

救援背后的“生命线”

“大家身体有不舒服的，再让医生检查一下。”

8月31日，中国救援队医疗保障小组驻地，从吉隆口岸核心救援区返回吉隆镇的前突小组救援人员陆续接受身体检查。有人卷起裤腿查看伤口，有人伸出被划伤的手臂。经过连日的徒步搜救，他们终于暂时回到后方。

26日上午，因尼泊尔一侧发生泥石流灾害，造成西藏日喀则市吉隆县吉隆口岸重大人员伤亡、失联。28日下午，应急管理部、国家消防救援局调派的多名中国救援队前突小组救援人员翻山越岭，经过8个多小时的徒步挺进受灾严重的吉隆口岸核心位置开展排查搜救工作。

30日，部分前突小组救援人员撤回安全区域。四川省消防救援总队训练与战勤保障支队副支队长徐长明介绍，队员徒步经过的部分山坡坡度达七八十度，前进十分困难，有队员被树枝划伤，遭到蚂蝗、蚊虫叮咬。一名队员身上的倒刺，医护人员用了近6个小时才全部清理。

前方救援人员向险而行，后方保障力量也没有停歇。徐长明介绍，救援人员体力消耗大，随身携带物资有限，目前道路中断，只能用无人机给前方队员投送物资。

“快！把这两袋物资挂在无人机上。”29日凌晨一点多的雨夜里，训练与战勤保障支队的队员们在距离吉隆口岸约3公里的一处物资投送点，冒雨将手电筒、雨衣等吊挂在无人机上，一趟趟将物资运送至前方。徐长明说，不到两天时间，保障人员已完成30多趟空中投送，向前方运送物资约1.6吨。

物资能够送进去，信息也需要传出来。

在复杂地形、恶劣环境等因素影响下，核心救援区通信时好时坏。如何快速恢复国门区域公网，确保现场救援与后方指挥部之间的通信畅通无阻，成为前方工作组面临的一大难题。

应急管理部大数据中心高级工程师胡斌主动请缨，携带3套通信装备挺进口岸核心区。

山高谷深，卫星基站连续更换8处位置仍无法对星。胡斌迅速调整思路，联络后方组建技术攻坚小组，协调优化周边基站参数。经过多方协同攻坚，当日18时，现场公网信号得到增强，胡斌从核心区打出第一通视频电话，成功接通。

“通信信号不仅关系指挥调度，更关系抢险救援安全，早一秒恢复，就能多争取一秒。”他说。

从医疗救护到物资投送，从无人机架空中通道，到一座座基站连接前后方，挺进灾害核心区的每一步，都离不开身后持续不断的保障。

截至目前，3架翼龙无人机持续执行通信保障任务，西藏通信行业新增9座通信基站。一套套基站陆续架设，一条条通信链路逐步打通，为灾区抢险救援筑起信息“生命线”。

新华社记者 戴锦铭 黄韬铭
(新华社西藏吉隆8月31日电)



8月31日，大型机械在进行抢通作业(无人机照片)。

8月31日，中国安能集团组织大型机械在国道G216西藏日喀则市吉隆镇至吉隆口岸路段持续开展抢通作业。

新华社记者 姜帆 摄

“Token 贷”接续落地 算力数据何以成为信用资产

作为人工智能(AI)大模型处理信息的基本单位，词元(Token)正加速走进金融服务场景，一些银行将其作为授信参考指标之一。近段时间，多家银行的“Token 贷”产品接续落地，为缺乏传统抵押物的轻资产科创企业打开了融资新空间。“Token 贷”怎么贷？主要面向哪些企业？又折射出怎样的银行授信新趋势？

Token 消耗量纳入授信参考指标

近期，温州金酷网络科技有限公司凭借历史词元结算数据、算力采购合同、下游业务订单及自主知识产权等，从农业银行拿到20万元贷款，资金定向用于算力采购，满足企业资金周转之需。

“随着我们自主研发的互动影视创作平台不断推广使用，每月词元调用量持续增长。采购算力需要提前付款，但下游项目回款存在账期，这笔贷款帮我们缓解了资金错配痛点。”企业负责人葛斌斌说。

在数字经济浪潮下，算力已成为AI企业的核心生产要素，Token消耗量也快速攀升。国家数据局的数据显示，我国日均Token调用量在3月突破140万亿，为2年前的1000多倍。

旺盛的算力需求背后，AI企业的融资难题日益凸显。近两年，不少银行为AI企业量身打造了“Token 贷”等融资产品，将Token消耗量、算力服务合约、业务订单等数据纳入授信指标，突破了传统信贷依赖厂房、设备等实物抵押的风控惯性。

从“看抵押、看报表”拓展到“看算力、看词元”，多家银行“Token 贷”落地步伐加快：农业银行完善科创评价体系，在上海、浙江等地落地“Token 贷”专属方案；中国银行推出“算力词元贷”，将企业算力词元结算、算力服务合约价值等纳入授信依据；江苏银行推出“算力贷”，算力算账、团队结构、研发投入、知识产权等纳入评分体系……

值得注意的是，多家受访银行表示，不是“用了多少

Token，就能贷多少钱”，还要结合算力合约、应收账款等数据多维交叉验证，并根据企业的经营、财务、征信等情况综合核定授信额度。

邮储银行研究员姜飞鹏表示，将Token消耗量纳入授信参考指标，并未改变银行授信的根本逻辑，只是在企业经营等传统指标基础上，增加了更多关于创新能力的评价指标，属于科技金融向新兴产业延伸的探索性实践。

细分业务场景加强产业链服务

8月中旬，广东省发布专项金融产品“Token 贷”，中国银行广州分行同步推出“算力词元供给贷”“算力词元应用贷”“算力词元服务贷”三个子产品，单户最高授信3000万元。

“瞄准不同业务场景推出针对性产品，可提升对算力供给、应用、服务等不同创新主体的服务能力。”中国银行广州海珠支行相关人士介绍，截至目前，该行落地“算力词元贷”授信金额超2800万元，已服务算力产业链上6家小微企业。

算力的供给、应用和服务，正成为当下金融业支持科技企业发展的三个重要方向。从上游大模型搭建训练企业，到中游利用Token进行内容创新的应用主体，再到下游提供算力运维与技术服务的服务商，业务场景细分需要金融更好实现对产业链精准服务。

在招联首席经济学家董希淼看来，不同场景的Token消耗量，是衡量企业经营状况的另一种佐证，一定程度上能够反映客户活跃度、产品市场接受度和业务持续性，可以作为甄别产业链上下游科技企业真实经营价值与成长潜力的重要参考。

农业银行公司业务部相关负责人表示，银行业探索将算力等新生生产要素纳入金融产品和信贷评价模型，布局早期科创企业，打造全链条全周期科技金融服务方案，有助于构建更加适配算力产业发展的金融服务模式。

政银协作不断优化风控体系

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”，以“算力券”财政资金作为增信保障，单户企业最高授信额度500万元，首笔114万元已

成功发放。

此前，张家港农商银行推出的“算力贷”产品，也是采用“基础授信+算力券增信”的模式，联动地方算力扶持政策与政府风险补偿机制。

清华大学五道口金融学院副教授周臻表示，“算力券+算力贷”的联动模式，有效放大了财政资金的撬动引导作用。通过风险补偿、贴息等配套措施，可进一步降低银行的试错成本。未来，银行需培养更多既懂风控又懂AI商业模式的复合型人才，更好推动金融与产业深度融合。

也应当看到，“Token 贷”的风控模型仍处在打磨阶段，行业缺乏统一可审计的Token存证标准，需要多维度核验数据真实性与准确性，持续优化智能风控体系和授信规则。

姜飞鹏表示，相信随着银行持续打通数据向信用转化的关键通道，金融“活水”将更精准地浇灌数字产业，为AI企业高质量发展注入强劲动能。

新华社记者 吴雨
(新华社北京8月31日电)



图片来源于网络

2026年已过大半，你的年假是怎么度过的？在家“躺平”、去景点打卡、还是干脆换上运动鞋狠狠练几天？

从海外到国内，越来越多人开始把运动作为假期的主要内容，在“汗流浹背”中寻找另一种休假方式。

把假期过成“体校生活”

在泰国普吉岛，32岁的方莉莎给自己安排了一个为期5天的网球训练营。早晨准点去网球学校上团课、打比赛，下午找教练一对一抠技术动作，下课后她会和朋友们一起去镇上按摩或到海边吹风看日落。

“每天按时训练、吃饭、睡觉，其他什么都不用想。我觉得这样很简单、很充实也很快乐。”她把这趟旅行戏称为去普吉岛“上体校”。

不止网球，在普吉岛，游泳、普拉提、泰拳等运动课程同样广受游客欢迎。在中文社交媒体上，不同场地和教练的体验、测评并不少见。围绕运动展开的假期“Sportcation”(运动度假)”，正在成为一些人的假期新选择。

这种潮流也在国内出现。在刚刚过去的这个夏天，在社交平台搜索“避暑”，桨板、皮划艇、水上运动等成为高频关联词。

上海青浦金泽镇岑卜村三面环林、一面临湖，近年来聚集起十多家桨板俱乐部和皮划艇度假营地。暑期一到，外地研学团、长三角家庭游客等客群接踵而至。

当地一家皮划艇营地创始人刘春艳认为，“低门槛、强体验、可社交”的组合，是这类产品迅速走向大众的重要原因。她介绍，今年暑期团队留宿订单占比68%，5月至7月整体客流较去年成倍增长。

近年来，围绕运动安排假期的体育消费产品不断增多：从云南安宁的网球队度假营，到海南陵水的冲浪训练营，再到河北崇礼的山地骑行训练营……不同地区正依托各自的自然条件和运动资源，为普通爱好者提供短期、集中的训练体验。

携程景点玩乐数据显示，今年以来，攀岩类产品订单量同比增长153%，骑行类产品订单量同比增长274%，2至3天短途订单占比较高，“95后”“00后”是运动度假的主力客群。

联合国旅游组织称，体育旅游约占全球旅游支出的10%。该组织援引市场研究机构的一项预测说，2023年至2030年，全球体育旅游市场规模的年均复合增长率预计为17.5%。

为什么要在假期“流汗”？

一个有意思的问题随之而来：平日的工作和生活已经足够高负荷，人们为什么还愿意在假期里花钱“折腾”自己？

上海体科所运动心理学专家谈晨皓认为，体育运动天然包含反复出现的挑战，而这种挑战通常比现实生活中的风险更可控。一次失败之后还可以再来一次，一项技能也可以在不断练习中慢慢掌握，这一过程有助于提升心理韧性。

“并不是一定能克服困难，而是再碰到困难和不确定性我不那么怕了。”他说。

在他看来，运动带来的信心和成就感也是一种积极情绪体验，并可能“弥散”到生活的其他方面。

完成一次长跑、学会一次发球、终于能稳稳站上桨板，成果往往清晰可见。运动并不能保证一个人在工作中同样顺利，但反复经历“遇到挑战—尝试—完成”的过程，会帮助人更习惯于面对不确定性。

北京体育大学管理学院教授王笑宇则把这种现象与“恢复”关联起来。“人们选择运动度假，核心诉求在于更有效地恢复。”他说，“当代工作形态更多表现为信息过载、注意力消耗、情绪劳动与决策疲劳的叠加。单纯减少身体活动已难以实现真正的恢复，身体的真实参与变得愈发重要。运动能够将恢复方式从‘减少消耗’转向‘主动获得积极体验与心理资本’，这正是其内在吸引力所在。”

与阅读、音乐等休闲方式相比，运动提供的反馈更为直接：速度、力量、心率、疲劳感、成绩变化，都可以被身体即时感知。王笑宇认为，这种明确的反馈让人更容易获得“正在恢复”的感受。

不过，并非所有人都需要通过运动休闲。

清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉提醒，休闲方式首先是个体选择，与每个人的工作环境、性格和经历有关。有人通过运动挑战自我，有人在擅长的项目里寻找成就感，也有人只是想和朋友、同好拥有一段共同经历。运动只是越来越丰富的休闲选择中的一种。

从“看别人运动”到“自己上场”

运动度假走红的另一面是体育消费方式的变化。

王雪莉观察到，体育消费正在由以“看别人”为主的观赏型消费，向更多“自己参与”的体验式消费延伸。愿意把运动作为生活方式的人群在扩大，可供选择的运动项目、培训机构和活动产品也越来越多。

“参与型体育消费，无论从消费总量、消费周期还是消费黏性上，都是更强的。”她认为，这背后体现了人们对自身健康、兴趣和主体性的关注，也包含学习新技能、形成个人身份认同的需要。

与传统度假相比，运动度假也对产品提出了不同要求。住得豪华未必最重要，一次沙漠徒步、一场骑行、一个滑雪训练营能否顺利完成，更依赖专业指导、安全规范、社群环境和保障体系。

目前，中国运动度假仍处于初步发展阶段。王雪莉认为，年轻人和青少年可能是重要增长群体，但未来能否真正做大市场，关键在于产品设计和运营：能否针对不同人群提供不同强度和内容的产品，能否把运动之外的住宿、休闲、社交体验组织得更成熟，都会影响消费者是否愿意再次选择。

王笑宇认为，运动度假并非孤立的消费热点，而是体育、旅游、文化等多种业态的混合体。一次越野赛事可以同时是体育事件、旅行目的地和社群活动；一次滑雪度假可以同时包含运动训练、家庭陪伴和休闲体验。旅游消费的逻辑，也可能从“去哪儿”进一步转化为“怎样度过有限的闲暇时间”。

度假方式的变化在海外也呈现出同样的趋势。来自意大利的运动表现与运动营养专家达尼洛·科波拉说，随着千禧一代和Z世代更加关注健康消费，一些西方酒店经营者已经围绕健康需求设计新的度假体验，包括呼吸训练、神经反馈、无酒精环境和个性化健康方案等。

在过量信息不断涌入生活、社交越来越多经由线上媒介完成的时代，运动当然无法解决所有压力，但却能为人们提供许多具体而确定的体验。肌肉是会酸痛的，汗水是有温度的。或许对于那些选择在假期去上体校的人们而言，至少在某些时刻，运动能把人们的注意力重新拉回身体、拉回生活。

从“换个地方休息”，到“换种方式生活几天”，运动度假提供了一种关于假期的全新想象。

新华社记者 高萌 胡洁菲 赵彩琳
(新华社北京8月31日电)