

# 银行保险数据安全再上“紧箍咒”

## 监管拟建立数据分类分级标准

银行保险机构数据安全治理将迎来全面升级。日前来自金融监管总局官网信息,为规范银行保险机构数据处理活动,保障数据安全,金融监管总局制定了《银行保险机构数据安全管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),《办法》要求银行保险机构按照“谁管业务、谁管业务数据、谁管数据安全”的原则,明确各业务领域的数据安全治理责任;制定数据分类分级保护制度,并采取差异化的安全保护措施。

### 要求机构制定数据分类分级保护制度

近年来,金融行业数字化变革加速演进,新技术、新业务模式不断涌现,数据的使用、加工、传输、共享等活动日益频繁,进一步凸显数据安全保护的重要性。

国家金融监督管理总局有关局负责人在答记者问时指出,有必要充分发挥监管的“指挥棒”作用,通过强化政策要求引导银行保险机构压实主体责任,完善内部制度,采取有效的措施加强数据

管理和保护,确保客户信息和金融交易数据安全。

《办法》明确,建立数据分类分级标准。要求银行保险机构制定数据分类分级保护制度,建立数据目录和分类分级规范,动态管理和维护数据目录,并采取差异化的安全保护措施。同时,强化数据安全安全管理,银行保险机构应按照国家数据安全与发展政策要求,根据自身发展

### 落实数据安全责任制

伴随着金融行业数字化转型升级的提速,金融数据安全不容忽视,《办法》为金融机构数据安全治理提供了指南。

《办法》要求,银行保险机构应当建立数据安全责任制,党委(党组)、董(理)事会对本单位数据安全工作负主体责任。银行保险机构主要负责人为数据安全第一责任人,分管数据安全的领导为直接责任人,明确各层级负责人的责

任,明确违规情形和责任追究事项,落实问责处置机制。

“《办法》将数据安全风险纳入全面风险管理体系。”上述国家金融监督管理总局有关局负责人强调,要求银行保险机构明确管理流程,主动评估风险,对数据安全风险进行有效监测,防止数据破坏、泄露、非法利用等安全事件发生。

具体来看,监测内容包括:超范围

战略建立数据安全管理制度和数据处理管控机制,在开展相关数据业务处理活动时应当进行数据安全评估。

博通咨询金融行业资深分析师王蓬博指出,政策的制定恰逢其时。金融有其特殊性,从银行业角度来说,金融数据更加敏感,需要实现对敏感数据的监控与分析。因此,有必要出台相关办法弥补可能存在的漏洞。

授权或者使用系统特权账号;内部人员异常访问、使用数据;对数据集中共享的系统或者平台的网络安全、数据安全威胁;敏感级及以上数据在不同区域的异常流动;移动存储介质的异常使用;外包、第三方合作中的数据异常或者数据泄露、丢失和篡改;客户有关数据安全的投诉;数据泄露、仿冒欺诈等负面舆情等情况。

### 处理个人信息要经授权同意

信息化、数字化、智能化给金融消费者带来便利的同时,个人信息被侵害的情况屡见不鲜。在金融领域,金融类App、小程序都是不规范使用用户隐私信息的“重灾区”。

为保护金融消费者权益,《办法》要求,银行保险机构处理个人信息应当按照“明确告知、授权同意”的原则实施,法律、行政法规另有规定的除外,并在信息系统中实现相关功能控制。

处理原则上,银行保险机构处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,收集个人信息应当限于实现金融业务处理目的的最小范围,不得过度收集个人信息。不得利用所收集的个人信息从事违法违规活动。

在开展涉及对个人权益有重大影响的个人信息处理活动时,《办法》也提到,银行保险机构应当进行个人信息保护影响评估,评估内容包括个人信息处理的合法性、必要性,对个人权益的影响及安全风险,所采取的保护措施合法性、有效性以及是否与风险程度相适应。个人信息保护影响评估报告和处理情况记录应当至少保存三年。(北商)

# 互联网如何激发经济社会向“新”力

## ——透视第53次《中国互联网络发展状况统计报告》

中国互联网络信息中心(CNNIC)日前在京发布第53次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,互联网普及率达77.5%;网络基础设施建设持续加强,新型消费持续壮大,网络惠民走深走实,更多人共享互联网发展成果……

数字背后,我国10.92亿网民拥有哪些数字新生活?互联网如何激发经济社会向“新”力?

### 新型消费潜力迸发

报告指出,2023年,我国互联网应用持续发展,新型消费潜力迸发,数字经济持续发展,助推我国经济回升向好。

中国互联网络信息中心副主任张晓说,2023年,数字消费实现高质量发展。网络购物、电商直播等线上消费类应用依然延续了增长势头,用户规模均较2022年增长超6000万人。全年网上零售额达15.4万亿元,同比增长11%,连续11年稳居全球第一。

网购消费增势良好的同时,新消费增

长点也在不断涌现。

报告称,以沉浸式旅游、文化旅游等为特点的文娱旅游正成为各地积极培育的消费增长点。截至2023年12月,在线旅行预订的用户规模达5.09亿人,较2022年12月增长8629万人,增长率为20.4%。

同时,国货“潮品”消费、绿色消费、智能产品消费等新消费增长点不断形成。中国国际电子商务研究中心电商首席专家李鸣涛说,据统计,在网上购买过国货产品的用户,占网络购物总体用户的比例达58.3%;在网上购买过绿色产品的用户,占网络购物总体用户的比例达29.7%;购买过智能家电、可穿戴设备等智能产品的用户,占网络购物总体用户的比例达21.8%。

专家表示,不断涌现的网络消费新业态新模式新热点,正在成为我国消费升级的一种趋势潮流。

### 数字鸿沟持续弥合

“截至2023年12月,我国网民规模达

10.92亿人,较2022年12月增长2480万人。农村网民规模达3.26亿人,较2022年12月增长1788万人。”中国互联网络信息中心主任、党委书记刘郁林说,我国持续加快信息化服务普及,缩小数字鸿沟,坚持在发展中保障和改善民生,让更多人共享互联网发展成果。

一方面,网络基础设施建设不断推进,城乡上网差距进一步缩小。报告称,我国农村网络基础设施建设纵深推进,各类应用场景不断丰富,推动农村互联网普及率稳步增长。截至2023年12月,城乡互联网普及率差异为16.8%,较2022年12月缩小4.4个百分点。

另一方面,数字技术的发展也使得公共服务更加便捷包容。报告指出,2023年,我国网约车、互联网医疗用户规模增长明显,较2022年12月分别增长9057万人、5139万人,增长率分别为20.7%、14.2%,智慧出行、智慧医疗等持续发展让网民数字生活更幸福。

“我国在线政务服务加速覆盖,在线政务服务用户规模达9.73亿人,同比增长超4700万人。全国一体化政务服务平台

基本建成,数字政府顶层设计更加完善,体系框架更加成熟完备。”刘郁林说。

### 网络视频优质内容供给丰富

在中国网络视听节目服务协会副秘书长周洁看来,网络视频行业是2023年中国网络视听行业发展的最大亮点。报告显示,截至2023年12月,我国网络视频用户规模达10.67亿人,较2022年12月增长3613万人。

“新入网的2480万网民中,37.8%的人第一次上网使用的是网络视频应用,较排名第二的即时通信高出21.7个百分点。”周洁认为,作为对新网民最具吸引力的互联网应用,我国网络视频发展环境持续优化,内容供给不断丰富,推动行业发展迈上新台阶。

“过去一年,以微短剧为代表的网络视频内容蓬勃发展,实现‘量增质升’。”中国互联网络信息中心互联网发展研究部主任王常青说,网络视频平台也纷纷推出精品扶持计划,鼓励高质量微短剧创作,多部优质微短剧得到观众的认可。

## 中国恒大撤回境外债务重组申请

本报讯 3月24日,中国恒大发布一份自愿性公告,内容是有关恒大在美国法典第15章下的境外债务重组计划以及相关的协议安排会议。

据公告披露,恒大、景程和天基此前已根据美国法典第11编第15章向美国法院提出申请,要求承认各自在香港或英属维尔京群岛(视情况而定)的境外债务重组协议安排。鉴于公司共同及个别清盘人的委任,预计协议安排将不会以目前的方式进行。

据共同及个别清盘人了解,中国恒大、景程和天基的前外国代表的法律顾问已于3月22日向美国法院提交文件,撤回公司、景程和天基各自的第15章申请。

中国恒大表示,共同及个别清盘人仍专注于履行职责为公司债权人和其他利益相关者保全、最大化及返还价值。在现阶段,所有方案仍有待考虑,共同及个别清盘人将根据美国法典第11编第15章提出新的申请以支持其认为必要或适当的方案。

恒大曾在去年3月拟启动境外债务重组,彼时恒大与部分项目持有人就境外债务重组进行了建设性对话,其中包括恒大发行的本金总额为139.225亿美元的高级担保票据等。去年8月,恒大依据美国《破产法》第15章在纽约申请破产保护,向美国法院申请承认香港和英属维尔京群岛(BVI)法律体系下的境外债务重组协议安排。

但后因恒大销售不及预期、恒大地产(中国恒大的主要附属公司)被立案调查等因素而无法进一步推进重组。同时,还有45%的C类债权人反对相关重组方案。(每经)

清明小长假旅游预订量同比翻倍增长

# 赏花踏青最热门“拼假”出境游升温

本报讯 距离清明假期还有十天,旅游市场热度已经提前到来,有望为假日经济注入强劲动力。

记者从多家在线旅游平台获悉,今年清明假期游客出游热情高涨,部分平台相关订单实现翻倍增长。出游趋势方面,赏花踏青是本次小长假最热门的出游关键词,“拼假”出游逐渐流行,出境游相关预订量也迎来大幅提升。总体来看,清明假期将迎来出游小高峰,旅游市场高景气也有望延续。

近日全国多地气温转暖,不少游客已经提前开始计划清明假期的出游。3月21日,携程发布报告显示,近期清明假期的机票、酒店等假日旅游产品预订逐渐升温,返乡探亲、赏花踏青、拼假连游、自驾赏春是假期出游的主流节奏。从搜索热度来看,清明小长假期间,国内酒店搜索热度全面超越2019年及2023年同期,同比去年上涨67%;机票搜索热度同比增长80%。

提前预订情况也反映出清明节旅游市场的火爆。数据显示,截至3月22日,飞猪发布的数据显示,截至目前,清明假期的踏青赏花游热度同比去年大增超7倍,其中高铁、自驾、骑行等成为热门出行方式,预订

量同比去年均翻倍增长。全家出游增势明显,机票、酒店等服务亲子订单占比同比去年上升近20%,人均预订量同比去年提升15%。

3月以来,部分南方地区的梅花、樱花、油菜花等已陆续开放,赏花、踏青游依旧是今年假期的看点之一。途牛数据显示,在众多赏花游热门目的地中,扬州、兴化、婺源、无锡、武汉、云阳、罗平、安顺、林芝、伊犁等吸引了更多游客以及摄影爱好者的青睐。飞猪平台上,樱花夺得今年清明假期赏花游“花魁”,武汉大学、南京鸡鸣寺、无锡太湖鼋头渚风景区等是赏樱游的热门景点。樱花之后的热度排名依次为油菜花、牡丹花、桃花和杜鹃花,婺源、洛阳、林芝、麻城分别是上述赏花游的热门目的地。

从出游目的地维度来看,全国多地迎来文旅热,不少小城旅游在清明假期迎来爆发性增长。携程数据显示,今年清明节假期天水市旅游订单量比去年同期增长超21倍;同程旅行平台上,今年清明小长假景德镇旅游热度同比上涨331%。延边和淄博的清明小长假期间旅游热度同比涨幅均超过200%。飞猪数据显示,天水、潍坊、大同、淄博、徐州、景德镇、岳阳、泰安、开封、漳州等是今年清明假期出游的黑马目的地,预订量增速同比均高达10倍以上。



3月24日,游客在昆明圆通山公园观赏樱花。(新华)

值得一提的是,清明节虽然只放3天假,有不少游客选择“请3休8”,“拼假”逐渐流行也让出境游市场继续升温。美团、大众点评数据显示,截至3月11日,清明假期(3月30日—4月6日),国内长线游、出境游相关预订量大幅提升,境外酒店的

提前预订量同比去年增加3倍。其中,泰国的同比增幅更是达到7倍。飞猪数据也显示,截至目前出境游酒店预订量同比去年增长近3倍,出境游线路商品预订量同比去年增长超4倍,日本、泰国、韩国等是热门目的地。(证时)

## 金融监管总局拟优化完善银团贷款业务监管

据新华社电 为进一步优化完善银团贷款业务监管,推动银团贷款业务规范健康发展,国家金融监督管理总局对《银团贷款业务指引》进行了修订,形成《银团贷款业务管理办法(征求意见稿)》,22日正式向社会公开征求意见。

银团贷款是指由两家或两家以上银行依据同一贷款合同,按约定时间和比例,通过代理行向借款人提供的本外币贷款或授信业务。

金融监管总局有关局负责人表示,自原银监会发布指引以来,银团贷款业务稳步发展,成为金融服务实体经济、支持大型客户和项目融资的重要方式。但随着市场环境变化,指引已不能完全适应当前银团贷款业务发展的需要。在考虑国内实际情况和学习借鉴国际成熟经验的基础上,对指引进行了有针对性的修订。

征求意见稿还对商业银行开展银团贷款业务的要求进行了优化,按照兼营效率和风险分散的原则,将单家银行担任牵头行时承贷份额和分销份额的原则下限分别由20%、50%调整为15%、30%,以利于银团成团。