

首席 **评论**
□张略

“媒体+”赋能“百千万工程”，“加”出了什么？

2025年6月，广东省委农村工作领导小组办公室、省委宣传部联合印发《“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设行动方案(2025—2027年)》(以下简称《行动方案》)。作为全国首个省级层面出台的“媒体+”赋能乡村振兴政策文件,《行动方案》已实施一年,一批探索陆续在广东的县镇村落地。回顾一年来的成效,这个“媒体+”,究竟加出了什么?

“媒体+”,首先“加”出的是发展的理念之变。产业兴旺是乡村振兴的“牛鼻子”。过去,农业发展更多关注怎么把农产品种好养好。如今,面对大市场,如何把产品卖好、让优质获得优价,具有更现实的“变现”意义。从徐闻菠萝曾经遭遇滞销到“菠

萝的海”成为区域品牌,从化橘红主要依赖展销会、实体店销售到借助短视频、微短剧和直播走近年轻消费者,市场化、品牌化、媒体化思维正在前置发力,促使生产端更多从用户需求和市场变化出发审视产品、对接产区。

“媒体+”,也“加”出了跨界汇聚的资源。媒体的作用不只在于扩大传播声量,更在于连接农业领域之外的商业渠道、文旅机构、科技企业和国内外市场。2025年,广东媒体发起“喊全球吃广东荔枝”活动,联动荔枝种植、采摘、消费等环节,助力全省荔枝销售170万吨、销售额170亿元。在2026年开展的“广货行天下”行动中,媒体进一步以“媒”聚力,让更多资源跨界汇聚,为农产品走出产区、进入更大市场

创造条件。

“媒体+”,还“加”出了扎根乡村的新人才。产业持续发展,既需要懂种养、懂经营的农民,也需要懂市场、懂传播、懂运营的新农人。各地开展传播培训、直播实践,帮助农民从等待外部宣传转向主动讲产品、找市场,乡村推荐官、新农人主播逐渐成为产区连接市场的新力量。媒体参与人才培养,意义不只于带来一场活动的热度,更在于为乡村留下能够持续运营品牌、对接市场的人,把外部赋能转化为内生动力。

“媒体+”,更“加”出了乡村文化的新价值。农产品进入市场,竞争的不只有品质和价格,还有产地历史、地域文化的故事。广东首部“三农”IP微短剧《化州化橘红,天下第一红》,既呈现

化橘红的历史文化,也带动取景地茂名高州滩底村受到关注,微短剧制作成为村集体增收的新业态;羊城晚报推出的“翁城孩子的诗”“百村焕新记”等品牌IP,也在重新发现书写乡村文化。“媒体+”赋能讲好品牌故事,不只是给农产品和乡村简单包装,而是把其中承载的历史文化、生产技艺和生活方式呈现出来,推动其物质价值向品牌价值、文化价值延伸,为乡村打开新的发展空间。

一年的实践表明,“媒体+”为“百千万工程”增添动能,既在于改变理念、汇聚资源,也在于培育人才、发现文化,最终仍要落到农业增效、农民增收上。让更多优质农产品对接市场,让产业发展成果真正惠及百姓,才是衡量“媒体+”成效的根本标准。

今日论衡之 **世相评弹** 退张机票不该如此艰难

□周琼

近日,“1.5万元机票退票仅退400多元”的消息引发关注。消费者林先生通过购票平台购买了一张价值15217元的国际机票,因行程变动,在起飞前三天申请退票,却发现最终只能退回432元。事件引发舆论关注后,林先生陆续收到平台退款,共计14700余元,加上此前退款,最终实现全额退款。

钱退回来了,消费者却没有因此感到轻松。林先生表示,希望自己的经历能够推动更多消费者权益得到保障,并呼吁相关部门关注高额退票费问题。

这起事件的意义,或许并不只在于林先生拿回了一万多元,而在于它再次暴露出机票退改签规则中长期存在的信息不对称和权益失衡问题:为什么消费者买票时容易,退票时却如此艰难?

长期以来,机票退改签规则复杂、费用高昂,一直是消费者投诉的热点。不同航空公司、不同舱位、不同购票渠道,往往对应不同退改规则。有的规则隐藏在购票页面不起眼的位置,有的需要消费者主动点击查看,甚至普通消费者很难准确理解其中含义。

对于消费者而言,购买机票本来是一种服务交易,但现实中,很多人并没有真正意义上的选择权。面对复杂的条款,消费者往往只能被动接受。尤其是国际机票,动辄数千甚至上万元,一旦因个人原因无法出行,高额退票费可能意味着大部分票款“打水漂”。

退票费并非不能收取。航空运输具有特殊性,消费者退票后,航司可能面临座位空置、运营安排调整等损失,合理的退改费用有其存在基础。但问题在于,退票费应当建立在公平、透明、合理的基础之上,而不能成为企业转嫁风险、获取额外收益的工具。

从法律角度看,退票费本质上属于违约责任承担方式,需要与实际损失相匹配。如果企业没有充分履行告知义务,让消费者在不充分知情的情况下接受高额退票条款,这样的格式条款就可能损害消费者的合法权益。

事实上,高额退票费与机票超售等问题,背后反映的是同一种经营逻辑:企业希望通过规则设计降低自身风险,却将成本更多转嫁给消费者。在超售机制下,消费者承担可能无法正常出行的风险;在高额退票费机制下,消费者又承担无法退回票款的风险。当消费者成为风险最终承担者,市场交易的公平性自然会受到质疑。

更值得关注的是,近年来,随着旅游、航空等服务消费快速增长,消费者对于服务品质和权益保障的期待也在不断提升。而消费信心不仅来自商品价格,也来自交易过程中的安全感。如果消费者购买一项服务时,总要担心隐藏条款、复杂规则和高额违约成本,那么消费意愿必然会受到影响。

解决退票难和高额退票费的问题,不能只依靠个案协调与舆论关注。对于航空公司和购票平台而言,应进一步简化退改签规则,提高规则透明度,让消费者在购票之前就能够清楚了解可能承担的费用,而不是等到退票时才发现陷入霸王条款。监管层面,也需要进一步完善行业规则,对明显不合理的退改签费用加强规范,引导企业在商业利益与消费者权益之间找到平衡。毕竟,市场竞争的核心不只是提供更多产品和服务,更是建立消费者愿意信任的交易环境。

退一张机票之所以引发如此大的关注,恰恰说明消费者期待的并不只是退回一笔钱,而是希望每一次消费都能拥有明确的规则和公平的保障。当透明成为行业标准,公平成为交易底线,消费者才能真正放心出行。而这,也是服务消费持续发展的基础。

热点 **快评**
□朱昌俊

热播电视剧在正版平台上线不足24小时,侵权资源便已在社交平台、网盘和搜索引擎中同步扩散;视频平台会员账号被拆分为“分时租赁”商品,在二手交易平台上公开叫卖……近年来,国家有关部门持续开展专项行动,但影视盗版现象仍屡禁不止。(7月29日新华网)

说到影视盗版,可能一些人的印象还停留在早期简单的物理“复刻”或“屏摄”阶段,但其实盗版行业早已“进化”到产业化的地步,形成高度专业化的黑色链条。在这条产业链的上游,不法分子通过多种方式获得影视作品

的片源,有的是利用管理漏洞通过内部途径泄露片源,有的是利用人工智能爬虫、智能录屏、批量代码等工具,在影视剧上线后完成片源抓取;在产业链的下游,则是分工明确的再加工与分发,如获取片源后,盗版团伙将影视剧文件改名、压缩、加密,存储在网盘的私有空间内,再通过社交平台、二手交易平台、小众网站等渠道发布引流信息,以解压码提取、付费入群等方式定向推送。这也意味着影视盗版的效率、传播速度和规模都空前增大,对整个影视行业健康发展带来不利影响。

盗版手段不断“升级”,相应的打击手段也自然有必要与时俱进。从现实出发,目前至少有几个方面需要重点发力。一是积极利用技术手段筑牢

防范盗版的屏障。如可以通过数字水印、数字指纹等技术,确保在发生侵权盗版行为时能够追溯到个人。这方面的技术手段,从企业到行业都当考虑积极跟进,让每一份泄露的片源都有迹可循。

二是进一步提高盗版行为的违法成本。就现实来看,影视盗版违法收益远高于风险,很容易放大投机者铤而走险的侥幸心理。这种情况下,有必要结合行业现实,继续提高法定赔偿上限,真正让不法分子掂量盗版的代价和成本,让全社会对于知识产权保护树立起更多的敬畏心。

另外,各大社交平台、二手交易平台也应强化对盗版分发与交易环节的监控和拦截。要知道,绝大多数盗版资源都依赖线上渠道完成传播和交

易,这意味着只要在分发端口和交易链条上形成有效封堵,盗版的“生意链”自然要受到更多的约束。对此,各平台理应守土有责,避免给不法分子提供可乘之机。

总而言之,面对一条分工明确、环环相扣的黑色产业链,不能只满足于一时的专项打击或是阶段性的治理行动。积极构建与行业现状相匹配的常态化、全链条的防范与打击体系刻不容缓,这是强化知识产权保护、维护影视行业健康发展的应有之义。毕竟,盗版猖獗,不仅侵蚀影视产业的正常商业根基,也将严重挫伤从业者的创作积极性。让行业发展免于盗版之忧,值得有更多的系统行动。

(作者系资深媒体评论员)

金融**向新而行**

中国银行推动科技金融从“广覆盖”向“深专精”加速跨越

文/戴曼曼

7月30日,在2026年上半年广东银行业保险业新闻通气会上,中国银行广东省分行围绕“科技支行如何服务科技创新强省战略”,交出了一份成色十足的科技金融答卷。截至6月末,广东中行科技贷款余额超5900亿元,同比增幅超20%,其中,科技型企业贷款余额3300亿元,客户覆盖率超30%,保持同业领先水平。

数字的背后,是广东中行坚决贯彻省委“1310”具体部署、深度融入粤港澳大湾区国际科技创新中心建设的扎实行动。作为打通科技与金融深度融合“最初一公里”的关键节点,37家科技特色网点、10家重点建设的科技支行,正是这份成绩单的核心阵地。

近年来,广东中行以专营化体系为骨架、以人工智能等硬核赛道为靶向,以全周期服务为脉络,推动科技金融从“广覆盖”向“深专精”加速跨越,为广东培育新质生产力、推动制造业智能化转型注入源源不断的金融动能。

锚定前沿主赛道 精准支持助力产业创新

人工智能是新一轮科技革命和产业变革的核心驱动力,也是广东培育新

质生产力的关键赛道。在总行层面,中国银行率先在行业内发布支持人工智能产业链发展行动方案,明确未来5年提供不少于1万亿元专项综合金融支持,为全产业链发展注入顶层动能。

承接中国银行总行人工智能产业链万亿级专项支持政策,广东中行出台专项服务方案,深度对接省内人工智能产业生态。扎根广东产业沃土,广东中行紧扣全省“人工智能+”战略部署,以专营化组织架构保障服务,重点发力算力、芯片、集成电路等领域,服务客户超600户,上半年新增授信近200亿元。

针对AI企业最迫切的算力需求,中国银行创新“券贷联动”模式,于2025年5月首发“中银科创算力贷”。该产品创新融合政府“算力券”支持政策与银行“算力贷”金融服务,通过“政策引导+金融赋能”双轮驱动,精准聚焦人工智能产业链的基础层、创新层和应用层三大核心集群。

为破解科技企业成长接力难题,中国银行推出中银科创贯通式客户培育计划,配置600亿元股、贷专项资金池,打造“投贷协同、风险共担、收益共享”的一体化服务新模式。

针对新形势下科技企业的出海需求,提供科技信贷、外汇避险、上市服务等一揽子“融资+融智”支持,为科

技企业海外项目提供资金支持,助力多家科技企业赴港上市,护航粤企征战全球市场。

精准滴灌全周期 完善敢贷愿贷长效机制

科技企业“轻资产、融资难”,是长期困扰产业发展的痛点。广东中行积极响应“投早、投小、投长期、投硬科技”的政策导向,发挥集团全球化、综合化优势,构建全链条服务体系,为科技企业提供从初创到成熟的全生命周期金融支持。

科技支行是广东中行服务科技企业的“最前沿”与“桥头堡”。近年来,广东中行在监管的大力支持与指导下,以10家重点建设的科技支行为牵引,已建成37家科技特色网点,科技贷款余额超400亿元,占其对公贷款余额比重近70%,专营成色彰显。

在定制化产品供给上,广东中行针对初创企业推出“科创贷”“知惠贷”等线上融资产品;针对研发、生产关键环节,推出“研发贷”“算力贷”“中试保融通”等特色产品,为科技企业提供从研发到市场的全链条金融支持。同时积极支持科技支行特色产品创新,如佛山南海金科支行与季华实验室联合推出“季华贷”,将“技术流”转化为“资金流”,打通实验室成果走向生产线的关键节点;珠海高新科技园区支行联合当地机构推出“科创入园贷”,精准服务园区企业。

在特色化管理机制上,广东中行着力构建“愿贷、会贷、敢贷”专项机制。在“愿贷”方面,参考监管对于科技支行建设的评估指引,制定行内科技特色网点差异化建设方案,配套专属考核方案及专项资源配置,支持科技支行集中资源服务科技企业。在“会贷”方面,推出科技金融专属授信模式,探索科技支行



汇天陆航工作人员与中国银行客户经理围绕科创企业融资、产融赋能开展对接交流

图/广东中行提供

共筑科创生态圈 推动多方协同价值共生

审批链条优化及科技型企业授信试点业务,实现科创业务的“专人审、快速审、专业审”。在“敢贷”方面,出台科技型企业授信业务尽职免责指导意见,明确“合规无道德风险即免责”,切实消除一线人员“后顾之忧”。

在数字化精准服务上,广东中行推广运用“中银夸腾”系统,借助人工智能、大数据等前沿技术,构建多层次行业和产业集群分类,对企业技术竞争力、资金充裕率、政策匹配度等进行综合评价,将授信视角从“看资产”转向“看技术”、从“看报表”转向“看未来”,支持赛束科技等一批尚未实现规模化盈利的科创企业跨越关键发展期。同时积极与政府部门开展银政数据对接,如广州番禺天安科技支行与园区共建“信息-资源-增信”协同机制,为园内科技企业提供精准金融服务。

科创金融从来不是银行的“单打独斗”,而是需要政、银、企、投、研多方协同、形成合力。广东中行以科技支行为链接端口,向上对接政府政策,向外联动投资机构、产业平台、科研院所,构建资源共享、风险共担、价值共创的科创金融生态,让金融活水更高效地流向科技创新的各个环节。

广东中行聚焦生态建设,搭建“协同合作、资源共享”的赋能平台。积极落实科技创新和技术改造再贷款及贴息政策,余额保持同业领先水平;与省工信厅联合实施中小企业梯度培育行动,专精特新中小企业、“小巨人”企业

授信覆盖率分别达42%、59%。与此同时,联合各地市政府开展常态化产融对接,把政策红利与金融服务同步送到企业身边。

投贷联动补位,打造资本接力链条。落地粤财东莞、珠海华发两只AIC基金,进一步丰富区域科创资本供给;联合粤科集团推出“中银粤科投贷通”产品,打通信贷与股权投资的壁垒,为优质科技企业提供“发现-培育-成长”的闭环式金融支持,破解科技企业成长接力的融资断点。

潮涌珠江,智启未来。广东中行将继续以科技支行为重要抓手,深耕人工智能等硬核科创赛道,持续推动“科技-产业-金融”高水平循环,为广东从制造大省向智造强省全面跃升、粤港澳大湾区打造国际科技创新中心贡献更大金融力量。



珠海市生产力促进中心、珠海科技集团·科创产业园与中国银行珠海分行联合推出专属金融服务产品——“科创入园贷”

图/广东中行提供