

AI将高考志愿填报服务卷至“零元”，数千家机构何去何从



□江苏经济报记者 樊 骏

2026年江苏高考分数即将出炉，但高考志愿填报服务市场的“争夺战”早已打响。不同于以往，随着AI技术的快速突破，今年，阿里、百度、腾讯等大厂开始大举切入这一赛道。6月10日，阿里旗下千问上线国内首个全周期高考志愿填报Agent；百度同日推出AI志愿报告并首次引入真人专家背书机制；更早之前，腾讯元宝联合QQ浏览器推出“元宝高考通”。

三大巨头以统一的免费姿态，杀入了这个此前由上千家中小机构瓜分的垂直市场。一个十亿级的传统赛道，将被AI重新定义。“BAT以免费模式切入，本质上是用互联网平台的流量逻辑，对垂直赛道的小体量玩家进行降维打击。”中国城市发展研究院投资部副主任袁师告诉记者，对原本依赖志愿卡售卖、低价线上咨询引流的小型机构而言，免费的AI工具几乎直接切断了其核心营收来源。

“大厂咨询师”的降维冲击

艾媒咨询数据显示，2025年中国高考志愿填报市场付费规模达10.9亿元，预计2027年将增至12.2亿元。企查查数据则勾勒出这个行业的另一面：截至2026年6月，国内现存高考志愿相关企业1073家，注册资本在100万元以内的小微企业占比过半，“蚂蚁市场”特征明显。BAT的集体入场，无疑将改写这一格局。

谈及AI冲击的影响，大学生创新创业导师、广州智纹科技有限公司创始人陈松青坦言：“10.9亿元的盘子里，‘信息差’的红利占了七八成，BAT免费AI直接把这部



分打穿了——考生输入分数、位次，AI秒出推荐方案，‘志愿卡’等传统辅助工具那收取几百块钱的逻辑瞬间站不住脚。”

不过，受到冲击，并不意味着传统机构毫无生路。苏商银行特约研究员武泽伟指出：“传统机构的核心优势在于深度的个性化咨询和线下服务能力，这是目前通用AI模型难以完全替代的领域。”科大得咨询机构负责人张新原也认为，传统机构仍有生存空间，因为AI擅长处理数据，但缺乏对个体学生的深度了解和情感支持。知途志愿一名工作人员向记者表示，目前AI“会给考生推荐上下50分区间的学校，缺乏我们机构所能提供的精确指导作用”。

2025年，传统高考志愿填报服务机构在与AI的较量中并不落于下风，例如，峰学蔚来定价12999元的“梦想卡”和18999元的“圆梦卡”依然销售火爆。陈松青分析称：“峰学蔚来这类机构真正的护城河从来不是数据，而是‘情绪价值’，家长买的是‘有人替我把关’的安心感，不是算法。”

在几位受访专家看来，高考志愿填报服务市场未来将进一步分层：大厂AI收割标准化需求的流量入口，传统机构则向深度化、全链条服务收缩。“十亿赛道”上的这场冲击，淘汰的或许不是整个行业，而是“靠信息差吃饭”的旧模式。

AI能“参谋”但难“拍板”

不过，时间似乎站在AI这边。与去年相比，今年几家大厂的AI志愿填报工具经历了明显的产品迭代。“此前市面上大多数高考AI产品都是‘你问一句它答一句’。用户不是在跟AI对话，是在对AI下单。”一名AI产品经理向记者详细介绍了这一变化，

“如今，千问、元宝高考通等产品已升级为Agent架构，不是基于原有AI大模型新增的功能插件，而是一个能独立跑完整条决策链的产品。”

从产品形态看，千问推出志愿日历、志愿报告，志愿问答三项核心功能，将填报流程拆解为七个环节全程引导；百度引入真人专家审核机制，由资深志愿规划师对AI生成内容进行认证背书；腾讯元宝高考通则强调“越聊越精准”的持续对话能力。三家路径各异，但目标一致：让AI从“问答工具”升级为“决策参谋”。

考生的使用体验验证了这一进步。一名考生表示，他曾向AI提问“计算机专业还能学吗”，得到的回复是“能学，考虑就业问题，计算机长期都是一个好的选择。但是也过了高薪阶段，不要抱有太高期待”。他告诉记者：“AI的回答还是很贴合实际情况的，而且还不用花钱，已经很好了。”但问题同样存在。有考生家长在试用后表示：“AI提供的数据，比如院校往年录取排位，经常不对。有时候AI推荐的院校相关专业在我省根本不招人，这个必须得复核。”

千问事业部产品负责人郑嗣寿明确阐明了AI在高考志愿填报中的定位：“我们不是要取代人类专家的判断力，而是要把人类专家的主动对话能力规模化，平等地、普惠地提供给每一个考生。”分析人士认为，从技术发展现状来看，“AI参谋、人类拍板”的协作模式，既是当前能力边界下的务实选择，也是高考场景低容错率特性的必然要求。

免费引流后的生态“棋局”

一个关键问题是：高考志愿填报服务市场规模不过十亿元出头，用户使用周期也仅

有两三周，BAT等大厂为何不计成本地涌入？“互联网平台做免费服务，从来都不是为了公益，而是看中了高考用户这个高价值的流量入口。”袁师表示，“未来的变现路径大概率会走生态内转化的思路。”

武泽伟进一步阐释了这一逻辑。“互联网巨头的核心诉求并非局限于十亿级的志愿填报市场本身，而是通过这一高关注度场景获取高价值用户和精准个人数据，进而延伸至升学规划、职业教育、校园消费等全生命周期场景。”但武泽伟也指出，“高考志愿填报服务涉及教育公平和用户切身利益，变现过程将受到更严格的监管约束和社会舆论监督。”

事实上，大厂的产品布局已显露端倪。郑嗣寿透露，其团队已规划在今年暑期后继续扩展相关能力，从高考季延伸至更长周期的人生规划场景。千问此前已陆续接入地图、打车、购物等生态服务，由此可见，高考志愿填报不过只是其Agent能力版图的一块“拼图”。

张新原提醒：“免费补贴很可能只是阶段性策略，长远会走向商业化。但教育服务不同于网约车或外卖，用户对价格更敏感且对服务信任度要求高，直接价格竞争可能引发反感。”陈松青也警示道：“肯定会走‘先免费后变现’的老路，但收割的方式会更隐蔽。”他特别指出，“要警惕的不是未来收费，而是‘免费’背后可能存在的利益输送——比如某些高校或专业被算法‘优先推荐’。”

值得一提的是，监管部门已有所行动。前不久，国家网信办等三部门联合印发了《智能体规范应用与创新发展的实施意见》，首次从国家层面对Agent给出明确定义，规则之“笼”正在编织。当AI开始介入中国人最重要的人生决策之时，市场逻辑、技术能力与公共利益的三角博弈才刚刚启幕。

未来发展方向如何

“使用信用卡支付有补贴，相当于打折了。”最近，上海市民张不在超市结账时看到手机上跳出的电子账单很惊喜。账单显示一共消费301元，使用浦东区零售消费券减去90元，再享受建设银行立减金30元，最终支付181元。

去年以来，为了更好地落实“以旧换新”政策，建设银行、招商银行等多家银行推出“国家补贴+银行加码”双补贴优惠政策。消费者只需领取消费券后绑定信用卡支付，即可自动完成国家以旧换新资格校验与银行叠加优惠核销，实现一笔支付、双重优惠、瞬时到账。

借助政策“东风”，场景化、生态化成为众多银行信用卡“突围”的关键策略，推动业务从金融产品转变为连接各消费场景以及“金融+非金融”服务的重要纽带。

数字化、智能化更是信用卡未来发展的“必修课”。在转型过程中，风险控制能力正在成为信用卡业务的核心竞争力。银行业正将人工智能、大数据等技术 with 风险管理深度融合，比如在发卡审批环节，通过多维度数据分析和机器学习模型，实现更精准的客户评估；在日常用卡环节，运用实时监控和行为分析，及时发现并处理异常交易。

“信用卡形态还有望从实体加快向数字化转型。”董希淼表示，未来，有望依托大数据与人工智能模型进行实时信用评估，发放纯数字信用卡，这为银行降低实体卡成本、嵌入数字生态、精准触达年轻一代提供更多机遇。 赵展慧



今年4月末，居民部门杠杆率持续下行。“更多居民自主降低债务负担、改善资产负债表。如今，消费者对信用卡和超前消费的认知更加成熟，选择也更加理性。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏说。

“与互联网信贷产品相比，信用卡虽然申请门槛相对较高，但通常信贷额度更高、免息期更长，资金使用同样灵活，能够更好地帮助消费者增强即时消费能力，并通过免息期、分期还款机制，将大额支出分解为可管理的周期性还款，缓解短期还款压力。”娄飞鹏表示。

此外，董希淼介绍，近年来信用卡授信管理进一步强化“刚性扣减”原则，即发卡授信时需对客户信用卡总授信额度内，相应扣减累计已获其他机构信用卡授信额度，防范多头借贷等问题，“维护消费者个人信用的动态，进一步增强消费金融体系的韧性”。

消费者需求趋于个性化和多元化

“信用卡积累了海量高频消费记录和信贷行为。”招商银行信用卡中心有关负责人介绍，当前，我国征信系统中60%的征信主体数据来源于信用卡，信用卡既帮助构建了居民个人信用体系，也对居民消费情况、债务风险等起到

了较强的监测预警作用。

信用卡如今已经成为居民融入信用社会最直接、“敲门砖”，凭借个人信用享受支付、信贷等金融服务，信用卡仍有独特优势。

“与互联网信贷产品相比，信用卡虽然申请门槛相对较高，但通常信贷额度更高、免息期更长，资金使用同样灵活，能够更好地帮助消费者增强即时消费能力，并通过免息期、分期还款机制，将大额支出分解为可管理的周期性还款，缓解短期还款压力。”娄飞鹏表示。

此外，董希淼介绍，近年来信用卡授信管理进一步强化“刚性扣减”原则，即发卡授信时需对客户信用卡总授信额度内，相应扣减累计已获其他机构信用卡授信额度，防范多头借贷等问题，“维护消费者个人信用的动态，进一步增强消费金融体系的韧性”。

除金融服务之外，很多信用卡用户看重卡片所附着的特色服务。董希淼介绍，此前有市场调研显示，约45%的用户因“积分奖励”和“特殊优惠”持续用卡，而近40%的用户重视“境外消费便利性”。

更多用户会主动比较不同银行的费率政策和服务特色，质量，选择最能满足自己

3年多减少1.2亿张 信用卡加快“瘦身”提质

相关部门公布的2026年第一季度支付体系运行总体情况显示，截至一季度末，全国共有信用卡和借贷合一卡6.87亿张。这一数量较2022年第三季度8.07亿张的峰值减少约1.2亿张。

有不少观点认为，“现在年轻人不爱用信用卡了”。数据骤减背后原因何在？进入中国40多年的信用卡未来发展空间在哪里？记者采访了相关机构、专家和消费者。

多种原因推动信用卡“精耕细作”

“网购、打车、叫外卖，基本的消费场景都够用了。在四川成都，工作不满一年的陈佳佳日常习惯使用“花呗”等在线消费金融产品，“一次网购支付时顺便开通的，这月买、下月发工资了还，很方便。”

移动互联网时代，消费和支付习惯发生巨大变化，线上消费小额高频的特点十分明显。在这一领域，各类互联网信贷产品对传统信用卡形成了明显替代，这在像陈佳佳这样的“数字原住民”身上体现得尤为显著。

“互联网信贷产品往往与电商和社交平台深度绑定，嵌入各类线上线下消费场景，同时凭借低门槛申请流程和灵活的分期方式吸引大量年轻用户。”上海金联信发展实验室副主任董希淼介绍，超30%的年轻消费者因信用卡“权益缩水”等因素转向互联网信贷产品。

另一个重要因素是政策驱动行业“挤水分”。2022年，原银保监会与人民银行发布关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知，强化睡眠信用卡业务监测管理。

“挤水分”也是防风险。董希淼介绍，此前部分银行睡眠卡占比高达30%，信用卡市场一度存在片面追求发卡数量、抢夺市场份额导致睡眠卡激增、过度授信等现象，粗放式发展、“内卷式”竞争既造成资源浪费，也积累信用风险。

昆山农商银行：数智化赋能提升授信审批质效

昆山农商银行紧扣银行业科技融合导向，聚焦智能化赋能、分层化审核、场景化审批三大抓手，推动授信业务全链路数智化转型，实现“减负、提效、筑盾”三重成效。

打造“强引擎”，重塑尽调体系。针对尽调数据散、分析浅、效率低等痛点，深挖发票、征信、工商等多维数据，实现调查报告自动化覆盖率超80%，撰写效率提升100%。一是数字化穿透经营，自动解析企业进销项发票，动态展示上下游交易结构、月度开票趋势，精准识别关联交易与虚假经营风险；二是智能化防控隐患，系统自动采集抵押物查封、他行顺位抵押信息，升级集团关联整合功能，一键汇总多主体工商、税务、征信数据，从源头规避多头授信；三是线上优化流程，创新“字段锁定+批注反馈”机制，搭配9大类83个退回原因标签库，告别全流程返工困境，推动贷前质量持续提升。

开启“快车道”，提速存量续贷。构建分

淮阴区淮高镇财政和资产管理办举行家风建设座谈会

近日，淮安市淮阴区淮高镇财政和资产管理办公室举行家风建设座谈会。全体财政干部深入学习贯彻习近平总书记关于家风建设的重要论述，进一步提升对家风建设重要性的认识，增强

了依法理财、为民理财的自觉性。大家纷纷表示，将以身作则，积极传承良好家风，以家风促廉，以实际行动彰显财政干部敬业奉献、廉政勤政、求真务实的形象。 刘 荣

惠山区市监钱桥分局举办职工行车操作技能比赛

近日，无锡市惠山区市场监督管理局钱桥分局联合无锡市红旗船厂有限公司举办钱桥街道职工行车操作技能比赛。此次活动以“以赛研技铸匠心 产改赋能促提升”为主题，将技能竞赛与安全宣教深度融合，切实推动特种设备安全监管工作落地见效，助力企业安全生产高质量发展。

理论筑基，绷紧安全思想之弦。理论知识是安全操作的前提与基础。此次比赛设置理论考试环节，内容紧密围绕行车安全核心要点，全面覆盖行车安全操作规程、起重作业“十不吊”、行车设备规范检查、应急处置流程及《中华人民共和国特种设备安全法》等相关法律法规。参赛选手们沉着应答、认真作答，将日常积累的安全知识与理论规范充分展现。

实操砺技，锤炼规范操作硬功。实操比赛是检验技能水平的关键。赛场上，参

淮阴区古清口财政街道和资产管理办优化营商环境

近年来，淮安市淮阴区古清口财政和资产管理办公室切实履行财政职能，抓好各项工作落实，持续优化营商环境，助企发展添动能。

一是精准落实减税降费政策，减轻中小微企业等经营主体税费负担。二是推

赛选手们全神贯注、各显其能，严格按照操作规范完成精准吊物与定点停放、绕障行驶与平稳操作两大项目。裁判组依据操作规范性、精准度、完成时间等标准严格打分，确保比赛公平公正。

宣教赋能，筑牢安全防护屏障。钱桥分局特别邀请第三方特种设备安全专家，现场开展起重机械操作安全专项培训。通过“培训+宣讲”的形式，将安全知识传递到每一位作业人员，进一步强化企业特种设备安全主体责任。

下一步，钱桥分局将持续以特种设备安全监管为抓手，常态化开展技能竞赛、安全宣教等活动，不断强化基层监管效能，督促企业落实安全主体责任，全力防范化解特种设备安全风险，为惠山高新区钱桥街道高质量发展筑牢坚实的安全根基。 郑宇华

赛事经济带动上市公司多元布局

去哪儿旅行数据显示，在“东北超”的加持下，大连、沈阳、哈尔滨均成为暑期机票酒店预订热门城市TOP20。同程旅行数据显示，端午假期催生“文旅赛事融合”的消费新场景，“苏超”“东北超”带动举办地酒店预订热度不断攀升。

从撬动多元消费的一张车票根，到赛场边愈发丰富的赞助商广告牌，再到上市公司的积极布局，赛事经济正从体育迷的狂欢演变为资本市场的“新战场”。赛事不再局限于一场场比赛、一张张门票，而是成为上市公司品牌营销、资本布局和产业协同的新引擎。

中银证券研报显示，到2030年体育产业总规模有望超过7万亿元。而赛事活动在其中发挥核心杠杆作用。以赛事运营为核心主业的企业，正将赛事热度转化为实质性的业绩增长。

“赛事经济的破圈效应还在进一步增强。去年我们体育赛事经营收入以高增速带动整体营收，今年预期相关业务也将持续向好。2026年一季度扣除股份支付影响后归母净利润同比增长14.43%。”力盛运动(上海)体育科技股份有限公司董事、副总经理兼董事会秘书马笑表示，“过去，赛事更多被理解为一场比赛、一张门票，现在已经转向‘赛事IP+城市文旅+商业消费+品牌营销+大众参与’的综合型消费场景。”

赛事消费数据的持续增长，令相关上市公司股价受益明显。中银证券研报显示，首届“苏超”赛事火爆期间，金陵体育(本地体育器材商)、共创草坪(本地人造草坪供应商)的股价涨幅超过100%。

“尽管完赛后，各公司股价有所回落，不过赛事本身具有阶段性，股价阶段性浮动很正常。而且赛事热度带来的关注度提升是长期的，从过往大型赛事的股价表现看，体育传媒营销、IP衍生相关企业弹性较高，国内省超等联赛还开辟了新模式，文体旅标的均有望受益。”中银证券分析师李小明说。

受益的并将局限于二级市场。IT

(上接A1版)

“大象”的最大优势是稳健，最大短板是“转向”不易。“十四五”期间，山东制造业开启了“跃升式”的升级。其中，围绕传统重化工业与海洋经济的产业创新初见成果，可谓“大象转身”。

2025年山东规上工业增加值增长7.6%，高于全国1.7个百分点；18个制造业大类营收居全国前五，化工、食品产业规模均居全国首位；迄今钢铁、石化等重点行业的先进产能占比超过40%。张海汝分析，其背景是山东近年来大力实施工业“减碳提质”行动，推动冶金、化工、机械、纺织服装等传统优势产业加速向高端提质，实现数智赋能、绿色转型。

◎新故事

目前，潍柴动力在国内发动机市场占有率稳居第一，以其为“链主”的潍坊动力装备集群产值已占全国动力装备产业总产值约1/3。

不仅如此，该公司近几年在全球天然气重卡、大马力柴油牵引车发动机等高端细分市场的话语权不断提升，自主研发的柴油热效率四次刷新世界纪录。

张海汝分析，“十四五”时期，山东在新兴产业领域同样取得重要突破，新能源、人工智能等产业迅速成长。山东7个集群在首批全国战略性新兴产业集群之列，包括济南市信息技术服务产业、青岛市轨道交通装备产业等；50个省级以上战略性新兴产业产业集群营收总规模达到3.66万亿元。迄今，山东拥有低空经济相关企业8100余家，数量居全国第二。

山东新兴产业发展的最新目标是构建“4+4”发展格局，即：打造高端装备制造、信息技术服务、新能源、新材料4个万亿元级新兴支柱产业，培育人工智能、生物医药、新能源汽车、航空航天与低空经济4个千亿元级新兴产业。

“大象转身”的动力从何而来？张海汝认为，山东新兴产业的加速崛起很大程度上源于传统优势产业的延伸与升级，在“制造+应用”两端形成强有力的融合，既有上游材料与零部件配套，又有下游农业、海洋、物流等庞大应用场景。高端钢材、高端化工、工业机器人、海上风电等产业便是典型。

兴业银行南京分行为民办实事温暖“银发岁月”

近年来，兴业银行南京分行通过“设施适老、服务亲老、智慧助老、教育悦老”等多维发力，把惠民养老实事落到实处。

“爱心亭”里搭建便民“避风港”。兴业银行靖江支行联合鼎和庄社区居委会，将金融服务的触角延伸至居民楼下。针对社区老年居民腿脚不便、户外休憩场所匮乏的实际困难，双方倾力打造了小区“爱心亭”养老便民服务阵地。这座看似小小的“爱心亭”，实则是一个集休闲康养与金融安全于一体的“暖心小站”，成为金融反诈的“前哨堡垒”。

“安愉人生”打造精神“加油站”。走进兴业银行沐阳支行，90平方米的“安愉人生”服务中心书香四溢。这里不仅设有藏书5000余册的“安愉书屋”，更开辟了棋牌、康养、非遗手作等多元功能区域。兴业银行宿迁分行始终致力于打造集金融教育、安愉课堂、康养生活于一体的多元融合服务体系。

淮阴区马头镇财政和资产管理办稳步推进机关作风建设

近年来，淮安市淮阴区马头镇财政和资产管理办公室将党风廉政建设融入日常工作，深化“三治一清”整治，采取稳步有效的措施提升业务水平，整治内部团结，提高工作效率。该所要求全体人员扎实做好每一

桔子数据显示，截至今年5月底，2026年体育运动领域投资数量已经达到14起，对比2025年全年的23起和2024年全年的20起，有望实现进一步增长。

“赛事经济的持续升温，也推动相关企业将体育营销从短期曝光转向长期战略。”李小明认为，更多非体育类上市公司正借助赛事的传播力和流量效应，实现品牌曝光、场景获客和产业协同。

消费品企业率先行动。青岛啤酒股份有限公司相关负责人表示，青岛啤酒多年来深耕足球营销，从职业联赛到“苏超”“蒙超”“楚超”等省级赛事均有布局，2026年上线足球主题产品。嘉士伯中国同样在加速布局，继2025年与“渝超”“滇超”和广东省超级联赛合作后，2026年进一步拓展足球赛事场景，旗下乌苏啤酒作为新疆足球超级联赛官方战略合作伙伴、西夏啤酒成为宁夏足球超级联赛官方供应商。

“品牌通过与赛事联动，可以借力赛事海量曝光，赋能品牌年轻化、国际化、时尚化，提升品牌美誉度与影响力。”青岛啤酒相关负责人表示。

更多公司正在试水赛事经济。十月稻田集团股份有限公司联合创始人、首席营销官赵文君表示，依托产品、场景、内容、体验的联动，公司携手“东北超”，将赛场的热度延伸至日常餐桌，深度扎根东北，赋能区域文化。

“体育赛事天然具备情绪价值、社交价值和城市传播价值，这些都是当下消费市场非常稀缺的资源。地方政府、赞助品牌、合作企业和文旅部门也更加关注赛事带来的人群传播、内容流量、品牌曝光、用户沉淀和消费转化。”马笑表示。

随着政策支持、消费升级和企业专业化能力的提升，体育赛事有望成为拉动服务消费、促进文旅融合、推动体育产业高质量发展的重要力量。从消费端的持续升温到资本市场的破圈共振，赛事经济的传导链条正逐步清晰，逐步完成一场价值传导的重构。

袁小康 刘艺涛

张海汝分析，山东工业的不足首先在于传统制造业占比依然较高，产业的结构性矛盾仍在，“大象转身”难度仍然较大。其次，山东现代服务业规模有限，发展水平还不够高，尤其是生产性服务业，综合实力在三个经济大省之中最弱。

因此，山东的产业结构调整正处于“新旧博弈”的胶着期、“向新跃升”的关键期。

尽管当前山东新旧动能转换的效果有所显现，高新技术产业产值占比已达55.3%，但传统产业在山东产业体系中仍占据主导地位。尤其是冶金、化工、建材等山东传统优势产业，一直处于全球价值链低位，致使山东存量调整的阵痛仍在持续。2025年，山东全省固定资产投资下滑8.6%，折射出传统产业“难提质”带来的新压力。

2026年以来，粤苏鲁三省的外贸出口增速明显分化。据海关总署统计，与去年同期相比，1—4月江苏出口增长16%，广东出口增长11.4%，山东出口却下滑0.4%。目前粤苏两省出口商品中，“新三样”——新能源汽车、锂电池和太阳能光伏电池及人工智能装备是增长主力，山东仍以传统机电产品为主。

张海汝直言，山东产业结构调整胶着的一个重要因素是创新生态不强，人才吸引力不足。山东研发队伍更多集中在技术应用层面，基础研究和前沿探索的力量相对薄弱。高校是创新的“源头活水”，山东“双一流”高校仅有3所，与江苏(16所)的差距是数量级的。山东参与试验发展人员中，科研人员占比低于全国平均水平6.5个百分点，这意味着山东的研发队伍更多集中在技术应用层面。

另一个重要因素是山东工业企业——尤其是中小企业的科技成果转化率低远胜于苏粤企业，实验室成果未能真正走进车间。其症结在于，山东的产业土壤对创新要素的吸附力不足。

还有一个易被忽略的因素是风险投资。苏粤之所以创新活跃，不仅因为有高校和人才，更因为活跃的股权投资生态，能够为“从0到1”的创新风险买单。相比而言，山东的金融生态对轻资产、高风险的科创企业支持有限。

“金融+教育”构筑享老“生态圈”

2026年3月6日，兴业银行无锡锡湖支行“安愉人生养老金融服务中心”与无锡市夕阳红老年大学兴业银行(滨湖)校区“双牌同揭，开启‘金融+教育’融合新范式。这种模式将政务服务、金融教育、文化社交深度融合，构建了“15分钟养老服务圈”。

为养老产业注入金融动能。兴业银行南京分行创新构建了“运营资质+入住率+官方评级认定”三维信用评估体系，将民政部门等级评定、实际入住率、床位运营补贴等纳入核心评估指标，有效替代传统固定资产抵押要求。2026年开年，兴业银行南京分行成功向江苏一家养老企业发放995万元养老产业专项贷款。该笔贷款主要用于企业旗下养老机构的基础设施升级、智慧养老系统建设和社区居家养老服务网络扩张，为更多长者提供“机构+社区+居家”三位一体的综合养老服务。

徐 仁

笔业务，接待好每一名服务对象；不做破坏行风环境建设的反面典型，认真执行相关规定要求；持续开展“三治一清”整治，定期组织开展谈心谈话活动，以优良作风推动高质量发展。 周建波