低价泡沫消退

外卖行业重回高价值增长

近日，美团外卖总经理薛冰在2026外卖产业大会上公布的一组数据显示，外卖大战过后，行业正在重回高价值增长。

今年上半年，全国餐饮外卖商家的营收增速领先餐饮大盘。据薛冰介绍，今年上半年，多项数据释放出外卖经营积极向好的信号——实付单均价回升、低价订单占比下降、营业商家数增速趋缓。

与此同时，今年以来餐饮外卖商家的订单结构也正在改善。大会发布的数据显示，2026年餐饮商家外卖订单中，15元以下低价订单占比同比减半，商家外卖订单的价值正在回升，行业低价泡沫正在消退。


（视觉中国供图）

外卖走出“低价内卷”

持续近一年的外卖大战过后，美团现场发布的数据显示，外卖行业低价泡沫消退，行业正在重新迎来高价值增长。

“2026年行业释放三个新信号，价格回升（实付单均价显著提升）、低价退潮（低价订单占比接近腰斩）、供给趋稳（营业商家数增速趋缓）。”薛冰在现场提出，低价泡沫消退，增长更有含金量，外卖行业迎来拐点。

与此同时，外卖市场仍在加速扩容。大会披露的数据显示，今年上半年，全国餐饮外卖商家的营收增速领先餐饮大盘，这一数据说明外卖需求仍在持续增长。

这种增长也体现在消费场景拓展上。在随需随点的消费场景里，早餐、下午茶、夜宵、异地用餐和帮他人点餐等非常规正餐外卖场景保持了较快的增速。此外，用户的消费场景也更加多元，节假日变化明显，假期用餐需求进一步释放。以刚过去的国庆假期为例，在此期间，外卖消费比平时更加活跃，下沉市场交易额比平日高出26%。

单量依然重要，却不能持续拿利润换单量。“品牌把资源投在产品与服务上、平台把资源投在数据与履约上，双方共同服务好顾客，外卖增长的确定性反而高于任何一边大力度活动投放。”米村拌饭联合创始人、品牌副总裁魏延萍认为。

今年8月，米村拌饭在美团外卖实付交易额同比增长32.4%，店均订单量同比增长22.4%。

据魏延萍介绍，今年2月，米村拌饭调整了线上活动结构，减少大额促销，将投入转向产品与服务。面对顾客对分量的反馈，招牌肥牛锅的肥牛从100克增加至150克；金枪鱼拌饭、照烧鸡腿肉拌饭等部分毛利较高的产品直接降价，并增加15元至20元价格附带的产品，让单人用餐有更多选择。

在门店经营中，米村拌饭更关注产品制作、打包和顾客反馈，不再只将营业额变化归因于活动和曝光，而是通过加量、合理定价和改善包装，让产品与服务承接需求增长。“在现在的环境下，不靠活动，靠产品、靠体验、靠信任，外卖这门生意照样能做好、能盈利、能长久。”魏延萍表示。

“外卖不是堂食的敌人”

尽管数据显示，外卖营收增速领先于餐饮大盘，但是，堂食与外卖生意究竟如何平衡，仍是不少餐饮商家的经营难点。

“外卖不是堂食的敌人，它是一条新的经营渠道。”农耕记总经理周桂良认为，外卖为品牌拓展了日常用餐客群，也带来了新的堂食需求。

周桂良介绍，品牌正在逐步形成三类店型布局：堂食大店侧重品牌与体验，卫星店服务日常、高频用餐，超级厨房拓展特色美食与品类宽度，通过不同店型分工，将更多地道湖南美食送到顾客手中。

据其介绍，通过卫星店项目，农耕记在美团全年累计触达消费者2.4亿人次，全年服务消费用户超1000万人，目前，卫星店已覆盖全国19省、300多家门店，外卖每年为品牌链接百万新客。

“行业出现了积极的变化，但竞争依然很激烈，关键在于提升效率。”薛冰认为，由于外卖有着独特的需求和履约要求，商家经营方式也需要跟着变。商品怎么设计、生产怎么组织、线上怎么运营，都需要按外卖的特点来考虑。

构建“外卖效率三角”

如何帮助商家把增长转化为利润？美团将产品创新、店型创新和AI创新总结为“外卖效率三角”。

在产品创新上，美团神抢手借助用户和商圈数据、智能组套等能力，帮助商家开发新商品、新套餐，并给予补贴和流量支持；拼好饭通过“必上菜”和反向定制，帮助商家发现需求缺口、结合供应链优势开发平价商品，再以销量集中带动集中采购和批量制作，让实惠价格获得成本优势支撑。

“产品创新将成为餐饮行业下一阶段最重要的增长动力，美团也会把更多补贴和流量，向更贴合用户需求的新商品、新套餐倾斜。”薛冰表示。

在店型创新方面，美团推出了新一代专业外卖店型“超级厨房”，以更大的空间、更丰富的品类承接需求，并为商家提供商圈选址、商品选择、厨房布局和动线设计等支持，通过生产调度系统衔接备餐、制作和分拣。据薛冰透露，未来一年，美团外卖计划与更多正餐品牌共建首批1000家超级厨房。

AI创新则让专业的外卖运营能力落到每家门店。美团现场发布了“妙手外卖版·袋鼠管家”，将向全国餐饮商家免费提供一个懂外卖经营的“AI店长”。

据了解，“妙手外卖版”是美团外卖近期为商家研发的AI经营产品，能力覆盖经营诊断、门店巡检、商品运营、新店运营等核心场景，能结合美团和商家数据提供分析与建议，并协助商家执行、跟进。

此前，已有数万中小商家将“妙手外卖版”率先用于日常经营。例如，益禾堂运用AI经营，将新店运营的首月单店产出提升了25%；兰湘子则在商品运营上将团队运营效率提升了约50%。 李 立

AI算账“双11” 算得出优惠算不透套路

今年的“双11”大促已经启动，天猫、京东、抖音等三大平台均已开启优惠活动，并推出诸多玩法。

AI凑单成为今年“双11”年轻人的省钱新玩法。消费者把购物清单和优惠规则一键发给AI，短短几分钟就能算出最优方案。不过，AI算出的低价，并不能顺利下单，不少消费者反映，最终还会卡在平台的隐性互斥限制和动态调价上，消费者不禁感慨，“AI算得出优惠，算不透套路”。

AI算力拉满 轻松算出最优凑单方案

今年“双11”依然提前近一个月开始。京东于10月12日晚8点率先现货开卖，天猫于10月15日启动预售、10月20日晚8点开卖，抖音商城“双11”好物节也在10月15日启动。

往年“双11”大促，手动凑单是一场耗时费力的脑力活。跨店满减、品类券、预售抵扣等层层叠加，消费者要反复拆分订单、增减商品，常常花费一两个小时反复调整购物车，还会为凑满减门槛购入不必要的商品。

随着智能工具的普及，今年，AI成为大众的算账助手。消费者把购物清单、完整活动规则粘贴进去，AI自动匹配各项福利、拆分订单，短时间内输出最优下单方案。在社交平台上，各类AI凑单提示词广泛传播，大量消费者借此省去烦琐计算的时间，也在一定程度上减少冲动消费。

有消费者以ChristyClod系列云想奶糖粉为例做跨平台比价实测。手动核算后，京东凑单到手价349.94元，淘宝常规下单到手价358.22元。将全部优惠条件输入AI后，算法迅速算出最优路径：走天猫通道，叠加官方立减、88VIP折扣与淘金币，到手价可低至315元，效率远超人工核算。

算法存在盲区 电商隐性套路无法预判

AI凑单虽然能快速给出最优价，但它只能读取页面明文优惠规则，无法预判临时调价、权益互斥、优惠券回收等隐性陷阱，最终算出的优惠价很大程度上是理论低价，很难落地。

消费者小周讲述了自己的踩坑经历：“我把一整单购物规则发给AI，它给出了一套完美的拆单方案。可结算时才发现，两张平台券互相排斥，优惠不能同时使用，又得多花好多钱。”经历这次失误后，他每次用AI计算优惠方案时，都要逐条核对页面细则，而不是直接发给AI。

在部分电商平台，大量消费者在很短的时间内遭遇价格变动，导致AI凑单难以实行。有消费者反映，付定金后商品涨价，一款猫粮从600多元涨到700多元，平日正常售价仅500多元。还有消费者在凑单退款后，遭遇大额美妆券被回收，限时优惠同步失效。

可见，AI的价格推演应建立在“规则固定、价格不变、所有券正常使用”的理想条件下。今年不少平台虽然简化了跨店满减，但会员补贴、直播间券、家电国补之间存在大量隐藏限制。更关键的是，AI拿到的只是某一时刻的页面“快照”，而平台后台的价格、库存和权益可能随时变化。一旦商品临时调价、优惠券被收回或权益互斥，AI给出的低价方案就会直接失效。如此看来，AI可以精准算清满减金额，却无法识别平台层层埋下的“价格暗门”。

行业走向折中 AI倒逼规则逐步透明

AI的普及，相当于把消费者的比价、核算能力集体拉高。过去依托信息差形成的操作空间，正在被工具抹平。当越来越多人可以快速算出理论底价，单纯依靠复杂文字游戏吸引下单的营销方式，效果会持续弱化。

今年“双11”，平台侧也出现“做减法”的信号。天猫取消沿用多年的跨店满减，改为官方立减。京东取消定金预售，主打现货直发、官方直降。抖音也延续“立减折扣”和“一件直降”等玩法。“双11”大促前夕，商务部等七部门印发通知，明确纠治“自动跟价”“全网最低价”等无序竞争行为，平台对价格战和复杂促销的依赖进一步减弱。

一名品牌运营负责人表示，品牌端也在尝试降低消费者的理解成本。“此前抽奖中奖率偏低，用户参与意愿不强。今年，我们放弃了赠品抽奖模式，改为设置三档固定门槛赠礼，赠品规则直接标注在商品详情页，赠品随订单一同发出，省去用户额外操作流程。”该负责人观察到，往年常见的下单后取消重凑、反复改单的情况明显变少，今年单品单独下单的订单占比明显上涨。

这名负责人坦言，消费者算账能力提升，对品牌端的备货、优惠设计都带来了实实在在的影响。在备货策略上，品牌优先保障热销单品库存，缩减动销缓慢商品的备货量，规避盲目备货造成的库存积压。在优惠设计层面，店铺优惠尽量做到可直接叠加，刻意减少优惠互斥的设置，降低用户理解门槛。

一名深耕电商消费赛道的业内人士认为：“行业大概率会走向折中路线，核心商品标价和基础优惠要直白清晰，降低普通消费者的理解成本。复杂叠加玩法会保留，留给愿意花时间研究、使用AI工具精细凑单的用户。对消费者来说，理性消费的核心还是立足自身真实需求，不必一味追逐算法算出的最低价。” 翟天一

新能源等产业链企业三季报业绩亮眼

近期，A股上市公司进入三季报密集披露期，一批行业龙头公司交出了成色十足的成绩单。

新能源产业链是本轮业绩增长较为突出的板块。10月25日晚间，天齐锂业股份有限公司（以下简称“天齐锂业”）披露，公司2026年前三季度实现营业收入182.79亿元，同比增长147.11%；归属于上市公司股东的净利润56.02亿元，同比增长3013.86%。天齐锂业相关负责人表示，业绩大幅增长主要受益于新能源产业发展与下游需求增长，主要锂产品销售均价较上年同期明显提升，同时联营公司SQM（智利化工矿业公司）的投资收益同比大幅增长。

同属新能源产业链的惠州亿纬锂能股份有限公司（以下简称“亿纬锂能”），于10月23日晚间披露2026年三季报称，前三季度实现营业收入733.9亿元，同比增长63.08%；归母净利润52.4亿元，同比增长86.11%。其中，第三季度实现营业收入276.98亿元，同比增长64.56%；归母净利润19.39亿元，同比增长60.18%。分产品看，前三季度亿纬锂能动力电池出货66.17GWh，同比增长91.3%；储能电池出货67.52GWh，同比增长39.46%，动力与储能“双轮”驱动特征明显。

风电与电力设备领域的龙头也同样保持稳健增长。10月23日晚间，金风科技股份有限公司和思源电气股份有限公司均发布三季报，前三季度实现归母净利润分别为28.75亿元和24.03亿元，同比增长分别为11.25%和9.66%。

万联证券投资顾问屈放表示，今年前三季度碳酸锂价格上行带动锂电池板块业绩持续增长，风电行业受益于前期订单的逐步兑现与海外出口提升。在电力设备领域，国内特高压建设持续加码，我国在电力装备领域的建设能力明显领先，中长期海外需求仍将为公司业绩形成有力支撑。

此外，人工智能（以下简称“AI”）算力赛道业绩爆发。10月25日晚间，武汉光迅科技股份有限公司披露三季报称，公司前三季度实现营业收入116.83亿元，同比增长36.94%；归母净利润12.84亿元，同比增长78.65%；扣非净利润12.72亿元，同比增长87.48%。其中，第三季度实现归母净利润7.02亿元，同比增长102.62%。公司表示，受益于全球AI算力资本开支浪潮带动数通光模块需求快速增长，以及国内云服务商持续加大数据中心建设投入，公司依托覆盖数据中心、通信网络全场景的完备产品体系，有力支撑了经营业绩稳步提升。

同日，深圳市德明利技术股份有限公司也披露2026年三季报，前三季度公司归母净利润同比亦实现大幅增长，公司存储控制芯片业务受益于AI驱动的数据中心存储需求放量，前三季度实现营业收入285.55亿元，同比增长328.81%；归属于上市公司股东的净利润87.46亿元，同比增长32399.91%。 郭之宸

百亿风口，越“炒”越旺

炒菜机器人销量涨超200%

炒菜机器人正快速走进连锁餐厅、校园食堂的后厨。中国饭店协会数据显示，炒菜机器人在中式快餐连锁、大众化正餐领域渗透率已经达到30%。

机器人“掌勺”成为常态

午间用餐高峰，广东深圳一家快餐连锁店内，厨师借助炒菜机器人完成出餐。工作人员选定菜谱，设备按照程序自动投料翻炒，辣椒炒肉、酸辣土豆丝等菜品快速出锅。

“找到菜谱小程序，滑动启动就可以炒菜，两台机器人一天可以轻松做出六七百道菜。”门店厨师柯俊介绍。

不仅是商业餐厅，校园团餐场景也在大规模落地。广东广州一所学校食堂引进3台炒菜机器人，单台锅体可一次性处理近20公斤食材，一名工作人员可同时操作多台设备，满足近千名师生午餐供应。

食堂员工叶锐介绍，对比传统烹饪，以前做50人份菜品，大锅翻炒需要9到10分钟，人力颠锅劳动强度大。现在，3小时就能完成千人份的菜品制作。

今年发布的《2025中国饭店业职业人才培养报告》显示，随着AI技术在餐饮行业的普及进程加快，餐饮行业人才对“AI应用知识”的需求快速攀升。

中国饭店协会副会长金勇介绍，目前，炒菜机器人在中式快餐连锁领域和大众化正餐的渗透率已提升至30%。团餐领域以及中餐品牌在出海服务上也在快速增长，炒菜机器人可承接高温、高强度、重复性工作，让人转向菜品研发、口味调试等更有价值的环节。行业快速发展也将催生智能烹饪工程师、数字菜谱设计师等新职业。

成本有望逐年下降

今年以来，随着技术不断升级，炒菜机器人加速进入更多商业应用场景，销量明显增长。在规模效应推动下，制造商预计，炒菜机器人的成本每年或下降10%到20%。

在深圳一家炒菜机器人门店，不少远道而来的餐饮企业采购商带着自家食材，让机器人现场“试菜”。江西采购商丰华介绍，最近江西小炒热度高，但厨师难招，机器人菜品可以还原大厨八成水准。炒菜机器人4万多元一台，他打算买一台回去进行测试。

东莞的机器人工厂生产线满负荷运转，去年至今订单大增，企业产能相比去年扩大一倍以上。橡鹿机器人负责人杨建成介绍，今年1月至9月，炒菜机器人销量同比增长超200%，技术也一直在迭代。《世界炒菜机器人产业发展报告》预测，到2030年，中国炒菜机器人市场规模将突破117亿元。

销量增加后，成本也会相应降低，企业负责人判断，炒菜机器人价格有望每年下降10%至20%。广东省机器人协会执行会长任玉桐表示，未来两到三年，炒菜机器人将从商业应用场景更多地进入家用场景。

炒菜机器人长出“眼睛和大脑”

随着AI算法、视觉感知等技术成熟，炒菜机器人正从“机械执行”向“智能决策”升级，同时加速与具身智能融合，不断拓展应用边界。

在深圳的菜品研发实验室，研发师专门训练机器人做菜。一年要完成五六百道菜品测试，调试翻炒节奏、投料顺序，把资深厨师的实操经验转化成算法模型，形成标准化数字菜谱。

AI菜谱研发师易声桥表示，一天用炒菜机器人训练做二三十道菜，做出来是想要的口味，就可以直接生成菜谱了。

如今，随着技术突破，炒菜机器人也有了“眼睛和大脑”。

橡鹿机器人产品经理郑晨介绍，新一代炒菜机器人配备了4000万像素工业摄像头，相当于给设备装上“眼睛”，它以每秒30帧的速度观察炒制过程。再给炒菜机器人配备一个“大脑”，可以自动识别食材状态、切配规格，结合算力自主调节火候，判断最佳出锅时机，像一个真正有经验的厨师一样。

目前，行业已经开始布局无人智慧厨房方案，正处在测试阶段。一台机械臂可配合两台炒菜机器人，完成食材抓取、投料、出餐整套流程。未来还可拓展到单套系统联动十余台设备。

任玉桐表示，具身智能正在把炒菜机器人出品稳定性、灵活性提到新高度。从执行菜谱转向理解烹饪，迭代速度明显加快，从而带动国内炒菜机器人产业链的快速发展。

从餐厅后厨到校园食堂，炒菜机器人正在重构餐饮生产模式。需求放量带来成本下行，AI视觉、具身智能持续赋能，这个“新大厨”不只是简单代替颠锅翻炒，更是推动厨师角色转型，催生全新职业赛道。随着技术持续进化，智慧厨房的想象空间还在不断打开。 杨 才

（上接A1版）

联动共治聚力 绘就基层善治图景

小事不出村、大事不出镇，矛盾就地化解，离不开多元力量拧成一股绳。宿城法院推动法庭深度融入基层治理体系，构建“法庭+乡镇综治中心+司法所/派出所+村居网格”四维解纷机制，与司法所、派出所签订“庭所共建”协议。深化“一法官包一乡镇”包联机制，法官常态化对接乡镇综治中心，参与矛盾纠纷排查、指导调解员业务。推动融合法庭实质化运行至村居一级，打通司法服务“最后一公里”。建立“调解优先、诉讼断后”分层解纷机制，简单纠纷由调解员就地化解，疑难复杂纠纷由法庭联合司法所、派出所等力量合力调处，确保矛盾不激化、纠纷早了结。

“调解优先、诉讼断后，就是尽可能把矛盾化解在诉前。”驻庭调解员张迎九深有体会，他近年年均调解成功超过400件，先后获评“最美宿城人”、全市优秀调解员。今年1至9月，龙河法庭诉前调解成功591件，其中委托调解成功112件；蔡集法庭诉前调解成功360件，其中委托调解成功85件。

机制闭环，提速兑现。落实好直接执行机制，由执行局执行专员和法庭干警组成执行团队驻庭执行；发挥属地网格员信息优势，精准摸排被执行人线索，提速权益兑现。落实好督促履行机制，采用“自动履行+正向激励”双向发力。定期分析综治中心数据，对可能引发涉众、群体性纠纷的风险隐患，及时向党委政府发出风险预警3次，助力提前介入化解；通过司法建议推动职能部门堵塞管理漏洞。

法治润心，润物无声。龙河法庭在法庭院外建“敦和廊”作为文化阵地，供前来等候的诉讼群众休息并同步开展普法宣传，将“和为贵”的东方智慧融入典型案例与视频展播，让群众在驻足小憩间，于法理中见人情，在视听中化干戈，实现“进门先歇脚、落座三分和”的普法新境界。开展普法惠农护民生宣传活动，大力推行巡回审判，今年以来龙河法庭在田间地头、村居社区、文旅景区等开展巡回审判28场次，在当地形成良好普法宣传效果。结合辖区文化特色，打造“法治+戏曲”融合普法品牌，联合龙河镇双百艺术团，将赡养纠纷、土地承包等典型案例改编为柳琴戏节目开展乡村巡演，以群众喜闻乐见的形式讲好法治故事、传播法治理念。

脚下沾泥土，心中有天平。下一步，宿城法院将全面贯彻落实“枫桥式人民法庭”创建要求，坚持党建引领，把支部建在庭上，以“红脉铸魂”政治底色统领法庭建设。坚持问题导向、靶向发力，推动人民法庭诉讼服务更加便民、融入治理更显协同、品牌创建更具特色。

数字化浪潮下银行适老化服务的转型路径研究

○农业银行南京建邺支行 冯亚秋

随着我国人口老龄化程度持续加深，银行业数字化转型加速推进，智能柜台、手机银行、线上信贷等新型服务渠道日益普及。然而，数字化红利并未充分惠及老年群体——操作界面复杂、身份验证烦琐、线下网点缩减等问题，使得大量老年客户在享受金融服务时面临“数字鸿沟”。如何在推进数字化转型的同时做好适老化服务，已成为银行业亟待破解的重要课题。

从现状来看，银行适老化改造已取得阶段性成果。多家大型商业银行推出了手机银行“长辈版”，通过放大字体、简化功能模块、增设语音引导等方式降低使用门槛。部分网点保留了人工服务窗口和现金业务通道，并配备专人协助老年客户完成业务办理。然而，适老化服务仍存在诸多短板：一是线上与线下服务衔接不畅，老年客户在线上遇到障碍时难以获得及时有效的转人工支持；二是适老产品设计停留在“表层改造”，缺乏对老年人真实使用场景和认知习惯的深入洞察；三是农村地区适老化服务覆盖不足，城乡差距显著。

从深层原因分析，银行适老化困境的根源在于数字化战略与包容性理念之间的矛盾。银行在追求运营效率和成本控制的过程中，倾向于以标准化、自动化的方式重构服务流程，而老年群体的需求恰恰是个性化、面对面、高触达的。这种结构性矛盾要求银行在战略层面重新审视“效率”与“公平”的平衡关系。

面向未来，银行适老化服务的优化可从三个维度着手。第一，构建“数字+人工”融合服务体系，在线上渠道嵌入一键转人工功能，确保老年客户随时获得人工协助。第二，深化适老产品创新，围绕养老金管理、健康管理、防诈骗提醒等老年高频需求场景，开发专属金融产品与服务组合。第三，加强金融素养教育，通过社区宣讲、短视频科普等适老传播方式，帮助老年群体提升数字金融使用能力。

银行适老化服务不仅是技术层面的改造，更是金融服务回归“以人为本”理念的必然要求。在数字化与老龄化交汇的时代背景下，唯有将包容性设计贯穿数字化转型全过程，才能真正实现金融服务的普惠与温度。

昆山财政高新区分局三维发力护航就业创业

就业是最大的民生，创业是发展的引擎。今年以来，昆山市财政局高新区分局立足财政职能定位，着力在统筹资金、创业扶持、重点群体三个方面持续发力，加大就业创业领域资金投入，健全全链条扶持机制，全力稳住辖区就业大盘、激发创业活力，全力推动全区就业创业工作高质量发展。

一是立足“稳基本”，夯实就业保障底盘。坚持就业资金优先保障、足额保障、精准保障，全力保障“玉山暖阳”公共就业服务平台建设提质升级，持续优化全区96个村（社区）“暖阳驿站”、7个“家门口”就业服务站功能布局与服务效能。全力保障各类招聘活动有序开展，顺利落地“春风行动”、“‘苏超’人才夜市”、科研助理岗专场招聘会等各类活动25场，上半年累计发布优质就业岗位6889个，实现城镇新增就业近1万人，持续夯实辖区就业“基本盘”。

二是聚焦“激活力”，释放创业带动就业效能。坚持以创业带就业、以创业促增收，充分发挥财政政策杠杆撬动作用，持续优化创业财政扶持体系。精准落实一次性创业补贴、创业场地租赁补贴、创业孵化基地运营补贴等惠创政策，切实降低初创主体场地成本、运营压力和创业门槛，全面激发市场创业活力。持续强化创业金融财政支持，落实创业担保贷款财政贴息政策，上半年累计发放创业担保贷款140万元，有效破解初创群体融资难题，持续放大创业带动就业倍增效应。

三是紧盯“兜底线”，筑牢重点群体就业防线。聚焦高校毕业生、退役军人、登记失业人员、农村转移劳动力、脱贫劳动力等重点群体，统筹用好职业技能培训、创业培训专项经费，常态化开展技能提升、创业赋能培训，全面提升劳动者就业竞争力和创业能力。扎实推进高校毕业生就业服务提质，上半年完成户籍应届高校毕业生“一人一档”实名登记2359人。分层分类开展岗位推介、政策推送、就业帮扶，上半年累计帮扶各类重点群体5746人次，切实守住兜牢民生就业底线。 昆高财

淮阴区高家堰镇财政和资产管理办提升营商环境质量

今年以来，淮安市淮阴区高家堰镇财政和资产管理办公室深入贯彻《优化营商环境条例》，提升服务质量，全力改善营商环境。

一是优化工作流程，细化重要环节流程控制和责任要求，确保权力行使边界清晰、职责明确。二是实行公开公示，对部门预决算、政府性基金、行政事业性收费项目、规范性文件和财政政策等信息实行全公开，推动财政资金管理阳光运行。三是加快资金拨付，充分运用电子一体化系统，加快拨付进度，力求办事环节更加安全、便捷、高效。 许文馨

昆山农商银行：数智风控护远航

防范化解金融风险是金融工作的根本性任务和永恒主题。昆山农商银行坚守合规底线，增强忧患意识，坚持底线思维，以“一体两翼一平台”为策略，推进数智风控建设，健全全覆盖、精准化、统一性的风险防控体系，以稳健风控护航高质量发展行稳致远。

以“一体两翼一平台”为策略，构建“大合规”管理体系。该行坚持做好“数字化”，深化合规案防数字化工具应用，改变人管人传统模式。以“违规行为监测模型实验室”建立和机制落地为抓手，提高违规问题识别、监测、预警精准度，实现高效迎前防控。坚持管好事和管好人：管好“条线事”，聚焦信贷、运营等重点领域，联合条线联防联控，每年选取重点领域完善“大合规”联防联控管理；管好“自己人”，突出员工异常行为管理，完善标准化排查、分层分类、问责流程。同时做好“传播者”，深化合规文化建设，综合运用警示教育、正面宣导等方式，打造合规文化品牌，厚植合规文化根基。

构建“数智风控”新生态，推动风控模式变革。该行围绕信用风险管控，深入应用数智化工具，推动风控体系向更精准、更统一、更高效方向发展，实现从“经验驱动”向“数据与智能双轮驱动”变革。以“监测+复盘”推动产品风控更精准，建立产品级BI监测看板，涵盖贷前、贷中、贷后及规则关键指标，通过专题分析和前中台复盘提出优化建议；以“新增+迭代”推动零售风控体系更统一，推动存量业务向新体系迁移、信用卡业务换用新体系，增设征信特征、黑名单等底线规则，实现零售风控架构统一；以“AI+数据”推动风控优化更高效，结合AI大模型与小模型，分析风险客户特征，输出规则策略建议，拟落地“特征智能组合工具”，对现有风险特征进行智能组合与验证。 李 丹

淮阴区高家堰镇财政和资产管理办坚持党建引领发展

近年来，淮安市淮阴区高家堰镇财政和资产管理办公室始终坚持以党建为引领，切实发挥党组织战斗堡垒作用，开创财政工作新局面。

该办围绕“讲政治、守规矩”主题，开展“不忘初心”大讨论活动，凝聚改革共识，确保思想不乱、工作不断；定期开展制度执行情况检查，对不按制度办事的行为及时纠正，对违反制度规定的人和事严肃问责；开展经常性的明察暗访，把纪律和规矩挺在前面，以优良作风推动高质量发展。

杨佳仪