

直播电商监管办法拟出台

向社会公开征求意见

市场监管总局在充分调研和广泛征求意见的基础上,会同国家网信办研究起草了《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),6月10日正式向社会公开征求意见。

市场监管总局网监司相关负责人在接受记者采访时表示,《办法》对相关主体应当履行的责任和义务予以进一步明确,对相关法律法规中的监管要求进行整合细化,总体来说,符合上位法的要求,也符合直播电商行业特点,不会增加相关主体责任。

虚假营销 假冒伪劣 直播电商乱象显现

上述负责人表示,近年来,直播电商行业发展迅速,在促进消费、扩大就业等方面发挥了积极作用。直播电商行业在快速发展的同时,虚假营销、假冒伪劣等乱象逐渐显现,主要表现在:直播电商行业相关主体责任落实不到位,一些平台对直播带货商家资质和商品质量审核不严,一些商家和主播及相关机构质量意识淡薄,重营销、轻质量,重成交、轻售后,追逐短期利益,损害了广大消费者合法权益,影响了直播电商行业规范健康发展。

《办法》的出台,有利于落实落细《中华人民共和国电子商务法》等法律法规规定,明确直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员服务机构和直播营销人员的法定责任和义务,进一步加强直播电商常态化监管,营造良好的网络交易环境和消费环境,保护消费者合法权益,促进直播电商行业健康发展。

据介绍,《办法》坚持监管规范与促进发展并重,坚持问题导向,进一步明确直播电商行业各参与主体的法定责任和义务,努力形成治理合力。对于直播电商这种新业态新模式,坚持监管规范与促进发展并重。在实行包容审慎监管,着眼于促进行业规范健康创新发展的同时,坚持问题导向,有针对性地规范直播电商行业乱象,维护广大消费者和经营者合法权益,维护公平竞争的市场秩序。



5月14日,在江西一职业中专实训基地,学生正在进行电商直播实训。(CFP供图)

直播营销人员 不得欺骗、误导消费者

《办法》细化了直播电商平台经营者的责任和义务,明确了直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、信息公示等方面的责任。要求平台经营者建立健全平台协议规则,加强对直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的身份认证和资质

审核,强化对违法违规行为的处置,依法依规报送数据信息,积极协助消费者维权,进一步压实平台企业的主体责任。

明确了直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的责任和义务。《办法》强化直播间运营者责任,要求直播间运营者建立健全商品或者服

务信息发布审核、信息公示、身份核验等制度,不得作虚假或者引人误解的商业宣传。规范直播营销人员服务机构行为,要求加强对直播营销人员的管理,建立健全直播营销人员培训、直播选品、直播纠错等制度。要求直播营销人员真实、准确、全面地介绍商品或者服务,不得欺骗、误导消费者。

监管的整合细化 不会增加相关主体负担

《办法》规定了直播电商活动的管辖适用、协同监管、监督检查、信用监管、约谈与整改等方面内容。《办法》规定,市场监督管理、网信部门对调查核实违反市场监督管理、网信领域法律法规、规章的直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员,依法要求直播电商平台经营者采取处置措施制止的,直播电商平台经营者应当予以配合。

同时,强调了不履行法定义务应当承担的法律责任。《办法》细化了不履行法定义务的相关具体情形,通过适用相关法律法规规章或者新设处罚条款,一一明确了处罚依据,增加了《办法》的可

操作性和针对性。

《办法》是否会增加平台企业等相关主体负担?上述负责人表示,《办法》严格依据相关法律法规制定,从具体操作层面,对相关主体应当履行的责任和直播间运营者、直播营销人员服务机构中的监管要求进行整合细化,总体来看,符合上位法的要求,也符合直播电商行业特点,不会增加相关主体负担。

例如,《办法》要求直播电商平台经营者履行核验登记义务,报送相关数据,《中华人民共和国电子商务法》中对此有明确规定。《办法》提出直播电商平台经营者要建立黑名单制度,在实践

中,黑名单制度目前已经是直播电商平台治理违法违规行为的普遍做法。《办法》的制定充分考虑了市场预期和行业现状,通过书面专题调研、实地调研、专题座谈、专家论证等多种形式,广泛听取各方意见建议,并进行了认真研究和充分吸收。

《办法》的制定将进一步压实平台企业的主体责任,并通过平台企业向其他主体层层传导合规要求,实现监管效率的最大化。“我们将根据社会公开征求意见反馈情况,进一步完善《办法》内容,尽快出台实施,推动直播电商行业健康发展。”上述负责人表示。(新京报)

腾讯音乐 拟收购喜马拉雅

本报讯 6月10日,腾讯音乐娱乐集团(下称“腾讯音乐”)于纽交所和港交所发布公告,公告称腾讯音乐与在线音频平台之一喜马拉雅控股(下称“喜马拉雅”)及其他若干订约方就拟收购喜马拉雅签订并购协议及计划。

受限于交割前提条件的满足,腾讯音乐拟以下述对价全资收购喜马拉雅:(1)12.6亿美元现金;(2)总数不超过总股数5.1986%的腾讯音乐A类普通股;(3)受限于并购协议的条款规定,喜马拉雅的创始股东在交割时及之后将分批获得的总数不超过总股数0.37%的腾讯音乐A类普通股。此外,根据并购协议,喜马拉雅将进行与交易相关的若干现有业务的重组。

喜马拉雅方面表示,此次并购事项将于各项前置条件满足后正式交割,双方后续将共同推进相关流程。喜马拉雅也将保持现有品牌不变,现有产品独立运营不变,核心管理团队不变、公司战略发展方向不变。(澎湃)

长期限大额存单“失踪” 存款“特种兵” 蹲守转让专区

本报讯 降利率、缩期限,曾经“一单难求”的高收益大额存单产品越来越少。

近期,记者登录六大行以及多家股份行、城商行、民营银行APP发现,不仅五年期大额存单“失踪”,除了国有银行外,多家股份行、城商行的三年期大额存单都已下架,仅提供最高期限为两年期的大额存单产品。

在收益方面,除民营银行之外,大多数银行的大额存单最高年化利率均已进入1%时代。与此同时,多家银行一年期与两年期大额存单的年化利率保持一致,并没有因为存款期限拉长而增加收益。

在新发大额存单利率不及预期的情况下,记者在社交平台发现,存款“特种兵”们盯上了大额存单转让专区,通过接盘过去利率较高的大额存单来实现高收益。

一家股份行华南某地支行客户经理向记者推广了该行大额存单转让专区剩余期限在2—3年的产品,她告诉记者,存量产品年化利率还能达到1.9%,而今年降息后正常在售的两年期大额存单年化利率仅1.5%。她提到,如果记者前往网点开户后存款填写她的工号,可以从华南地区寄出礼品。

一位储户告诉记者,她从去年开始在多家银行“蹲守”大额存单转让专区,直接购买利率最高的产品,一般不关注被转让的大额存单存单续期。“一般来说接手的大额存单产品还是可以进行二次转让的,与购买新发产品的区别不是很大,到手利率比现在的新发产品要高,持有时间也更短。”她表示。

记者注意到,在多家银行的大额存单转让专区,被转让的存单往往是剩余期限在两年左右的三年期存单,到期测算年化利率较两年期新发产品高0.1个百分点。

在商业银行资产端贷款业务竞争加剧的背景下,负债端的结构优化成为商业银行的发力重点,加码高净值客户服务成为重要方向。记者注意到,某股份制银行APP在大额存单页面没有20万元起存的三年期存单产品,但在存款页面中出现了年化利率为1.70%的三年期存款“享定存私行私享××号”,需50万元起存,当日存入成功当日起息。

一家股份行华东某支行人士告诉记者,部分高净值客户可以通过私行客户经理优先获得长期限、较高利率的大额存单产品额度。(21世纪)

看病比人贵 宠物保险靠不靠谱?

“别再因为宠物生病让钱包大出血了”“每月一杯奶茶钱,生病意外都能报”……最近,在上海工作的丹妮为了给宠物狗买保险,在各种广告之间挑得眼花缭乱。“想买但不知道该买哪款,很困惑。”

中国养宠家庭渗透率2023年达到22%,精细化养宠渐成趋势,越来越多人开始给宠物“上保险”。宠物保险都保障什么,能在关键时刻减轻养宠人士的经济压力吗?“新华视点”记者进行了多方采访。

宠物看病比人贵 “参保”越来越多

沈阳的梁女士前不久为宠物猫购买了每月88元的大病医疗险。梁女士说:“猫咪之前吞食异物,手术等费用花了近两万元。宠物看病比人贵,买了比不买安心一些。”

这几年,国内宠物数量持续增加,养宠理念发生变化,不少人和梁女士一样为宠物购买保险。《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年中国城镇宠物(犬猫)数量超过1.2亿只,较2023年增长2.1%,宠物精细化养育渐成趋势。

宠物医疗费动辄成百上千元,更多养宠人士希望通过宠物保险缓解经济压力。

天津市民小姜的宠物猫因肠胃炎去医院检查、治疗,一共花费1900多元,保险理赔1200余元。“理赔速度挺快,感觉买保险挺有用。”小姜说。

四川一家宠物医院的运营人员孙鹏告诉记者,前些年宠物看病走保险的案例很少见,现在明显变多。今年以来,她所在的医院平均每月保险诊疗单40单。

据了解,目前市场上的宠物保险包括医疗险、责任险、意外险等,其中医疗险产品超过20款,主要面向宠物猫和宠物狗。平安保险、国泰保险等机构都推出了相关产品。

“医疗险主要报销宠物就医费用,有的产品把意外险也归在医疗险下面,责任险主要报销宠物损害他人人身安全、财产导致的赔偿。”平安产险宠物项目组相关负责人说,国内保险公司最初开展的多为宠物责任险业务,近十年来宠物医疗险逐



(CFP供图)

渐兴起,目前市场占有率超过50%。

蚂蚁保宠物险相关负责人介绍,医疗险每年的保费价格一般从数百元到上千元不等,对应保额从几千元到数万元,蚂蚁保上主流单元的价格集中在400元左右。

部分保险销售有套路 保障或打折扣

潜在市场巨大,宠物险服务和体验如何?

不少养宠人士认为,宠物险花小钱办大事,可以减轻宠物医疗等费用负担,越来越受欢迎,但现实中有些产品存在销售套路,细节条款庞杂,售后服务质量参差不齐,保障可能会打折扣。

据了解,多数宠物主人通过第三方互联网平台、保险公司官方小程序、APP或直播间投保,保险公司也会不定期开展线下活动,或与宠物机构合作推广。

有养宠人士反映,一些保险销售人员存在话术“误导”。比如称保险今天买明天就能用,实际有不同时长等待期;对于消费者的咨询,销售平台客服给不出明确解释和回答,甚至告知错误信息。

上海的钟女士带宠物就医前,特意咨

询销售平台人工客服保险是否生效、能否理赔,对方回复称“保险已生效,可以使用”,但她的理赔申请却被拒绝,原因是“未过30天等待期”。

个别产品还存在诱导消费等情况。西安的王曼丽被“每月仅2元,多病种覆盖”的广告吸引,在直播间购买了一款宠物保险,结果第二个月被扣费40多元。“买的时候没说第二个月扣更多,细则里也没提,扣费之前没有任何通知。”

最受关注的宠物险理赔环节,问题也不少。微博、小红书等社交平台上,不少网友发帖称宠物医疗险报销烦琐、流程长、理赔被拒绝。记者在黑猫投诉平台搜索发现,最近几个月以“宠物保险”为关键词的投诉记录达1400多条,主要集中为理赔困难。

广州市民小叶今年年初带宠物猫就医并进行了手术。申请理赔时,保险公司以不认可手术环节为由拒绝报销手术费用,只同意赔付门诊费。“保险公司说他们的医生认为相关治疗不属于手术,但我签过手术知情同意书,猫猫也进行了麻醉、颈部开口、缝合等。”

多款宠物医疗险要求,申请理赔需要提供病历、检查报告、费用清单、治疗过程

照片等。重庆易宠科技有限公司销售负责人赵嘉豪说,部分宠物医院无法提供全套证明材料,开具单据较为随意,有涂抹、修改等痕迹,很可能通不过保险公司的审核。

此外,还有部分养宠人士遇到保险公司调整医院清单未告知、成功理赔后第二年无法续保等问题。“感觉投保很容易,用起来有点费劲。”一名养宠人士说。

完善评估信息 提升理赔效率

受访人士认为,宠物保险满足了部分养宠家庭的需求。目前,宠物保险市场尚处于发展初期,相关企业需要不断完善产品和服务。

医疗诊断是保险理赔的重要依据,宠物医疗行业规范性不强、专业性不够,一定程度导致现阶段宠物保险存在一些问题。保险机构相关负责人建议,有关部门和行业协会规范宠物医疗行为,建立宠物医疗信息共享平台,方便保险公司准确评估。

“一些宠物保险产品已开始使用鼻纹识别、虹膜识别等生物识别技术核实身份。”中国畜牧业协会宠物产业分会副秘书长刘晓霞说,应建立完整的宠物身份管理体系,运用大数据模型、AI技术等手段评估风险,提升宠物保险业务处理效率。

当前,理赔纠纷的一大焦点在于,宠物的某些疾病被视为先天性或遗传性,被“一刀切”地不予理赔,一些治疗用药也不在理赔范围内。

西南大学动物医学院副教授胥辉豪认为,保险公司可完善条款细则中相关疾病划分、用药目录等内容,提供不同情况的处理选择,满足更多宠物的投保需求。

“产品页面及合同内容应显著提示保障范围、理赔条件、免责条款等,对一些释义不明的内容主动解释、提醒。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,相关平台和企业也要加强对从业人员的培训,提供更加细致的服务。

受访人士提醒,养宠人士选择口碑、资质较好的平台、企业投保,投保前仔细阅读合同条款,收集、留存经营者的承诺、服务协议等资料,遇到理赔纠纷依法维权。

航运港口板块 逆势上涨

本报讯 A股10日遭遇调整,主要股指悉数下跌。截至当天收盘,上证指数报3384点,跌0.44%;深证成指报10162点,跌0.86%;创业板指跌1.17%。两市成交总额约14154亿元。

从盘面看,银行股逆市走强,南京银行、兴业银行、江苏银行、成都银行、中信银行纷纷创出历史新高。医药生物板块继续走强,港口和海运股午后大幅拉升,航运港口板块上涨3.92%,领涨A股所有行业板块。其中中国远洋当天大涨约30%。

机构观点

天风证券:6月以稳应变,防守反击。根据经济复苏与市场流动性,可以把投资主线降维为三个方向——DeepSeek突破与开源引领的科技AI+,消费股的估值修复和消费分层逐步复苏,低估红利继续崛起。

光大证券:今年以来,沪指处于区间震荡的格局,震荡的上沿在3400点附近,接下来重点关注市场能否放量突破箱体上沿,再创年内新高。若中美贸易谈判取得更多成果,或将刺激指数成功向上突破,并有望吸引更多的资金进场,推动市场继续走高。(中新澎湃)

