

央行、财政部齐发声 释放重要信号

近日举行的全球财富管理论坛2023年会上，多位监管人士就推动高水平金融开放、增强国内大循环内生动力、落实经济增长目标重磅发声。

要点速览：

1. 实行更加积极主动的开放战略，营造优质的政策环境和营商环境；
2. 加强财政政策、货币政策和产业、科技、社会、区域等政策之间的协调联动，增强市场主体信心；
3. 为落实好经济增长5%左右的目标，积极的财政政策将加力提效；
4. 中国坚定实施稳健、正常的货币政策，经济增长稳中向好，并形成了难得的低通胀经济环境。

楼继伟：

扩大高水平金融开放

全球财富管理论坛理事长、中国财政部原部长楼继伟表示，中国政府将坚定不移地扩大高水平金融开放。

楼继伟强调，一是实行更加积极主动的开放战略。除了银行、证券、保险、资管行业，其他金融领域有越来越多的外资机构参与。例如，美国运通在华发起设立的合资

公司已取得银行卡清算业务许可证，国际评级公司标普、惠誉已相继进入中国市场。中国金融业正在实施更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放。

二是致力于营造优质的政策环境和营商环境。要加强内外资平等。进一步落实准入前国民待遇和负面清单原则，确保开放措施的落实、落地。在政策制定过程中，进一步加强与境内外市场主体的沟通、交流，加强政策宣传宣讲力度，进一步提高行政工作效率。要更加注重与全球标准最佳实践、构建开放环境下的法律法规体系。制定更为精细化的金融对外开放政策，更加注重质量和效率，减少数量型限制；更加注重公平与透明，促进金融业稳健开放、深度开放。

三是完善监管制度，严守风险底线。中国将继续与各国金融监管机构合作，共同防范化解全球金融系统性风险，维护全球金融市场的稳定与繁荣。

史耀斌：

增强国内大循环内生动力和可靠性

全国人大常委会预算工作委员会主任、全国人大财政经济委员

会副主任委员史耀斌表示，增强国内大循环内生动力和可靠性。国内大循环是构建新发展格局的主体；稳定国内经济基本盘，也是在稳定对外开放、开展国际循环的底盘。

史耀斌强调，要以国家发展规划为战略导向，通过人大预算审查监督和治理机制，充分发挥宏观经济治理政策的引导和统筹功能，深入推进人大预算审查监督重点向支出预算和政策拓展，强化全口径审查和全过程监管，不断增强国家重大战略任务财力保障，确保重大战略、重大政策、重大改革举措贯彻落实。

“采取积极的财政政策和稳健的货币政策，加强财政政策、货币政策和产业、科技、社会、区域等政策之间的协调联动，增强市场主体信心，增强具体政策的针对性、协同性、时效性和执行力，依法加强政府债务审查监督，促进经济总量平衡、结构优化、内外均衡、风险可控。”史耀斌强调。

同时，要加快科技创新和高水平自立自强。坚持把基础研究摆在更重要的位置，打通“科技—产业—金融”循环存在的堵点，提高发展质量、动力、活力和安全性。在全面提升产业体系现代化

水平方面，史耀斌表示，要推动先进制造业和现代服务业融合发展，推进城乡融合、区域协调发展，大力发展数字经济，前瞻性布局未来产业新赛道，推动重点产业转型升级。

此外，加快建设全国统一大市场，推进城乡融合、区域协调发展，有效释放中国作为超大经济体所蕴含的规模经济巨大空间，进一步推动国内市场高效运行。

夏先德：

积极的财政政策将加力提效

“2023年，中国政府将经济增长预期目标定在5%左右。为落实好这一目标，积极的财政政策将加力提效。”财政部副部长夏先德表示。

夏先德表示，“加力”主要是适度地加大财政政策的扩张力度。一是在财政支出强度上加大。2023年，全国一般公共预算支出安排27.51万亿元，增长5.6%，赤字率按照3%安排，比上年提高0.2个百分点。全国财政赤字3.88万亿元，比上年增加5100亿元。

二是在专项债投资拉动上加大。新增专项债务限额3.8万亿元，比上年增加1500亿元，同时适当扩大投向领域和运作项目资本

金范围，支持地方正常融资需求。

三是在推动财力下沉上加大。持续增加中央对地方的转移支付力度。2023年中央对地方转移支付10.06万亿元，比上年增长3.6%，这些转移支付重点向困难地区和欠发达地区倾斜，确保兜牢兜实基层的“三保”底线。

“提效”就是要提升财政政策效能。夏先德称，一方面，要完善税费优惠政策，增强精准性和针对性，着力助企纾困。另一方面，优化财政支出的结构，更好地发挥财政资金的“四两拨千斤”的作用，有效带动扩大全社会投资，促进消费。同时，加强与货币、产业、科技和社会政策的协同配合，形成政策合力，推动经济运行整体向好。

宣昌能：

中国金融资产的投融资属性和避险属性将更加凸显

中国人民银行副行长宣昌能表示，中国坚定推进高水平对外开放，为全球资产的多元化配置提供了新的机遇和选择。

“在复杂多变的环境下，中国市场的开放、稳定与发展，给世界提供了多元化的机遇与选择。”宣昌能分析，一方面是中国坚定实施

稳健、正常的货币政策，经济增长稳中向好，并形成了难得的低通胀经济环境。近年来，中国的利率水平总体比较平稳，人民币汇率弹性明显增强，并且在合理均衡水平上保持基本稳定，货币政策的自主性和有效性增强，在稳定经济大盘提供充分支持的同时，也形成了有利于稳定通胀、稳定预期的货币金融环境。

另一方面，宣昌能认为，是中国金融市场对外开放日益深化，为投资者做好财富管理和资产配置提供了新的机遇。随着中国经济增长动能逐步恢复和金融市场进一步开放，中国金融资产的投融资属性和避险属性也会更加凸显。此外，环境、社会及治理领域也具备较多和较好的投资前景。

宣昌能表示，自2020年向国际社会做出“3060”目标承诺以来，中国不断完善绿色金融政策框架和激励机制，绿色金融市场迅速发展，国际合作空间比较广阔。截至去年底，我国本外币绿色贷款余额达到22万亿元，绿色债券存量约1.5万亿元，资产规模位居全球前列。绿色金融发展为全球财富管理和资产配置提供了新的领域和新的空间。

(转载自《中国证券报》)

擦亮“浦银避险”特色品牌 护航实体经济高质量发展

近日，浦发银行江阴支行下属澄西支行、营业部、澄东支行等多个机构，相继落地“浦银避险”大宗商品期权业务，品种涉及螺纹钢、尿素、PTA等，商品交易超过1000吨，为该行业链客户提供套期保值解决方案。

浦发银行在服务产业链客户过程中，由总分行金融市场专家全程指导、跟踪服务，针对以大宗商品为原材料的客户，以看涨期权为浦发银行江阴支行生产型客户需要的螺纹钢、尿素等原材料进行成本管理，缓解现货价格上涨导致采购成本增加、收益减少的经营困局；对以大宗商品为产品的客户构建PTA看跌期权，为国内化工细分领域重点客户产成品销售价格套期保值，有效应对了加

工和销售延时带来的价格波动风险，稳定了未来经营收入。

在传统的期货套期保值策略中，当期期货价格向反方向大幅波动时，企业面临追加保证金的风险，故存在一定的潜在资金压力；而场外期权在价格剧烈波动的情况下，期权买方不会面临追加保证金风险，可缓解企业潜在的追保压力，同时，期权买方在价格有利方向变动时也可获利。

初心如磐，奋楫笃行。在全面贯彻党的二十大精神开局之年，浦发银行江阴支行将恪守金融为民初心，坚持长期主义理念，以开放、整合、贴心的“浦银避险”服务理念，持续为实体经济的高质量发展保驾护航。

(徐韵)

万物皆可“预付”？小心这些套路！

难，办卡手续不规范带来售后维权难等，都是消费者的“吐槽点”。

线上预付暗藏新套路

记者调查发现，随着互联网经济的发展，一些线上预付式消费也存在新套路。

——过期作废、货不对板，线上提货不省心。2022年中秋节前夕，家住安徽芜湖的孙炜早早使用提货券在某线上商城预订了月饼，结果不仅中秋节没吃上，苦等1个多月仍不见发货，客服回应称：由于订单太多，需排队至11月。

记者在黑猫投诉等消费者服务平台上检索相关信息发现，不少消费者投诉提货券、福利卡等问题。主要集中在卡券过期无法退款、提货难、送货迟以及售后服务不到位等方面。货不对板也是投诉的重点，譬如热销的“螃蟹券”，标注3.5两的螃蟹到手只有2两，产地对不上号、质量大打折扣。

——有房难订、有景难寻，旅游预付藏“猫腻”。“一晚就回本！住得越多越划算！”“预付2000元，走南闯北随心游！”……近年来，民宿卡、畅游卡等旅游预付式消费兴起，消费者提前支付一定的会员费或押金，即可享受多地民宿随便住、各大景点畅游等服务。

然而记者发现，一些实际消费并非如此：线上预订好了民宿、酒店，到店却被告知未接到订单；线上预约景点，不是显示预约已满，就是到地方却发现需补差价才能

进入；一些“随心飞”套餐无法预订热门航线、超时订单无法取消、退订无法退款；一些平台坐满大量充值会员却悄然关闭“跑路”，一些商家甚至以赠送高额积分、赠送旅游路线为由头，向社会不特定人群尤其是老年人吸储，涉嫌金融诈骗。

——虚假宣传、套娃收费，网络服务乱象屡现。今年2月中旬，中消协发文称，各类在线培训服务多以预付费形式进行销售，具有消费群体广、销售金额大、服务次数多等特点。一些培训机构在课程中宣传“考不过退费”，但后续不履行退费承诺，引发消费者大量投诉。还有部分培训机构制造虚假成功案例，诱导学员贷款购买高价培训课程。

还有，当前不少电视APP存在“套娃式收费”、影视资源不互通、订阅容易取消难等现象，部分消费者在“自动续费”等模式诱导下支出高额会员费；一些招聘网站以交纳服装费、体检费、培训费、保险费、押金、手续费等名义收取应聘者钱款，得逞后要么迅速脱身，要么找借口不安排工作，待骗取的钱财累积多了，便人去楼空。

让“预付”安心 才能添消费信心

今年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”，相关专家认为，解决预付式消费乱象与提振消费信心直接相关。

继2012年《单用途商业预付卡管理办法(试行)》出台后，上海、

北京、江苏、甘肃等多地也出台了预付卡相关管理办法或条例，对信息披露、风险警示、信用评级、不得欺诈骗作作出规定。2022年，最高人民法院出台促进消费30条，严厉整治“霸王条款”、消费欺诈、预付式消费陷阱等行为。

在预付资金监管方面也出现不少治理新路径。如利用资金存管等引入数字人民币智能合约等技术解决预付资金管理和消费者的信任问题。

一些专家呼吁，应针对各行业预付式消费的新特点，加紧制定出台更匹配的法律法规，创新监管方式和手段，强化预付资金管理。

“相比于事后维权，事先去识别相应的风险也很重要。”北京市天元律师事务所律师李均铨建议，除对商家的监管外，消费者也要加强自我保护。“一些法律规定明确了预付卡的限额，消费者对远超限额的预付消费，承诺‘高分成’或‘返利’的商家要提高警惕。”

上海市单用途预付卡协会常务副会长范林根表示，消费者应尽可能选择合规的、信誉好的商家。结合需求适度、理性消费，谨慎购买金额高、周期长的预付卡。与此同时，也要尽可能签订购卡合同，仔细阅读合同条款，消费后注意收集保留消费记录和交易明细凭证。自身权益受到侵害时，及时向相关行政主管部门或消协投诉。

(据新华社)

保险互联网营销迎整顿 划十道违规“红线”

银保监会近日发布的最新数据显示，2022年第四季度银保监会及其派出机构共接收并转送涉及保险公司的保险消费投诉22189件。

近年来，与互联网营销相关的销售纠纷数量显著增加，而保险机构和代理人被处罚事由中，涉及“自媒体”“公众号”“朋友圈”“抖音”等关键词的案例，也显著增加。

记者从业内获悉，银保监会日前下发《关于开展保险机构销售人员互联网营销宣传合规性自查整改工作的通知》(以下简称《通知》)要求，自4月3日起，各保险机构就互联网营销宣传开展为期三个月的自查整改工作。《通知》明确自查整改主体主要为保险机构和从业人员，并针对销售人员的互联网营销行为划定十类违规“红线”，自查范围覆盖自媒体

平台和群组。

具体来看，十道“红线”包括：自行编发涉及保险产品介绍、销售政策和营销宣传推介活动的信息，发布或转载的内容未经机构统一制作；未经公司审批或授权，发布展示公司形象、介绍保险服务、普及保险知识、宣传保险理念等内容；违规承诺收益或承担损失，发布通过各种名义和形式给予或承诺给予客户保险合同约定以外的保险费回扣或其他利益的内容；进行不实陈述或误导性描述、片面宣传或夸大宣传的内容；发布内容中使用易与银行理财、基金、债券等金融产品相混淆的描述；片面比较保险产品价格和简单排名内容；误导性解读监管政策的内容，或使用、变相使用监管部门及其工作人员的名义或形象进行商业宣传的内容；未经公司允许发布增员广告，以个人或公司名义进行增员的

内容；擅自组织、安排或委托他人通过转发信息、咨询答疑等形式开展互联网营销宣传；除自媒体平台外，在微信群或其他互联网平台的聊天群中发送违规信息等。

监管触角不断下延，合规管理更进一步。记者从多家保险公司了解到，早在几年前，各公司就已对一线销售人员的互联网营销行为作出约束，除了公司统一的互联网平台营销账号，个人账户均属不合规。但业内人士坦言，合规治理是一项系统工程。保险行业营销人员数量众多且分散，给监管带来一定挑战。

互联网并非法外之地，合规展业应成为行业共识。北京德和衡律师事务所高级联席合伙人陈劲松在接受《经济参考报》记者采访时表示，保险销售误导屡禁不止，不仅会降低保险消费者对保险业的信任，也不利于消费者主



动消费养成和权益保护。在当前保险业高质量发展、个人营销体制改革以及消保新规的全面贯彻落实的大背景下，保险机构宜转变发展理念，优化完善现有营销体制，持续加强业务经营合规管理，不断强化金融消费者权益保护。

(转载自《经济参考报》)