支付机构客户备付金将实现百分百集中交存

消费者预付款会更安全

相信多数人都有网购付账的经历。但鲜为人知的是，买家确认收货前，款项不会直接到商家账户，而是先在支付平台短暂停留。这能让你我买得更放心。但是支付平台上源源不断的备付款是如何处置的？会不会产生违规挪用、无法兑付等风险？根据中国人民银行通知，从7月9日起，按月逐步提高支付机构客户备付金集中交存比例，到明年1月14日实现100%集中交存。专家分析指出，这是保障客户备付金安全、完善金融监管的重大举措，也将促使支付机构告别“吃利差”的盈利模式，让其业务回归支付服务，更好地保障消费者利益。

超万亿备付金全部集中交存

按中国人民银行规定，7月9日支付机构客户备付金交存比例为50%到64%之间，根据业务和类别不同而有所差别。以后每月交存，交存基数为上月客户备付金日均余额，比例逐月提高，到明年1月14日实现100%。

所谓“客户备付金”是支付机构预收其客户的待付货币资金，不属于支付机构的自有财产，但是以支付机构名义存放在银行。目前支付机构开展的支付业务类型共分三种，除上述常见的网络支付外，还有预付卡发行与受理、银行卡收单。

随着支付业务快速发展，客户备付金规模不可小觑。今年5月非金融机构存款（即支付机构交存人民银行的客户备付金存款）达5009.23亿，有机构据此推算，当前客户备付金已是超万亿规模。

规模巨大、存放分散，客户备付金风险隐患也不少。据央行相关负责人此前介绍，一是被支付机构挪用的风险；二是被违规占用进行高风险投资；三是被用来办理跨行资金清算，超范围经营甚至成为洗钱通道；四是分散存放带来流动性风险等。

保障客户备付金安全因此成为央行对支付机构监管的重中之重，集中交存被认为是大势所趋。武汉科技大学金融证券研究所所长董登新对记者说，集中交存可以将客户备付金纳入监管范围，相当于建立一道“防火墙”，杜绝第三方支付当中的违法违规行为，更好地管控金融乱象、防范金融风险、保障资金安全。

支付机构告别“躺着”挣利差

行业整肃外，支付机构盈利格局也将迎来变化。

据了解，支付行业主要通过手续费和资金沉淀营利，其中，“吃利差”就是许多支付机构的盈利模式。沉淀的客户备付金相当于支付机构在银行的存款，利息收益由此产生。例如，今年在香港上市的某支付机构招股书显示，2017年，公司自客户备付金指定银行账户产生的利息收入达6000万元。而客户备付金全部集中交存，意味着利息收入不再。

“支付机构盈利主要依靠客户流量和市场份额，除了几家龙头企业，许多小平台实际上是亏损状态。以前‘冒险’开展的不合规业务被杜绝，利息收入也没有了，一些小平台的状况会更加艰难。”董登新说。

此外，中国人民银行明确，支付机构“备付金集中存管账户”的资金划转应当通过中国银联股份有限公司或网联清算有限公司办理。这被认为将营造更好的行业环境。

据中国人民银行数据，此前，支付机构将客户备付金在多家银行分散存放，平均每家支付机构开立客户备付金账户13个，最多的达70个。业内人士指出，多头开立账户，运维成本高，资源浪费严重。而且有的大型支付机构以备付金与银行议价，抬高利率中枢。接入网联后，第三方支付机构无论规模大小，将被“一视同仁”。

重压之下倒逼业务转型

“防止支付机构以‘吃利差’为主要盈利模式，理顺支付机构业务发展激励机制，引导非银行支付机构回归提供小额、快捷、便民小微支付服务的宗旨。”2016年《国务院办公厅关于印发互联网金融风险专项整治工作实施方案的通知》中这样指出。

在新规下，支付机构被视为将有更强动力做好创新和服务。某支付机构总经理说，“以支付通道服务作为主要业务的支付公司之间必然会面临产品同质化的问题，而支付机构之间又不能再以低成本的通道费率和通道数量这种底层的基础服务实现差异化竞争，这必将倒逼一些支付企业迫切通过产品创新、业务创新以及服务创新以保证持续发展和盈利。”

当前，有的大型支付机构已经开拓了不少多元化盈利方式。例如，支付宝平台下的蚂蚁金服已将业务拓展至小额贷款、网络银行、在线融资、在线理财、保险等多个衍生领域。相应的，消费者也能享受更多元的金融服务。

在董登新看来，未来支付机构一方面要在支付服务上下足功夫，另一方面，也要把支付服务镶嵌在业务生态系统当中，形成上下游的产业链关系，从而保证支付业务的稳定客户群和持续增长。此外，有分析认为，支付机构已经沉淀了大量用户数据信息，未来增值服务可延伸至大数据应用、会员系统建设、顾客行为分析等方面。 **据人民日报海外版**

国家卫健委有关负责人表示

引导共享护理规范发展

日前，国家卫健委有关负责人指出，将结合各地探索开展“共享护士”的做法经验，引导规范发展，不断满足人民群众多样化、多层次的健康需求。

国家卫健委有关负责人说，目前，部分有条件的省市探索开展“共享护士”上门服务，解决了老年人和行动不便患者就医难的问题，给老百姓带来了便利，同时也为护理服务进入家庭提供了探索。

2008年，国务院颁布实施《护士条例》。同年，原卫生部颁布《护士执业注册管理办法》，进一步加强护士注册管理工作，保障医疗安全。为贯彻落实国务院“放管服”政策，国家卫健委积极推进护士电子化注册工作，逐步在全国各地全面推开，使得护士注册管理工作更加高效、便捷。

近年来，随着经济社会发展，人口老龄化进程加剧。为进一步满足人民群众多样化、多层次的健康需求，在推进健康中国建设、持续深化医改的大局中，2017年确定了北京、天津、广东作为护士区域化注册试点地区，积极开展护士区域化注册试点工作，进一步促进优质护理资源下沉，加强基层护理服务能力建设。

下一步，国家卫健委将在总结试点经验的基础上，结合推进分级诊疗和持续深化医改工作，逐步修订完善护士执业管理相关政策。同时，进一步贯彻落实《国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》，结合各地探索开展“共享护士”的做法经验，引导规范发展，不断满足人民群众多样化、多层次的健康需求。

《意见》提出，加快辅助型护理人员（简称护理员）培养培训。大力加强辅助型护理人员的培养和培训，提高人员从业服务能力。鼓励有条件的院校、行业学会、职业技能培训机构等，积极开展护理员培训，提高其病患、老年人、残疾人、母婴生活照护从业技能，扩大护理服务业人员队伍，拓宽社会就业渠道。同时，逐步建立护理员管理制度，进一步规范护理员服务行为。医疗机构要加强护理员的规范管理，护理员必须在医务人员的指导下，对服务对象提供生活照护服务。严禁护理员从事医疗护理专业技术性工作，切实保障医疗质量和安全。有资质的劳务派遣机构、家政服务机构等要建立健全护理员管理和派遣制度，对护理员进行定期培训，保证服务质量；应当依法缴纳社会保险费，保障护理员工资福利待遇等合法权益。 **据人民日报**

紫竹献瑞迎新机 石中逢祥创辉煌

——走进四川省安岳县石羊中学

石羊古镇，紫竹故里。坐落川东，地接成渝。物华天宝，人杰地灵。石中学府，始建丁酉，环境怡人，薪火相传。彰德劭学，尚勋拒憃。以文化人，德学同行。深化改革，科学管理。励精图治，争创名校。

薪火相传 开拓创新

四川省安岳县石羊中学始建于1957年，是一所标准的市级乡镇完中。学校坐落在经济发达、文化繁荣、交通便利、旅游资源丰富的川东重镇——石羊镇。安岳“石刻”享誉世界，石羊“紫竹”闻名中外，浓厚的“石刻”文化孕育了石羊中学“严谨治学，勇于创新”的精神。

学校占地82亩，现有教学班44个，学生2345人；专任教师133人，其中本科学历131人，专科学历2人，学历达标率100%；专任教师中，高级教师30人，中级教师52人，省级优秀教师3人，市县优秀教师32人。精良的师资团队为学生全面发展打下了坚实的基础。

学校坚持“改革活校、质量立校、特色兴校、科学强校”的办学思路，以“创川东名校，育一流英才”为办学目标，以“彰德劭学，尚勋拒憃”为校训，以“阳光、正直、积极、进取”为校风，用“严谨治学，勇于创新”的石中精神优化育人环境，提升教学质量。

深化革新 激流勇进

乡镇中学的特殊条件，是制约学校发展的重要因素。但全体石中人并未因此而气馁，反而在当前教育改革新形势下激流勇进，谱写了石中的新篇章。围绕具有“依法办学、自主管理、民主监督、社会参与”特征的现代化学校制度建设这一改革核心，学校积极探索并构建民主治校、“五会”议事的共同治理体系，完善法人治理结构，实施“人人都是管理者，师师都是班主任，生生都是班干部”的扁平化管理，逐步实现学校管理现代化。

学校致力于培养“六立三强”的阳光青年：立于惜时，立于目标，立于进取，立于理解，立于合作，立于担当；强于学习刻苦，强于身体健康，强于做事认真。坚持培养学生早到先读、小组合作、自主规划、日清周结、积极锻炼五个好习惯。

春华秋实 硕果累累

近年来，学校取得了骄人的成果，这是全体石中人共同努力奋斗的成果，这更是以唐薇校长为首的学校领导班子同心同德、勇于探索的成果。学校先后被授予“资阳市校风示范学校”“资阳市绿色学校”“资阳市最佳文明学校”“资阳市素质教育示范学校”“资阳市教师示范学校”等荣誉称号。

天道酬勤，硕果累累。石中人的不懈努力终有回报。

今夏，石中高考上本科线134人（其中25人上重点线）、中考上国中线21人，均超市县教育体育局下达的目标任务，在资阳市同类学校中位列前茅，创石中近十年来历史新高。在该级学生“低入”（当年石中高中入取线为290分）的艰难情况下“高出”（今年的高考成绩），学校取得如此成绩，足以体现全体石中人的辛勤耕耘、甘心奉献的无私精神。

60余年薪火相传，几代人躬耕树蕙。学校秉承石中精神，扎根石羊，坚持内涵发展，坚持以人为本，以服务区域为导向，以全面提高教育质量为核心，以体制机制创新为保障，大力推进教育现代化、适应社会和信息化，为安岳县石羊区域培养了无数有用人才，为石羊区域经济建设与发展作出突出贡献。学校将抢抓历史机遇，深化教育改革，坚持立德树人，为把学校建成特色鲜明的名校而努力奋斗！ **姚明**

学校开展阳光体育，提升学生素质

中国累计保护地理标志产品2359个

阳澄湖大闸蟹、五常大米、宁夏枸杞……地理标志令越来越多的农产品“名声大振”、价值提升。国家知识产权局副局长贺化近日在2018中国地理标志保护与发展论坛上表示，将加大地理标志产品保护力度，积极持续推进地理标志产品国际互认互保，加强地理标志产品助力扶贫攻坚。

地理标志是保护特定地区产品的特性、声誉和其他特征的重要知识产权，被誉为国际市场的“绿色通行证”、农业结构调整的“加速器”和脱贫致富的“金钥匙”。

多年来，我国不断加大对地理标志产品的保护力度，受保护产品的品质和市场竞争力显著提升。地理标志对于提高产品附加值和农民收入、保障消费者权益、促进地方经济发展、保护传统文化遗产发挥着日益重要的作用。

国家知识产权局数据显示，截至2018年6月底，我国累计保护地理标志产品2359个；累计建设国家地理标志产品保护示范区24个；累计核准专用标志使用企业8091家，相关产值逾1万亿元。

“我国地大物博，地理标志资源非常丰富，地方名优特产数不胜数。利用地理标志保护制度，积极发掘、保护这些宝贵资源，对于推动高质量发展、促进文化传承和保护具有重要作用。”中国工程院院士黄璐琦说。

他建议，加快完善地理标志法律法规，提升地理标志产品管理服务水平，发挥专家作用，简化审核和办理程序，推进“一站式服务”；加强地理标志品牌培育，完善扶持政策，加强地理标志宣传和展示，助力精准扶贫，服务乡村振兴；推动地理标志产品的国际互认互保，加速推进我国地理标志“走出去”。 **据新华社**

“互联网+”催生行业变革

健康险“中国方案”受关注

以“新兴技术对健康险行业的变革”为主题的国际健康保险协会双年总裁论坛，近日在葡萄牙里斯本举行，来自全球20多个国家的大型健康险公司总裁、董事会成员、高层管理者，医疗健康政策领域专家、医疗科技和生物制药公司负责人、生物医学及临床医学领域的专家学者近200人参加论坛。

在此次论坛上，中国人民健康保险公司总裁宋福兴发表主题演讲，分享了以中国人保健康为代表的中国健康险企业通过实施数字化战略，积极探索基于“互联网+”的中国健康险发展模式变革，为健康险行业面临的机遇与挑战提供了“中国方案”。

健康险处于黄金发展期

宋福兴在论坛上介绍了中国健康保险市场的发展环境和市场概况。他指出，中国健康保险正面临着历史性发展机遇，处于黄金发展期。中国政府将人民健康事业放在优先发展的战略地位，积极推进“健康中国”战略，高度重视健康保险在控制医疗费用上涨、优化医疗资源配置、提高国民健康水平等方面的重要作用，出台了税收优惠等多项政策，支持健康保险加快发展。

近年来，中国民众对医疗保险制度之外的医疗保障需求不断提升，推动健康险市场快速成长。来自监管机构的数据显示，2012年至2016年健康险原保费收入复合增长率超过36%，“保险姓保”的监管导向引领健康险市场转型。

宋福兴说，过去5年，中国健康保险市场平均增速达到38%。2017年，商业健康保险保费收入（4389亿元）占中国保险业总保费（36581亿元）的12%；商业健康保险赔付支出（1295亿元）占中国卫生总费用（5.16万亿元）的2.5%。

构建医疗健康大数据

宋福兴说，中国正经历着以互联网、大数据、人工智能等技术为代表的新一轮科技革命，作为中国最大的专业健康保险公司，中国人保健康勇于变革创新，在基于“互联网+”的中国健康险发展模式创新方面进行了卓有成效的探索。

据介绍，中国人保健康通过构建健康医疗大数据，精准描摹客户的“健康画像”，引入云计算、人工智能等现代科技，推进产品服务创新。为解决中国医疗保障不足的痛点，与支付宝合作推出了中国第一款互联网长期医疗险产品，具有保费低、保障高、6年内共享免赔额等特点，受到了市场欢迎；针对互联网消费场景化、高频化的特征，打造了新一代互联网保险业务系统，快速响应客户需求，出单能力可达到每秒1000单；通过应用影像与语音识别等人工智能技术，开展在线咨询，实现3天内快速给付和理赔，为客户带来了方便快捷的服务体验。

搭建健康管理生态系统

近年来，越来越多的保险公司通过线上健康服务实现医疗、健康管理与保险服务的对接。宋福兴说，中国人保健康通过“建平台、搭生态圈”，构建了中国最大的健康管理生态系统，连接了5000多家医院、7万多名医生、800多体检机构、500多家齿科诊所、10万多家药店，通过线上服务平台PICC APP为客户提供全方位、全周期的家庭医生式服务。

宋福兴说，中国人保健康实现了根据客户需求精准匹配医疗资源，在中国500多个城市的5000多家医院实现实时挂号，承诺7天内约见指定的医学专家，在260多个城市实现上门护理；与国内外顶级医学专家合作，提供健康教育和健康咨询服务；为客户提供全科医生的分诊服务，推进与医院信息系统的实时对接和互联互通，为客户提供挂号、缴费等一站式服务；通过后台数据共享，实现对客户就医过程的智能监控，降低不合理医疗费用；为客户建立电子健康档案，提供定制化的健康风险解决方案，运用互联网技术进行慢病管理和术后康复护理等。

中国健康险市场潜力巨大

国际健康保险协会是一家有45年历史的跨国健康保险组织，会员分布在全球20多个国家，包括近80家健康保险公司及相关机构，为全球2亿人提供与健康产业相关的各项服务。为进一步加强国际交流，学习借鉴国外专业健康保险公司经营管理、科技创新、风险管理等方面的先进经验，提升公司专业化经营水平，中国人民健康保险公司于今年1月申请加入国际健康保险协会，成为该协会的第一个中国会员。

对于中国健康保险企业探索利用互联网、大数据、人工智能技术，推动健康保险的发展模式变革，各国与会者给予高度评价。来自美国、英国、瑞士、葡萄牙等国的会议代表均表示中国健康险市场发展潜力巨大，希望通过与中国人保健康的深度合作，以新兴技术和国际经验服务中国健康险市场。 **据人民日报海外版**

62.6%受访者不太信任“电商定制版”商品

69.8%受访者认为电商平台应如实告知消费者商品信息

电商平台上有很多标有“电商定制版”“线上专供款”“网络专供版”等字样的商品。这些宣称“相同质量，更低价格”的商品，与线下商品到底有什么区别？

上周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网，对2002名受访者进行的一项调查显示，69.9%的受访者购买过标有“电商定制版”“线上专供款”等字样的商品，47.8%的受访者更愿意购买此类商品。62.6%的受访者认为“电商定制版”商品有猫儿腻，52.4%的受访者觉得其中电子产品的猫儿腻较多。69.8%的受访者认为电商平台应向消费者明示产品类别，并如实告知消费者商品信息。

69.9%的受访者购买过“电商定制版”商品

徐莹（化名）在北京市某事业单位工作，购买家电一般都选择电商平台。“有一次家里买立柜式空调，我发现自己看中的型号在电商平台比在实体店便宜几千元，就是没货，我就决定等有货的时候再买，结果等了一个夏天都没有货。”徐莹说，她后来又在网上看中一款相似的空调，但该型号在实体店没有，咨询后得知，这一款只在电商平台售卖。“但是实体店店员建议我们不要买电商专供的家电，说配置不一样”。

电子科技大学在读研究生柯逸臻平时喜欢关注数码产品，他直言对“电商合作版”产品不感兴趣。“某些‘电商定制版’数码产品主打低价，让人觉得质量可能有问题”。

调查显示，69.9%的受访者购买过标有“电商定制版”“线上专供款”“网络专供款”等字样的商品。对于这类商品，47.8%的受访者认为它们物美价廉，会更愿意购买，27.4%的受访者认为这种商品质量无法保证，并不愿意购买，24.8%的受访者表示不好说。

北京某互联网公司实习生司马丽（化名）对记者说，比起实体店，网上很多同款商品性价比较高，她认为“电商专供”的商品为消费者提供了更多的选择。

“一些商品只在线上售卖是商家的销售策略问题。”南开大学商学院市场营销系教授李东进指出，“电商专供”模式有两大原因：一是只在网上售卖的商品节省了实体店销售的物流、库存等成本，能以更低的价格吸引消费者；二是现在很多年轻人青睐网购，如果产品主要针对的是年轻的消费者，那就可以采取只在线上销售的模式。

关于“电商定制版”商品，调查中，52.5%的受访者认为它实现了产品优势功能聚焦，为消费者增加了选择，51.7%的受访者认为是商家的一种经营策略，在维护两个渠道利益的同时，实现优势互补，48.5%的受访者认为是线下同款产品的“减配”版，32.5%的受访者认为是商家利用信息不对称在打“擦边球”，损害消费者权益。

52.4%受访者认为“电商定制版”电子产品存在猫儿腻

如今，徐莹开始注意看自己网购的商品是不是电商专供。“有一次我在网上买了一双某知名品牌的靴子，试穿之后总觉得跟实体店试穿的感觉不一样，最后还是退了。”徐莹说，对于有些“电商定制版”商品，她不那么在意和实体店商品的差别，但是对于大品牌的商品，她比较在意是否真的质优价廉。

“电商定制版”商品与实体店的相比怎么样？调查中，50.9%的受访者觉得这种商品价格较低，品质稍逊，24.7%的受访者觉得这种商品质优价廉，17.8%的受访者感觉这种商品与线下同类或同款产品质量相差很大。

李东进认为，“电商定制版”商品确实价格非常便宜，一些功能和性能比实体店的同款产品差或者少一些。如果消费者在知道“电商定制版”与实体店同款商品有差别的情况下去购买，这是正常的。但很多时候消费者不知情或者不好辨别，商家就有误导消费者的可能性，这是不正常的。

调查显示，62.6%的受访者觉得“电商定制版”商品有猫儿腻，14.7%的受访者觉得没有，22.6%的受访者表示不清楚。受访者认为“电商定制版”商品存在的问题包括：平台或商家不主动告知消费者线上线下商品区别（69.1%），原料被降级、做工粗糙（50.6%）以及虚假降价、夸大宣传（49.5%）等。

进一步调查显示，在各种“电商定制版”商品中，电子产品（52.4%）被受访者认为最容易有猫儿腻，其他依次是：服装（45.5%）、电器（41.8%）、食品（31.2%）、箱包（26.8%）、美妆（23.1%）和家具建材（18.2%）等。

李东进认为，容易有猫儿腻的更多是有一定技术含量的商品，可能会存在缺少零配件等问题。但有的产品，比如矿泉水，很难有猫儿腻和漏洞。

69.8%受访者认为电商平台应如实告知消费者商品信息

“我一直不喜欢在网上买电子产品，因为觉得保修和检修很麻烦，担心找不着人。”司马丽建议，在商品官网上设置序列号查询入口等，方便网购电子产品的人查询保修期等信息，“另外电商平台要落实七天无理由退货，完善售后服务”。

李东进认为，国家有关部门应该及时关注“电商定制版”商品，如果发现有欺骗和误导消费者的现象，马上采取措施。同时，行业内部应该自律，尤其是家电、手机等，“行业内部要确定自己的一些标准，比如‘电商定制版’是什么产品，与实体店的产品有什么区别等”。

徐莹认为，“电商定制版”商品跟同类型的线下产品比还是有差别的。“只要型号或者货号不一样就绝对不是同一款商品。一些小件物品，大家根据销量来购买完全可以，但是大件的商品，尤其是电子产品或者家电，一定要擦亮眼睛，仔细比较”。

调查显示，69.8%的受访者认为电商平台应向消费者明示产品类别，并如实告知消费者商品信息，58.0%的受访者认为品牌售卖“电商定制版”商品也应保证质量合格，55.3%的受访者建议消费者自己在选购商品时要注意比较，32.1%的受访者希望监管部门尽快完善相关法律法规。

李东进认为，企业要有对社会负责、对消费者负责的意识，告诉消费者线上的产品跟实体店的有什么区别。消费者也要理性选择商品，不要只考虑价格。

参与本次调查的受访者中，00后占0.6%，90后占26.6%，80后占53.9%，70后占13.5%，60后占4.5%。 **据中国青年报**

地址：成都市锣锅巷122号 邮政编码：610017 电话：(028)86789365(总编室) 86786115(编辑部) 86754267(发行部) 86614826(广告部) 86761991(照排室) 传真：(028)86754267 零售发行：86754267 订阅：全国各地邮局(所) 广告许可证：川工商广字0306号 每份1.00元 全年订价：138元 成都日报社印刷厂印刷

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn