

数据交易所扩容升级 推动数据价值在实际场景中落地转化

■本报记者 田鹏

2026年作为“数据要素价值释放年”，数据要素市场化配置改革进入攻坚阶段。

开年以来，北京、上海、江苏、广东等多地数据交易所(中心)率先发力，一方面持续扩容政务数据、工业数据等核心交易品类，推动高价值数据资源合规入场；另一方面，聚焦数据确权、定价、清算等关键环节，积极探索完善流通交易规则与标准体系，加速从传统交易撮合向全链条生态服务转型，进一步助力数据“供得出、流得动、用得好、保安全”。

北京交通大学教授张向宏在接受《证券日报》记者采访时表示，当前，我国数据要素价值化已迈入发展新阶段——从过去追求数据直接交易转向以数据赋能业务效率提升与商业模式创新。可见，数据要素价值释放的核心路径并非局限于数据交易，而是通过数据驱动实现流程优化、成本管控、效率提升，进而挖掘价值。基于这一认知，各地数据交易机构纷纷突破原有单纯撮合交易的平台定位，向产业链上下游进行深度延伸布局：上游聚焦“数据工厂”建设，聚力打造规模化、高质量的数据集生产基础设施，夯实数据供给根基；下游深耕“应用场景”拓展，面向各行业各领域提供多元化数据应用服务，推动数据价值在实际场景中落地转化。

多地交易所扩容升级提速

自2020年4月份《中共中央 国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》出台，拉开我国数据要素市场化配置改革序幕以来，数据交易所(中心)作为推进数据要素市场化价值化的主体之一，在改革进程中扮演着不可或缺的角色。

日前，国家数据局发布的《关于培育数据流通服务机构 加快推进数据要素市场化价值化的意见(征求意见稿)》提出，“引导数据交易所(中心)强化综合服务功能”，为数据交易所(中心)高质量发展提供了清晰的方向指引。

在此背景下，进入2026年，各地数据交易所(中心)再度加码发力，以供给扩容、服务升级为核心抓手，全面启动新一轮实践探索。

具体来看，在供给扩容方面，多地数据交易所(中心)一方面积极拓展数据供给主体范围，不再局限于政府部门、国有企业等传统主体，通过出台激励政策、搭建对接平台等方式，引导互联网平台企业、科研机构、中小微企业等参与数据供给，推动公共数据与社会数据深度融合；另一方面，聚焦重点产业场景优化数据供给结构，围绕数字经济核心产业、先进制造业、现代服务业等领域，定向归集产业链上下游数据，打造标准化数据产品。



开年以来

北京、上海、江苏、广东等多地
数据交易所(中心)率先发力

一方面持续扩容政务数据、工业数据等核心交易品类，推动高价值数据资源合规入场

另一方面聚焦数据确权、定价、清算等关键环节，积极探索完善流通交易规则与标准体系，加速从传统交易撮合向全链条生态服务

例如，近日，江苏省数据交易所医药服务行业专区正式运行并完成首批场内交易。据介绍，该专区聚焦医药研发、临床诊疗、公共卫生等领域，为产业链上下游企业提供安全、可信、高效的数据服务支撑。

在服务升级方面，数据交易所(中心)突破“仅提供交易撮合”的单一功能定位，向全链条、一体化数据服务平台转型，全面提升服务能力与效率。例如，日前，北京国际大数据交易所有限责任公司联合东城区数据要素服务中心、东城区科技创新产业投资发展集团有限公司共建东城区数据要素服务中心，以提供数据合规咨询、产权登记、采购寻源、产品设计、跨境评估、标准化研制及数商引入等全链条服务。

中央财经大学经济学院教授徐翔在接受《证券日报》记者采访时表示，各地数据交易所(中心)的探索动作释放出数据要素市场化配置改革由“合规试点”加快转向“规模化应用与生态化服务”的积极信号：一方面，说明各地数据要素市场建设更趋务实，从搭建平台进一步转向扩充数据品类、拓展应用场景、完善服务能力；另一方面，也反映出市场需求在增长，各地交易平台正在加快扩容和优化可交易数据产品供给与应用场景，推动数据交易扩展到更广主体、更丰富场景的实际应用。

破局瓶颈 需多维度精准发力

无论是产品矩阵的扩容升级，还是服务体系的迭代优化，其核心逻辑均指向提升数据要素配置效率——通过这一关键路径，推动数据

要素全面融入经济价值创造的全流程，从而更高效地赋能经济社会高质量发展。

正如中国移动通信联合会区块链与数据要素专委会主任、首席数字经济专家陈晓华在接受《证券日报》记者采访时表示，上述一系列举措落地的底层逻辑是以场景化应用为核心驱动，推动数据要素的价值实现从合规性的基础验证转向经济效用的实质性释放。例如，工业、医疗等领域高价值数据的规模化进场，正是通过破解“数据可用不可见”的安全与效率两难困境，最终实现数据要素边际收益的持续递增。

但需清醒地认识到，当前我国数据要素市场化配置改革仍处于初级阶段，数据“供不出、流不动、用不好”的问题依然突出，制约了数据要素价值的充分释放。

张向宏认为，这一困境源于多维度短板：在法律层面，我国现有五部数据领域相关法律法规均聚焦安全规制，尚未出台专门促进数据流通发展的专项法律；在技术层面，数据安全流通核心技术尚未实现突破性进展，未能构建起兼顾流通效率与安全保障的完善环境；在产业层面，尚未形成独立且专业的数据资源开发利用队伍，成熟的独立数据产业体系仍未建立。

数据确权与定价，是打通数据价值变现的核心前提。当前，各地围绕这一核心环节的实践探索持续深化，区块链溯源、多维度定价模型

等创新模式相继落地。然而，这些实践在实操层面仍面临诸多深层次挑战。陈晓华表示，尽管区块链溯源与多维度定价模型为提升数据交易的可靠性提供了有效支撑，但非标准数据治理的复杂性、数据场景价值的动态匹配难题，仍制约着其进一步推广应用。

因此，要破解上述难题，推动数据要素市场化配置改革走深走实，仍需从多维度精准发力。张向宏建议，一是加快数据流通相关法律法规出台；二是加快数据基础设施建设，发挥新型举国体制优势，聚力突破数据安全流通技术，并基于技术突破加快国家数据基础设施建设和运营，为数据安全流通提供安全的流通环境；三是大力培育数据产业，从“点一线一面”三方面大力培育数据企业，特别是要尽快打造一批数据明星企业，加快构建面向人工智能的数据产业链，打造一批各具特色、优势互补的数据产业集聚区。

此外，徐翔认为，当前数据流通的瓶颈在于各企业、各行业、各地区之间存在隐形壁垒，高价值数据无法顺畅流动。因此，一方面要从国家层面加强制度对接，打通公共数据与企业数据流转的管道，形成全国统一的大市场；另一方面必须培育由数据经纪人、技术服务商、第三方评估机构等多方参与的生态体系。通过生态化分工，由专业机构承担合规评估、安全脱敏和价值发现等环节工作，有效化解单一企业的违规风险，降低交易门槛。

股份制银行AIC多元投资项目密集落地

呈现出落地速度快、聚焦战略性新兴产业、投资标的偏好优质上市公司子公司等特点

■本报记者 熊悦

作为银行系金融资产投资公司(AIC)的新入局者，股份制银行AIC的项目投放正加快落地。《证券日报》记者注意到，3家股份制银行AIC自2025年11月份陆续挂牌开业以来，短时间内便落地一批投资项目。

现身多个项目投资方

记者从兴业银行获悉，针对传统产业资产盘活难、经营效能低、数智协同弱以及新兴产业技术壁垒高、研发周期长、成果转化慢等痛点，兴银金融资产投资有限公司(以下简称“兴银投资”)以债转股工具精准匹配不同主体、不同周期的融资需求。自2025年11月16日正式揭牌运营以来，截至2025年12月31日，兴银投资累计资金投放规模超60亿元。首批落地的10余个项目资金投向半导体、光伏、锂电、工程塑料等新能源、新材料产业，涵盖福建、广东、上海、安徽、山东等地区的科创企业与民营企业。

从上市公司的公开信息中也能看到兴银投资布局项目的身影。截至记者发稿，兴银投资已参与3家上市公司子公司的增资扩股，包括盛新锂能全资子公司四川致远锂业有限公司(以下简称“致远锂业”)、金发科技控股子公司江苏金发科技新材料有限公司(以下简称“江苏金发”)、东阳光控股子公司乳源东阳光氟有限公司(以下简称“东阳光氟”)。其中，兴银投资以5亿元向致远锂业增资，增资后持有其25%股权；以3亿元增资江苏金发，增资后持有其2.1425%股权；以7亿元增资东阳光氟，增资后持有其3.0172%股权。

招商银行旗下AIC招银金融资产投资有限公司也在近期完成对长安汽车控股子公司深蓝汽车科技有限公司(以下简称“深蓝汽车”)的增资入股，增资完成后位列深蓝汽车第九大股东。另据工商信息，中信银行旗下AIC信银金融资产投资有限公司完成对深圳港华顶信清洁能源有限公司的投资，认缴出资额为6442.34万元，持股比例为49%，成为该公司第二大股东。

综合3家股份制银行AIC披露的投资项目来看，主要集中在新能源、新材料、先进制造等领域，增资主要用于偿还存量债务、优化资本结构、支持业务发展等，持股比例普遍不高。

一次性信用修复政策落地 多位借款人逾期记录“清零”

■本报记者 杨洁

近日，不少借款人在社交平台分享自己征信修复成功的经历，这得益于中国人民银行2025年12月22日发布的关于实施一次性信用修复政策有关安排的通知。

根据通知，对于2020年1月1日至2025年12月31日期间单笔金额不超过10000元人民币的个人逾期信息，个人于2026年3月31日(含)前足额偿还逾期债务的，金融信用信息基础数据库将不予展示。

北京地区一家大型银行网点工作人员告诉《证券日报》记者，一次性信用修复政策落地生效后，咨询的客户明显增多。需要提示的是，此次一次性信用修复政策完全免费、免申即享，个人无需申请操作，更无需委托第三方处理，任何以该政策名义索要钱财或个人信息的都是诈骗行为，请客户提高防范意识，谨防上当受骗。

“亲测有用，单笔金额10000元以下的逾期只要还清就能修复征信。”陕西地区一位网友在社交平台晒出自己的征信修复报告截图。根据其发布的个人信用报告，该网友2025年10月份曾出现一笔信用卡逾期，而2026年1月1日的个人信用报告上显示，逾期记录已全部消除。

“太好了！我2025年12月27日结清最后一笔逾期贷款，2026年1月4日就看到个人信用报告中征信都修复了，目前显示无任何欠款。之后我申请了信用卡，1月5日就收到审核通过的通知，这是新年最开心的事。”广东地区一位借款人表示。

辽宁地区一位网友1月3日表示：“刚查了，征信确实修复了。”同日，江西一位网友也表示：“逾期记录已经没有了，感恩。”还有不少网友感慨政策落地之快，“元旦早上查了一下个人征信，逾期记录确实已经没有了，效率很高。”山西一位网友称。

“从目前股份制银行AIC投资落地情况来看，呈现出落地速度快、聚焦战略性新兴产业、投资标的偏好优质上市公司子公司等特点。”上海金融与发展实验室主任曾刚在接受《证券日报》记者采访时表示，尤其是在标的选择方面，优质上市公司子公司的资产财务透明度高、业务边界清晰且母公司实力雄厚，能有效降低银行系资本的投资风险，体现出股份制银行AIC在起步阶段“稳中求进”的风险偏好和业务拓展策略。

运作模式初现差异化

随着股份制银行AIC投资项目密集落地，其与国有大行AIC的差异化展业路径也逐渐显现，主要体现在投资逻辑、行业投向及运作机制等方面。

在曾刚看来，国有大行AIC成立较早，初期主要承接债转股任务，投资多集中在电力、土木工程等传统基础设施领域，交易结构偏标准化，旨在降杠杆；股份制银行AIC带有更强的市场化基因，主要聚焦新兴产业和科创领域，决策链条更短，审批效率更高，更注重通过股权投资获取高成长收益。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏持有类似观点。在他看来，国有大行AIC资本实力雄厚，客户以大型国企为主，更擅长为规模化、长周期的产业赋能，在投资上更注重风险合规稳健，侧重重资产、成熟企业；股份制银行AIC在股权投资方面则展现出“投早、投小、投科技”的鲜明特征，偏好直接股权投资或债转股结合模式，强调与企业原有股权结构的兼容性。

曾刚解释说，两类AIC的差异化投资路径源于职能定位、发展历程与客户结构等方面的差异。国有大行AIC成立之初旨在助力企业降杠杆，更多肩负宏观经济稳定器的职能，近期开始向权益投资领域拓展，客户多为大型央企国企；股份制银行长期服务于民营及中小型企业，体制机制更为灵活，自身具备敏捷优势，自然选择差异化的“科创股权投资”路径，以完善母行的产品与服务体系。

“AIC的设立降低了银行资本消耗，为国有大行和股份制银行均提供了制度空间。二者在投资等方面的差异化选择，能够实现优势互补，进而更好地服务科技创新企业和项目等。”姜飞鹏表示。

记者观察

“爱你老己”里藏着哪些财经密码？

■韩昱

进入2026年，“爱你老己”成为首个走红的网络热词。

所谓“老己”，即以第三人称指代自身，将自我视为老朋友，从而摆脱传统“爱自己”概念可能带来的沉重感，让自我关怀更显轻松自然。在笔者看来，“爱你老己”不仅表达出当代年轻人“爱自己”“取悦自己”的生活态度，更折射出深刻的消费变革趋势。

一方面，这种以“爱自己”为核心的消费转变并不小众，其背后的“悦己消费”正在多种因素共同推动下快速兴起。

从抢演唱会、观看演唱会到参与深度冰雪游，“悦己”风潮已渗透消费市场各层面。以刚过去的元旦假期为例，在线旅游平台报告显示，“00后”出游人群占比最高，他们不再满

足于传统观光，而是将假期视为实现“悦己”的重要场景。

究其根源，随着居民收入水平提升与生活品质改善，消费行为正发生深刻转变。特别是年轻群体，其消费观念已从以往注重储蓄、实用的传统型，转向更关注自我体验与情感满足的“悦己型”。

国家统计局最新数据显示，2025年1月份至11月份，服务零售额同比增长5.4%，增速较2025年1月份至10月份加快0.1个百分点，高于同期商品零售额增速1.3个百分点。这一数据表明，随着扩大服务消费政策进一步落地落地，居民消费潜力不断激发，服务消费市场保持较快增长。同时，我国消费结构也正从以商品消费为主转向商品与服务消费并重，消费过程中品质体验与情感价值也在愈发受到重视。

当然，除了经济基础外，社会心

态的变迁也是“悦己消费”兴起的核心理由之一。消费不再仅仅是柴米油盐的需求满足，更成为情绪释放与心理补偿的重要渠道，“情绪消费”已成为生活方式与消费新焦点，为消费市场注入强大新动能。上海市青少年研究中心发布的《2025 Z世代情绪消费报告》显示，超九成青年认可“情绪价值”，近六成青年愿意为“情绪价值”买单。

另一方面，“悦己消费”风潮不仅改变了消费行为，也引发了供给端调整，推动行业进行商业模式创新。

消费者行为的变革自然带动供给端调整。“悦己消费”风潮下，消费市场细分程度不断提升，尤其是文化娱乐等领域持续涌现更多细分品类与赛道。例如，民俗体验市集、非遗庙会、首展快闪等沉浸式体验项目加速崛起，成为线下消费新增长点，有效拉动场景化消费增长。