

## 科创之声

## “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发展各领域,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。

针对认识混淆风险,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

本报记者

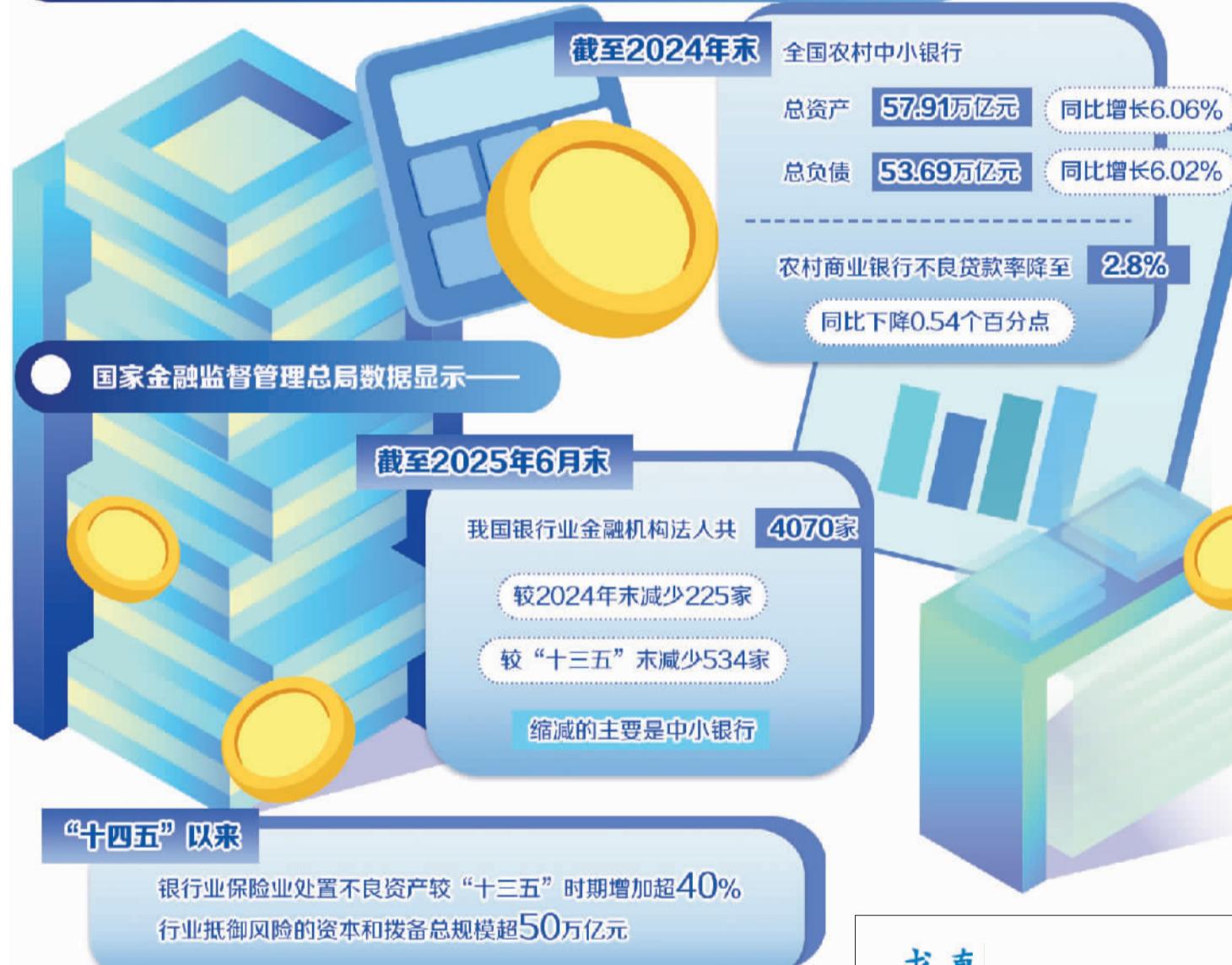
尚  
咲  
马春阳

## 视点

中国新闻奖名专栏

## 岁末年初银行揽储有何变化

中国银行业协会《全国农村中小银行机构行业发展报告2025》显示——



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,迎接更加清朗、繁荣的行业未来。”李俊成说。

本报编辑 孟飞 李苑 美编 王子萱  
来稿邮箱 jjrbgzb@163.com

## 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,膨大剂学名为氯吡脲(CP-PPU),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:



扫码

## 策略分化

岁末年初往往是银行揽储的关键时期。然而,与往年火热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,但营销声量和利率刺激力度弱于往年:一方面存款仍在回流与沉淀,居民风险偏好偏谨慎,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争抢存款,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“有的跟风大行、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定期存款利率上调,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

## 提升服务

对于中小银行而言,要跳出“高息揽储—息差收窄—盈利下降—更依赖高息”的恶性循环,构筑长期的业务“护城河”,关键在于彻底转变经营思路,从“资金价格竞争”转向“综合服务竞争”。

综合来看,中小银行的揽储困境源于其结构性劣势——网点少、科技弱、产品单一,

维持竞争力不易。曾刚认为,依赖价格和促销的短期模式不可持续,长期来看将严重侵蚀发展根基。

田轩建议,政策与监管层面可采取的举措包括:持续推动存款利率市场化改革向纵深发展,建立与LPR挂钩的动态调整机制,减少非理性定价竞争;加强跨部门监管协同,严禁通过贴息存款、存款返现等隐性手段抬高负债成本,引导银行业回归服务实体经济本源。

面对挑战,中小银行如何应对?当前,强化综合服务已成中小银行开展业务的重要举措。不少中小银行开始探索以客户为中心的产品创新与综合服务能力的提升,如浙江农商联合银行辖内嘉善农商银行聚焦本土经济,提升银发金融、小微等领域的综合服务,夯实存款稳增长根基;天津农商银行坚持差异化经营、特色化服务,提升金融赋能实体经济质效。

中小银行如何构建可持续经营能力?田轩指出,中小银行应深耕社区场景,开发“养老存款”“教育储蓄”等特色产品,并结合客户需求开发更具吸引力的存款产品,提升综合金融服务能力。同时,强化负债成本管控能力,通过精细化的客户分层和产品定价,平衡存款规模与成本。

与此同时,随着居民财富管理需求的日益多元与金融市场的深化发展,财富管理等业务已成为银行业转型升级的重要抓手。“中小银行应着力打造差异化、特色化的财富产品体系,精准对接客户资产配置需求,以真正创造价值的能力提升客户忠诚度与黏性。”薛洪言说。

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