

# 临近春节 柑桔类水果成市场热点

“网红果”柳州融安金桔来广州了,希望通过“南大门”走出去销往全球

每年春节,市民们走亲戚时都会捎上一篮水果。近日,备战春节的水果批发进入冲刺阶段,应节上市的柑桔类成为市场热点。昨日,积极开展电商营销助脱贫的“网红果”柳州融安金桔在广州举行推介会,会上柳州金桔产业与江南市场签署战略合作及供销合作协议,该产品除将全面打入华南市场外,更将通过这扇“南大门”走出去,销往全球。

■新快报记者 陆妍思



## 柑桔类批发价格同比下降

市场水果价格显示,随着春节临近,水果的价格指数近日呈上涨趋势,其中梨类、苹果、柑桔三大类水果需求增长明显。由于苹果、梨减产价格坚挺,近日大量上市的柑桔类水果销售走俏。

在江南市场,一位从事柑桔批发的广西批发商老李对记者说,近日柑桔类水果销量大涨,目前普通的沙糖桔品种批发价在1.1元左右,“过节肯定要涨一点,但比起去年跌了两三毫。”问及柑桔批发价同比下降的原因,老李分析是“种的人多了,产量高了不少”。

广西柑桔产业版图近年的确越扩越大。记者昨日在柳州柑桔品牌推广会上获悉,数据显示,柳州市水果总面积达到110多万亩,总产量100多万吨,产值50多亿元。柑桔产业已成为当地农民收入

的主要来源之一,成为柳州市农村经济发展的主导产业,在乡村振兴、农村发展、农业转型、精准扶贫和农民增收等环节发挥了关键性作用。

## 融安金桔被打造成“网红果”

“超甜无渣,皮薄肉厚,这是我吃过最甜的金桔!”一位现场采购商试食此次推介会的新品种脆蜜金桔后对记者如是说。据了解,脆蜜金桔是从“融安滑皮金桔”自然变异单株选育而成,2014年6月经广西农作物品种审定委员会审定,正式命名为“脆蜜金桔”,脆蜜金桔高耐柑桔黄龙病,抗柑桔溃疡病,可溶性固形物含量达26%,糖度高达25以上,被誉为金桔家族的皇冠品种。

近年来,柳州依托“特色产业+电子商务”,开展电商营销助脱贫,取得显著

成效。将融安金桔打造成“网红果”的广西融安蚂蚁农业发展有限公司韦小东董事长向新快报记者介绍说,他们几名90后2017年从广州取经后回到老家融安,立志将家乡的特色水果销往全国。他们第一步是利用互联网大数据解决融安金桔的知晓度和认知度,“一整年时间每天都在淘宝进行直播,推出试食装,一个月做了15场淘抢购,每天都能接到六七千张单。”一年下来,推广成效非常明显,融安金桔网上的搜索量从2000上升至2万,转化率翻了一倍,融安金桔也在阿里做到了金桔品类中的TOP1。公司还通过给电商基地做配套,建造融安金桔预处理分拣中心(云仓),配备智能自动化设备,实现融安金桔产后全标准化自动处理能力,对接各大电商平台,基本实现了把融安金桔销往全国各地的目标。

## 在江南市场助力下走出国门

接下来,柳州金桔瞄准的是全球市场。推介会上,江南果蔬批发市场与多家柳州金桔企业签署了战略合作及供销合作协议。江南市场副总经理赖勇金介绍,江南果蔬批发市场作为农业产业化国家重点龙头企业、商务部首批双百工程工程以及农业部定点市场、华南地区最大的果菜批发市场,在解决农产品流通、搞活市场、平抑物价等多方面都发挥了重要作用,果菜年交易总量达55.74亿公斤,总交易额达到266.27亿元,果菜单品交易量连续十六年名列全国第一。下一步江南市场将在粤桂战略合作的基础上,与柳州就柑桔产业加大合作,强化最强产区 and 最强销售端链接,为柳州金桔打开华南市场,柳州柑桔品牌全面进入广佛都市圈、粤港澳大湾区、珠三角都市圈,并通过“南大门”销往全球各地市场。

# 银保监会:保险公司不得随意停售短期健康险产品

**新快报讯 记者刘威魁报道** 保险公司不能随意停售在售的短期健康保险产品了。记者昨日获悉,银保监会近期下发了《关于规范短期健康保险业务有关问题的通知(征求意见稿)》(下称《通知》),对短期健康保险范围、产品设计、续保、停售、定价等方面进行规范,此前已备案销售的短期健康保险产品,应于2020年6月1日前停止销售。

## 不得使用“自动续保”等宣传语

近年来,短期健康险因其投保灵活和价格优势日益受到消费者青睐。据了解,短期健康保险是指向个人销售的保险期间为一年及一年以下且不含有保证续保条款的健康保险产品。需要注意的是,虽然一些短期健康险产品不具备“保证续保”的特性,却打出了“保证续保”“连续投保”等长期保险概念。

以微保热销的网售健康险产品“微医保·百万医疗险”为例,其产品宣传页面就打出了“年年可续,享一站式就医服务”的宣传,并为消费者提供了“开通下一年自动续保”选项,宣称“免健告免等待期,保单到期时自动续保”,但事实上,“连续投保”并不等同于“保证续保”。

新快报记者留意到,所谓“保证续保”是指在前一保险期间届满后,投保人提出续保申请,保险公司必须按照约定

费率和原条款继续承保的合同约定。而短期健康险产品并不含有“保证续保”条款,这就意味着到期后,保险公司可能会出现停售、调整费率或推出替代的新产品等情况,届时保险消费者将会面临不能续保的风险。

《通知》强调,保险公司开发的短期健康险产品中包含续保责任的,应当在保险条款中明确表述为“非保证续保”条款。其中,非保证续保条款中应当包含以下表述:本产品保险期间为一年(或不超过一年)。保险期间届满,投保人需要重新向保险公司申请投保本产品,交纳保险费,并获得新的保险合同;保险公司不得在短期健康险产品条款、宣传材料中使用“连续投保”“自动续保”“承诺续保”“终身限额”等易与长期健康险混淆的词句。

## 不得随意停售在售产品

《通知》还指出,保险公司不得随意停售在售的短期健康保险产品,侵害保险消费者权益。保险公司停售短期健康险产品的,应当将停售的具体原因、具体时间,以及后续服务措施等信息通过公司官网、销售渠道,以及报刊、即时通信等便于公众知晓的方式披露告知保险消费者,并为已购买产品的保险消费者在保险期间内继续提供保障服务,

在保险期间届满时提供必要且合理的转保服务。

据了解,保险公司主动停售保险产品的,应当至少在产品停售前15日披露相关信息。保险公司因产品设计存在违法违规等问题被监管机构责令叫停的,应当于监管叫停之日起3日内披露相关信息。

此外,保险公司对已经停售的短期健康险产品应当及时清理注销。保险公司对已经停售产品进行重新销售的,应当向监管部门重新审批或备案保险产品。

在相关罚则上,《通知》规定,将视情节严重程度,依法依规追究保险公司和相关责任人责任。对于情节严重的,银保监会将采取包括暂停开展新业务、吊销公司管理人员任职资格等行政处罚措施。

“监管此举将进一步规范短期健康险产品的设计和营销,更重要的是消费者在投保前要明确自己的保险需求,全方位了解产品属性,综合选择最适合自己的保险产品。”一位不愿具名的资深人士告诉新快报记者,对于短期健康险产品,消费者切莫将“连续投保”误以为保险公司“保证续保”,也不要轻信某些销售人员“类保证续保”口头承诺,以免在续保时遇到障碍,进而影响自身权益。

## 太平人寿斥资近20亿 认购大悦城股份

**新快报讯 记者刘威魁报道** 昨日,太平人寿在其官方微信发布消息称,公司近日以19.07亿元认购大悦城控股集团股份有限公司(以下简称“大悦城”)非公开发行的2.83亿股股份,占大悦城定增后总股本的6.61%。

太平人寿在近日披露的相关公告中指出,公司认购大悦城非公开发行股份,未有公司的关联方参与认购本次非公开发行股份。但因太平资产管理的资管产品持有大悦城股票,且公司与太平资产的控股股东均为中国太平保险控股有限公司,因此太平资产为太平人寿的一致行动人。太平人寿表示,本次认购大悦城非公开发行股份的资金来源为保险责任准备金,公司将本投资纳入权益投资管理。

近年来,保险长期资金入市一直受到国家政策和监管部门的积极鼓励。银保监会数据显示,截至2019年11月末,保险资金运用余额179641亿元。其中,债券63090亿元;银行存款24164亿元;股票和证券投资基金22546亿元。