

多家银行竞推“算力贷” “算力证明信用”能走多远

近日，广东省首个词元经济专项金融产品“Token 贷”的推出引发热议，该产品以企业算力Token产出消耗、算力服务合约价值、算力业务产生的应收账款、Token佣金结算量等作为核心授信依据，为企业提供授信额度。

市场人士认为，这类类似于电商兴起之时诞生的“流水贷”，即以“流水证明信用”，如今是以“算力证明信用”。

不过，电商流水是已实现的资金流，而Token消耗只是业务活跃度指标，二者仍有极大的区别。专家更倾向于认为，算力未来更可能成为科技型企业授信的补充维度，而非替代传统信用体系。

银行加速布局算力金融赛道

随着人工智能产业的蓬勃发展，算力已成为数字时代的核心生产力，为更好地服务算力企业，去年以来，已有多家银行推出面向算力硬件企业的专项信贷产品，其以“算力贷”等名义，部分引入算力评价因子，为芯片、服务器、数据中心、光模块等算力产业链企业提供差异化融资支持。

比如，江苏银行去年推出的“算力贷”产品，聚焦AI芯片、智算服务器、云计算厂商等算力基础设施类企业以及AIGC大模型研发、模型垂直化应用等算力赋能类企业，该产品将算力算效水平引入评分体系，同时结合团队人才结构、研发费用投入、知识产权等评价因子，通过科学测算，将企业分为“A、B、C”三类，评分结果直接运用至信贷审批准入、授信额度定量等决策依据。

另外，还有部分银行推出“算力券+算力贷”券贷协同机制。比如，今年5月，张家港农商银行成功为本地一家公司投放该市首笔100万元“算力贷”，该产品采用“基

础授信+算力券增信”双维度规则，单户基础信用额度最高1000万元，配套算力券增信后，固定资产贷款最高可达5000万元。

针对企业算力采购资金周转压力大的普遍难题，今年8月，成都市经信局市新经济委联合成都银行打造专属纯信用贷款产品“算力贷”。该产品依托政府惠企政策构建信用支撑，以“算力券”财政资金作为增信保障，以算力真实需求为业务依托，首笔114万元“算力贷”已发放。

不过，真正实现突破的是近日中国银行广州分行发布的全省首个词元经济“中银·算力Token 贷”。据了解，该产品聚焦算力供给、应用、服务三大业务场景，推出三个子产品，包括算力Token供给贷、算力Token应用贷、算力Token服务贷，全面覆盖算力领域大中小微企业。

据中国银行广州分行介绍，目前，中国银行广州海珠支行已为海珠算力有关企业提供融资超4亿元，其中今年7月以来，通过海珠区政府的牵线搭桥银企对接，落地算力Token贷授信金额超2800万元。

天府立言金融研究院院长曾刚认为，银行业布局“算力贷”，是科技金融适配AI产业的一种探索。“在政策引导与产业融资需求推动下，各家银行切入这一赛道，意在挖掘科创企业客户，完善数字金融布局，缓解算力企业传统抵押物不足的融资痛点。”他说。

当算力开始进入信用系统

从“Token 贷”开始，算力相关经营数据开始进入银行信用评价体系，成为信用证明的方式之一。

事实上，银行看待信用的方式一直都在跟随时代的变化而变化，传统企业贷款看的是土地、厂房、设备、应收账款、税收、

发票流水。银行信贷的逻辑是“看得见、摸得着、跑不掉”。

而后，进入科创经济时代，随着轻资产、高研发投入的科技企业崛起，知识产权质押融资逐步推开。专利、商标、著作权等无形资产开始被银行接受为风险缓释工具，信用评价体系从“实物资产”向“无形资产”迈出关键一步。

“Token 贷”的特殊之处在于，它把算力Token产出消耗、算力服务合约价值、算力佣金结算量作为核心授信依据。企业每调用一次算力，每处理一批数据，都会产生Token消耗。Token消耗越多，说明算力服务越活跃。

有市场观点认为，这类类似电商早期的“流水贷”，店铺没有硬资产，但平台流水可以证明经营能力，银行据此放贷。现在逻辑变成：算力企业没有传统抵押物，但Token、算力合约、算力佣金可以证明其算力经营能力。

不过，电商流水是已实现的资金流，Token消耗只是业务活跃度指标，二者仍有极大的区别。

“银行看中的是Token消耗量对AI企业真实业务活跃度的穿透式反映。”智联首席经济学家、上海金融与发展实验室副主任董希淼认为，传统信贷依赖房产等抵押物，但AI公司多为轻资产运营。Token消耗直接反映大模型被调用的频次和强度，是衡量企业客户活跃度、产品市场接受度及业务持续性的核心指标。它帮助银行将风控逻辑从静态的“资产负债”转向动态的“经营流量”，从而更精准地判断企业的发展阶段与成长潜力。

是信用体系的最新补充

尽管算力融入信用体系已是大势所

趋，但“算力证明信用”的模式仍处于初步探索阶段，距离成熟普及尚需时日。

曾刚认为，现阶段将算力作为银行主要信用评价因子，还有多重风险点有待破解。比如，Token消耗审计是一大难点，该数据由平台方输出，存在刷量虚增业务规模的可能，缺少中立第三方存证审计机制，消耗数据不等于企业实际回款现金流。在可靠的现金流上，需要期限较长、权责清晰、违约处置完备的算力服务合同。业务稳定性上，算力需求随AI行业周期波动，订单存在取消、退单风险。

董希淼也认为，虽然持续增长的Token消耗表明企业产品或服务有真实市场需求，为营收增长提供了基础，间接关联偿债能力的“源头活水”。但Token是“收入潜力”而非“净利”，高消耗伴随高算力成本，若企业定价或回款不力，可能“增收不增利”。因此该指标需结合现金流、毛利率等数据交叉验证，否则无法直接等同于偿债能力。

“比如如说操纵风险，Token数据易被‘刷单’或无效调用虚增，且缺乏统一审计标准。其次是波动风险，AI业务Token消耗常有脉冲式特征，项目结束即骤降，易引发贷后误判。最核心的是盈利脱节风险，即企业消耗量大但利润微薄，如果银行过度依赖此单一指标，可能高估企业还款能力，导致信贷风险加大。”董希淼说。

董希淼认为，银行从看重硬件资产抵押向看重数字经营数据演进，契合AI产业发展规律。但大规模推广需先解决数据标准化、真实性核验等基础设施问题，并要求银行建立能区分有效业务与虚假流量的风控模型。目前该类贷款仍属小范围试点，模式成熟尚需时间，未来或将成为科技型企业授信的补充维度。

安 卓

暑期电影票房突破100亿元

在《欢迎来到龙餐馆》《奥德赛》等新片带动下，2026年暑期档票房继续高歌猛进。灯塔专业版数据显示，截至8月16日17时，2026年暑期档票房已突破100亿元，较2025年同期高出约5亿元。目前，今年暑期档票房排名前三的影片分别为《功夫女足》《八仙！》和《蜘蛛侠：崭新之日》。

2025年暑期档最终票房为119.66亿元，目前2026年暑期档档期仍有半个月，同时还有多部新片已定档。业内预计，今年暑期档票房有望超过2025年同期。

2026年暑期档整体呈现“前冷后热”的特点。6月份暑期档开局，单月票房仅16.45亿元，低于2025年同期。7月份在多部新片带动下，票房迅速攀升至50.19亿元，较2025年7月高出近10亿元。今年8月份刚刚过半，单月票房也已超过33亿元。

全产业链涨价，光伏拐点已至？

国内多晶硅市场连续两周无成交、企业暂停报价，上周五（8月14日），现货报价突然大涨，多晶硅现货重回3.9万/吨关口，光伏产业链也全线涨价。

百川盈孚数据显示，多晶硅上周五价格上涨7500元/吨，单日涨幅23.81%，最新报价3.9万元/吨；电池片上周五报价0.34元/瓦，一周累计涨幅近26%；光伏玻璃上周五报价9.5元/平方米，一周累计涨幅10.46%。期货方面，广期所多晶硅主力期货上周五收盘站上3.9万元/吨，结算价报3.83万元/吨，7月31日以来累计涨幅超20%。

今年4月召开的中共中央政治局会议提出，深入整治“内卷式”竞争。光伏产业阶段性供需失衡，价格持续承压，是“反内卷”整治的重点赛道。

今年以来，工业和信息化部多次召开会议，落实光伏产业“反内卷”政策。在制度层面，国家通过出台更严格的能耗标准，倒逼行业出清落后产能。今年7月，《硅单晶单位产品能源消耗限额》《晶体硅光伏组件和逆变器能效限值及能效等级》《硅多晶和铸锭单位产品能源消耗限额》三项光伏领域强制性国家标准发布，通过提高光伏产业绿色准入门槛，促进光伏产业转型升级。

《光伏行业成本核算模型通则》团体标准也于今年7日发布，首次统一硅料、硅片、电池、组件四大环节成本核算口径，区分不同工艺路线，解决“各企业成本口径不一，低价倾销难以判定”的痛点，为价格执法提供量化标尺。

在执行层面，今年7月，国家市场监督管理总局总局对光伏行业开展价格合规指导，综合运用提醒敦促、合规约谈、行政指导等方式，引导光伏企业规范价格竞争行为。对行业反映强烈、严重扰乱市场秩序、提醒约谈仍不整改的经营主体，依法严肃处理。

此外，光伏行业也开展自律。8月6日，国内八大多晶硅龙头企业共同签署《反内卷倡议书》，承诺所有产品售价不得低于完全成本。同时，倡议书更提出一系

丰富且优质的影片供应，是今年暑期档票房同比增长的核心原因。动画电影《八仙！》豆瓣评分达到8.2分；由沈腾领衔主演的《欢迎来到龙餐馆》，豆瓣评分高达8.5分，该片自8月11日上映以来，短数数日票房便接近10亿元。

除优质内容外，今年暑期档片方、院线集体“让利”，使得电影平均票价较往年进一步下降。截至目前，2026年暑期档整体平均票价约36.6元，较2025年暑期档的37.2元进一步降低，较2024年暑期档的40.9元下降约10.5%。若剔除服务费，今年暑期档平均票价为32.6元，较2024年暑期档下降12%。

在暑期档带动下，2026年总票房目前已超过257亿元，观影人次超过6.5亿。

吴 志

高金价推动黄金消费“轻量化”

七夕将至，近期黄金消费热度有所升温。在北京SKP商场七夕活动期间，即便是工作日，老铺黄金门店前仍排起长队，顾客等候时长普遍达到2至3小时。

今年七夕前夕，黄金消费的“轻量化”特征明显——小克重、高颜值的金饰产品，正从“婚庆刚需”转变为“悦己日常”。

在业界看来，黄金消费“轻量化”趋势最直接的推手是金价持续高位运行。截至8月16日，国际现货黄金价格已达4375美元/盎司，8月份以来累计上涨8.37%。目前，周生生、老庙黄金、周六福等品牌足金饰品报价普遍超过1320元/克。

天风证券研报认为，消费者普遍存在“买涨不买跌”的心理，金价上行有利于营

造赚钱效应，促进消费决策达成。但与此同时，品牌首饰金价水涨船高，直接抬高了购买门槛。

一名金饰专柜销售人员表示，过去千元左右的小克重金饰曾是年轻人送礼的热门选择，如今市面主流成品金饰动辄两三千元起步，平价款式越来越少。中国黄金协会此前也表示，高金价抑制了黄金首饰整体消费，但低克重、设计感强、附加价值的产品依然受到青睐。

广州艾媒数聚信息咨询有限公司CEO张毅表示，一边是消费者“想买”的意愿被金价上刺激发，一边则是“买得起”的门槛被金价抬高，两股力量的拉扯，促使消费者在克重上“做减法”。

除了金价，消费群体的代际更替也在加速黄金消费的“轻量化”。莱百股份相关负责人表示，“90后”“00后”已成为今年七夕黄金消费的主力，相较于金饰的大小，他们更看重金饰的工艺和寓意，古法黄金和硬足金品类关注度持续走高。

线上渠道，京东七夕礼遇季汇集了多款小克重黄金产品，莱百黄金转运珠、周六福小金花耳钉等均有折扣。京东相关负责人表示，中小克重黄金饰品因价格亲民、自带社交价值，已成为情侣互赠、悦己消费的主流选择。

消费端的变化，正在倒逼品牌方调整，“对总价更敏感，对日常佩戴和情感表达的需求更强是当下消费者的两个变化，

下半年，我们会继续围绕上述变化来做产品调整。”周生生相关负责人表示，“我们产品创新的重点，不是简单把产品做轻、做小，而是在控制消费者入手门槛的同时，通过设计、工艺、寓意和佩戴体验提升价值感。”

值得注意的是，品牌方的促销让利空间普遍有限。今年七夕期间，多数品牌的克减优惠在30元至50元之间，工费折扣多为八折至九折，整体力度较低。一位门店负责人表示，由于金价太高，能给到消费者的优惠比较有限。

天风证券研报认为，展望下半年，七夕、中秋、国庆等节点有望为黄金珠宝消费提供季节性支撑。

梁傲男 孙艺菲

荷聚俊才 创耀湖城 金湖举办首届创新创业大赛



8月12日，2026首届金湖县创新创业大赛决赛现场，计时器上的数字不停跳动。“反无人机雷达研发及产业化”项目路演人张春燕刚结束陈述，评委席便接连追问，“核心部件自研率多少”“落地后产能如何爬坡”……

当天，26个高端人才项目轮番登场，同台竞技。最终，一等奖揭晓时，掌声将这场“以赛为媒”的盛会推向高潮。金湖正借这场赛事，为撬动创新资源、聚合高端人才、推动产创融合播下一粒粒“金种子”。

把“擂台”摆到家门口

“以前是我们带着项目到处找地方，今天是金湖把‘擂台’摆到了我们面前。”路演间隙，“机器人智能感知模组和系统研发及产业化”项目路演人陈宇的一句话，道出了这场赛事的特殊意义。

从“借台唱戏”到“搭台唱戏”，金湖此次创新创业大赛首次设立县级主赛道，聚焦淮安市“353”战略性新兴产业集群方向，面向全国发出“英雄帖”。这不是一场简单的比赛，而是一次精准的“靶向引才”——参赛的26个项目，无一例外来自氢能、半导体、人工智能等金湖当前产业版图上最渴望补强的领域。

赛场的另一面，是金湖县委、县政府列出的“诚意清单”：一等奖50万元、二等奖30万元、三等奖20万元的项目资助；提供两年最高1000平方米的创业场所；产业投资基金、科创人才补贴金优先投资；人才项目、科技计划项目优先推荐、人才购房补贴同步兑现。四份“大礼包”，对应的是项目从落地到扎根需要的四样东西：政策、场地、资金、服务。

这场赛事背后，是金湖主动缩短的创新距离——不是等企业来，而是把赛台搭在家门口，用最短的决策链条，把“可能”变成“可行”。

把“育苗”交给全周期

赛事是“入口”，但真正的考验是从赛场到市场的“后半程”。如果只有赛时的高光，没有长久的支撑，再好的“种子”也

会成为“过客”。

金湖的底气，来自一条已经闭环运行的“四级梯度培育链”：科创型项目—科技型中小企业—高新技术企业—创新型领军企业。这不是挂在墙上的流程图，而是一套动态培育库——“一企一策”精准辅导的实操系统——企业处于哪个阶段，就匹配哪个层级的政策工具，从孵化到加速，从技术攻关到产能扩张，每一步都有对应的“台阶”可踩。



数据是这条链条运行效果最直观的刻度：今年上半年，金湖开业运营的科技型项目达12个，位居淮安市前列，科技型项目引育特色做法已在全市推广。截至目前，自主培育国家重大人才工程4人；有效国家高新技术企业193家，稳居全市区榜首；省级以上专精特新企业127家，较“十三五”末翻了三番；省级以上“两站三中心”97家，同样为全市最多。

比存量更值得关注的，是链条上正在发生的“化学反应”。

今年，海科纤维与金石机械两家行业龙头分别联手高校开展产业技术攻关，成功获批市级创新联合体，在全市仅有的4个席位中占据半壁江山；金卫机械、华尔威与省市产研院合作共建联合创新中心，推动“单打独斗”式的技术突围，升级为“雁阵齐飞”式的协同攻坚。

从“一棵苗”到“一片林”，从零星培育到全周期管理，金湖的这套“生长算法”正在被反复验证：引进一个项目不是终点，让它沿着阶梯一路向上，才是闭环。

把“土壤”养出含金量

一场大赛好不好，选手的认可比任何总结都真实。

“这场大赛，让我们跟地方政府直接对话，还能听到专家们扎扎实实的意见，一举两得。”参赛选手孙运楼赛后直言，“我们把自身的需求告诉政府，他们现场就有回应。”这种“台上路演、台下对接”的无缝衔接，让大赛不仅是竞技场，更成为政企之间的“快速谈判桌”。

泰坦未来半导体有限公司产品总经理薛皓文的感受更为具体：“现场专家、教授给出的建议非常中肯，我们在后期项目落地过程中，会积极采纳这些意见，让建设进程更科学、高效。”——这段话意味着，他们已选择将企业落地金湖。

选手选择奔赴的背后，是金湖持续耕耘的创新生态在释放引力：服务上，实施“换位跑一次”行动，让科技服务从普惠式转向精准化，企业痛点在哪里，服务就跟进到哪里；资金上，五年累计兑付科技创新奖励资金1.67亿元，用真金白银为创新“输血”；智力上，常态化举办高校科技成果转化发布会，“科技专家进企业”产学研对接活动，让技术难题“有处可解，有人可问”。

这些看不见的“土壤”，才是让“种子”愿意来、扎下根、长成材的根本原因。

赛事虽然落幕，但金湖的“播种”刚刚开始。这场赛事释放了一个清晰信号：金湖不仅要“接盘者”，更要“选种人”——主动筛选、主动承接、主动培育，为人才厚植沃土，让每一颗“种子”在这片土地上，能生根、能成林、能结果。

刘 颖 李 妍 梁嘉庆