

# 保险销售将迎新规：禁止炒作停售和价格变动

**新快报讯 记者林广豪报道** 7月19日,银保监会发布《保险销售行为管理办法(征求意见稿)》(下称《管理办法》),对保险销售前行为、保险销售中行为及保险销售后行为作出了规定。

**销售人员按等级划分可销售产品范围**  
《管理办法》明确,除保险公司和保险中介机构、保险销售人员外,其他单位和个人不得从事保险销售行为。

在保险销售前行为方面,《管理办法》提出“产品分级”以及“销售人员分级”。保险公司需根据产品的结构复杂程度、保费负担水平以及保单利益的风

险高低等标准,对本机构的保险产品进行分类。

对于销售人员,保险公司、保险中介机构需根据保险销售人员的专业知识、销售能力、诚信水平、品行状况等标准,对所属保险销售人员进行分级,并与保险公司保险产品分级管理制度相衔接,区分销售能力资质实行差别授权,明确所属各等级保险销售人员可以销售的保险产品。

《管理办法》还提出,禁止炒作停售及价格变动。保险公司计划停售某一保险产品或者调整某一保险产品价格的,应当自作出停售或者调整价格的决定后

10个工作日内,在官方网站和营业场所向社会发出公告,但保险公司在经审批或者备案费率的费率浮动区间内调整价格的除外。公告内容应当包括停售或者调整价格的保险产品名称、停售或者价格调整的起始时点等信息。

### 设立便捷的退保渠道

在保险销售中行为方面,《管理办法》明确禁止强制搭售和默认勾选。保险公司、保险中介机构及其保险销售人员不得使用强制搭售、信息系统或者网页默认勾选等方式与投保人订立保险合同。

近年来,“代理退保”黑产事件频发。《管理办法》明确禁止不当代理退保,同时要求完善退保管理。具体来看,保险公司应当在官方网站上披露各项保险产品的退保条件标准和退保流程时限,并在保险合同签订前明确告知投保人该保险产品的退保条件标准和退保流程时限;应当设立便捷的退保渠道,在收到投保人的退保申请后,及时一次性告知投保人办理退保所需要的全部材料。

银保监会表示,后续以《管理办法》为基础,还将陆续出台分领域实施细则,全方位、系统化规范保险销售行为。

## 国际美妆大牌7月迎涨价潮 各大美妆首季业绩下滑,分析认为对上市产品提价及推新品是应对方式

**新快报讯 记者陆妍思 实习生杨子冉报道** “雅诗兰黛一套眼霜+面霜套装,涨了140元。”近日,一位网友在社交平台晒单。记者了解到,进入7月,雅诗兰黛、赫莲娜、海蓝之谜、娇兰等国际美妆大牌纷纷打开新一轮涨价通道。业内人士认为,高端化妆品频繁涨价,除了原材料、物流成本上涨,汇率波动等“常规”因素外,越来越高昂的营销费用也是原因之一。

在广州太古汇,海蓝之谜柜姐告诉新快报记者,从7月开始调价,这也是该品牌今年第二次调价,涨幅大概在3%;如海蓝之谜精华乳液50ml调价前为2430元,调价后售价为2480元;同款紧致焕采眼霜15ml,调价前1920元,调价

后则升至1980元。

另一“贵妇”护肤品牌赫莲娜也官宣7月1日全球提价10%~15%。雅诗兰黛7月调价后,其天猫旗舰店客服回复顾客称,“产品定价需要综合考虑各方面因素,包括运营成本、运输仓储费用、币值汇率等。我们会适时评估并调整一些产品的建议零售价。”

业内人士分析,在美妆赛道,近年大量国潮品牌涌现,瓜分国际美妆巨头市场份额,但目前国产品牌在高端市场占比相对空白,所以无论韩妆、日妆还是欧美品牌,都加大了高端品牌的投入。而定期调价则是维持高端品牌调性的重要手段。

值得一提的是,2022年以来,各大美妆巨头在中国或亚太市场的业绩大多

遭遇滑铁卢,雅诗兰黛集团2022财年第一季度业绩报告显示,各区域市场中只有亚太市场业绩下滑,实现净销售12.03亿美元,同比下滑4%;资生堂集团、爱茉莉太平洋中国市场销售额分别下降20.6%、10%。

为了消除对业绩的影响,品牌最容易选择的途径就是通过对已上市产品提价以及推出新品,升级产品结构来应对。此外,针对中国市场特点,各大美妆品牌纷纷加大营销力度,邀请流量明星代言、网红大V直播带货等,大幅上涨的营销费用也要转嫁到产品定价上。如7月16日,YSL官宣肖战为美妆线代言人,其主推的“夜皇后”礼盒包括夜皇后精华50ml+夜皇后精华50ml替换装+眼霜



■位于广州K11的某美妆店。(资料图)

20ml,赠品除眼霜5ml+眼部按摩棒外,还附带肖战明信片3张,虽然定价高达1795元,但上架后15分钟被一抢而空,平台仅两小时内销售额就突破5000万元。

## 中信银行广州分行发挥综合金融服务优势 多措并举稳增长

2022年以来,中信银行广州分行全面落实党中央、国务院“六稳”“六保”与“稳住经济大盘”33条政策要求,紧紧围绕广东省委省政府“1+1+9”工作部署与“稳经济131条政策”,按照“稳经济29条政策”工作要求,多措并举“稳增长”,全力以赴推动广东经济高质量发展。

### 心系国之大者,践行金融报国使命

中信银行广州分行充分运用总行加强贷款定价支持,扩大对稳经济大盘重点领域的贷款补贴力度和范围,精准对接重大基础设施建设和重大项目,提供关键项目信贷支持。截至6月末,该行各项贷款余额3256亿元,比年初增长313亿元,其中对公一般贷款比年初增长226亿元,个人贷款比年初增长87亿元;战略新兴、绿色信贷、乡村振兴、民营企业、普惠法人贷款比年初分别增长62亿元、104亿元、44亿元、83亿元、23亿元;利用信用证、银承、中票、乡村振兴债、保函等综合融资工具积极支持重点领域贷款,截至目前,综合融资余额5281亿元。

### 依托协同优势 为地方重点项目输送源头活水

今年以来,中信银行广州分行坚持“一个中信 一个客户”,发挥中信集团协同委广东区域分会牵头单位作用,以及中信联合舰队“融智+融资+融产”优势,打造共生共荣生态圈,与珠海、东莞、中山、佛山等地市各级政府开展银政企全面对接。今年以来与集团子公司联合融资额达1242亿元,深入支持地方重大基础设施、乡村振兴、绿色低碳等重点项目建设。

中信银行广州分行继2021年为广

河、越秀交通公募REITs提供关键融资支持后,今年又成功中标成为广州开发区控股集团高新产业园20亿元公募REITs项目托管行,协同支持先进制造业与战略性新兴产业。

在支持乡村振兴与绿色金融重点项目方面,中信银行广州分行助力广东省农垦集团公司完成10亿元低成本融资,与中信建投证券协同落地佛山市首单碳中和绿色债——广东南海控股发行绿色债7亿元,利率创同期限碳中和绿色债最低发行利率。

### 迅速行动响应,做好小微企业纾困工作

中信银行广州分行积极做好小微企业纾困支持,截至6月末,累计为7583户小微企业办理普惠贷款超过151亿元,普惠小微贷款(含普惠个贷)余额480.96亿元,较年初增长51.75亿元。其中,通过经营贷、普惠个贷等产品支持个人商户应对疫情影响,上半年累计服务普惠个贷客户5813户,贷款余额361.93亿元,较年初增加40.48亿元。

对受困的中小微企业、物流企业、个体工商户,该行延迟还本付息时间。截至6月30日,今年以来已累计为13户普惠型小微企业法人办理延期还本付息,涉及贷款余额5983万元;为148户、223笔贷款设置了宽限期,涉及贷款余额

18250.72万元;为116家汽车经销商共计提供超过6.65亿元汽车金融纾困贷款;针对物流小微企业投放“物流e贷”超过4000万元,服务超过45家小微物流企业,稳定物流供应链。

今年以来,新发公司人民币贷款平均利率为4.45%,比上年末降低45BPs。积极做好降低小微企业和个体工商户支付手续费工作,持续提升政策覆盖面,截至6月末,已减免对公客户开户费用累计110万元,累计减免对公柜台转账汇款手续费13.13万元,累计减免票据工本费合计2.23万元,累计惠及小微企业和个体工商户数量共计1011户。

该行还积极支持防疫抗疫重点企业,截至6月末,支持医疗、医药、卫生行业贷款共计投放逾29.5亿元。

### 创新服务模式,大力支持专精特新与科技型企业

中信银行广州分行聚焦国家级、省级专精特新小巨人、后备上市、拟上市企业培育提供全流程全链条金融服务。截至6月末,已服务广东省内国家级、省级、市级“专精特新”企业共557家,累计为255家“专精特新”企业提供授信支持,贷款余额约73亿元,比年初增长35亿元,增幅92%。

该行运用大投行创新服务模式支持

科技型与制造业龙头企业,通过可转债、拟上市员工股权激励两大资本市场大单品,推动投融资一体化服务。2022年上半年实现债券承销规模223亿元,区域市场排名第二。

针对当前对5G为代表的“新基建”项目激增需求,该行建立绿色通道为网络变压器的重点生产制造企业、国家级专精特新“小巨人”广东美信科技股份有限公司授信3000万元,提升企业市场竞争力。

该行持续在创新绿色金融、支持低碳产业方面发力。6月24日,该行向健合(H&H)国际控股有限公司成功发放首单“ESG表现挂钩贷款”跨境银团项目港币7.85亿元。

### 特色融资支持 输血外贸产业链

中信银行广州分行为广州达安基因股份有限公司成功办理首单人民币对外汇美式期权业务,标志广东省内首单国家外汇管理局新政下新型外汇衍生产品落地,有效利用利率中性金融工具助力企业应对当前国际市场波动。该行还持续通过本币+外币流贷、国内证+国际证、境内贸易融资+NRA离岸贸易融资、订单融资+运费融资、应收账款融资+应付款融资等组合产品,为企业提提供成本低、效率高的综合融资方案。