

主角

又一部“陕派”电视剧火了。近期，讲述秦腔艺人跌宕人生的现实主义年代剧《主角》，台网同步热播，收视率屡创新高，网络话题阅读量突破百亿。荧屏上故事牵动人心，荧屏外“陕派”风潮也被点燃：秦腔线下演出预约激增，取景地成为热门打卡地，同名图书登上热销榜。情感共鸣，正加速转化为实打实的消费热情。

魅力在哪里

说起“陕派”电视剧，观众脑海里浮现的不是抽象的标签，而是一连串熟悉的名字：《白鹿原》《平凡的世界》《装台》……从家族史诗到市井烟火，从奋斗底色到戏台人生，不同题材、不同风格的作品共同构筑起极具辨识度的“陕派文化IP”。以至于现在，只要提到“陕派”，便会想起那些厚重的黄土高原，那些奔涌的黄河水，以及那些在黄土高原上生长起来的电视剧。

陕派电视剧为何如此深入人心？仔细分析，其成功之道主要体现在3个方面。

首先，是对地方特色文化资源的深入挖掘。这种挖掘，根植于厚重的文学母体。陕西作家群向来以“深耕现实、凝视大地”著称；路遥的《平凡的世界》聚焦陕北高原的生存困境与奋斗精神，让人们记住了窑洞里的挣扎、信天游里的苍凉，以及那片土地上不肯低头的人；陈彦扎根陕西省戏曲研究院20余年，将西安城的市井烟火、秦腔艺人的命运沉浮，精准融入《装台》与《主角》的每一处细节。正是这种对地域文化的深入挖掘，让后来的影视改编避免了无源之水、无本之木，为作品提供了坚实的根基与丰沛的血肉。

其次，让地域文化扎根生活，与观众建立普遍的情感链接。看《主角》，除了看舞台中央的秦腔艺术，也看剧团后台的鸡毛蒜皮和陕西方言里的玩笑与调侃；在《装台》中，刁顺子骑着三轮车穿行于西安街头，吃路边摊、说关中话、柴米油盐本身就是故事。本地观众在其中看到自己的影子，感到亲切；外地观众则被一种真实可感的生活所吸引，愿意走近、理解并产生共鸣。这说明，文化只有贴近生活、扎根现实，才能真正“活”起来，跨越地域的隔阂，抵达人心。

最后，是将文化影响力转化为消费驱动力，构建从内容到产业的完整闭环。《装台》带动了西安旅游热潮，《白鹿原》让白鹿原影视城客流量屡创新高，《主角》更是带火西北五省份的秦腔热。这背后，是陕西系统性的产业布局在支撑。通过资金扶持与资源协调，保障影视与文旅协同发展，推动“文旅商”联动机制，让陕西的文化魅力传遍全国，为以文塑旅、以旅彰文探索了新路径。

相似的逻辑也在其他地域悄然生长。《繁花》以改革开放浪潮中上海小人物的奋斗与沉浮，激励普通人产生拼搏精神；《给阿嬷的情书》将“侨批”从文物馆拉回当下，引发年轻一代对情义无价的集体共鸣。这些作品地域不同、题材各异，却都在社会效益与经济效益上实现了双丰收。

相较之下，也有不少地方在推动文旅融合时有些急于求成。今天签一个“地域题材大剧”，明天推一个“本地文化IP”。把当地文化元素当成“背景板”，以为讲两句方言、拍几个地标、上一碗小吃，就算“地域文化”。内容上流于表面，情感上空洞悬浮，结果作品有“壳”无“魂”，播出后悄无声息，游客来了也留不住。

“陕派”作品的成功秘诀，从来不在所谓的流量配方里，而在那片深厚的土地、那群真实的人，以及创作者那颗不急不躁、沉得下去的心。把根扎进土壤，让独特的文化基因在创造性转化与创新性发展中找到属于自己的时代舞台。这才是“陕派”电视剧的独特魅力所在。



发行规模突破2.6万亿元——

科创债市场提质扩面

本报记者 祝惠春

近日，债市“科创板”迎来落地一周，资本市场交出了一份亮丽的成绩单：科创债发行规模突破2.6万亿元，在同期信用债市场中占据了近12%的份额，成为资本市场支持科技创新企业跨越式发展的重要抓手。

破解“三大错配”

科技创新，始于技术，成于资本。然而，长期以来，传统金融的逻辑与科创企业的发展规律之间横亘着鸿沟。科创债直击痛点，精准破解传统信用债市场与科创企业成长规律之间的三大错配。

破解“风险与收益”的错配。传统信用债奉行的是“固定收益”逻辑，债权人追求旱涝保收，收益上限被封住。然而，科创企业天然具有“高风险、高收益”的特征。如何让资金敢于冒险？科创债给出了答案——通过引入混合型科创债（如内含转股权利或与收益权挂钩的创新产品），让债权人有机会分享企业超额成长的巨大红利。当收益的“天花板”被打开，市场资金便有了承担更高信用风险的底气和意愿。

破解“研发周期与债务期限”的错配。硬科技的研发是一场旷日持久的“马拉松”。半导体、生物医药等领域的研发周期动辄5年到10年，而普通公司债的期限多在1年到3年之间。这种期限错配，往往导致企业陷入频繁续贷的窘境。科创债精准施策，大力鼓励发行中长期债券，为处于漫长投入期的科技企业注入了急需的“耐心资本”。

破解“重资产担保与轻资产属性”的错配。科创企业大多是“重脑力、轻资产”的典型，厂房、土地等传统抵押物极度匮乏。科创债将目光聚焦于企业的研发强度、专利估值及未来的增长潜能。通过强有力的政策背书和信用增强机制，让企业的“软实力”切实转变为发展所需的“硬资金”。

上海金融与发展实验室首席专家曾刚认为，科创债为科创企业带来了实实在在的福利。首先，科创债是融资成本的“洼地”。在政策贴息、担保支持以及机构投资者青睐的多重呵护下，科创债的票面利率往往低于同期限、同评级的普通债券，目前部分优质企业的科创债利率已低至2%左右。其次，科创债的资金用途更加灵活。不仅可以用于研发和固定资产投资，还支持股权投资、并购科技企业，甚至允许置换发行前12个月内的科创支出，极大缓解了企业的现金流压力。同时，科创债还是产业链的“孵化器”——央企或行业龙头通过发债筹集资金，专门用于支持上下游中小企业的“专精特新”研发，形成了“以大带



小”、协同创新的生动局面。

全生命周期支持

科创债市场的蓬勃发展，离不开顶层设计。

党的二十届四中全会明确提出“加快高水平科技自立自强，引领发展新质生产力”。中央金融工作会议将做好科技金融等五篇大文章摆在了突出位置。中国证监会高度重视健全交易所债券市场支持科技创新的机制，积极构建科技创新企业全生命周期的债券融资支持体系。

2025年4月，中共中央政治局提出“创新推出债券市场的‘科创板’”。2025年5月，中国人民银行、中国证监会联合发布《关于支持发行科技创新债券有关事宜的公告》，科创债发行正式挂上“高速档”。

目前，交易所市场科创债已形成独立板块。2025年5月以来，新增发行科创债规模超过1.14万亿元，同比增长超75%；科创债ETF规模达到约2750亿元。

据了解，交易所市场科创债呈现出5个特点：一是主体“准”。发行主体以产业企业为主，募集资金精准输血科技创新产业。二是期限“长”。在存量长期科创债中，交易所市场占比约70%。中铝集团、中远海发发行了15年期科创债，浦东科创、光谷金控等股权投资机构

也发行了中长期债券。三是活水“多”。指数化投资助力发展，两批共24只科创债ETF总规模约2750亿元，15只跻身“百亿俱乐部”。四是机制“优”。做市机制日趋完善，做市券规模累计超1万亿元。二级市场流动性大幅提升，2025年累计成交量达2.4万亿元，换手率显著高于整体公司债。五是产品“新”。科创可转债创新落地，为投资者提供“可进可退”的灵活工具，打通了“募投管退”的良性循环。

守牢防风险底线

不久前，上海证券交易所完成市场首单智能制造科技创新公司债券发行。小米通讯以1.6%的超低票面利率，成功募集10亿元3年期资金，全场获4.82倍超额认购。这是科创债受市场热捧的一个缩影。

在科创债的市场版图上，上交所成为实践策源地。2021年，上交所在全市场率先开展科创债试点。截至今年4月末，上交所已发行科创债1.99万亿元，存量规模1.78万亿元。其中非金融企业中

长期科创债存量市场份额约55%。

“十五五”规划纲要明确提出“高质量建设债券市场‘科创板’”。业内专家分析指出，中长期来看，科创债在制度供给、产品结构、风险分担、信用评级等方面有望进一步优化，一个更具包容性与适应性的科技债券市场生态正在形成。

然而，金融创新永远与风险防控如影随形。面对高速增长的市场，各方必须保持清醒的头脑，严守风控底线。上交所坚持“宽主体、严流向”，既服务硬科技，也包容早期创新和迭代改良项目。不仅支持科创企业，也接纳产业升级企业等。同时，要求募集资金投向科创领域比例不低于70%。

中诚信国际信用评级有限责任公司总裁岳志岗认为，给“高成长、高风险”的科创企业准确评级，是行业面临的共同挑战。要进一步健全风险缓释与分担机制。

专家表示，在低息诱惑下，必须警惕部分企业浑水摸鱼，将普通技改包装成科创项目。监管必须长牙带刺，一旦审计发现资金挪用或研发强度不达标，企业必须面临严厉的合规惩戒及提前清偿压力。

AI拟人化互动迎来新规范

中国经济网记者 李方



人工智能(AI)正在从“工具”走向“伙伴”。相关调研显示，超七成用户与AI建立起情感联结，甚至产生过依赖感。从日常工作学习到聊天辅助，从情感倾诉到虚拟陪伴，当AI扮演起“社交避风港”“情绪止痛药”等角色时，其背后的价值观引导、虚拟情感成瘾等潜在风险不容忽视。

日前，国家网信办等五部门联合公布《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》(以下简称《办法》)，将于7月15日起施行。《办法》鼓励拟人化互动服务创新发展，对拟人化互动服务实行包容审慎和分类分级监管，也规定了拟人化互动服务提供者的未成年人、老年人权益保护和个人信息保护等义务。AI拟人化互动产业进入了有规可依的新发展阶段。

中国政法大学人工智能法学院院长、教授张凌寒分析，不同于传统的AI信息发布或检索服务，拟人化互动服务具有主动性、个性化和情感化特征，通过模拟人类的语言、表情、行为方式等，能够与用户建立类似人际关系的互动模式，其影响力和渗透性远超传统互联网服务。“这种高度拟人化的交互模式所产生的风险，与一般AI应用存在本质差异，表现为情感依赖与社交异化、认知操纵与价值观引导，以及心理健康与安全风险等。”

腾讯研究院一项针对2903名18岁至40岁中国青年网民的调查显示，AI社交已近乎全面渗透，94.4%的调研对象至少听说过一种AI社交产品或功能，其中98.8%的人有过实际使用经验。AI社交辅助类工具的使用率最高，

达到62.5%。当产生“难以对人说出口”的想法时，选择向AI倾诉的比例(56.0%)是选择向真人倾诉(14.4%)的近4倍。

“大语言模型技术已经从单纯的认知智能向情感智能跃迁。”赛迪顾问人工智能与大数据研究中心研究分析师白润轩观察到，2025年以来，AI社交互动的用户黏性极高，部分应用人均使用频次甚至超过了短视频和游戏。“这种深度的情感链接虽然带来了巨大的商业价值，但也伴生了深度沉迷、伦理边界模糊等风险。”

特别是对于未成年人，长期的AI拟人化情感互动带来持续的情感反馈与情绪刺激，促使多巴胺反复分泌并强化心理愉悦感，逐步形成行为渴求与依赖惯性，“成瘾”可能性更大。此次《办法》的出台旨在把隐性风险显性化、标准化、降低长期不确定性。不过，合规发展并非“一刀切”，而是分类分级、风险匹配。例如，《办法》要求服务提供者建立情感边界引导、心理健康保护等安全能力，设置防沉迷提醒，对长时间、高强度的互动进行干预，规定用户连续使用超过2个小时，就将以弹窗等方式提醒用户。

“AI拟人化互动带来的无摩擦式情感陪伴，确实容易挤占未成年人现实社交空间，弱化其线下交往能力与社会适应能力。”张凌寒表示，受业态发展阶段、技术适配性以及行业现实等多重因素制约，《办法》目前只是确立了原则性、框架性规则。她建议，在后续落地实施中，需结合风险等级、应用场景、群体差异进行分层细化，建立更具量化标准、可落地执行的法律判定阈值，实现精细化治理。

白润轩认为，此次《办法》并非“急刹车”，而是行业已达“设护栏的临界点”，旨在防止技术异化，确保人机关系良性发展。“过去，部分产品依靠打擦边球、诱导消费来获取流量，一定程度上透支了行业的未来。新规实施后，合规成本会上升，但也会倒逼企业从流量思维转向产品思维。短期内可能会有洗牌，但长期看，情绪经济将进入规范化高质量发展的新阶段。监管不是消灭AI陪伴，而是把危险的依赖关系变成安全的辅助关系，为养老、教育、心理健康、文化传播等打开更大空间。”

未来，AI陪伴类应用的算法优化需引入更复杂的奖励模型。白润轩举例介绍，训练AI在识别到用户出现极端情绪、不合理决策或危险倾向时，应温和但坚定地干预，而非盲目附和，这需从RLHF(人类反馈强化学习)阶段就植入心理健康和安全准则。再比如，当监测到用户连续使用超过一定时长，或者在非常规时间段高频互动时，AI不仅要弹窗提醒，更要在对话策略上主动引导用户回归现实生活。

吃蓝莓能消炎吗

问：眼下蓝莓正大量上市，“把蓝莓当消炎药吃”的话题频频引发热议，有人甚至称其为“天然消炎药”。蓝莓有什么作用？真的能消炎吗？

答：蓝莓富含花青素、维生素C、膳食纤维及多种矿物质，核心作用是辅助保护视力、抗氧化，可帮助缓解眼疲劳；同时能补充人体所需营养，助力增强免疫力、促进肠道蠕动。

不能代替消炎药

蓝莓的抗炎功效，源于其含有的花青素、多酚类等天然抗氧化活性成分。这类物质作用机制较为温和，主要通过清除体内自由基、减轻机体氧化应激反应，进而辅助抑制慢性低度炎症，属于膳食层面的辅助调理手段。其抗炎效果起效缓慢，作用强度较弱，仅针对日常亚健康状态、代谢相关的慢性低度炎症。

临床抗炎药物则是针对炎症病症的专业治疗手段，有明确的治疗剂量、适应症和临床用药规范，需在专业医生指导下使用。二者在作用机制、起效速度、作用强度、适用场景上完全不同，如果盲目替代会延误病情，危害身体健康。

需把控合理剂量

首先，蓝莓中富含果胶、鞣酸与果酸，空腹或一次性大量食用，会过度刺激胃肠道黏膜，容易引发腹胀、腹痛、腹泻等肠胃不适，鞣酸还可能在胃酸作

坚持科学健康饮食

其次，蓝莓含有一定糖分，过量食用会导致血糖快速升高，尤其不利于糖尿病患者、糖耐量异常人群的血糖管理。同时，蓝莓中的草酸盐成分，长期过量摄入会与人体内的钙质结合形成沉淀，影响儿童骨骼发育，增加中老年人骨质疏松风险。

此外，蓝莓富含钾元素，肾病患者过量食用会加重肾脏代谢负担，果酸还会腐蚀牙釉质，增加龋齿发病风险。日常食用蓝莓需把控合理剂量，建议成人每日食用量控制在50克至100克，即一小把即可，尽量避免空腹食用。脾胃虚寒、糖尿病、肾病、凝血功能异常等特殊人群，更需根据自身情况减少食用量。

坚持科学健康饮食

新鲜水果富含维生素、矿物质等营养，合理食用可补充营养、辅助改善身体状态，但疾病治疗需遵医嘱，不可依赖食疗。

总之，科学健康饮食的核心是遵循“均衡多样、适量适度”原则：一是主食粗细搭配，减少精制米面，增加杂粮、杂豆摄入；二是多吃新鲜果蔬，保证种类丰富、摄入量达标；三是荤素搭配，适量摄入优质蛋白，减少高油、高盐、高糖食物；四是规律进餐、三餐定时，不暴饮暴食，结合自身情况调整饮食结构。

更多报道 请扫二维码