

观察

文/羊城晚报记者 余胜容 代方莹  
图/受访者提供

# 从“重抵押”变为“重信用”

## 湛江“整域授信”破解海洋牧场融资难题,授信总额已达45亿元

海是湛江的底色,这片海养活了沿岸世代的人,老陈就是其中一个。养了十几年虾,他一直想转型养东风螺,却常为贷款手续犯难。这次,他只到遂溪农商行一次,所有信息核查当天完成。贷款到账,新池子建了起来。“真没想到,一天就搞掂了以前跑断腿的事。”老陈感慨万千。老陈并非特例。近年来,中国人民银行湛江市分行指导多家金融机构,在湛江率先推行海洋牧场“整域授信”模式,目前已累计服务近3000户海洋牧场经营主体,授信总额达45亿元。



湛江海洋牧场

### 制度设计改变融资逻辑

过去银行放贷,主要看“家底”:有没有房产?有没有土地?湛江养殖户多是轻资产经营,深水网箱、渔排做不了抵押,贷款常在第一关就被卡住。更大的困局在于:湛江海域往往跨多个乡镇、县区,行政边界切割了产业的完整生态。一个流沙湾,横跨三个行政区,若按“整村授信”的模式去套,谁也管不全、管不透。

2023年,湛江在“整村授信”的基础上迭代升级,探索推出“整域授信”模式。这个模式打破了行政壁垒,以海洋自然水域和养殖产业集群为单元,将全域海域划分为各个片区,对整片海域内全部养殖户、企业统一摸排、统一信用画像、整体核定授信额度。中国农业银行湛江分行党委书记、副行长梁国泉用“重抵押”变为“重信用”来概括这一转变:“现在通过‘信

用+海洋+全链金融’模式,依托信用评级体系综合评估经营状况,不再把抵押作为硬条件,让更多经营主体‘贷得到’。”

“准入门槛低了,养殖户不用筹大笔资金就能入行”,遂溪农商行相关负责人介绍。目前该行海洋牧场整域授信总额已达7.86亿元,服务超1700户经营主体,其中仅东风螺一个专项授信就达1.63亿元。

### “数据跑路”代替“群众跑腿”

硃洲岛,孤悬海上。过去岛上养殖户办贷款,要搭船出岛、辗转多个部门开证明,来回奔波耗去好几天。农行湛江分行的金融助理驻村后发现这一痛点,主动对接村委会,联合举办专场政策宣讲会,把核心养殖户请到现场,逐条解释准入条件、利率优惠。当听到“不用额外抵押、利率有产业优惠”时,合作社负责人当场表态,随后

带动周边近30户散户集中申请授信。

让数据多跑路,靠的是一套跨部门协作机制。2023年起,人民银行湛江市分行联合市发展改革委、农业农村局、海洋渔业局,整合海域权属、养殖主体资质、行政处罚、产业规划等基础政务数据;后又新增气象局,将台风、风暴潮等海洋气象风险纳入信用评级指标体系,把养殖品类、海域条件、经营年限、合规记录等几十项要素量化为标准评分。

### 从“单点输血”到“整片造血”

遂溪乐民镇,高展水产的养殖基地里,200亩闲置虾塘已改造为东风螺工厂化养殖车间,占地450多亩。整体改造投入过亿元,若由散户全额贷款,风险太高;散户单独申请,又面临技术标准不统一难题。“整域授信”将基地拆分为5亩一个的标准单元,龙头企业统一输出种苗、技术、销路,银行提供最高60%的分期付款,养殖户自筹40%并接受资金封闭监管。方案出来至今,带动46户经营主体入驻,至今“零不良”。

“整域授信”不只在养殖环节发力。各海域实行主办银行制度,每个海域确定1至2家主办银行,多家协同服务。大型银行承接深海养殖平台、海上风电等长周期大项目;中小地方法人银行下沉服务至近海家庭式养殖。数据显示,整域授信已覆盖海水养殖、饲料、种苗培育、水产品加工等多个环节,大部分额度投向中小养殖户和小微企业。

在流沙湾1号海域,全省首个增殖型国家级海洋牧场示范区已投放全国首座可自主升降桁架养殖平台“湛农1号”,建成智能化养殖集群。湛海集团系统整合6片约6万亩海域,海域储备规模全省第一。每一项布局背后,都是金融“活水”的精准注入。

### 信用生态的持续深耕

“整域授信”让信用本身成为可量化、可流通的资产,而成效也已然显现。遂溪东风螺专项授信客户养殖成功率提升约25%,每亩利润比传统养虾高出30%以上,且授信主体保持了零违约、零不良的记录。农行湛江分行开辟海洋牧场绿色通道,服务海洋牧场全产业链贷款余额18.8亿元,覆盖种苗、养殖、加工、销售全链条。

下一步,人民银行湛江市分行将持续完善信用评级指标体系,拓宽场景覆盖——深耕养殖生产、加工流通、绿色碳汇、灾后复产、智能养殖等多元场景,同时完善“信易贷”平台海洋牧场专区,利用大数据提升服务效率与风控能力。

信用如潮水,漫过每一片养殖排,每一座深海网箱,把曾经繁琐的,变得简单。碧海银滩,正在成为湛江渔家人手中实实在在的“资本”。

(上接A1)

米拉托维奇表示,黑中两国始终在相互尊重和理解基础上发展友好合作关系。黑方愿同中方以建交20周年为契机,进一步巩固深化友好关系,拓展各领域合作,造福两国人民,为促进世界和平发展作出积极贡献。

## 黄坤明会见 纳米比亚总统 恩代特瓦

(上接A1)

恩代特瓦表示,中国是纳米比亚坚实的伙伴,欣闻中国共产党刚刚迎来成立105周年这一重要节日,我们谨致祝贺并对中国共产党领导下当今中国取得的发展成就感到高兴,这也坚定了纳方探索具有自身特色现代化道路的信心。这是我就任总统后首次访问非洲以外的国家,很高兴在广东开启我的访华旅程,这里是中国经济建设、科技创新、对外开放的高地与前沿,期待此访搭建更多桥梁纽带,进一步促进两地互惠互利合作,不断增进两地人民友好。当前,纳米比亚正大力推进工业化建设和经济发展,以稳定就业为优先导向,致力于为全体国民特别是广大青年创造一个美好未来。我们的发展与中国特别是广东的发展互补性强,合作空间大、潜力深,希望能借此推动两地在能源资源开发、交通基础设施建设、农牧业等领域达成更多合作,以深化教育医疗、文化旅游等领域交流为抓手持续扩大人员往来规模,不断充实丰富纳中全面战略合作伙伴关系内涵,为两地两国人民带来更多实实在在的福祉,携手并进而推动纳中传统友好合作关系不断向前发展。

中国驻纳米比亚大使赵卫平,省领导王曦、冯忠华;纳米比亚驻华大使托纳塔·伊滕格-埃姆武拉参加会见。(徐林 骆晓骅 岳宗)

# 八旬老人手机里有77万多条未读消息:防止“数字围猎”需多些源头之治

今日论衡之世相评弹

□吴睿鹤

首席评论

□朱昌俊

88岁的奶奶,手机里竟有77万多条未读消息!近日,一位网友的网上求助,再次引发老年人遭遇“数字围猎”的讨论。这半年多,给奶奶删微信消息,成了这位网友每次到养老院探望奶奶时的固定节目。然而,没过多久,她再次来探望奶奶时发现,上次已经删干净的微信,又冒出了3万多条未读消息。(央视新闻)

记者向微信平台了解到,近三年,这位奶奶添加了1200个企业微信账号,近一年被拉入1900多个群聊。而这些“企业微信联系人”起初都打着“关爱老人”的名义,群聊名称一个比一个耐人寻味,比如“等你来聊知心话”“相逢即是

缘”等,群聊内容看起来像是分享日常趣事、家长里短,但实际上所有的甜言蜜语,最后都是为了一个目的:向老人卖东西,尤其是保健品。这一幕曝光后,许多人留言:我爸妈的手机也是这样。

某种程度上说,这位88岁奶奶的遭遇,其实是过去线下保健品推销在线上的一种变异升级。这种打着“关爱”旗号的账号和群聊,不过是通过最便捷的方式,“与时俱进”地把老年人发展成了“私域”营销对象。这一现象被称为是对老年人的“数字围猎”,并不夸张。

表面看,该事件中的老人在近三年内添加了1200个企业微信账号,似乎是“围猎”的源头所在。但是,不能因此就将责任推给老人的“轻信”。要知道,老年人本身就对互联网风险存在着巨大的信息不对称,被陌生人添加好友,他们往往很难识别其中陷阱。这背后更

值得探究的一个问题是,老年人的手机号码,到底是如何被如此多企业微信账号所获得的?同时,在被添加好友后,这些账号在无需老人确认的情况下就将老人拉入群内,可以说是另一个明显的安全漏洞。目前,微信平台已承诺,下一步将对行为存在异常的企业微信,上线拉群时强制要求被拉人确认的功能。这一改进方向值得肯定,但仅仅这一步,恐怕还远远不够。

经由此事,各方都应该认识到,破除针对老人的“数字围猎”,已是一个值得重视的社会问题。据报道,截至去年6月,我国上网老人已突破1.61亿人,“77万条未读消息”的背后,不是一个家庭的困扰。更要注意的是,“数字围猎”不是一个静态的过程,它的“套路”会随时改头换面。在这种情况下,遏制“数字围猎”就必须要在一个更广阔的维度上

来审视,它背后对应的其实是一个系统性问题。

比如,从个人信息保护的角度看,大量的“围猎”行为,其实都是建立在个人信息的泄露和被滥用之上;从营销乱象看,不少保健品的违规销售固然令人反感,但那些功效存疑的保健品,是否在生产上就该得到必要的规范?再从互联网产品伦理看,平台在设计之初就应该植入防止过度打扰和尊重用户自主权的底线思维,像未经允许被拉入群、过度索取个人信息等做法,都需要从规则层面加以更有效的约束。

所以,在老龄化加速的今天,该事件中老年人的遭遇,其实更像是一面镜子,照见的是数字时代银发群体可能面临的一种普遍性困境,背后存在诸多需从源头治理的问题。

(作者系资深媒体评论员)

## “次抛衣”爆火 背后存在健康隐患

眼下正值暑期出游的高峰期,各类旅行拍照需求集中涌现,主打平价、一次性穿搭的“次抛衣”在电商平台销量上涨。“次抛衣”的流行契合了年轻人消费需求,但部分商家借着一一次性穿衣理念降低生产标准,背后暗藏不容忽视的健康隐患。(中国之声)

如今,年轻人出游不再只看重风景体验,更追求在社交平台可展示的画面和记忆。对短期出行而言,高价穿搭衣物携带麻烦、重复穿搭缺乏新意,租赁服饰又存在尺码、卫生等限制,单价十几元到几十元的“次抛衣”正好填补市场空白。消费者购入的不是一件耐用衣物,而是镜头里短暂的仪式感。低成本快速切换穿搭风格,契合轻量化、短周期的旅游需求,这种场景化消费逻辑,让“次抛衣”在电商赛道迅速突围。

火热市场之下,行业规范的空白却同步暴露。不同于常规成衣,“次抛衣”是商家打造的营销概念,暂无针对性生产标准约束。翻开众多“次抛衣”详情页,面料一栏笼统标注为“其他”,水洗标识、安全类别等关键信息缺失。不少买家坦言,“次抛衣”面料粗糙、极易掉色变形,但却因价格低廉,便默认“一次性用品无需苛求质量”。这种消费包容,变相纵容商家压缩生产成本,选用劣质面料、廉价染料,跳过完整质检流程。

我国《国家纺织产品基本安全技术规范》明确规定,贴身衣物必须标注B类及以上安全等级,严控甲醛、可分解芳香胺染料、色牢度等指标,吊牌、水洗标识、生产信息等缺一不可

可。“次抛衣”即便只穿一次,同样直接接触人体皮肤,理应遵守统一安全标准,不存在“一次性就能降低门槛”的特例。低价不能等同于低标准,短暂无不代表化工毒素不会刺激皮肤。正如业内人士指出,粗糙面料摩擦易造成皮肤破损,超标甲醛、劣质染料极易诱发皮肤泛红、瘙痒、过敏等;流入二手平台循环转售的“次抛衣”,更是叠叠加多人穿着残留的细菌、汗液,卫生隐患进一步加大。

一边是年轻人难以割舍的拍照需求,一边是悬而未决的产品安全漏洞,治理乱象需要多方合力。电商平台应当压实主体责任,对主打廉价“次抛衣”的商家开展专项排查,强制公示面料成分、质检报告与安全类别,下架“三无”服饰,对违规商家加大处罚力度,杜绝“只炒概念、不顾标准”的灰色生产模式。商家不能只顾流量牟利,需摒弃“一次性服饰无需合规”的投机思维,严格按照国标生产,守住安全底线。

消费者也该跳出低价陷阱,理性看待“氛围感消费”。选购时主动核验吊牌、水洗标识等,避开气味刺鼻、面料粗劣的商品;新衣上身前充分清洗,贴身搭配内搭减少皮肤直接接触,对转售的二手“次抛衣”谨慎入手。消费潮流迭代无可厚非,但任何新兴消费品类,都不能脱离安全规范肆意生长。“氛围感经济”可以创新商业模式,却绝不能放宽健康底线。唯有标准落地、监管加码,理性消费三方同行,才能让消费者既能低成本收获旅行美感,也不必为廉价穿搭付出健康代价。

## 别再让“健字号”滴眼液损毁大众眼健康

热点快评

□王琦

长时间盯着电脑办公或者刷手机,眼睛会出现干涩、酸胀、视线模糊等症状。随着高强度用眼越来越成为大众的常态,在各大网购平台上,各类主打缓解视疲劳的“滴眼液”“眼保健液”等护眼产品热销。不过,这些所谓的“护眼神器”真的靠谱吗?(中国之声)当“屏幕用眼”成为当代人的日常,缓解视疲劳的护眼产品也成为许多消费者的刚需。然而,我们在网购平台随

手下单的“滴眼液”,很可能根本不是药品。媒体曝光河南多地“健字号”滴眼液乱象,揭开了一条藏身于护眼需求背后的灰色产业链。不合格产品顶着“护眼神器”的名头流向全国,将消费者的眼睛置于不可逆的健康风险之中。

事实上,早在2010年,原河南省卫生厅就已明令废止保健用品批准文号。但如今,多个行业协会却将“团标字号”做成了盈利工具:每年缴纳1000至10000元不等的会费,再花几千元走一遍所谓的“专家评审”“医院鉴定”流程,即可获得毫无法律效力的“护眼团标用字”“护眼用生”类文号。这些文号既无严格的安全检测,也不具备药品监管的刚性约束,却被企业拿来冒充正规

资质,将原本只能涂抹在皮肤上的保健品,包装成可以滴入眼睛的“滴眼液”。

比资质造假更可怕的是,产品本身对眼睛的直接伤害。检测结果显示,有的产品pH值远低于正常滴眼液标准,有的渗透压摩尔浓度几乎超出正常滴眼液的一倍,且所有产品均未达到药典规定的眼用制剂无菌要求。眼科专家指出,pH值异常会直接腐蚀角膜上皮,渗透压失衡可导致眼表细胞坏死,非无菌液体滴入眼内,轻则引发结膜炎,重则导致角膜溃疡、穿孔,甚至诱发可能致盲的眼内炎。这些产品打着“缓解视疲劳”的旗号,却一步步侵蚀用户的眼健康。不少消费者以为自己在护眼,实则正为眼睛埋下永久性损伤的隐患。更值得警惕的是,这场乱象充分暴

露了监管漏洞。从线下的非法资质买卖,到线上的流量推广,整个链条多个环节均处于监管盲区。最终买单的是毫无防备的普通消费者。

眼睛是人体最脆弱、最珍贵的器官之一,容不得假冒药品的侵害。整治“健字号”滴眼液乱象,一方面要对违规售卖文号的协会商会严肃追责,彻底清理早已失效的“旧健字号”残留;另一方面要压实电商平台审核责任,将所有非“国药准字”的眼用产品从“滴眼液”类目中清除出去,从源头切断违规产品的流通过程。同时,消费者也应注意,护眼没有捷径,眼睛不适切勿盲目购买网红产品,认准“国药准字”、及时就医,才是对自己眼健康最负责的选择。