

对“零钱通”监管应顺势利导

■ 莫开伟 财经评论员

11月16日,微信的一款新产品“零钱通”终于开放公测:用户可将微信钱包里的零钱直接用于微信支付,同时又可以获得理财收益。(11月18日《每日经济新闻》)

2015-2016年的债券大牛市和随之而来的债灾风波中,货币基金-同业存单-银行理财之间的资金空转链条开始被市场认知,2017年货币基金再度快速膨胀,余额宝一家占到货币基金的2成。余额宝的“疯长”曾引发了市场和监管的广泛争议和担忧。那么,零钱通该如何监管,才能确保其创新或发展不受到遏制呢?

首先,勿让零钱通遭遇余额宝式限流,基金管理应在前头。

从2017年下半年开始,为应对监管要求,天弘基金就开启了一系列针对余额宝的调整:其一,在3个月内,余额宝连续两次调降个人最高投资额度,从100万降低到25万,再缩减为10万,并设置了2万的个人单日最高购买额度。其二,调整资产配置,削减部分银行定存单头寸,同时增持中国政府和政策性银行发行的短期证券、商业票据和回购协议,进一步降低投资风险,适度压低收

益率。其三,引导大额资金离开余额宝,转投其他同类产品。其四,天弘基金调整余额宝服务规则,设置余额宝每日申购总量,当天购完即止。每日申购额度根据基金申购、赎回情况动态设定。余额宝的规则调整引起了市场的反弹,大批用户在微博微信上痛斥“不方便”“抢不到”。2017年监管部门3次要求余额宝限流,并分流到12家基金公司,成功将天弘基金规模降了下来。

按照零钱通的势头,只会比余额宝更快地扩大到更大规模。要谨防重蹈覆辙,影响投资者情绪,给监管带来负面舆情。

其次,建议将零钱通对应的基金比照天弘余额宝基金进行系统重要性的货币基金管理。

原因之一是,零钱通潜在用户、资金量基数都很大。

随着近几年移动社交和移动支付的发展,微信的用户已经达到10亿,微信支付用户为8.2亿,以微信红包为代表的各种社交红包成为国人零钱,尤其是电子零钱的一大重要来源。有数据显示,微信社交红包以62.4%的高占比成为国人零钱最主要的来源,国人闲置微信零钱的规模高达1.5万亿元。从这个角度来看,零钱理财是一个高达1.5万亿元的巨大市场。以支付宝为例,在支

付宝用户达到4.5亿的时候,余额宝用户达到3亿,也就是说,2/3的用户可以发展成理财用户,那么,以此类推,零钱通用户预计很快就可以达到6亿。从资金模式来看,余额宝用户3亿,接入12家基金公司,资金规模是1.9万亿元。以此类推,零钱通用户3亿,接入4家基金公司,以平均每人金额1000块,4家基金公司的规模很快就要破1万亿元。

原因二,防范零钱通流动性风险的需要。

不管是余额宝还是零钱通,本质上其实都是一种货币基金,货币基金的投资标的主要有国债、央行票据、商业票据、银行定期存单、政府短期债券、企业债券(信用等级较高)、同业存款等。此类货币基金从公众手里吸收资金,形成资金池、给付利息,本身具备了非常强的货币支付属性,在功能上构成了银行存款的替代品,甚至具有现金支付的便利性,但并不具备与银行存款同等的安全性,并不受存款保险的保护。

同时,基金给予投资者非常“慷慨”的赎回便利,在没有相应保护机制的情况下,允许资金快速流出更非常危险,一旦出现未预期到的负面冲击,因基金投资人结构过于单一,投资者的“羊群效应”极易产生挤兑,

恐慌性赎回会迅速蔓延(更何况互联网的信息传播速度)至整个金融市场。这就是货币基金的隐性刚兑风险,虽然货币基金通常不承诺保本保收益,但是由于货基以摊余成本法计价,净值稳定,且基金公司为了防止客户流失,甚至会在货基亏损时采取自掏腰包垫付的方式赔偿投资者。随着规模的快速扩大,对于基金风险控制的要求也会逐步提高,因为货币基金虽然还是比较安全的资产,但是货币基金毕竟不是银行存款,加之风险准备金不足等问题,将有可能引发极大的系统性风险。

最后,零钱通本身应回归科技平台定位。

余额宝、零钱通等平台应使金融科技企业回归平台定位,把重心从做产品转移到做平台。让更多的金融公司有更多机会与科技平台合作融合提升自身服务能力——尝试通过科技平台获取流量,学习应用大数据进行风险定价,利用金融云实现自主可控的低成本运维等。未来的金融不会仅仅是投资和理财,而会深度渗透到金融行业的各个需求场景中去,为更多行业提供更深层次的服务,弱化互联网金融的金融属性,强化互联网金融的服务属性,似乎才是互联网金融行业未来的发展方向。

机器人打电话推销是科技骚扰

■ 毕文章 公职人员

目前市面上已经出现了用人工智能代替真人客服进行电话推销的软件。软件研发方介绍,使用AI拨打推销电话,不仅可以做到声音和真人毫无区别,效率也可以大幅提高,“每天可以拨出800到1000个电话,是传统人工的4到5倍。”不少网友因此表示担忧:成本低了、效率高了,那自己接到“骚扰电话”的频率会不会越来越高?(12月8日《北京青年报》)

呜呼,传统人工电话骚扰已经让人苦不堪言,现在又使用科技手段进行骚扰,还让人不活了?有关部门大喊治理整顿,结果是越治理整顿越猖獗,现在竟然变本加厉上了高科技,这真是绝妙的讽刺。最可气的

是,你拨打110,他们就告诉你打市政服务热线,然后,又让你打电信客服电话。于是,通信专家告诉你,电信运营商只是一个服务提供商,并没有权限屏蔽对某个号码的通信服务,除非司法部门提出要求。这就是说,这事谁都不想管,也管不了,你摊上就该倒霉。

现实生活中,受到电话骚扰的人不在少数,罪魁祸首就是个人信息没有得到有效保护,有些机构为了牟利,出卖个人信息。由于缺乏相关的法律约束,导致个人信息被滥用。仅靠个人的力量来保护自己的隐私不泄露是不现实的。要从源头抓起,用法律约束那些掌握公众个人信息的机构自觉保护公民隐私,一旦泄露了公众的个人信息,就要接受法律的制裁。

他山之石,可以攻玉。国外有相关法律

保护公众免受电话推销的骚扰,国内还没有相关法律。我国《刑法》规定,公共服务企业包括国家机关、金融、电信、交通、教育、医疗等不得将在提供服务和履行职责的过程中获得的公民个人信息出售或非法提供给他人,情节严重的将受到刑罚。然而,这一法规中所规定的公共服务企业并没有包括房地产、装修、理财等机构。对于扰民问题,法律并没有直接规定,更多的是边缘化的条款,如《治安管理处罚法》第42条规定,多次发送淫秽、侮辱、恐吓等信息干扰他人正常生活的,将处以拘留或罚款。而“多次干扰”、“正常生活”,如何定性、定量呢?即使有人报警,警方也很难收集证据,结果导致这种事情屡禁不止,泛滥成灾。不从根本上解决问题,电话骚扰就不会收敛。

平台赋能,须与核心品牌“心有灵犀”

■ 肖玮 时评人

日前,电商平台拼多多在深圳正式发布“新品牌计划”,计划将扶持1000家覆盖各行业的工厂品牌,让过去存在于流通和营销环节的价值,回归制造业本身,帮助他们以最低成本培育品牌。(12月13日《深圳特区报》) 全世界消费者帮苹果手机算了N年的“物料成本”,算到最后才发现,品牌价值其实是最大的糊涂账。一个小小的LOGO,让OEM代工老板们“望暴利兴叹”许多年。从这个意义上说,中国制造业在全球闪亮登场,尤其对于中小制造企业而言,必须解决两个核心问题:一是核心技术,二是核心品牌。

临渊羡鱼,不如退而结网。即使在庞大的珠三角“世界工厂”,有技术无品牌的烦恼亦是比比皆是。只是,品牌价值的重塑不是企业单方就能“心想事成”的,需要天时地利

与人物的系统性市场环境。

让优秀企业在“新品牌计划”中木秀于林,这是中国电子商务的担当与使命。新时代是内需崛起时代——截至2017年底,中国恩格尔系数已降至29.3%,达到联合国富裕国家标准(30%)。在外贸承压的当下,让出口型中小微企业在自主品牌建设中真正“喘口气”,至少是个多赢之举:一则,有助于挤压假冒伪劣的生存空间;二则,裨益于这些企业摆脱代工依赖;更重要的是,满足了人民对美好生活消费的期待。过去在商场买一双300块钱的鞋,现在为了在网上买一双100块钱的鞋——如果品牌建设的脚步跟不上,“便宜有好货”的信心重建,会让国内电商市场更趋透明。

在这个“低线消费”成为热词的年代,电商放水养鱼的日子一去不返,无论是旗舰店、抑或是拼团消费,以供给侧改革增益需求侧实惠才是硬道理。今天的电商江湖,有

人在“平台特供”上玩套路,有人在计价程序上要花活,有人在杀熟数据上动心思……却忘了最初出发的方向和道路。某种意义上说,拼多多力推的“新品牌计划”大概是正确却未必讨好的事情——既倒逼企业往百年字号的正轨奔走,亦要拿出流量普惠等措施“扶上马、送一程”。或许短期未必能见到真金白银,却给风雨如晦的市场带来一股清风。

“同等品质的扫地机器人,贴牌与否相隔了4倍差价。”活生生的现实告诉我们:构建助力中小微企业成长的企业社会责任平台,不单单是头部电商的企业社会责任。平价高质、好用耐用,这是经济适用型消费的基本诉求;薄利多销、供销两旺,这是实干为先的中小微企业的目标所在。渠道赋能,让“互联网+新零售”与核心品牌“心有灵犀”,山呼海应、合力而为,“新品牌计划”谁说不会成为撬动高质量转型的神来之笔呢?

戏画闲言

“培训神人”骗巨款



■ 吴之如 文/画

《澎湃新闻》报道,一家名为“杏坛春熙”的教育机构讲座主讲人魏犀犀宣称,可以把孩子培养成影响历史的世界伟人。2014年,家住北京的郭氏夫妇第三个孩子出生后,魏犀犀称其为“神人转世”,是来统一世界的;但需要购买历史文物对孩子进行培养(你可使孩子接触某一个历史名人有关的物品,就能达到这个名人的成就),结果从郭氏夫妇索得3900万元教育经费,但实际购买文物仅花费539万元。近日,北京一中院一审判决魏犀犀犯诈骗罪,判处其无期徒刑。

一个并不算高明的骗子,居然将“教育讲座”变成了“造神平台”。有道是:

“培训神人”骗巨款,欺诈手法不一般;“教育讲座”成黑洞,坑民敛财鬼门关。

这名受害者望子成龙之心太急切了,以为自己有的是钱,只管放手撒出去,就能让孩子在“讲座”熏陶之下摇身一变成神人。如此糊涂无知而迷信的家长,可怜除了枉有钱财,却偏偏没有头脑缺乏常识。

在“教育”讲台上装神弄鬼的骗子,最终没有逃脱严厉的法律制裁。

便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

●减资公告:四川中天云通信技术有限公司(统一社会信用代码91510106MA62NOCM1R)经股东会决议决定注册资本由人民币伍佰万元减少至壹佰万元。请各债权人自公告之日起45日内向本公司提出清偿债务或者提供担保的请求,逾期按相关规定处理。

●成都墨色文化传播有限公司(统一社会信用代码91510100099406069G)营业执照正本,副本遗失作废。

●注销公告:成都慧峰文化传播有限公司统一社会信用代码91510108681806025E经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●注销公告:成都昭银贸易有限公司(统一社会信用代码:915101005696598894)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●注销公告:成都星萍轩商贸有限公司(注册号:5101070008101373)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●注销公告:成都蓉诚美印章有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6B200B9D)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●注销公告:成都天茶贸易有限公司(统一社会信用代码:91510105000322863);(注册号:510105006433726X)遗失作废。

●成都君安鸿泰保险代理有限公司(统一社会信用代码:510104790041746)不慎遗失,声明作废。

●四川佳裕环保节能设备有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:9151000059753117X2);公章;财务专用章;法人章均遗失作废。

●注销公告:新蜀寰宇文化传播成都有限公司(统一社会信用代码91510104MA62PW193A)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●四川东脑电气工程有限公司成都分公司税务登记证正本、副本(税号:510105562028611)不慎遗失,声明作废。

●成都蓉诚美印章有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6B200B9D)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都瑞兴达建材有限公司(注册号:510107000225018)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都盈欣环保技术咨询有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6BX5UD9A)经股东会决议决定注册资本由人民币壹佰万元减少至壹万元。请各债权人自公告之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●成都盈欣环保技术咨询有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6BX5UD9A)经股东会决议决定注册资本由人民币壹佰万元减少至壹万元。请各债权人自公告之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●新津江森林食品商贸有限公司(纳税人识别号:92510132L561775102)发票领购簿遗失,声明作废

●注销公告:成都尚峰电子商务有限公司(注册号:510107000791754)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●四川朗升科技有限公司(统一社会信用代码9151010832160477XK)增值税普通发票(发票代码5100151320,发票号码:03328461-03328465,03328468,03328469,03328470,03328471,03328474,03328484,03328485)均遗失作废。

●高新区北极制冷设备经营部的开户许可证(核准号:J6510037351501,账号:2010712830011945)遗失作废。

●成都星野美容服务有限公司在民生银行西体路支行的开户许可证(核准号:J6510086163801,账号151712106)遗失,声明作废。

●四川飞乐亚明电子商务有限公司(统一社会信用代码:91510105MA6BX5UD9A)经股东会决议决定注销,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区交大路222号15楼1楼9号向公司清算组申报债权。四川飞乐亚明电子商务有限公司清算组

●四川雷鑫胜建设工程有限公司(统一社会信用代码:91510105MA6BX5UD9A)经股东会决议决定注销,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区一环路西三段27号1幢2单元5楼10号向公司清算组申报债权。

●成都好时讯广告有限责任公司,税务登记证副本(税号:510107054917092)遗失作废

●变更公告:中赣工程设计有限公司原公司名称为四川川厦建筑设计有限公司已在公司登记机关申请变更法人及股东。将原法人夏欢变更为现法人曾志鸿,原股东夏欢、刘川钺变更为现股东江西省中匠工程设计有限公司、邓纪水、曾志鸿。自公司变更之日起变更前后的债权债务由夏欢、刘川钺承担。与变更后的公司无关。请公司相关债权债务责任人于本公告之日起45日内前住我公司在成都建设银行成都锦城支行的开户许可证(核准号:J6510063739001,账号:51001890836051536679)遗失作废。由此引起的责任公司自行承担。

●成都益福鼎商贸有限公司(统一社会信用代码:91510106MA61UKDP48)营业执照正本、财务专用章(编号:5101069904334);在华夏银行股份有限公司成都成华支行的开户许可证(核准号:J6510077640001,账号:11372000000028319)遗失作废。

●成都微格信息技术有限公司(注册号:510109000029072,经公司股东会决议决定注销公司。请债权债务责任人于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。逾期按相关规定处理,特此公告

●注销公告:成都舒心化妆品有限公司,统一社会信用代码:91510108395722007B,经股东会决议决定注销公司,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告

●注销公告:成都留余餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:510109000072513);组织机构代码证正本(代码:68900003-4);税务登记证正本(税号:510109584958318)均遗失作废。

●注销公告:成都美多久服装有限公司,营业执照副本(统一社会信用代码9151010707538589XB)不慎遗失,声明作废。

●成都宝兰轩商贸有限公司(统一社会信用代码915101073942308526)遗失增值税普通发票(防伪税控开票)两联版发票(发票代码:5100152320,发票号码:11045518-11045541、14554715)声明作废。

●注销公告:成都留余餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:510108395131047G)经股东会决议决定注销,请债权债务责任人自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

●四川阳光驿站酒店管理有限公司(纳税人识别号:91510108MA6CGFE9FC)遗失增值税普通发票(发票代码:0510017800107,发票号码:09124427、09124429)声明作废。

该对“竞价排名”进行公益审查了

■ 邓海建 媒体人

日前,复旦大学教授严锋在百度搜索“土耳其签证”时,在排名最靠前的网站“土耳其签证中心”办理了签证,花费129美元。不过后来他发现,这只是代办网站,土耳其签证官网收费仅61美元,且电子签证办理十分简单,根本用不着第三方代办。目前,百度已经下架相关网站。(12月10日《北京青年报》)

明明61美元可以搞掂的事,却在信息不对称上挖坑设套,为第三方高价收费的中介为虎作倀——搜索引擎在信息流筛选推送上如此“神操作”,早已不是头一桩稀奇事。除了百度,在“必应”、360搜索网站上,据说也都存在类似问题。简言之,谁给钱就把谁的服务推送给消费者,也不管这种服务涉不涉及公共性、公益性。在它们赚钱之后,哪管别人洪水滔天。

魏则西事件已经过去两年多了,《互联网广告管理暂行办法》《互联网信息服务管理暂行规定》等制度设计也曾马不停蹄;遗憾的是,在“竞价排名”的江湖,各种匪气昭然的故事仍招摇在坑蒙拐骗的那一页。公众的要求其实并不高,作为商业互联网公司,搜索引擎恐怕不仅仅是个挣钱的工具,在垄断性市场地位之下,它毫无疑问地兼具公共服务的属性,那么,两个维度并不离谱:第一,广告在所难免,可为什么不能把竞价广告摆放在官方搜索结果的后方呢?第二,既然是商业广告类竞价信息,为什么不能学习GOOGLE,把“广告”二字醒目标注在结果之前且加框区别?

这两个问题的答案,大概可以参见“烟草包装上的警示语和警示因为何常年盖答偏安一隅之正解”。

非不能也,实不为也。比如在百度搜索“马来西亚签证”,前五条结果都是明确标注为“广告”的代办网站。在广告下方,也并非是非办理马来西亚签证的官方网站,而是“干货2018最新马来西亚旅游签证详解”和百度百科的“马来西亚签证”条目。第八条才是官方的“马来西亚电子签证的官方网站”,并且预览的部分网站内容是全英文的。实际上点击进入后,官方网站的内容已被翻译为中文……如此“巧妙心机”,叫人叹为观止。很显然,将代办签证的商业网站放在“第一眼”位置,且没有特别醒目的“广告”字样,这就给消费者带来了困扰,也削弱了消费者的知情权。一旦你不谙套路,对照“所见即所得”的逻辑点进去操作,就等于为“竞价排名”贡献了真金白银,也等于在互联网世界缴纳了“智商税”。

企业社会责任从来不是喊出来的,也不是秀出来的。回首当年,2011年谷歌也曾因非法医疗广告事件被美国监管当局罚款5亿美元,约等于其当年利润的20%之一。正因被罚单从不心慈手软,“重罚之下”才有河清海晏的秩序。遗憾的是,国内搜索引擎出事不少,却大多致歉了事,要么“头痛医头脚痛医脚”,最终,诱人上当的山寨信息仍是铺天盖地。

眼下看来,要做的大概有两件事:一是完善罚则,谁违规谁就得倾家荡产;二是对“竞价排名”进行公益审查,将一切诱导式搜索信息“封印”在边界分明的结界之内。将公益审查作为搜索引擎行业的体检制度,以此判定其经营行为的合规性与合法性。惟其如此,“竞价排名”才不至于成为潘多拉的魔盒,总是怎么关也关不上。

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息仅供参考,刊登者自行提供,客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任