

《非银行支付机构条例(征求意见稿)》发布

# 强化反垄断监管 明确界定市场范围

■ 本报记者 钱颜

中国人民银行1月20日发布《非银行支付机构条例(征求意见稿)》,以进一步规范支付服务市场,防范支付风险。相比于此前出台的规范支付行业发展的文件,《条例》一项重要的新增内容就是强化支付领域反垄断监管措施,明确界定相关市场范围以及市场支配地位认定标准。

在《反垄断法》对市场界定作出原则性规定的基础上,央行对支付领域的反垄断明确了具体而详细的界定标准。也有人认为,该《条例》直接针对支付宝、微信财付通等互联网支付巨头。

“反垄断监管需要在行业监管的基础上,由反垄断执法部门和金融监管部门等开展协同监管、合作监管。”峰信环球咨询公司负责人管颖告诉记者,根据规定,具有市

场支配地位的支付机构若未遵循安全、高效、诚信和公平竞争原则,严重影响支付服务市场健康发展,央行可以向国务院反垄断执法机构建议采取停止滥用市场支配地位行为、停止实施集中、按照支付业务类型拆分非银行支付机构等措施。

《条例》明确了支付业务新的分类方式。即按照资金和信息两个维度,根据是否开立账户(提供预付价值)、是否具有存款类机构特征,将支付业务重新划分为储值账户运营业务和支付交易处理业务两类,以适应技术和业务创新需要,有效防止监管套利和监管空白。

“《条例》加大了违规行为的处罚力度。”管颖表示,《条例》列举了以下情形:非银行支付机构

累计亏损超过其注册资本的50%;自获许可之日起,未实质开展部分或者全部支付业务,或已获许可的部分或者全部支付业务连续停止2年以上;连续2个年度分类评级结果为最低等级;存在对支付服务市场稳定运行具有较大不利影响的情形等。有上述情形之一,人民银行可以根据审慎监管原则暂停其部分或者全部支付业务直至吊销其支付业务许可证。

2017年以来,央行和相关机构密集出台多项制度文件。但是这些文件层级较低,威慑力不够,难以完全满足对快速发展的支付清算市场的监管需要。《条例》法律层级更高,威慑力更强,能够与《反垄断法》有效衔接,赋予央行认定支付服务市场垄断地位的权限,填补

之前的法律空白,可以更好地规范支付清算市场。

管颖表示,反垄断、防止资本无序扩张是一个全球性趋势,是促进互联网行业高质量发展有序发展的必然选择。未来,监管部门需要保持常态化,采取宽严相济的政策,从多方面对互联网领域进行全面监管。

据了解,为了与市场更好地衔接,此次《条例》也设置了合理过渡期。《条例》施行前已获得支付业务许可证的非银行支付机构,应当在《条例》施行之日起1年内达到《条例》规定的条件。逾期仍不符合《条例》规定条件的,由人民银行根据审慎监管原则暂停其业务;拒不停止业务或者有其他情节严重情形的,由人民银行吊销其支付业务许可证。



智利能源部与智利交通和电信部联合启动一项电动出租车置换项目,旨在推广电动出行。中国比亚迪公司中标获得项目第一阶段唯一供应商资格,为项目供应50辆纯电动车。

新华社发

## 《互联网用户公众账号信息服务管理规定》发布

本报讯(记者 陈璐)近日,国家互联网信息办公室发布了新修订的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》(以下简称《规定》)。

国家互联网信息办公室有关负责人提到此次修订的五方面考虑,一是近年来公众账号新形态蓬勃发展,一些宣扬错误价值观、煽动极端舆论事件时有发生。需要通过修订原《规定》,进一步压实平台和账号主体责任,规范和引导公众账号信息服务平台和生产运营者更加自觉坚持正确舆论导向、价值取向。

二是网上信息内容低俗庸俗、恶俗炒作、情绪宣泄、恶意攻击、抄袭剽窃等问题突出,需要通过修订原《规定》,进一步明确扶持和保护责任,更好满足人民群众新时代高质量信息内容需求。

三是部分公众账号信息服务平台和生产运营者主体责任落实不到位,自律和他律意识淡薄,缺乏内容审核把关机制,特别是在新冠肺炎疫情防控期间,少数“自媒体”恶意编造传播网络谣言、随意散布他人隐私等,严重影响社会和谐稳定、损害他人合法权益。需要通过修订原《规定》,进一步健全防范处置机制,规范网络传播秩序,维护社会公共安全。

四是当前公众账号信息服务在信息流、算法推荐、社群分享、平台分发等网络传播新技术新应用驱动下,加速呈现专业化生产、组织化传播、商业化运营等新特征,但同时网络水军、恶意营销、敲诈勒索、盗版侵权等顽疾毒瘤屡治不绝,需要通过修订原《规定》,进一步明确平台和账号运营规则,强化行业综合治理。

五是“自媒体”乱象引发社会强烈关注,需要通过修订原《规定》,进一步明确部门监管责任,以良法善治更好维护人民群众权益。

## 2020年中国成为日本唯一出口增长对象国

1月21日,日本财务省发表2020年贸易统计速报,当年日本出口额为68.4066万亿日元,同比下降11.1%,受新冠肺炎疫情的影响,汽车出口下降20%,总出口额创历史第三降幅。

中国是日本唯一的出口增长对象国,同比增长2.7%,出口额达到15.829万亿日元,汽车及零部件、有色金属等对华出口均有增加。特别是2020年12月对华出口额为1.5567万亿日元,同比增长10.2%,实现了连续6个月对华出口增加。对华出口占日本出口总量的22%,不仅超过了2010年以来17%至19%的占比,也超过对美出口18.4%的占比,中国再次成为日本最大贸易伙伴。

日本媒体分析认为,中国较早控制住新冠肺炎疫情,经济恢复快,国内消费旺盛,是对华出口增加的主要原因。

(孙海河)

## 今年数字人民币将在国内扩大试点范围

■ 宗赫

数字人民币正成为各地研究的热点。1月23日,北京市市长陈吉宁在北京市第十五届人民代表大会第四次会议上作政府工作报告时明确表示,今年将推进数字人民币试点应用。同一天举行地方两会的广东也在做相同的计划。广东省省长马兴瑞作广东省人民政府工作报告时表示,今年将打造数字货币创新试验区。1月24日,上海市市长龚正作政府工作报告时也提到,要持续推动金融业扩大对外开放,继续集聚一批功能性、总部型机构,推进数字人民币试点。

“地方两会”频频提及数字人民币,表明数字人民币试点工作在顶层制度、创新实践等方面已具备充分优势。多位分析人士认为,预计后续数字人民币在使用场景上将取得更大突破,更多民众将在安全、可控的环境中,逐步接触和使用到数字人民币。

据悉,去年,数研所官宣首批“四地一场景”试点地,包括深圳、苏州、雄安、成都,加上未来冬奥会场景,此后数字人民币试点在多地渐次推开。近日,第二批试点地名单也已流出,包括上海、海南、长沙、青岛、大连、西安6地。目前,除工、农、中、建、交、邮储六大行,还有中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商,华为、京东数科、vivo、银联商务等科技服务商也将共同参与试点。

日前,中国互联网金融协会区块链工作组组长、中国银行原行长李礼辉介绍了中国的法定数字货币几个特点:一是采取间接发行的模式,维持双层的运营投放的体系;二是采取央行中心化管理的模式,以保证货币政策传导机制的可

靠性,保证货币调控的效率;三是保持技术中性,现有的区块链技术无法得到超大市场零售级别高并发的需求,我们现在的数字人民币的底层架构并不依赖单一的区块链技术;四是采取账户松耦合加数字钱包的方式。微信支付、支付宝都是账户紧密耦合绑定银行账户,法定数字货币的数字钱包可以不绑定银行账户,它也可以实现脱离银行账户实现端对端的价值转移,减轻交易环节对金融中介的依赖,并且可以实现匿名的支付。

据悉,中国人民银行是全球较早开展法定数字货币研究工作的机构之一。2014年,其开始对数字货币发行框架、关键技术等问题进行专项研

究。2017年末,经批准,中国人民银行组织部分商业银行和有关机构共同开展数字人民币体系的研发。李礼辉认为,目前我国的法定数字货币还处于早期的技术验证的阶段,但成功经过中期测试就可能大面积地推广。

中国人民银行行长易纲表示,目前的数字人民币试点测试只是研发过程中的常规性工作,2021年会在国内进一步扩大试点范围,落地进入更多生活场景,2022年借助冬奥会场景推动人民币国际化,然后根据试点成效在某个时点宣布数字人民币的正式推出。

中国人民银行近日公布的《中华人民共和国中国人民银行法(修订草案征求意见稿)》规定,人民币包括实物形式和数字形式,为我国发行数字货币提供了法律依据。

善出口环境。根据2020年4月出口促进政策、协调与出口相关的行政工作以及制定出口促进执行计划。在该总部的领导下,日本政府将统一开展农业对外谈判,与各主要出口市场就食品安全和放宽/取消放射性物质进口限制等议题展开磋商。

二是发展布局全球生产基地。为了生产的农产品更加符合国际规则,满足国际市场需求,日本将通过农林水产品出口计划(Global Food Program, GFP)促进全球生产基地的建设。政府将为基地发展提供硬件支持,日本政策金融公库也将以低息贷款的形式提供支持。

三是建立健全海外商业推广渠道。日本政府将通过发展出口包装标准化和冷链物流,提高出口效率,提升产品出口附加值。同时,支持建设海外商业推广渠道,通过日本食品海外推广中心(JFOODO),针对农产品品种、产地等不同侧重点进行全方位宣传。此外,支持加强和食文化在海外的推广,向外国游客提供丰富的饮食体验,深度发掘出口潜在市场。

四是推进日本农食产业的海外扩张。日本政府还将从粮食安全和日本农业可持续发展的角度出发,利用日本技术建立起全球食品价值链,推进农食产业的海外扩张,进一步捕捉国外需求,为国内生产者开拓更多销售渠道。

来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心)

近年来,随着中柬两国经贸关系和人员往来的不断密切,各式风味的中餐馆如雨后春笋般出现在柬埔寨的大街小巷。2020年,尽管部分餐厅由于新冠肺炎疫情的冲击黯然倒闭,但是细心观察可以发现,很多中餐馆迎难而上,不仅安然渡过危机,甚至在这场危机中有了新的发展。

一直在新加坡从事餐饮行业的王店长是2018年年初陪朋友来柬埔寨考察时决定进入柬埔寨餐饮市场的。他在金边的核心区万景岗1区投资开设了一家融合菜馆。对疫情带来的负面冲击,王店长感受非常明显,“突然就没人来了”。尽管柬埔寨疫情较轻,政府没有要求关闭餐厅,但是因为担心被感染,很多客人选择在家吃饭。“为了生存,我们打外卖什么都做。虽然很累,但是没有别的选择,只能继续努力。”不过,随着疫情形势的逐渐平稳,餐厅的生意也开始有所起色。

同样身处该区,经营四川老火锅小龙坎的何店长经历了更加惊险的时刻。2019年11月底开业的小龙坎很快就凭借着独特的麻辣鲜香口味,吸引了众多中柬食客,每晚门口都会排起长长的队伍。2020年11月底,柬埔寨出现了迄今唯一一次疫情的社区传播。在活动轨迹调查中发现,一名疑似病例曾在该店用餐。获知消息的何店长回忆当时的情况说自己“很镇定”,相信肯定没问题。

他立即与政府部门保持密切联系,按要求停业,组织全体员工接受核酸检测,配合政府对餐厅进行彻底消杀。经过检测,该疑似病例被排除风险,所有员工的核酸检测结果也均为阴性。但他们仍根据防疫要求,加强了进店体温检测,拉大了用餐间距,为供货商辟出专门的交接区域。恢复营业后没几天时间,小龙坎就恢复了以往的上座率。

高波是柬埔寨西港重庆高老九火锅店的负责人,他于2019年10月1日开了第一家店,生意不错。2020年,新冠肺炎疫情意外发生,“95%的西港餐饮都垮了”。2020年4月,高波的第一家店被迫关闭。但是他没有放弃,他认为市场需求仍在,重视菜品和服务的高老九还有机会。2020年6月、7月和11月,他“卷土重来”,连开三店,目前都已实现了盈利。

“对于西港的未来,我是看好的。疫情过后,西港旅游肯定会好起来的。”高波眼里看到的不止西港,他还计划进军金边。王店长也同样乐观,“如果疫情过去,柬埔寨还会好起来的”。他琢磨着开发一些适合疫情环境下的户外餐饮。小龙坎火锅在金边的第二家店也计划于今年5月开业。

作为柬埔寨闻名世界的文化遗产和旅游景点,暹粒吴哥古迹每年接待数百万国际游客,中国游客是其中的主力军。但在新冠肺炎疫情的影响下,暹粒的旅游餐饮等相关行业受到了前所未有的冲击。“现在几乎见不到外国游客。”在暹粒经营餐厅生意的韦继铭苦恼地说,“这让我们这些主要面向外国游客尤其是中国游客的中餐厅很难生存。”韦继铭表示,“外国游客数量陡降,导致大约99%的中餐厅歇业”。

身为柬埔寨中国商会暹粒分会秘书长,韦继铭积极寻求面向当地消费者转型,与此同时,他还想到了抱团取暖。目前暹粒有多个在建的中柬合作项目正在推进之中,建设方多是中资企业,也是中国商会的成员单位。韦继铭正在积极联络他们,“希望通过后勤服务方面的合作,渡过眼下的难关”。

他对暹粒的未来仍然看好。“现在暹粒政府抓住疫情空档,正在开展包括重修城区道路在内的基础设施改善工程。相信随着疫情的结束和国际游客的回归,我们也将迎来更好的发展。”

面对冲击,这些中餐厅没有退缩,他们有自己的特色和定力,积极拥抱本地市场。他们是不懈拼搏的在柬华人的缩影。敢于直面挑战的他们,也将迎来更加灿烂的明天。

## 农业贸易百问

# 日本是如何实施农产品出口促进战略的?

■ 吴薇

未来日本国内农产品市场规模将持续缩小,依靠国内消费需求带动农业发展难以继。相比而言,国际市场农产品需求增长仍有较大空间。日本近年来实施“积极进口”的农业政策,将大力促进农产品出口作为提升本国农业竞争力的重要手段,提出农林水产品和食品出口额到2019年要达到1万亿日元(合人民币649亿元)、2030年达到5万亿日元(合人民币3245亿元)的目标。为什么促进本国农产品出口重新受到日本政府的关注?日本又有哪些经验和做法值得我们学习借鉴呢?

一是农产品出口仍困难重重。日本福岛核泄漏事故后,出于对农产品质量安全的担忧,包括中国在内的20个国家(地区)采取了限制或禁止原产于核泄漏地区的农产品和食品进口的措施,对日本农产品出口造成很大影响。日本迫切需要和这些国家交涉解禁事宜,消除本国农产品出口障碍。

二是贸易自由化带来新机遇。随着全面与进步跨太平洋伙伴关系

协定(CPTPP)、日欧经济伙伴关系协定(EPA)、日美贸易协定接连达成,日本在国际经贸格局中的影响力得到提升,市场也得到进一步开放。为及时把握贸易自由化下的新机遇,日本需要不断强化农产品出口促进。

修订相关计划 促进农产品出口

2019年,日本农林水产品出口额9121亿日元,虽然实现了连续7年增长,但仍未达到1万亿日元的既定目标。为此,日本政府在2020年最新修订的《食品、农业、农村基本计划》中,计划通过以下手段进一步提振出口,力争到2030年,农林水产品和食品出口额达到5万亿日元。

一是消除农产品出口限制,改

二是建立健全海外商业推广渠道。日本政府将通过发展出口包装标准化和冷链物流,提高出口效率,提升产品出口附加值。同时,支持建设海外商业推广渠道,通过日本食品海外推广中心(JFOODO),针对农产品品种、产地等不同侧重点进行全方位宣传。此外,支持加强和食文化在海外的推广,向外国游客提供丰富的饮食体验,深度发掘出口潜在市场。

四是推进日本农食产业的海外扩张。日本政府还将从粮食安全和日本农业可持续发展的角度出发,利用日本技术建立起全球食品价值链,推进农食产业的海外扩张,进一步捕捉国外需求,为国内生产者开拓更多销售渠道。

来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心)