

互联网黄金业务整治即将开始

互联网机构不能随意进行黄金交易,不得提供任何形式的黄金账户服务。昨天在上海黄金交易所网站,刊出央行金融市场司公布的《互联网黄金业务管理暂行办法(征求意见稿)》,并面向上海黄金交易所各黄金市场参与主体公开征求意见,要求于今年5月11日之前反馈意见。互联网黄金业务整治即将开始。

不得提供黄金清算、结算、交割等服务

这一暂行管理办法针对的黄金产品是指除实物黄金买卖外,以黄金账户记录黄金持有人持有黄金重量、价值和权益变化的产品,以及以黄金为基础资产的资管产品和衍生品。黄金产品仅限金融机构、国务院和金融监管部门批准成立的黄金交易场所向市场提供。而互联网黄金业务,是指金融机构通过自己的官方网站和移动终端以及委托互联网机构代理销售其开发的黄金产品的活动。

“黄金账户作为黄金产品的簿记系统,在互联网黄金业务中,由金融机构提供黄金账户服务,互联网机构不得提供任何形式的黄金账户服务。”征求意见稿中指出,委托互联网机构代理销售其开发黄金产品的金融机构,应具备上海黄金交易所银行间黄金询价市场做市商资格(含尝试做市商)。

目前,交通银行、中国银行、建设银行、中信银行、农业银行、兴业银行、招商银行、工商银行、宁波银行、平安银行等10家银行具备上海黄金交易所银行间黄金询价市场做市商资格,广发银行、浦发银行、上海银行、民生银行、光大银行、澳新银行等6家银行具备上海黄金交易所银行间黄金询价市场做市商资格。

注册资本上,互联网机构注册资本应不低于3000万元人民币,且必须为实缴货币资本,同时应具备熟悉黄金业务的工作人员。

对于金融机构,《征求意见稿》要求,金融机构负责互联网黄金业务产品的报价、黄金和资金的运用、产品推介说明的制作。金融机构应在各项风险可控的范围内选择互联网机构,并对互联网机构的资质负责。互联网机构代理销售金融机构的黄金产品,由产品开发的金融机构一级法人主体向中国人民银行总行备案,已备案的互联网黄金业务发生代理的互联网机构变更等重大事项调整,要及时将有关情况报中国人民银行。

同时,互联网机构对其代理销售金融机构的黄金产品,可提供产品展示服务,不得提供黄金清算、结算、交割等服务,不得提供黄金产品的转让服务,不得将代理的产品转给其他机构进行二级或多级代理。市场认为,此前互联网市场一些业务的乱象,很多都是和转让,多级代理有关。

另外互联网机构代理销售黄金产品的宣传口径应与金融机构官方网站和移动终端的宣传口径保持一致。金融机构和互联网机构在向投资者推介黄金产品时,要向投资者说明产品特性,并提示产品相关风

险。要做好投资者适当性管理,建立有效的投资者保护机制和风险承受能力评估体系,在开展业务前要充分评估投资者的风险承受能力,不得向风险承受能力不足的投资者销售黄金产品。

互联网黄金的购买人群 80后、90后占比超六成

一位市场人士回忆,“互联网黄金”的概念大约出现于2013年,最初的雏形是“互联网+实物”黄金销售的O2O模式,比如各大品牌黄金商的网上商城等,属于初级阶段。但这种O2O模式本质上来说只是增加了线下产品的线上推广渠道,并没有改变总体的业务生态,此后才出现了通过互联网销售黄金产品的升级版形式。

“互联网黄金”走红的背后,该人士分析,是因为中国的黄金投资群体在近几年发生着悄然的变化,早些年抢金一战成名的“中国大妈”们已经偃旗息鼓,黄金投资群体的年轻化已然成为一种趋势。根据中国黄金网数据显示,互联网黄金的购买人群非常年轻,“80后”、“90后”加起来比重超过60%。

各互联网巨头都有涉足黄金代销等相关服务,早在2014年,支付宝与博时基金联合上线“存金宝”,2017年春节,腾讯旗下财付通和工商银行合作上线“腾讯微黄金”。

不过,目前互联网黄金市场确实存在不少问题,此前央行上海总部金融市场管理部邹琼就撰文称,由于缺乏统一的市场准入标准及产品定性标准,一些非金融互联网企业开展的网上黄金投资,其消费类和投融资类黄金产品混同,市场运行边界不清,比如,部分互联网公司随着平台用户流量和沉淀资金(黄金)规模不断增加,在没有认证客户身份的情况下,构建了虚拟资金账户体系和黄金账户体系,形成了支付性的存款账户和黄金现货。而作为实际意义上的黄金吸收和交割机构,既不缴纳存款准备金,也可能不在黄金交易所场内进行交割,更可能绕开了央行的支付结算系统,在经营范围上也规避了金交所综合类会员不得从事代理个人客户交易的规定,对整体投融资市场和客户权益带来了极大的风险。

邹琼表示,甚至还有部分黄金理财平台通过设立资金池,以黄金实物销售的名义吸收公众存款,并宣称将实物出借给第三方公司收取利息收益,但通常客户并不涉及实物存取,仅在申购的规定时间后进行赎回,其本质是网络借贷业务,尤其值得注意的是,宣称以黄金租借为理财方式的互联网业务利率水平都远高于银行同期黄金租借业务利率,存在较大的经营风险。

■资讯

银保监会发文规范 银行跨省票据业务

青年报记者 吴缵超

银保监会官网9日发布《关于规范银行业金融机构跨省票据业务的通知》,针对跨省票据交易类、授信类等业务提出监管要求,旨在有效防范风险,提升服务实体经济质效。

据介绍,一段时间以来,票据违规操作、规避监管、滥用通道等问题比较突出,潜在风险不容忽视,必须施以重拳整治。

通知提出,银行业金融机构应加强对票据转贴现和买入返售(卖出回购)业务交易对手管理、同业结算账户管理等重要环节的风险控制。加强员工行为管理,严禁员工参与各类票据中介和资金掮客活动。

通知首次针对跨省票据业务提出相关监管要求,比如要求银行业金融机构通过电子商业汇票系统和中国票据交易系统,并要求自通知印发之日起6个月后,停止开展跨省纸质票据交易。

通知还要求银行业金融机构审慎开展跨省票据承兑、贴现业务,拟开展或已开展相关业务的,应建立异地授信内部管理制度,实行严格授权管理,建立分支机构间的协同与控制机制等。

银保监会有关部门负责人表示,通知的实施有利于银行业金融机构合规稳健经营,降低跨省票据业务的信用风险和操作风险,有利于减少资金在金融体系内空转,更好服务实体经济发展。

据新华社电

央行第三方支付 罚单密集出炉

本报讯 记者 孙琪 监管层继续保持对第三方支付强监管状态。5月8日,人行营业部公布两张罚单,称北京全顺通商贸有限公司、银信联(北京)支付有限公司均因“违反非金融支付机构支付服务管理相关规定”,分别罚款1万元和3万元;央行福州中心支行也于近日公布四张支付罚单,福建省瑞特商业支付有限公司、福建省银通商务服务有限公司、福建省掌财通支付服务有限公司、福建一卡通网络有限责任公司均因违反支付结算管理规定被处以行政处罚,被罚款5万至11万不等。

2018年仍然是第三方监管从严的一年。2018年4月,央行曾发布《中国人民银行支付结算司关于2018年重点抽查工作的指导意见》即51号文,2018年央行将重点抽查辖内机构是否存在为无证机构提供支付业务、商户入网审核薄弱、商户真实性管理违规、代收业务管理不严等业务违规情况。文件表明,抽查实施时间检查准备与实施阶段为2018年3月至9月,抽查总结阶段为2018年10月,处理阶段为11月至12月。

云里雾里 区块链手机在蹭热点?

青年报记者 吴缵超

本报讯 今年以来国内手机出货量一直在下滑,面对手机市场竞争激烈、同质化严重,各家手机厂商竭力在打差异化创新,不过在很多人还没搞懂区块链是什么的时候,今年区块链手机就急匆匆地上市,一上市还是受到了市场的质疑,普遍的感觉是蹭热点,看不懂。

云里雾里区块链手机

抛却过去的“薄利多销”,寻求品牌差异化,今年被一些手机厂家频频提及,这几年国内手机亦将差异化竞争的重点之一放在拍照上,要和苹果、三星手机一较高下,不过在竞相推出拍照手机时,市场还不乏游戏手机、区块链手机等差异化竞争产物。

针对细分市场的游戏手机还有待验证的时候,区块链手机已经急急忙忙地登场了。

从今年以来,区块链手机接连上市。据公开的资料,1月份发布的糖果区块链手机,售价3999元,定位为“手机+区块链钱包+矿机”的结合体,联想3

月份发布区块链手机S5,关于这部手机的区块链技术,联想表示,联想S5手机提供了系统底层的区块链防护技术,主打手机支付安全,只是其具体技术细节,并未过多透露。

4月份,长虹发布了区块链手机R8麒麟,据说也是可以“挖矿”的手机,不过外行看依旧迷糊。据介绍,该款手机是Unicorn与长虹通信基于区块链+硬件技术合作研发的全球首款Unicorn区块链手机,区块链手机通过POW共识算法、内置指纹技术+LBS位置服务,遏制集中式采矿池,降低采矿能源消耗,让用户更低门槛地参与到区块链当中,使移动信任网络拥有更多更分散的节点,为移动生态链的大规模应用提供了基础。

这些打出区块链手机概念的手机厂商,是蹭热点还是噱头营销?在外界看来是云里雾里。就区块链手机,昨天记者登录京东商城,发现联想S5在京东自营上销售价格是1199元,商品介绍中已经没有所谓区块链手机的概念,就是一款千元手机。天猫联想手机旗舰店上,联想S5的月销量只有300

多笔,显然卖得一般。据称,长虹区块链手机R8麒麟已经在微信公众号“优客智选”上开售,优客智选隶属于杭州振荣电子商务有限公司,成立于2018年1月,这只是一家今年刚刚成立的新公司。

出货量仍在继续下滑

目前来看,在手机市场竞争激烈、同质化严重的今天,各家手机厂商竭力在打差异化创新并没有止住跌势,国内手机出货量仍在继续下滑。

昨天,中国信息通信研究院发布的最新数据显示,4月份国内市场手机出货量同比下降16.7%,4G手机出货量3267.6部,同比下降15.8%,延续下降趋势。今年前四月国内手机市场出货量1.22亿部,同比下降23.7%。4G手机出货量1.15亿部,同比下降24.2%。

值得一提的是,上市新机型数量减少明显,今年4月,上市新机型55款,同比下降53.8%,统计今年前四月上市新机型261款,同比下降24.1%。

此前国际权威市场研究机构IDC发布数据显示,2018年第

一季度全球智能手机市场出货量达到3.361亿部,同比下降2.4%,主要原因在于中国市场的出货量自2013年第三季度以来首次跌至1亿部以下。IDC分析师称,全球范围内,包括重要的中国市场,消费者对高端智能手机的兴趣依旧浓厚,但新智能手机用户增长乏力,导致出货量下滑。

不仅是IDC,从4月中旬开始,各家研究机构陆续出炉2018Q1的智能手机行业数据报告,虽稍有偏差,但都体现了这一下滑趋势。

有观点认为,智能手机市场在经历了近10年增长之后,在2017年便有陷入停滞的趋势,根本原因在于,在许多地区,智能手机的普及已经达到饱和程度,且对于普通用户而言,技术进步变得越来越不明显,换机需求没那么强烈。

不过,国产手机厂商已经形成了较为稳定的集中化市场格局,与一线手机品牌相比较,二、三线手机品牌的日子会越来越不好过,甚至有市场人士预计,更多的小型中国智能手机厂商将会在2018年被迫退出市场。