

# “AI 伙伴”应在规范中成长

日前,国家互联网信息办公室公布《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法(征求意见稿)》,首次针对“AI陪伴”类服务提出系统性规范,并向社会公开征求意见。其中,连续使用超2小时弹窗提醒退出、用户自杀自残时需转人工接管等条款引发广泛关注。

当前,从智能客服到虚拟陪伴,从教育辅导到心理咨询,人工智能拟人化互动服务已深度融入经济社会各领域,成为AI技术应用的重要方向。但近年来涉情感陪伴安全事件频发,比如美国某平台就因涉嫌在人机交互中诱导青少年自杀而被诉。

AI拟人化互动服务的最大卖点是“像人”,但最大隐患就在于“太像人”,其核心问题集中在四大维度。认知混淆风险:高仿真的情感交互容易让用户模糊虚拟与现实边界,甚至误将AI视为具备真实情感的生命体。心理健康隐患:部分服务通过算法迎合强化用户偏执思维,极端情况下可能诱导自

杀自残等危险行为,对心理脆弱群体构成威胁。隐私数据安全:用户交互信息可能被违规用于模型训练,存在泄露或滥用风险。特殊群体保护:未成年人易陷入沉迷,老年人易遭遇情感操控。这些问题不仅侵害个体权益,更可能冲击社会伦理秩序,亟需制度约束。

细看《办法》条款,四大亮点直指现实痛点。

针对认知混淆风险,办法将身份透明作为核心前提,要求提供者显著提示用户正在与人工智能而非自然人进行交互,在首次使用、重新登录等关键节点动态提醒,从源头破解认知混淆问题。

针对心理健康隐患,办法要求提供者应当建立应急响应机制,对自杀自残等极端情境实行人工接管并联络用户监护人、紧急联系人,设置2小时强制休息弹窗等防沉迷措施。

针对隐私数据安全,办法要求提供者应当采取数据加密、安全审计、访问控制等措施保护用户交互数据安全,不得向第三方提供用户交互数据,赋予用户数据删除权。

针对特殊群体保护,办法专门设立了对未成年人和老年人用户的条款,明确未成年人模式的使用权限与监护人管控功能,禁止提供模拟老年人用户亲属、特定关系人的服务,要求引导老年人设置服务紧急联系人。

可以看出,《办法》的核心,是技术有责。人工智能不是人,但一旦介入人的情感、决策、生命安全,就必须承担相应责任。禁止散布谣言、禁止诱导自杀、禁止情感操控、禁止套取隐私……《办法》划定了“AI伙伴”一系列不可为的底线,构建起全链条风险防控体系。算法设计要可审计,内容输出要可追溯,极端场景要有人兜底,将软伦理转化为硬杠杠,把事后道歉前置为事前预防。唯有如此,才能避免AI反噬人类。

人工智能可以无限接近人,但永远不能替代人。《办法》的出台,是给“AI伙伴”立规矩,更是给人类用户留后路。只有当算法学会有所不为,技术才能真正向善而行。毕竟,我们需要的不是完美恋人或数字孝子,而是一个安全、可控、有温度的AI工具。唯有让“AI伙伴”在规范中成长,才能使其真正赋能美好生活。



□ 本报记者 王宝会

## 岁末年初银行揽储有何变化

岁末年初往往是银行揽储的关键时期。然而,与往年火红喧嚣的揽储氛围不同,当前时点,国有大行普遍低调,少有主动营销;更多中小银行则选择通过实物奖励、积分翻倍、抽奖活动等“非价格手段”开展揽储活动,也有部分中小银行推出“新客专享利率存款”,比如1.75%的3年期存款利率,虽略高于国有大行普遍1.55%的存款年利率,但与此前动辄3%以上的存款利率相比已不可同日而语。曾经火热的“揽储大战”熄火了吗?

### 策略分化

“2025年年末开始,银行业揽储总体呈现‘稳中偏冷、结构分化、成本约束更强’的特征。”上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚指出,新年伊始,银行业揽储仍在进行,但营销量和利率刺激力度弱于往年;一方面存款仍在回流与沉淀,居民风险偏好谨慎,定期化倾向仍较明显,使得银行负债端“量”的压力不大;另一方面,部分中小银行更强调“控价、控结构、控期限”,不再追求简单的规模冲刺。

银行业整体揽储氛围趋于理性。苏商银行特约研究员薛洪言分析,银行不再普遍采用大幅推高利率的激进策略抢存款,而是更加注重对负债成本和期限结构的优化管理。比如,近期6家国有大型商业银行集体下架了5年期大额存单产品。以工商银行为例,通过查看其手机银行APP可见,剩下的20万元起存的3年期、2年期、1年期大额存单年利率分别是1.55%、1.2%、1.2%。

薛洪言认为,大型银行集体下架5年期大额存单,是一个强烈的市场信号。通过主动压降此类长期限、高成本的负债,银行能够有效缩短整体负债的加权平均久期,从而提升应对未来利率变化的灵活性,优化自身的资产负债表结构。这不仅是控制资金成本、应对当前市场环境的务实之举,也清晰地反映出银行业发展模式正从过去规模扩张的惯性,转向更加注重质量与效益的内涵式增长。

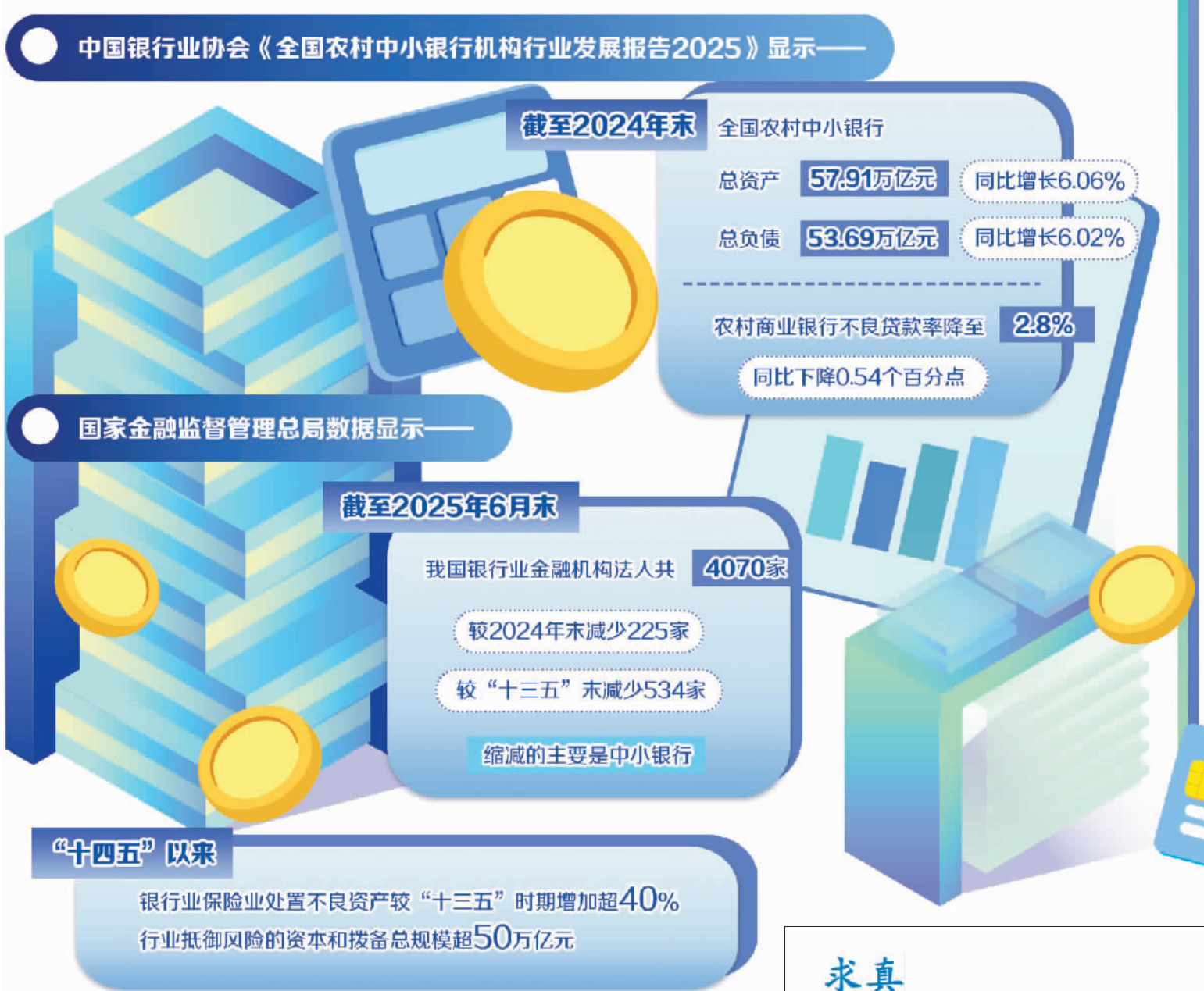
总的来看,银行揽储活动表现总体平稳、各有特色。曾刚认为,大型银行的策略更“克制”,以稳成本、稳久期为主;中小银行因区域竞争差异,出现“有的跟随大行、有的逆势加码”的分化局面。

### 承压前行

面对存款流失压力和区域性竞争,虽然中小银行整体上跟随大型银行调整了产品结构,但具体举措不一,部分中小银行选择对特定期限存款进行小幅利率上调,部分则通过实物奖励等营销手段进行年末冲刺。

如何看待中小银行赠送油米、家电、购物卡等实物礼品的揽储行为?曾刚指出,中小银行的不同反应体现出不同机构的资源禀赋和战略选择。比如,部分区域性银行、农商行等选择逆势而行,小幅上调定期存款利率,试图在大行收缩时抢占市场份额。这类机构通常面临更大的揽储压力——客户基础相对薄弱,品牌影响力有限,只能依靠价格优势来吸引资金。然而这种策略风险不小,一方面加重了自身成本负担,另一方面可能引发区域内的恶性竞争,最终伤害整个行业生态。

薛洪言表示,这种方式短期效果往往立竿见影,但本质上仍是成本竞争,只是将利息支出转化为营销费用,治标不治本。“差异背后,实质上是中小银行普遍面临的竞争困境:它们在品牌、渠道和客户基础上与大行存在差距,需要更灵活的策略来维系核心存款与



### 求真

## 草莓个头大是用膨大剂了吗

本报记者 崔浩

近期,草莓开始陆续上市。作为冬季热门水果,伴随其热销,各类传言也再度出现:“个头大的草莓是打了膨大剂”“现在很多都是‘科技草莓’”……草莓种植中到底有没有使用膨大剂?近日,记者采访了种植户与相关专家。

“膨大剂并非新型或违禁化学品。”植物学博士、科普作家史军介绍,膨大剂学名为氯吡脞(CP-PU),是一种已广泛应用于猕猴桃、甜瓜等作物的植物生长调节剂。其作用机制是调节植物内源激素水平,促使植物细胞加倍分泌细胞分裂素,增加单位时间内植物细胞分裂的次数,同时促使生长素分泌,使细胞长得更大,从而使果实体积增加。

在实际种植中,膨大剂使用情况如何?在山东省龙口市兰高镇后霍家草莓专业合作社的大棚内,种植户曹作林告诉记者,当地草莓种植不依赖膨大剂。以当地主栽品种“章姬”为例,若使用膨大剂,草莓表面的种子会明显凸出,而正常草莓表面种子多呈凹陷状。

后霍家村党支部书记吕常湖介绍,使用膨大剂虽可增大果实,但会导致果肉变软、不耐储运,严重影响口感。当地草莓多通过电商销往外地,对贮藏期有一定要求,约一周时间,而使用膨大剂的草莓保鲜难度大,从经济效益角度看并不划算。

山东省果树研究所副研究员武冲表示,植物生长调节剂成本较高,但对草莓产量与品质提升作用有限,使用膨大剂并不具备经济优势。

此外,网上还有关于草莓催熟的传言。对此,龙口市农业技术推广中心蔬菜站副站长范崇慧说:

日前,由中国黄金协会牵头起草制定的《黄金以旧换新经营服务规范》团体标准发布。这是我国黄金珠宝行业首个针对以旧换新业务的专项服务标准,让黄金以旧换新这一重要消费形式进入规范化、专业化发展新阶段。

世界黄金协会数据显示,截至2025年11月底,2025年内金价逾50次创下历史新高,累计涨幅突破60%。伴随存量黄金盘活需求激增,以旧换新已成为黄金首饰消费的重要板块,相关业务规模约占全国黄金首饰消费量的20%。然而,由于缺乏统一规范,消费者在交易中常面临随意压价、信息不透明等风险,行业健康有序发展受到制约。

新标准涵盖8个章节,构建起“基础界定—核心要求—流程规范—监督保障”的闭环体系,对服务原则、企业资质和经营管理要求、服务人员、场地设备、服务内容和流程、监督投诉等作出全面规定。明确要求企业需具备合法资质、履行反洗钱义务;从业人员需经专业培训合格后方可上岗;验金环节实行“全程监控+顾客在场”制度,破坏性检测需事先征得消费者同意,检测结果需如实出具含金量、质量、损耗、折价金额等信息的凭证;接待咨询时需主动明示旧金准入标准、服务流程、收费项目等信息。

中国社会科学院金融研究所副研究员李俊成指出,该标准首次为这一活跃却缺乏秩序的市场建立了全国性、系统化的规范,将通过规范经营、透明服务塑造消费信任、净化市场环境、提高行业公信力,也将打通从旧金回收到新品销售的流通闭环、激发消费活力、促进绿色消费。

随着黄金交易市场的火热,顶层设计与制度监管正加强协同。2025年8月,中国人民银行印发《贵金属和宝石从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》;10月末,《财政部 税务总局关于黄金有关税收政策的公告》发布,旨在区分黄金的投资性和非投资性用途,打击处于税收模糊地带的灰色交易。南开大学金融学教授田利辉分析,税收新政使私料市场空间收缩,为企业资质认定提供了可行基础,叠加依法纳税、反洗钱等义务要求,共同为规范黄金市场秩序、推动行业高质量发展注入制度活力。

中国黄金协会党委委员、监事长,全国黄金标准化技术委员会委员刘艳红认为,标准以诚信、透明、合规为核心,致力于构建“政策引导+标准约束+企业自律+消费者监督”的多元治理体系。

田利辉表示,短期看,标准将加速行业洗牌,淘汰不合规商户;长期则有助于提升黄金资源配置效率,有力促成消费者放心、企业合规创新、行业健康发展的共赢局面。

标准效能的关键在于落地执行。“需通过企业自觉遵守、协会与监管部门持续监督、消费者积极维权,共同筑牢黄金消费市场的诚信生态,迎接更加清明、繁荣的行业未来。”李俊成说。

本版编辑 孟飞 李苑美 编 王子莹 来稿邮箱 jirbgzb@163.com



更多  
扫码