

多家快递企业表示：
春节快递
不打烊

羊城晚报讯 记者林曦、实习生何青欣报道：春节档原本是快递行业的传统淡季，然而，随着人们消费习惯的逐渐改变，春节期间网购需求预计将会有明显增长。为充分保障消费者在春节期间年货大采购的需求，记者了解到，中国邮政、顺丰、京东物流、中通、申通、圆通、韵达、百世、德邦、极兔等快递企业均表示“春节不打烊”。

按照中通快递近日发布的运营公告，其不打烊服务时间段从2月4日到2月19日，共计16天，覆盖全国209个城市，其中在重庆、福建、海南、江苏、浙江、安徽、广东、福建、河南、山东等18个省级行政区域实现全境覆盖。

圆通速递今年提出了“全球不打烊”的口号，在2021年春节期间(2月4日-2月19日)一如既往地提供寄递服务。服务网络方面，除西藏外，圆通在全国各省(区、市)正常揽派(新疆限于乌鲁木齐、青海限于西宁)；对北京、上海等209个城市推出重点区域时效保障服务；圆通国际在全球17个国家和地区的40多家公司正常运转。圆通国内各大转运中心、5000多台干线车辆，圆通国际2000余条海空航线正常运行。

京东方面表示，京东快递一直是全年无休，春节期间会照常安排寄递业务，员工实行轮流值班，并且严格做好防疫工作。韵达也在官网发布公告称，从2月4日至2月19日，继续为广大客户提供寄递服务。有顺丰快递小哥表示，按照以往的“惯例”，春节期间邮寄包裹可能会收取每件不超过10元的服务费。

近年来，“春节不打烊”服务逐渐成为常态，不过，多家快递公司负责人也透露，公司将根据春节期间对快递总量的预测，安排春节运营情况，可能会由于人手问题，三四线城市及乡镇网点的快递送达时间会比平日延迟一点时间。

央行出台征信业务管理新规 互联网也纳入监管范围

文/羊城晚报记者 孙琦曼 实习生 杭莹 赵媛媛

1月11日，央行发布《征信业务管理办法(征求意见稿)》(下称《办法》)。这是继2013年《征信业管理条例》(下称《条例》)、《征信机构管理办法》出台后，征信行业迎来的又一重磅新规。《办法》对信用信息范围、采集、整理、保存、加工、提供、使用、安全、跨境流动和业务监督管理进行了规定，清晰界定了信用信息，并强调要加强个人和企业信息主体权益保护，保障信息安全。

A 要求信息采集“最少、必要”

“各方普遍认为，征信进入新时代，面临新挑战，出台《办法》十分必要，并且时机已经成熟，建议加强对信用信息的采集、加工、对外提供等各个环节进行监管，保护信息主体合法权益、增加征信有效供给，实现征信业的高质量发展。”央行称。

记者了解到，相较《条例》，《办法》对信用信息和征信业务

做了更明确的规定，使征信监管有法可依。

“不得以欺骗、胁迫、诱导方式，以向被采集的个人或企业收费的方式，以及其他侵害信息主体合法权益的方式从事非法渠道采集信用信息并进行使用。”《办法》强调，征信机构采集信用信息，应当遵循“最少、必要”的原则，不得过度采集。

B 为客户进行“信用画像”纳入监管

根据《办法》，“利用个人信息对个人做出的画像、评价等业务”都属于征信业务，这意味着，一些大型互联网平台企业从事的个人信息服务，诸如电商将客户消费信息与客户基本信息相结合，为客户进行“信用画像”并为其提供金融产品或金融服务的行为，都将被纳入征信监管范畴。

当前，大量APP在安装时都会提示想要读取用户通讯录和个人信息，不给权限甚至无法使用，这些都让用户个人信息呈“裸奔”态势。

业内专家称，当前市场上出现了一些打着征信旗号的大数据风控公司和数据服务商，不乏大型互联网平台企业的身

影。这些企业利用市场优势，在未经充分授权的前提下，过度采集企业和个人数据，并广泛应用于各种商业目的，以获取超额垄断利润。这些机构游走于法律边界，事实上没有受到相应的监管。

对此，央行表示，在此前征信业务开展中存在无授权采集、“一次授权、无穷采集、无限使用”、加工处理过程不透明、自动化决策有失客观公正性等问题，信息主体的知情权、同意权、异议权无法得到保障。针对以上问题，《办法》围绕信用信息采集、整理、保存、加工、提供和使用等环节，提出了信息采集“最少、必要”的原则。



图/视觉中国

C 明确信用信息定义

相关业内人士表示，本次《办法》的一大亮点是，明确了何为信用信息。《办法》指出，为金融经济活动提供服务、用于判断个人和企业信用状况的各类信息，包括但不限于：个人和企业的身份、地址、交通、通信、债务、财产、支付、消费、生产经营、履行法定义务等信息，以及基于前述信息对个人和企业信用状况形成的分析、评价类信息，都视为信用信息。凡是对信用信息进行采集、整理、保存、加工，并

向信息使用者提供的活动，都是征信业务，都要纳入征信监管。

此前，各方对借贷信息属于信用信息认识较为一致，但对于身份、支付交易、财产、社交等信息是否属于信用信息，认识并不统一。

“明确何为信用信息，有助于防止个人信息被过度采集、不当加工和非法使用，有利于提高征信业务活动的透明度，这是行业健康发展的基石。”业内专家表示。

D 规范信用信息跨境流动

除规范国内征信业务外，《办法》对信用信息的跨境流动也做出了明确规定。例如，征信机构向境外提供企业信用信息查询服务的，应当确保信用信息用于跨境贸易、融资等合理用途，并采取单笔查询的方式提供，不得将某一区域、某一行业批量企业的信用信息传输至境外同一信息使用者。

值得注意的是，一些属于个人隐私范畴的信息，即便是

持牌的征信机构，也不可以随意获取、调用相关信息。记者梳理了解到，部分信息属于限制采集信息，在充分告知信息主体采集使用可能产生的不利后果并取得充分授权情况下，才可以采集，如财产信息；而包括宗教信仰、基因、指纹、血型、疾病等个人隐私信息以及法律、法规规定禁止采集的信息，则属于严格禁止采集范畴，征信机构不得采集。

银保监会规范短期健康险无序竞争 不得保证续保 不得“自动续保”

羊城晚报讯 记者程行欢报道：11日，银保监会对外公布了《关于规范短期健康保险业务有关问题的通知》(以下简称《通知》)，对快速发展的健康险提出了一些规范新措施。其中最核心问题为严禁保险公司通过异化产品设计，“短险长做”误导消费者。

据了解，行业健康保险业务快速发展，年均增速超过30%，但也面临一些突出问题，主要在于一是部分产品缺乏定价基础，保额虚高；二是部分公司销售行为不规范，把短期健康险当做长期健康险销售，一旦赔付率超过预期就停售产品，严重侵害了消费者利益；三是核保理赔不规范；四是无序竞争，不利于全社会形成正确的健康保险消费观念。

在此背景下，银保监会要求各保险企业规范产品续保，严禁通过异化产品设计，“短险长做”误导消费者。明确短期健康保险不得保证续保，不得使用“自动续保”“承诺续保”“终身限额”等易与长期健康保险混淆的词句。同时要求保险公司产品定价应当具备定价基础，不得设定严重背离理赔经验数据基础的、虚高的保险金额。在产品组合销售上，也

严禁保险公司将产品组合销售异化为捆绑强制搭售，限制消费者购买产品和服务的权利，侵害保险消费者利益。

蜗牛保险首席精算师兼联合创始人李致伟告诉记者，短期险原本就是不能自动续保的，与长期健康险相比，两者在精算规则和监管要求上都存在着差别。此次规范更进一步明确了保障时间，防止代理人在销售产品时进行销售误导。而对于消费者关心的停售问题，保险公司不能通过随意停售保险产品，弥补其因激进经营造成的损失。《通知》规定，保险公司主动停售保险产品的，应当至少在产品停售前30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停售的，应当于停售之日起3日内披露相关信息。

银保监会方面还提出了购买建议，由于短期健康保险产品的保险期间一般是在1年及以下，且不保证续保。因此，保险期间超过1年的，或包含保证续保责任的长期健康险，属于长期健康保险，消费者在选购健康保险产品时必须认真阅读产品条款。不仅要关注产品的价格，还要关注产品的长期保障功能和保障水平。

国投瑞银开放视角精选混合硬核来袭

近年来，“选基金就是选基金经理”的观念逐渐深入人心。据悉，一只由23年投行高手管理的产品即将硬核来袭：国投瑞银权益投资总监周奇贤担纲管理的国投瑞银开放视角精选混合型基金于1月15日正式发行，投资者可通过中国农业银行等各

大银行、券商以及国投瑞银官网等渠道购买。该基金将基于长期基本面分析的价值投资理念，构建以核心资产股与价值成长股为主的投资组合，同时在严控风险的前提下，争取长期优秀的风险调整后回报。

(杨广)

中庚基金及拟任基金经理信心跟投1615万元

中庚价值品质一年持有期混合型基金1月11日开始正式发售，根据中庚基金发布的公告显示，基于对公司主动投资管理能力的信心，公司自有资金及拟任基金经理已认购中庚价值品质一年持有期混合型基金。公司自有

资金已出资1000万元、拟任基金经理已出资615万元认购中庚价值品质一年持有期混合型证券投资基金(基金代码：011174)。根据基金合同约定，公司自有资金及拟任基金经理持有该基金份额期限不低于一年。(杨广)

召回数量逾670万辆

2020年65个汽车品牌发布缺陷汽车产品召回

文/羊城晚报记者 张爱丽

转眼2020年已过去，根据国家市场监督管理总局(以下简称市监总局)缺陷产品管理中心发布的召回公告统计，在过去一整年中，我国汽车共发起146起召回，涉及65个汽车品牌共计678.19万辆缺陷汽车被召回。

奔驰召回最频繁

2020年奔驰召回次数频繁。其中梅赛德斯-奔驰(中国)向国家市场监督管理总局备案召回信息共14次，北京奔驰备案共7次、福建奔驰备案两次，共计23次。

值得注意的是，奔驰过往一年中每次召回的原因都不大相同，涉及发动机、座椅线束、玻璃天窗等，其中发动机

高压燃油泵与低压燃油管结合处的密封性问题较为普遍。国家市场监督管理总局去年6月29日发布公告称，奔驰将自2020年12月18日起召回车辆共计668954辆，本次召回范围内部分车辆发动机的高压燃油泵与低压燃油管的结合处，在受到长期的热负荷影响后密封性将降低，在低温条件下车辆冷启动时，可能发生渗油，不符合《机动车运行安全技术条件》GB 7258-2017中12.5燃料系统的安全保护的相关规定，存在安全隐患。

东风本田单次召回数量最多

去年12月25日，东风本田汽车有限公司宣布自2021年3月31日起，召

回2019年1月3日至2019年11月9日期间生产的部分国产奇瑞(GREIZ)、竞瑞(GIENIA)、杰德(JADE)、思域(CIVIC)、享域(ENVIX)、INSPIRE、炫威(XR-V)、思威(CR-V)、优威(UR-V)、艾力绅(ELYSION)系列汽车，共计552026辆。据统计，东风本田为全年单次召回涉及缺陷产品数量最多的车企。

据了解，本次召回范围内的部分车辆，由于在燃油泵叶轮的制造过程中树脂成型条件不完善，导致叶轮树脂密度不足。叶轮可能会受燃油影响而发生膨润变形，并与燃油泵壳体发生干涉，导致燃油泵工作不良，无法给发动机正常供油，极端状态下可能出现车辆行驶中发动机熄火的情况，存在安全隐患。

智能网联汽车上路测试怎么管？国家规范要来了

文/羊城晚报记者 戚耀琪

1月11日，工信部装备工业一司发出了《智能网联汽车道路测试与示范应用管理规范(试行)》的征求意见稿。该规范目的是为了营造更好的测试示范环境，共促智能网联汽车产业生态健康发展。意见稿还提到了关于安全、违章与责任问题。这个规范正式施行后，2018年的《智能网联汽车道路测试管理规范(试行)》就会废止。

事故前90秒数据存一年

按照规范定义，智能网联汽车自动驾驶包括有条件自动驾驶、高度自动驾驶和完全自动驾驶。其中完全自动驾驶是指系统可以完成驾驶人能够完成的所有道路环境下的动态驾驶任务，不需要驾驶人/乘客介入。

根据意见稿，道路测试主体要具备汽车及零部件制造、技术研发、试验检测等智能网联汽车相关业务能力；对道路测试可能造成的人身和财产损失，具备足够的民事赔偿能力；具有测试评价规程；具备实时远程监控的能力等。

道路测试车辆要具备人工操作和自动驾驶两种模式，且能够以安全、快速、简单的方式实现模式转换并有相应的提

示，保证在任何情况下都能将车辆即时转换为人工操作模式；能自动记录和存储下列在车辆事故或失效状况发生前至少90秒的数据，数据存储时间不少于1年。数据包括了车辆速度、加速度、行驶方向等运动状态，环境感知与响应状态；车辆外部360度视频监控情况等。

测试企业至少买500万责任险

按照意见稿提到的，道路测试主体提出道路测试申请，申请材料至少包括测试路段或区域、测试时间、测试项目、测试评价规程、风险分析及应对措施；交通事故责任强制保险凭证以及每车不低于500万元人民币的交通事故责任保险凭证或不少于500万元人民币的自动驾驶道路测试事故赔偿保函。

道路测试车辆、示范应用车辆车身应以醒目的颜色分别标示“自动驾驶道路测试”或“自动驾驶示范应用”等字样，提醒周边车辆及其他道路使用者注意，但不对周边的正常道路交通活动产生干扰。

交通违法要处理驾驶人

对于公众关心的自动驾驶违章问



题，意见稿也提到了，在道路测试、示范应用期间发生交通违法行为的，由公安机关交通管理部门按照现行道路交通安全法律法规对驾驶人进行处理。

如果发生交通事故的，应当按照道路交通安全法律法规规章确定当事人的责任，并依照有关法律法规及司法解释确定损害赔偿责任人；公安机关交通管理部门应当依法对当事人的道路交通安全违法行为作出处罚；构成犯罪的，依法追究当事人的刑事责任。造成人员重伤或死亡、车辆损毁的，道路测试、示范应用主体应在24小时内将事故情况上报省、市级政府相关主管部门。省、市级政府相关主管部门则应在3个工作日内上报工业和信息化部、公安部 and 交通运输部。

逆势飞扬 二零二零

回报时代 一汽丰田

圆了一个时代的小汽车梦

对中国人而言，汽车梦饱含着人们对美好出行的向往与憧憬，对幸福生活的渴望与信仰。

2020年9月12日，对一汽丰田而言，是一个极具荣耀感的里程碑时刻：历经17载砥砺前行，一汽丰田累计销量达成800万台。作为国内早期成立的合资车企之一，一汽丰田用800万台的数字，向中国汽车工业做了最好的致敬。对于一汽丰田而言，此时的800万，已不仅仅是一个简单的数字，而是承载了更多的含义，致敬这个时代，更是致敬时代中的那些构成元素。

以“让用户体验拥有汽车的喜悦”为使命，从那款代号T1(寓意TOYOTA)品牌在华第一款国产车)后命名为“威驰”的小型车开始，到今天TNGA全新架构下的亚洲龙、荣放、卡罗拉、奕泽，18年间，一汽丰田通过一款款独具魅力的产品，赋予客户愉悦体验的同时，传递着企业的诚意。“开不坏的丰田车”、“高品质、高安全性、高耐久性”已经成为一汽丰田在800万客户乃至更多人心中独一无二的品牌标签。

800万用户，意味着中国800万个人乃至家庭因一汽丰田而满足了对美好幸福的崇尚；这是800万份信赖的寄托，也是800万个至高的褒奖，更是一汽丰田未来路上800万个为其鼓与呼的口碑传播者和“带货者”。

开拓一个时代的新能源路

截至今日，一汽丰田已经向市场投放了包括混合动力、插电式混合动力，以及纯电动在内的三种电动化技术产品，累计销售超35万台。

35万用户的信赖与超越价值的选择，为一汽丰田奠定了市场驱动、以技术为内核的电动化先发优势。2025年，一汽丰田在售车型将全部推出电动化版本。此外，一汽丰田还将围绕2020年北京冬奥会与各方探讨使用搭载氢燃料电池驱动技术的产品——柯斯达。为了给中国用户带来更具前瞻价值的新能源产品和体验，一汽丰田将加速推进新能源汽车的全新发展路径。

一汽丰田不仅是中国混动汽车市场的先行者，同样也是氢燃料驱动技术市场的引领者。未来两年，一汽丰田将推出涵盖燃油、混合动力、插电式混合动力、纯电动、氢能源5种驱动形式的12款全新车型。任何主流细分市场的购车需求都能在一汽丰田得到满足。

成就一个时代的品质先驱

随着TNGA产品时代到来，一汽丰田主销产品实现整体升级，同时，一汽丰田率先承接并在中国推进丰田汽车的电动化、智能化、网联化战略，全新的产品和一如既往的品质服务带给中国消费者纯正丰田品质的品牌形象。

进入2020年“求真 至极”作为一汽丰田全员必须遵循的共通理念彻底执行，已逐步渗透到所有与品牌相关的工作中，展现企业在服务细节之处追求极致的态度。

一汽丰田始终坚守丰田的“高QDR”(Quality品质、Durability耐用性、Reliability可靠性)基因，不仅在车辆生产过程，还覆盖了品牌整个汽车产业链的上下游及周边环节；为制造更好的汽车，一汽丰田导入丰田全新TNGA架构，建造了丰田海外首家，同时也是目前国内唯一一家TNGA全新工厂。用丰田汽车全新的造车理念和品质标准，实现了天津、长春、成都等多个工厂的产品多次获得丰田汽车海外产品“0不良”的权威认证，以实力书写了品质一汽丰田的金字招牌。

深耕中国市场近18年，一汽丰田的自身实力和市场覆盖均处于行业前列，是中国汽车工业发展中不可或缺的组成部分。面向未来，一汽丰田将更加聚焦于产品和体系的核心特质，以全新的形象，向市场更加清晰地传递品牌价值观和诉求。这一点，已经毋庸置疑。(戚耀琪)

