

每周经济观察

# “扫码飞”这样的改革多多益善

提升小微企业金融服务能力不是短期要求,而是服务高质量发展的长远之策。要让更多金融资源流向有需求、有潜力的企业。

近日,中央空管办会同国家发展改革委等部门在上海、四川划定固定专用空域,正式推广“扫码飞”模式,以空域资源的持续精细化管理保障,引导公众合法飞行、有序飞行、安全飞行。

从4月份国新办新闻发布会首次被点名肯定,到如今正式落地实施,不到两个月时间,“扫码飞”就实现了从地方经验到更大范围的改革推广,这不仅仅是监管方式的优化提升,更释放出决策层推动低空经济加快破题的政策导向——低空经济的成长从来不是“一蹴而就”的,需要把管理精度、安全底线和应用广度有机结合起来,才能真正实现“管得好、飞得稳、用得活”的发展目标。

低空经济作为我国新兴支柱产业之一,已连续3年被写入《政府工作报告》。在各方努力下,我国低空产业市场规模持续增长,预计今年有望超过1万亿元。但也要看到,在我国无人机产量和保有量均稳居世界第一的背景下,“审批难、无法飞”的问题一直困扰着很多无人机爱好者与中小从业者:按要求,想合法合规地飞行一次,需要提前数天分别向多个管理部门提交材料,来来回回沟通修改多次,甚至折腾大半个月才能获批。有的

不到两个月时间,“扫码飞”实现了从地方经验到更大范围的改革推广,这不仅仅是监管方式的优化提升,更释放出决策层推动低空经济加快破题的政策导向。

偏远地区甚至不知该找哪个部门申请,由此导致了“黑飞”盛行。殊不知,这样做既触碰了法律红线,也给空域安全埋下了隐患。

只有无人机顺畅地飞起来,低空经济才有更好发展的可能。一边是严格的监管要求,一边是旺盛的市场需求,看似两难的问题,却借助小小的“扫码飞”改革,给出了低成本且高效的解决方案:只需把原先分散的线下审批流程搬到线上,用户扫码进行实名登记,选好飞行时间和区域,不到两分钟就能完成报备。监管部门也同步通过系统实时掌握飞行动态,一旦进入禁飞区即自动预警,既给群众省了事儿,又没放松安全管理。

从近年来各地的实践看,低空经济作为一种综合性新经济形态,其发展最大的堵点并非来自技术层面,也不是市场需求不足,

而是监管制度与方式已滞后于产业自身发展。此次推广“扫码飞”的成熟经验,用数字化手段简化审批流程,让飞行申请从“跑断了腿”变成“动动手指”,本质上是用监管的“减法”换来产业发展的“乘法”。这种改革思路恰恰契合了“管得好”的核心要求,向市场传递出严格监管绝非给产业发展设置障碍,而是在守住安全底线的前提下,让经营主体拥有更加规范健康的创新空间。

事实上,我国低空经济管理体系一直在朝着精细化方向迭代升级——从国家发展改革委、中国民航局等部门成立专门的低空经济发展司,到新版民用航空法明确了无人驾驶航空器的法律地位,以及各地因地制宜出台的安全规范实施细则,与我国低空经济发展特点相适配的监管服务体系正在逐步成型。与很多新兴产业发展初期一样,

“管得住”是前提,“管得好”才是低空经济高质量发展的关键。这意味着,只有摒弃“一禁了之”的粗放管理,善用巧用差异化、数智化的动态监管为产业松绑,各类市场主体方能敢投入、愿创新。

当前,我国正着力构建以安全为前提、以产业为支撑、以场景为牵引、以创新为动力、以合作为路径的低空经济发展新路径,但这条路上并无现成的经验可以照搬,需要我们在探索中前进、在规范中发展。希望有越来越多像“扫码飞”这样的“点”上突破,变成更为广泛的“面”上改革,助力低空经济未来飞得更稳更远。



李凤羽

近日,国家金融监督管理总局发布《关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知》(以下简称《通知》),标志着我国小微企业金融服务政策进一步从注重规模增长转向注重质量提升和可持续发展。《通知》围绕“稳投放、优结构、提质量、可持续”提出新要求,不再设定全国统一的硬性贷款增速指标,而是强调提供与小微企业需求相匹配的信贷供给,实现“贷款质的有效提升和量的合理增长”。这一变化表明,小微企业金融服务正在从过去更加注重规模扩张,转向更加注重发展质量和长期可持续性。

小微企业和个体工商户是重要的经营主体,在稳定就业、推动创新创业、保障产业链供应链稳定、增强经济活力等方面发挥着重要作用。近年来,金融部门持续加大对小微企业的支持力度,小微企业金融服务取得积极成效。截至2026年一季度末,全国普惠型小微企业贷款余额达到38.79万亿元,持续保持较快增长;新发放普惠型小微企业贷款平均利率降至3.64%,融资成本进一步下降,小微企业融资难、融资贵问题得到一定缓解,小微企业金融服务覆盖面和便利性不断提升。

不过,与小微企业的实际融资需求相比,当前的金融服务仍存在不少短板和堵点。对此,需瞄准企业需求,善于使用金融工具,更好服务小微企业。

提升金融供给精准性。一些金融机构仍存在“重规模、轻质量”倾向,对科技创新、绿色低碳、产业链上下游等重点领域支持不足,首贷、信用贷和中长期贷款供给仍然偏弱。一些轻资产、缺少抵押物但成长性较好的小微企业,仍面临融资难问题。对此,需要围绕科技创新、先进制造、绿色转型、外贸等重点领域,加大首贷、信用贷和中长期贷款支持力度,缓解企业“短贷长投”问题。大型银行应增强小微企业金融供给的区域协调性,地方法人银行则应深耕本地产业集群和县域经济,形成差异化、特色化的小微企业金融服务体系,更好满足小微企业多元化融资需求。

提高融资对接和风险识别能力。当前,小微企业财务制度不够规范、信用信息不完善,银行难以准确识别企业经营状况和风险水平,“不敢贷、不愿贷、不会贷”问题依然存在。与此同时,小微企业融资需求具有“短、小、频、急”等特点,也增加了银行服务成本。对此,需要依托全国一体化融资信用服务平台,推动税务、社保、电力、市场监管等涉企数据互联互通,完善企业画像和授信审批模型,让更多缺少抵押物但经营稳定的小微企业凭信用获得贷款。各地还可建立常态化“政银企”对接机制,通过集中走访、融资需求清单管理等方式,推动金融服务直达基层、直达企业。

增强小微企业长期稳健发展能力。部分金融机构存在低价竞争、风险管理能力不足等问题。如果风险长期过度集中于银行机构,小微企业很难实现长期可持续发展。对此,需要进一步完善政府性融资担保、风险补偿和财政贴息等政策体系,合理分担银行服务小微企业的风险压力。建立科学合理的小微企业利率定价机制,防止非理性价格竞争,推动形成风险可控、成本可负担、长期可持续的小微企业发展模式。完善考核机制,提高基层机构和信贷人员服务积极性。

完善综合金融服务体系。目前,小微企业金融支持仍以银行信贷为主,保险、担保等风险分担机制作用发挥还不够充分。对此,需要围绕科技研发、设备损失、自然灾害、出口贸易等场景,发展科技保险、知识产权保险、出口信用保险等产品,帮助企业减少“不敢投、不敢扩”的顾虑,增强抵御市场波动能力。推动“银行+保险+担保”协同服务模式,更好发挥保险增信和风险分担作用。针对“两司两员”等新就业群体,可探索低门槛、低保费的普惠保险产品,扩大保险保障覆盖范围。

进一步提升小微企业金融服务能力不是短期要求,而是服务高质量发展的长远之策。只有持续提升金融服务的精准性、可得性和可持续性,让更多金融资源真正流向有需求、有潜力、有活力的小微企业,才能更好激发小微企业和民营经济活力,为经济持续稳中向好和高质量发展提供有力支撑。(作者系东北财经大学金融科技学院副院长、教授、博士生导师)

# 数字标签让食品安全更透明

戴梦雅

最新数据统计,我国已有超过8000种食品产品使用数字标签,涵盖日常消费的几十种食品类别,数字标签的应用场景正在逐步扩展。2025年,国家卫生健康委修订发布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》,在全球率先将数字标签纳入法规标准体系。此后,国家卫生健康委会同相关部门发布推广数字标签的公告,并细化应用要求,标志着我国食品标签迈入数字化发展新阶段。

说起食品数字标签,其实技术本身并不复杂。消费者在购买食品时,通过扫描二维码,就能获取更详细的产品信息。以往,传统纸质标签版面有限、配料表字体细小、关键信息模糊、字体颜色与包装背景颜色相近等问题,困扰着消费者,尤其是老年群体和视力不佳人群。

相较之下,数字标签可展示的信息更为详尽。除了食材来源、产品特性、食用及储存方法等基础信息之外,还能提供营养搭配、致敏原提醒、安全储存要点等内容。如此一来,消费者能更方便快捷地获取食品信息,企业也可以通过数字标签来帮助消费者科学选品、健康饮食,为消费者创造更加优质、透明的购物体验,增进品牌商家与消费者之间的信任。

从长远看,全面应用数字标签是大势所趋。食品数字标签承载着传递食品信

息、宣传食品特色、保障食品安全等多重功能。数字标签突破了传统纸质标签的空间限制,食品信息透明度得到提升,在一定程度上可以倒逼企业提高产品品质,减少信息不对称带来的市场失灵。对于食品企业而言,主动使用数字标签,也有助于及时提升企业内部管理效率,构建覆盖生产、流通、消费全链条的信息生态,保证食品全生命周期质量安全可追溯。

在推广使用的过程中,也需要防范一些打“擦边球”的情况,诸如嵌入引人误解或欺骗性的描述、直接或间接为其产品做商业广告等。相关企业不妨持续创新数字化管理模式。比如,推动数字标签与追溯码、结算码等多码功能整合,积极利用区块链等技术实现标签修改全程留痕,确保关键信息不可篡改,推动技术赋能数字标签的标准制定、平台搭建、工具开发与服务优化等各个环节。

还需重视数字鸿沟问题。目前来看,已有部分数字标签具备语音朗读、视频观看等智能交互功能,能满足消费者的多元需求。但对于不熟悉智能设备的老年人群以及一些特殊人群,依赖二维码技术和网络应用的数字标签反而会形成一道新屏障,这也对相关企业的数字化能力和数字标签的推广使用提出更高要求。(中国经济网供稿)



漫评

蒋勇作 时锋

# 银发商店走红的启示 政绩不能靠“刷”出来

随着人口老龄化的加深,银发经济蓬勃发展的最近,银发商店持续走红,凭借“一站式”购物,吸引了不少老年消费者。这启示我们应当以需求为导向,找准行业增长点,更精准地开拓市场,打开银发市场新空间。

近年来,我国银发经济规模持续扩容、业态不断创新,潜力巨大。总体上,银发经济已呈现精准化服务、专业化分工、政策化托底的鲜明特征,老年人力资源开发与产业升级形成良性互动,多个细分赛道成效显著。与西方一些国家相比,我国走出一条更具普惠性和场景适配性的发展道路:以居家社区为核心场景,统筹兼顾不同老年群体的多层次需求;产业布局紧扣照护服务、安全保障等民生刚需,构建起民生导向与政策托底相结合的发展模式。

例如,在居家适老化改造领域,政策补贴与市场需求双轮驱动产业壮大。相关改造已从单一扶手安装升级为定制化套餐,涵盖防滑地面、智能跌倒报警等多元服务。又如,在专业照护服务领域,针对失能、半失能老人的照护需求,市场细分出专业护理、认知症照护、夜间陪护等赛道,持证护理人员收入可观。全国多地还尝试推行“家庭养老床位”模式,护理人员上门服务并享受政府补贴,既解决了低龄老年人就业难题,又填补了专业照护缺口,让老年人力资源转化为产业核心竞争力,推动照护服务行业规范化发展。

资源开发与产业融合中仍存在短板。比如,老年人力资源供给与市场需求对接不畅,技能培训内容与实际岗位需求脱节;产业供给同质化问题突出,适老产品多集中于失能照护领域,对规模庞大的“活力老人”多样化、品质化消费需求响应不足。又如,养老行业整体薪酬待遇偏低,专业人才留用难、流失率高。未来,进一步拓展市场还应在这些重点环节发力,让银发经济拥有金色未来。

一方面,由政府牵头,联合企业、职业院校等主体,围绕适老化改造、专业照护、社区服务等紧缺领域,共同开展定制化技能培训,推行“培训—考证—上岗”一体化服务模式,对参与培训人员发放补贴并推荐就业,畅通人才供给渠道。进一步细化支持举措,优化适老化改造补贴方式,逐步将政策覆盖范围从特殊困难家庭延伸至普通家庭。鼓励金融机构落实专项信贷政策,开发低息贷款产品,支持中小涉老企业技术创新与规模化发展。

另一方面,加强政策协同,探索建立跨部门银发经济协同发展机制,统筹民政、人社、金融、市场监管等领域资源,形成产业布局、人才培养、金融支持一体推进的工作格局,破解政策碎片化问题。进一步加强老年消费教育与产品服务科普,提升全社会认知度。支持企业打造老年用品连锁品牌和标杆渠道,破解“品类多则亏、品类少则缺”的运营困境,推动产业标准化、规模化、品牌化发展。

一段时间以来,不少西部乡村立足民族文化禀赋,深耕文化产业赛道,在业态创新、品牌塑造、富民增收、文化传承等方面取得显著成效。一些地方走出了文化赋能、产业兴村的特色新路。

西部民族地区大多地处偏远,经济基础薄弱,但文化资源丰富、特色鲜明。文化产业具备轻资产、低门槛、高附加值、强融合性等特点,即便没有大规模基建投入,也可能依托本土文化资源快速起步,比较适配西部乡村的发展禀赋。从价值维度看,发展文化产业既是盘活民族文化资源、破解乡村发展困境的务实路径,更是铸牢中华民族共同体意识、传承中华优秀传统文化的重要载体,实现了经济价值与文化价值的统一。

与中东部地区依托工业或商贸业驱动乡村振兴的模式不同,西部乡村的文化产业呈现出三大鲜明特征:一是文化资源独特且不可复制。藏族、苗族、白族、维吾尔族等多元民族文化积淀深厚,非遗技艺、民俗节庆、历史遗迹辨识度极高,难以被简单模仿,形成天然的竞争优势。二是文化与生态深度绑定。文化资源多与高原、山地、草原等原生态自然相

伴共生,文旅融合潜力远超其他地区。三是产业形态适配西部实际情况。产业环节覆盖手工制作、文旅服务等多个领域,适配西部乡村分散居住、劳动力结构多元的特点,对带动老人、妇女等群体灵活就业具有独特价值。

在产业发展过程中,一批具有代表性的实践案例脱颖而出。在新疆,相关部门深度挖掘文化价值,以《丝路古韵》纪录片引发的文化热潮为契机,打造沉浸式文旅剧《克孜尔的呼唤》,成功将文化热度转化为文旅消费势能,带动周边餐饮、住宿、文创业态联动发展。在云南大理,白族扎染非遗技艺通过与现代设计融合及多渠道推广,打响“大理扎染”品牌,数千名白族妇女依托扎染产业实现居家就业,让小众非遗成为广受欢迎的文化符号。在四川、贵州等地,乡村群众依托文旅配套服务、文创加工等岗位获得稳定收入。文化产业已然成为西部乡村拓宽增收渠道、缩小城乡差距的重要支撑。

目前,西部民族地区的文化产业发展仍存在转化不足、业态单一等问题。有的地方停留于对单一资源的开发,文创和文旅产品同质化明显;跨区域交



扫码浏览内容

# 打造叫得响的民族文化品牌

张耀影

一段时间以来,不少西部乡村立足民族文化禀赋,深耕文化产业赛道,在业态创新、品牌塑造、富民增收、文化传承等方面取得显著成效。一些地方走出了文化赋能、产业兴村的特色新路。西部民族地区大多地处偏远,经济基础薄弱,但文化资源丰富、特色鲜明。文化产业具备轻资产、低门槛、高附加值、强融合性等特点,即便没有大规模基建投入,也可能依托本土文化资源快速起步,比较适配西部乡村的发展禀赋。从价值维度看,发展文化产业既是盘活民族文化资源、破解乡村发展困境的务实路径,更是铸牢中华民族共同体意识、传承中华优秀传统文化的重要载体,实现了经济价值与文化价值的统一。与中东部地区依托工业或商贸业驱动乡村振兴的模式不同,西部乡村的文化产业呈现出三大鲜明特征:一是文化资源独特且不可复制。藏族、苗族、白族、维吾尔族等多元民族文化积淀深厚,非遗技艺、民俗节庆、历史遗迹辨识度极高,难以被简单模仿,形成天然的竞争优势。二是文化与生态深度绑定。文化资源多与高原、山地、草原等原生态自然相伴共生,文旅融合潜力远超其他地区。三是产业形态适配西部实际情况。产业环节覆盖手工制作、文旅服务等多个领域,适配西部乡村分散居住、劳动力结构多元的特点,对带动老人、妇女等群体灵活就业具有独特价值。在产业发展过程中,一批具有代表性的实践案例脱颖而出。在新疆,相关部门深度挖掘文化价值,以《丝路古韵》纪录片引发的文化热潮为契机,打造沉浸式文旅剧《克孜尔的呼唤》,成功将文化热度转化为文旅消费势能,带动周边餐饮、住宿、文创业态联动发展。在云南大理,白族扎染非遗技艺通过与现代设计融合及多渠道推广,打响“大理扎染”品牌,数千名白族妇女依托扎染产业实现居家就业,让小众非遗成为广受欢迎的文化符号。在四川、贵州等地,乡村群众依托文旅配套服务、文创加工等岗位获得稳定收入。文化产业已然成为西部乡村拓宽增收渠道、缩小城乡差距的重要支撑。目前,西部民族地区的文化产业发展仍存在转化不足、业态单一等问题。有的地方停留于对单一资源的开发,文创和文旅产品同质化明显;跨区域交

流与文化活态传承面临瓶颈;专业人才短缺,品牌影响力偏弱,制约着产业发展。接下来,还应破解资源转化低效、品牌影响力弱、专业人才短缺等痛点,坚持保护优先、市场导向,精准施策,用好文化产业这把“金钥匙”,打造更多叫得响的民族文化品牌。

完善顶层规划,坚持科技赋能。各地应结合民族文化禀赋编制专项规划,优化财政、税收政策,搭建多元投融资体系,加强非遗与文创IP知识产权保护,规范市场秩序。推进民族文化资源数字化建档,运用数字技术打造虚拟文旅、线上文创等新业态,搭建文化科创平台,推动传统工艺与现代设计融合,提升产品品质与市场覆盖面,培育好新型业态。

打造特色品牌,夯实人才支撑。整合地域文化资源,打造辨识度高的民族文旅精品线路,做大做强特色文化IP,推动民族文化产品走出区域、走向市场,深化融合发展。探索建立西部民族地区文化产业协作机制,推动非遗巡展、文旅线路共建、人才互派交流。推行大师带徒、校企合作等模式,定向培养文创设计、文旅运营、市场管理等复合型人才,出台返乡创业扶持政策,吸引青年人才扎根西部乡村。