力和脑力消耗大的年轻人来说,不仅能快速补充体能,且营养还均衡。笔者揭阳的同事说,猪脚饭在揭阳比较少,更没有隆江猪脚饭的知名度,但其在深圳的热度一直很高。天眼查数据显示,截至2024年,深圳市猪脚饭企业达4384家,占全国的21.6%,10年以上的老店达456家。这说明深圳这座一线城市包容性,特别是对基层劳动者和年轻人的兜底能力不错。

这种“兜底”且不失体面的能力,说明了即便一线城市,在平抑物价、保障基础民生方面有着强大的供应链能力,折射的是城市的安全感、确定性。笔者20年前刚到广州时,也多次光顾过各个猪脚饭的

快餐店,从点餐到配餐、出餐,仅需1至2分钟。这得益于小店早晨7点就开始买菜、清理猪脚、熬制卤水,确保全天新鲜且高效的出餐。

这种“快节奏、非预制”中的温情补给,完美匹配深圳“时间就是金钱”的高强度模式,诠释了“高效率、低成本、有尊严”的城市生存诉求。同时,街边小店的业态,承载着人情味、散发着烟火气。一碗热气腾腾的卤子,一句热情的问候,迅速抚平工作上的疲惫,这是商业综合体里面的快餐所无法代替的,而广深的城中村、老旧小区,也是高楼大厦所无法替代的。

现在,选择宜居城市、就业城市,很多第三方机构给出的是诸如平均工资水平、三甲医院、地铁通车里程、绿化率、公园数量等。诚然,这些很重要,但现在大城市的扎根成本太高了,租房、交通、应酬、日常生活、子女教育等。而在经济转型期,年轻人一进入社会,就面临“卷”出天际的工作状态。扎根高成本撞上入职的低工资和高压力,这种焦虑可想而知。

由此,对各类人才来讲,多数在高速城市化期间长大,光鲜的城市外表、宏大的公共配套,一般都见过。他们经历高强度的学生生涯后进入社会,需要的是基本生活的保障厚度和微观体验的温度,更关注非标准化、触手可及的温情小店,这决定了他们的幸福感。如果城市主政者一味追求外表光鲜的楼宇经济,而取缔这些小店,也就切断了他们的“生命线”。

近一段时间,笔者也在参与很多城市的住房发展规划编制,其中的核心内容就



## 灰色直播“围猎”银发群体 急需重拳整治

诗曰

老年人成唐僧肉,灰色直播抛钩饵。  
小恩小惠做铺垫,神药兜售在后头。  
用计掏走养老钱,平台纵容亦堪羞!  
压实责任靠监管,联防联控莫松手。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

是,未来五年供应多少商品住房、商业配比是多少等。由这个案例,笔者想到,开门做规划,问需于民、问政于民,必须走进城中村、老旧小区、产业园区、大学宿舍,问问他们,新建的社区要预留多大比例给到配套空间,做平价餐饮、平价超市、社区食堂、夜市经济等便民服务。

“猪脚饭留人”的本质,就是从人性出

发,让城市用最低的成本,给奋斗者最大的尊严、最诚意的留人举措。政策制定要从“管理者视角”转向“用户视角”,对市民的内心呼声,主政者要听到、回应。谈到宜居城市,近年来强调温度,但也需要下沉,有更细的颗粒度,特别是“小而美”的民生考量,这才是一份带着泥土芬芳、冒着热气、装着百姓冷暖的规划。

【银行观察】

# 银行角逐少儿经济 金融教育不能缺课

李凤文

春节假期后,孩子的压岁钱如何科学规划与打理,成为万千家庭的热议话题,也点燃了银行业对未成年客群的布局热情。国有大行、股份制银行与地方中小银行纷纷入场,推出“压岁宝”“儿童定制存单”等专属产品,凭借低起存门槛、利率上浮、亲子共管等特色展开角逐,让少儿经济成为银行业零售业务的新蓝海。

少儿客群背后的压岁钱资金,具备沉淀周期长、稳定性高、资金成本低的特点,对银行发展有着多重价值。一方面,这类资金能有效优化银行负债结构,锁定长期低成本资金,为缓解净息差收窄压力提供助力;另一方面,儿童账户是连接家庭客群的重要纽带,银行可借此提前卡位年轻客群,带动教育金、理财、保险、贵金属等综合金融业务协同发展,实现客户黏性提升与长期收益增长的双赢。

不同类型银行的少儿金融产品布局

各有特色,精准契合家庭的多元化需求。国有大行聚焦功能与安全,如工商银行推出亲子专属账户,孩子可自主规划资金,家长实时代管,同时搭配短债基金、指数基金等不同风险偏好的基金产品,在安全前提下开展理财启蒙。股份制银行主打特色化与便捷性,华夏银行“阳光成长计划”设多种储蓄模式,低至50元即可起存;招商银行“金小葵管家”整合存款、基金、保险等产品,打造一站式配置方案;广发银行定制卡则赋予孩子独立账户并支持亲子共管。地方中小银行则以高利率、低门槛、定制化形成差异化优势,广西北部湾银行、北京农商行等机构的儿童存款产品,利率上浮幅度显著,有的在原定期限基础上上浮50个基点,3年期定期存款年利率高达1.9%,性价比突出,快速吸引本地家庭关注。

除了产品收益与功能,银行还在产品设计上巧花心思,提升吸引力。杭州银行推出小马宝莉主题银行卡,邮储银行上线马年限定卡面,动漫元素与个性化设计让儿童银行卡兼具实用与趣味。部分农商

行推出定制存单,不仅标注吉祥利率寓意美好期许,还支持添加成长寄语、压岁钱年份等内容,让金融产品成为孩子的成长纪念载体,实现了产品与情感的联结。

在银行业净息差持续收窄、传统业务盈利空间受限的背景下,布局少儿经济是银行对公业务、大众零售业务,向全年龄段、全生命周期客群精细化运营的重要转型,更是以儿童账户为入口,构建“账户+教育+陪伴”全周期金融服务体系的契机。通过深耕少儿客群,银行既能积累长期稳定的客户基础,也能挖掘家庭客群的综合金融服务潜力,打开零售业务增长新空间。

但银行角逐少儿经济,不能仅停留在产品营销与资金吸纳的层面,更应跳出短期思维,将金融教育融入服务核心。压岁钱理财是孩子接触金融的第一堂课,银行需将阶段性的压岁钱营销,转化为常态化的金融科普服务。一方面,围绕儿童成长不同阶段的需求,搭建涵盖教育金规划、亲子理财实践、金融知识普及的业务体系,丰富低风险的教育金

保险、储蓄产品,兼顾资金保值增值与财商培养;另一方面,严守合规与风险底线,严控产品风险等级,杜绝向未成年客群推荐高风险金融产品,确保压岁钱资金安全。

金融教育的落地,还需要银行与家长形成合力。银行可通过线上科普专栏、线下亲子理财沙龙等形式,向孩子普及储蓄、消费、规划的基本金融逻辑,培养其正确的金钱观与风险意识。家长在为孩子选择金融产品时,应摒弃盲目追求高收益的想法,结合孩子的认知水平与资金使用规划,选择合适的产品与期限,让压岁钱的打理过程,成为孩子学习财富管理、树立理性消费观念的实践课堂。

少儿经济不仅是银行业的业务新风口,更是金融教育的重要阵地。银行唯有将金融教育与产品服务深度融合,才能在抢占市场的同时,履行金融机构的社会责任,为培养新一代金融消费者筑牢基础,实现商业价值与社会价值的统一。