

财眼

广东线下展会重启 同时布局“云逛展”

新能源车展人气高涨,国际灯光展8月21日开幕

新快报讯 记者陆妍思报道 随着疫情防控进入稳定期,广东线下展会重新按下启动键,继广州新能源车展爆卖逾1万台车、国际玩具展延期半年终定档后,2020广州国际专业灯光、音响展览会(以下简称“灯光展”)也官宣将于8月21日至24日在广交会展馆举行。记者发现,多个近期启动的展会均布局了“直播”“云逛展”等线上线下相结合的创新模式,以适应疫情时期的市场发展特色。

灯光展开启数字化协同合作

在近日举行的“灯光展”云上发布会上,广东省科技合作研究促进中心负责人江洪波表示,突如其来的新冠肺炎疫情,让国际贸易萎缩、经济逆全球化的问题更加突出。在我国疫情防控取得

重大成果的大环境下,2020广州展将聚焦国内市场,助力专业灯光、视听企业最大限度地利用展会线上线下的优质资源来开拓国内文娱演艺市场,为产业链上下游企业搭建优质的商贸对接平台。

据介绍,今年灯光展将加速升级线上的推广系统,开启数字化协同合作,通过线上内容增加观众黏性,刷新线下观展体验的策略来实现线上线下双轮驱动,包括在官方微信公众号开设了全新的“声光界云课程”平台,以“线上专场”的方式对展会现场举行的同期会议进行直播。同时推出全球展商搜索系统(GES)以及展配宝项目,助参展企业在今年海外观众难以抵达展会现场的情况下,开展海外市场业务。

此外,原定于今年10月的上海国际专业灯光音响展览会将调整为以线上形式进行,与本届广州灯光展实现线上与线下的有机融合,促进产业协同发展。

新能源车展现场成交逾万辆

广东会展组展企业协会会长刘松萍则分享了目前全国各地展会成功举办的真实案例,并向广大企业介绍如何最大化地利用展会资源来突破困境,在疫情过后抢占市场先机。她表示,目前我国经济持续向好,世界经济的重心与焦点必定在中国。虽然上半年受疫情影响,各行各业都受到了重创,但在我经济复苏之际,企业将在新的起跑线上发展。通过品牌展会的平台,广大国内企业可以利用展会线上与线下相结合

的创新模式,接触到质量更高、更有购买针对性的买家,积极布局国内市场、发展内循环经济,为企业在疫情后的发发展赋能。

值得一提的是,7月27日在广州闭幕的2020第五届中国(广州)国际新能源、节能及智能汽车展览会暨华南车展(下称“新能源车展”)作为疫情后粤港澳大湾区新能源汽车首展,展览规模、参展品牌、成交金额均创历届之最。现场成交车辆10328台,累计交易额达20.56亿元。

除了现场专业观众达3000人次,创下历史新高外,本届新能源车展还首次与太平洋汽车网携手,共同打造线上“云车展”,用户身临其境实现360度全景线上看车体验,访问人数超过885万人次。

市场监管总局加强网络直播营销活动监管

新快报讯 记者陆妍思报道 7月29日,国家市场监督管理总局发布,为加强网络直播营销活动监管,保护消费者合法权益,促进直播营销新业态健康发展,起草了《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见(征求意见稿)》(下称《征求意见稿》),现向社会公开征求意见。

《征求意见稿》称,通过网络直播营销商品或服务,应遵守相关法律法规,建立并执行进货检查验收制度,依法查验有关证明文件。不得通过网络直播销售法律、法规规定禁止生产、销售的商品或服务;不得通过网络直播销售烟草制品等法律、法规规定禁止进行商业推销、宣传的商品或服务;不得通过网络直播销售特定全营养配方食品等法律、法规、规章规定禁止进行网络交易的商品或服务。

自然人、法人或其他组织接受委托,在直播中以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明,直播内容构成商业广告的,应遵守广告代言有关规定。不得利用不满十周岁的未成年人在网络直播营销活动中开展广告代言活动。不得委托因在虚假广告中作

推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织,在网络直播营销活动中开展广告代言活动。

此外,针对网络直播营销中售后服务保障不力等问题,根据消费者权

益保护法,重点查处对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求,故意拖延或者无理拒绝等违法行为。

相关

广州今年查处各类违法广告案件119宗

新快报讯 记者陆妍思 通讯员张业文报道 记者从广州市市场监管局组织召开的全市互联网广告监测系统操作线上培训会获悉,该局强化互联网广告监测,以高压态势震慑广告违法行为,持续净化网络广告市场环境。今年以来,监测省、市属媒介广告172.4万条次,转办处理违法广告线索2335条,查处各类违法广告案件119宗(其中互联网违法广告案件93宗),罚没额1226.91万元,有力地维护了全市广告市场秩序。

据广州市市场监管局有关负责人介绍,今年以来,广州市市场监管系统加大执法监管力度,持续推进包含互联网广告在内的虚假违法广告专

项整治,同时强化食品、保健食品、药品、医疗器械、医疗服务、房地产、金融投资理财、教育培训等民生领域广告监管,重点开展保健品、房地产等专项整治,依法强化对广播电视台播出机构、金融机构、医疗机构的管理,严肃查处网络平台和机构违规广告行为。

为适应广告新兴业态发展趋势、广告发布形式、监管模式等变化要求,广州市市场监管局重点加大对大型门户网站、电子商务类网站、移动APP、微信公众号等的监测和虚假违法广告整治,今年来全市市场监管系统查处互联网广告违法案件93宗,同比去年提高了173.5%。

保险业偿付能力迎新规 不达标险企将面对针对性监管措施

新快报讯 记者刘威魁报道 保险业资本监管的部门规章迎来大修。7月30日,银保监会、中国人民银行就《保险公司偿付能力管理规定(征求意见稿)》(下称《征求意见稿》)公开向社会征求意见,提出核心偿付能力充足率、综合偿付能力充足率和风险综合评级的概念。

据了解,现行的《保险公司偿付能力管理规定》仍属“偿一代”下的监管规定,是原保监会2008年第1号令,随着2016年偿二代正式实施,保险业的偿付能力监管制度相较偿一代有较大变化,《保险公司偿付能力管理规定》已不能统领偿二代制度和满足偿二代监管实践的需求,修订也早已提上日程。

新快报记者对比《征求意见稿》和2008年的《保险公司偿付能力管理规

定》发现,在2008年的《保险公司偿付能力管理规定》中,并未明确提出核心偿付能力充足率、综合偿付能力充足率和风险综合评级的概念,而是将保险公司偿付能力指标统称为偿付能力充足率,并明确将其分为不足类公司、充足I类公司和充足II类公司。

而《征求意见稿》直接将保险公司的偿付能力监管指标定位三大方面:核心偿付能力充足率(即核心资本与最低资本的比值,衡量保险公司高质量资本的充足状况);综合偿付能力充足率(即实际资本与最低资本的比值,衡量保险公司资本的总体充足状况);风险综合评级(即对保险公司偿付能力综合风险的评价,衡量保险公司总体偿付能力风险的大小)。

此外,《征求意见稿》还提出,保险公司同时符合以下三项监管要求的,

为偿付能力达标公司:核心偿付能力充足率不低于50%;综合偿付能力充足率不低于100%;风险综合评级在B类及以上。不符合上述任意一项要求的,为偿付能力不达标公司。

同时,对于偿付能力不达标的公司,《征求意见稿》也给出了监管措施。对于核心偿付能力充足率低50%或综合偿付能力充足率低于100%的保险公司,银保监会应当采取监管谈话、要求保险公司提交预防偿付能力充足率恶化或完善风险管理的计划、限制向股东分红等监管措施。

除此之外,银保监会还可以视具体情况,依法授权其派出机构实施必要的监管措施。对于采取措施后,保险公司偿付能力未明显改变或进一步恶化的,《征求意见稿》表示,将由银保监会依法采取接管、申请破产等监管措施。

上半年保险业保费收入同比增长6.46%

新快报讯 记者刘威魁报道 疫情冲击下的保险业,依然维持着逆增长态势。据银保监会公布的数据显示,今年上半年,保险业原保险保费收入实现2.72万亿元,增速同比增长6.46%。同时,在投资收益拉动下,保险公司预计利润总额超2200亿元。不过,人身险公司因受疫情影响较大,利润同比下滑10.86%。有分析指出,受疫情影响,导致部分寿险业务需求减少、赔付增加,全年利润下降也可预见。

从人身险业务来看,上半年人身险公司实现保费收入约19969亿元,同比增长6.04%。

从不同的险种来看,寿险依然是人身险最重要的险种,其保费收入15619亿元,占比高达78%;从保费增速来看,健康险成为人身险公司重要增长动力,其以4003亿元的保费收入,同比增长16.45%,占比也超过了20%。

“疫情暴发后居民对健康更加重视,保险保障意识提升,健康险购买热度不减,在上半年仍保持较高增速。”业内资深人士谢先生告诉新快报记者,疫情下,消费者对于保险的认知,特别是保障型的产品开始提高,所以疫情期间,居民对健康险购买热度不减反增。

不过,由于疫情原因,人们户外出行大大减少,意外险成为受影响最严重的险种之一,也成为人身险公司三大险种中,唯一负增长的险种,负增长高达5.47%,占比更是降至2%以下。

值得一提的是,人身险公司虽然整体实现了盈利,不过与2019年的高光时刻相比,仍下滑明显,同比负增长10.86%。其中,投资收益大涨是支撑人身险公司继续盈利的重要因素。数据显示,今年上半年人身险公司累计投资收益3571亿元,同比大涨33.52%。

对于人身险方面亏损加剧的境况,首都经贸大学保险系副主任李文中认为,人身险公司受健康险业务和意外险亏损的影响,加上疫情也会导致部分寿险业务需求减少赔付增加,因此全年利润下降也可预见。