

中国人民银行副行长潘功胜就金融管理部门约谈蚂蚁集团有关情况答记者问

新华社北京12月27日电 2020年12月26日,人民银行、银保监会、证监会、外汇局等金融管理部门联合约谈了蚂蚁集团。中国人民银行副行长潘功胜代表四部门就约谈情况回答了记者的提问。

问:此次约谈的背景是什么?
答:党中央高度重视金融科技和平台企业的规范健康发展。近期中央政治局会议、中央经济工作会议对强化反垄断和防止资本无序扩张等作出了一系列重要部署,对做好相关金融管理工作提出了明确要求。金融管理部门将以此为根本遵循,依法依规监管金融市场主体,严肃查处违法违规行

蚂蚁集团成立以来,在金融科技、提高金融服务效率和普惠性方面发挥了创新作用。作为金融科技和平台经济领域具有重大影响力的企业,蚂蚁集团必须自觉遵守国家法律法规,必须将企业发展融入国家发展大局中,必须切实承担企业社会责任。此次金融管理部门约谈蚂蚁集团,主要目的是督促指导蚂蚁集团深入贯彻党中央、国务院有关精神,按照市场化、法治化原则,落实金融监管、公平竞争和保护消费者合法权益等要求,进一步规范金融业务经营与发展。

问:约谈的主要内容是什么?
答:金融管理部门根据金融法律法规及监管要求,指出了蚂蚁集团目前经营中存在的主要问题:公司治理机制不健全;法律意

识淡薄,藐视监管合规要求,存在违规监管套利行为;利用市场优势地位排斥同业经营者;损害消费者合法权益,引发消费者投诉等。

金融管理部门对蚂蚁集团提出了重点业务领域的整改要求:一是回归支付本源,提升交易透明度,严禁不正当竞争。二是依法持牌、合法合规经营个人征信业务,保护个人数据隐私。三是依法设立金融控股公司,严格落实监管要求,确保资本充足、关联交易合规。四是完善公司治理,按审慎监管要求严格整改违规信贷、保险、理财等金融活动。五是依法合规开展证券投资基金业务,强化证券类机构治理,合规开展资产证券化业务。

蚂蚁集团要充分认识到整

改的严肃性和必要性,对标监管要求,尽快制定整改方案和实施时间表。同时,要加强风险管控,保持业务连续性和企业正常经营,确保对公众的金融服务质量。

金融管理部门将与蚂蚁集团保持密切沟通,充分听取其意见建议。

问:金融管理部门对金融科技监管的政策取向是什么?

答:金融管理部门将一如既往地鼓励、支持金融科技企业在服务实体经济和遵从审慎监管的前提下守正创新,推动金融科技成为助推国内国际双循环的重要力量。金融科技企业要坚守服务实体经济和人民群众的本源,树立严格遵守金融监管要求的合规意识、坚决维护公平竞争环境的市

场意识、以消费者权益保护为核心的服务意识。

未来监管的政策取向将遵循以下原则:一是坚决打破垄断,纠正、查处不正当竞争行为,维护公平竞争市场秩序。二是坚持所有金融活动必须依法依规纳入监管,坚持金融业务必须持牌经营,坚持对各类违法违规行为“零容忍”。三是坚持“两个毫不动摇”,依法保护产权,弘扬企业家精神,激发市场主体活力和社会创造力,增强我国金融科技企业在全球的核心竞争力。

金融科技及互联网平台公司是新事物,且快速创新演进,出现很多新特点。金融管理部门将继续加强国际监管交流与合作,共同推进金融科技创新和金融体系健康发展。

温岭童鞋、玉环文旦分别冠名高铁专列——

日行千里 台州好产品 “驶向”全国

通讯员陈欣报道 台州素有“山海水城”、“制造之都”的美誉。如今,台州的好产品已不仅仅出现在本地人的生活中,而是越来越频繁地出现在全国人民的眼中。

近年来,“鞋业王国”温岭和“文旦之乡”玉环先后搭上了四通八达的铁路动脉,出现在南来北往的旅客面前。同时,当地政府搭台,不断通过各种形式宣传台州特产。聚光灯下的台州产品,正在全国舞台粉墨登场。

“好童鞋·温岭造”,温岭鞋企“足行千里”

温岭的鞋业自上世纪90年代开始兴起,经过30年的发展,完成了从遍地家庭作坊到大型企业林立的嬗变,形成了集设计、生产、销售为一体的“鞋业王国”。

童鞋是温岭鞋业的重要组成部分。近日,温岭市举行“好童鞋·温岭造童鞋专列”签约仪式,8家规上童鞋企业与华铁传媒正式签署高动列车媒体广告发布合同。从明年1月开始,温岭童鞋元素将“足行千里”,与全国各地的乘客见面。

据了解,专列线路以上海为中心,向南经温州、厦门等东南沿海城市到深圳,向西经南京、武汉等内陆城市到重庆。“这条线路是我们精心挑选的,考虑到东南沿海分布着好几个鞋业重点城市,有很多经销商往来,可以让温岭童鞋被他们看到。”温岭市经信局副局长周辉兵说,“而内陆是温岭童鞋的主要销售地,希望能进一步拓宽市场。”

参与本次品牌冠名的8家温岭童鞋企业分别为足友、几米熊、比迪、必克、梦理达、黄蜂比奇、盛潮和福德隆,均为规上企业,品牌和质量过关,是温岭童鞋企业的代表。

几米熊儿童用品有限公司的董事长赵斌峰告诉笔者,近年来,温岭童鞋已经逐步撕掉了低端、山寨的标签,但距离真正的知名品牌还很远。“温岭童鞋要想增加品牌附加值,走中高端路线,就需要更多的机会让消费者

增进对它的了解。”赵斌峰说,这次高铁专列的签约,对他们而言就是一个前所未有的良机。

“另外在疫情影响下,今年众多出口童鞋企业转内销,国内市场的竞争更加激烈,我们急需留住老客户,发展新客户。”赵斌峰告诉笔者,对于温岭鞋企来说,政府提供的这个宣传机会可谓“雪中送炭”。

“美丽玉环 文旦飘香”,玉环文旦霸屏高铁

文旦是玉环市种植业的支柱产业,因迥异于其他柚类而闻名,获得国家原产地地理标志注册认证等多项美誉。眼下,正是玉环文旦成熟的季节,黄澄澄的文旦挂在枝头,柚香却早已随着飞驰的高铁飘散到了全国。

今年11月24日,“美丽玉环 文旦飘香”高铁品牌专列首发仪式在杭州东站举行,玉环文旦再次搭乘中国高铁,迈向飞速发展的新时代。

据了解,这是玉环文旦连续第二年冠名高铁专列了。在2019年,首辆文旦冠名列车就已经飞驰在铁路上了。首辆冠名列车线路从温州到合肥,主要行经江浙沪地区。而今年的冠名列车,行驶范围更广,穿行于京沪和江浙沪皖高铁线路,覆盖北京、上海、杭州、合肥、温州、宁波等城市,全面辐射京津冀、长三角地区。

“去年第一次尝试在高铁上打广告,效果非常好,很多文旦种植户跟我说,他们的新客户就是看了高铁上的广告找过来的。”玉环市农业农村水利局文旦特产服务中心主任陈青英说,为了进一步拓展玉环文旦的影响力,今年政府决定继续跟高铁合作。

陈青英介绍,今年玉环文旦的产量相比去年增长了20%,销售速度也加快。截至目前,玉环文旦销量达到了今年产量的70%以上,比去年早半个月达到。而且今年文旦的价格同样上涨,去年本地文旦采购价2.5元1斤,今年3.6元1斤,增长了44%。“这其中,连续两年高铁专列的宣传起到了很大的作用。”陈青英说。

把质量 “晒在阳光下”



近日,由省消费者权益保护委员会、省品牌建设联合会组织的新闻媒体、消费者代表走进浙江特色伴手礼企业直播活动在正大青春宝药业有限公司德清智能工厂举行。当日,浙江特色

伴手礼标识使用规范也在活动中对外发布。

图为媒体记者和消费者代表正在参观青春宝德清智能工厂总控室。

记者羊荣江 摄

冯明:毫厘之间见真章

(上接第1版)

他说,他们的工作是在高铁停运后的夜间进行的,面对的是道岔里的一个螺丝、一个挂钩这些静态的物件,但这远远不够,还需要时时思考每一个部件对白天高铁运行的影响,“比如道岔心轨里的螺丝,哪怕是1毫米的松动,在高铁高速通过后,道岔转换时会给机械带来几千牛的变化”。

正是基于这些思考,冯明能快速找到隐藏着的故障点,及时维修并说出原理。理论结合实践,并有自己的思考和判断,他创立了“冯明道岔整治工作法”,

在全国铁路推广运用,成为新手上路的“掌中宝”。他还擅长在问题中找到新的解决方法,先后获得发明专利2个,申报获奖技术攻关项目12项。

作为全国劳模,传帮带是冯明肩上的重任。还有两年就要退休了,他感到时间的紧迫,要抓紧把自己掌握的技术、诀窍更多地教授给年轻人。除了利用冯明信号工大师工作室传帮带,他还挤出时间,定期到铁路总公司和上海局管内兄弟单位授课,讲解道岔整治方法和技术要点,帮助更多人成长。

跑进 绿水青山间

昨日9时,以“烟霞山水间 欢乐神仙跑”为主题的仙居县2020仙居马拉松鸣枪开跑。比赛分全程马拉松、半程马拉松、迷你马拉松、情侣跑和家庭跑5个项目,8000多名参赛选手沿着美丽的永安溪绿道一路穿越风景,在运动中感受绿水青山之美。

通讯员王华斌 摄



“监管民警+心理咨询师+志愿者”模式

疗愈失足青年“心病”

本报讯 通讯员吕煜明、许哲报道 “拍拍手,活跃了气氛,放松了心情,也锻炼了我们的反应能力。飞机起飞这个游戏,让我明白了脱离航线就会迷失方向,体会到一个团队听从指挥和团结协作的重要性。”说这番话的,是被羁押在诸暨市看守所的失足青年王某。近日,在监管民警和第三方专业机构的心理咨询师的带领

下,12名像王某这样的失足青年上了一堂心理辅导课。

社会上个别青年由于种种原因,在“三观”建立的关键时期误入歧途。为了做好失足青年的教育转化工作,充分保障这部分群体合法权益,引导和帮助其认识错误,重建科学健康的“三观”,诸暨市看守所积极探索新时代“枫桥经验”在监所的应用与实践,法

情共融,采用“监管民警+心理咨询师+志愿者”的模式开展帮教。

据诸暨市看守所所长楼忠民介绍,通过近年的实践,监所已逐步建立起一套矫正、疗愈“心病”的有效体系,“通过专业心理评估、个案心理咨询辅导、团体心理辅导,以及‘玩’游戏等形式,对失足青年开展正面引导教育,既增加了帮教、纠错的效果,也保障

了监所的全面建设与安全稳定。”至目前,已有近50名失足青年在该所接受心理矫正,并重新重新做人、回归社会的信心。

失足青年何某,入所前多次与人打架,且有自残迹象。被羁押后,暴露出消极、厌世情绪。对此,诸暨市看守所专门请来心理咨询师有针对性地为他制订了心理疗愈方案。从打开“心结”入手

循循善诱,还让同监室在押人员现身说法,劝导他端正思想、改过自新。慢慢地,通过疏导、交心干预,何某消除了内心的负面情绪,不再陷入自我否定。

最近,释放不久的何某再次来到看守所,感谢关心和帮助他度过人生低谷的心理咨询师和监管民警。他已主动加入一家志愿服务组织,投身于社会公益服务。

2020年,文旅产业破困局迎复苏

在极不平凡的2020年,文化和旅游产业遭遇新冠肺炎疫情冲击,难能可贵的是,疫情防控进入常态化之后,行业上下共同推进复工复产复业,于困难与挑战中不断发现新机、开创新局,在助力经济社会发展的过程中写下浓墨重彩的一笔。回顾这一年文旅产业的发展,或许,这些关键词可以唤起我们共同的记忆。

无预约 不旅游

2020年,旅游行业最显而易见的变化是预约旅游的普及。“无预约,不旅游”已经成为旅游景区经营的基本要求,也让游客养成了出行的新习惯。

“五一”小长假期间,80%以上的5A级旅游景区实现了通过官网、公众号、第三方平台等预约门票。据中国旅游研究院调查,国庆中秋长假期间,有82.8%的游客不同程度体验了预约出游。

2019年,国务院办公厅发布的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》中,就曾明确“推广景区门票预约制度,合理确定并严格执行最高日接待游客人数规模。到2022年,5A级景区有景区全面实行门票预约制度”的要求。疫情的出现,加速了预约旅游的普及。

对游客来说,预约旅游可以避开排队购票,减少等候时间,同时避免“扎堆”出行,提升旅行体验;对景区来说,预约旅游有利于加强精细化管理,提高服务水平,特别是对一些历史人文景区而言,预约旅游可以有效控制人流,减少人数过多对景区带来的过度

损耗,可谓一举多得。

数字文化产业逆势上扬

受疫情影响,我国的文化消费费呈现出一些新特点,比如:越来越多的演出、展览、会展等文化产品和资源走上“云端”,消费者不必受时间、空间的限制,可以随时随地地享受文化大餐……这得益于我国数字文化产业的高速发展。

一方面,数字文化产业日益丰富着人们的精神生活;另一方面,它在疫情期间实现逆势上扬,成为拉动文化产业高质量发展的新动能。统计数据显示,今年前三季度,与互联网数字化相关的文化新业态产业实现了2.12万亿元营业收入,同比增长21.9%。同时,数字文化产业正创造着越来越多的就业岗位。

今年11月,文化和旅游部印发了《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,这份国家层面关于数字文化产业发展的宏观性、指导性政策文件,向社会和行业发出支持数字文化产业高质量发展的明确信号,它对夯实数字文化产业发展基础、培育数字文化产业新型业态、构建数字文化产业生态等内容提出具体要求,将进一步引导产业发展方向。

助力扶贫增收

6月,在文化和旅游部、商务部、国务院扶贫办的支持下,几大电商平台联合举办“非遗购物节”,非遗相关企业与非遗扶贫就业工坊在各平台开展销售活动,

进一步打开产品销路,把指尖技艺转变为指尖经济。

非遗是助力脱贫攻坚的重要抓手,掌握一门手艺往往意味着脱贫增收有了希望。2018年以来,在文化和旅游部、国务院扶贫办支持下,许多地方开展“非遗+扶贫”工作,截至今年6月,各地设立非遗扶贫就业工坊超2000所,带动非遗项目超2200个,培训了近18万人,带动近50万人就业、20多万建档立卡贫困户脱贫。

乡村旅游是带动农民增收,实现乡村振兴的重要载体。受疫情影响,游客越来越倾向于慢节奏、短周期、近距离的出游方式,相比城市、旅游景区等人流量密集的传统目的地,亲近自然、出行便捷、绿色时尚的乡村旅游日益受到青睐。今年以来,文化和旅游部等适时推出乡村旅游精品线路,把优秀传统文化、乡土风貌与现代旅游需求有机结合起来,促进农村一二三产业融合发展,以此带动农民收入稳步提高。

“小而精”迎新机

7月,《关于推进旅游企业扩大复工复产有关事项的通知》印发,明确恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省(区、市)团队旅游及“机票+酒店”业务,为旅游市场注入新希望。

团队旅游时至今日依然有广阔市场,不过,今年因为疫情,消费者对出行的安全性和私密性越发看重,并且随着消费者生活水平的提高,对旅游有了个性化、差

异化的新需求,二者叠加让“小而精”的新型团队旅游迎来新的发展机遇。

私家团、定制游等小范围、中高端团队旅游兴起。携程旅行网跟团订单数据显示,国庆中秋假期报名私家团的游客量比去年同期增长100%,平均一个团只有3到5个人,以家庭为主。定制游以旅游者为主导,根据他们的喜好和需求定制个性化行程方案,在跨省团队旅游恢复后,定制游成为市场中的黑马。

与传统团队旅游的“大而全”相比,“小而精”的团队旅游对旅游的深度和主题性要求更高,商家需要花更多心思丰富消费者的体验感和参与感,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

文旅增色夜经济

2020年,各地的夜晚热闹起来了,文旅融合项目及产品在夜色中充分绽放,既增色了夜间经济,也点亮了人们的生活。

中国旅游研究院发布的《2020中国夜间经济发展报告》显示,城市夜生活体验成为游客目的地夜游首选;演出、文化场馆、文化集市被认为是最有吸引力的夜间文化场景;文化艺术场馆、电影院/剧场、夜市/集市被认为是最有吸引力的夜间消费场景。夜游项目品类增多、夜间休闲消费场所增多和数字科技运用广泛是2020年游客感知的主要关键词。潮流夜市、文创集市、微演艺正在成为城市夜间经济发展的重要活力因子。

在文化和旅游部、国家发展

据《经济日报》