

网传某券商禁员工“炫富” 证券业薪酬话题引监管重视

羊城晚报记者 丁玲



100万元以上的车才是豪车？15万元以上的表才是高档手表？5万元只是高档包门槛价……1月13日，一则券商《固定收益融资部员工社会行为准则（试行版）》（以下简称“行为准则”）对奢侈品的“重新定义”刷屏社交网络，不仅让一众奢侈品牌“无辜躺枪”，更让网友直呼“凡尔赛最高境界！”

激起如此大的水花，这则行为准则到底写了啥？从网上流传的图片来看，这则近600字的行为准则从该券商固定收益融资部员工的奢侈品使用、言谈举止、对外宣传、生活作风四方面

入手，多方面对“炫富”行为作出明确要求，目的是避免带来负面影响。记者了解到，实际上，证券业薪酬高早已不是秘密。此前，就有数据显示，2020年6家上市券商员工平均年薪超60万元，中金公司人均年薪过百万元。

不许开百万豪车、戴15万以上手表

行为准则提出，在部门的工作范围内，员工须注意言行举止，不允许因家庭背景等非自身因素产生优越感，

当好一名职业banker。“固定收益融资部出台部门员工的社会行为准则，避免炫富、高调等行为给公司甚至整个行业带来负面影响。”规范中这一表述，正体现了当下行业已出现的一些问题。

行为准则中最博人眼球的莫过于奢侈品使用的相关规定。如工作环境下（上下班时间、有客户在场的任何场合）须穿着得体，不允许开豪华车（100万元以上）、戴高档手表（15万元以上）、使用高档包（5万元以上），以及使用其他不合时宜、奢华定制的物品。

言谈举止的要求主要针对“晒薪酬”等行为，目的是避免留下高调奢侈的行业形象。如对外交流时需回避讨论任何奢华主义内容；不允许在使用社交软件、社交平台（公开媒体，包括朋友圈、抖音、小红书等）时发工资、奖金等截图或具体金额，不在社交平台上发布高端奢侈品、高端旅行以及高端餐饮、酒水的相关内容；接受正式采访前须向部门提交申请，接受正式和非正式采访（参加论坛等）时不得随意评论行业薪酬。

此外，对外宣传内容上也会对“薪酬待遇”等敏感信息做出限制。在对外宣传及招聘信息中，不可含有薪酬和待遇信息的表述。招聘广告不允许标注高薪酬和高提成、强资源等要素。

此试行版准则一经曝光，引来网

友不断的神回复：“我以为两三万就是高档包了，合着5W以上才是。”“他开99w的车，14w的表，4w的包也很炫富呀，这波算凡尔赛了。”同时，还有网友质疑：“要是合法收入为什么怕炫耀呢？”

券商薪酬高不是秘密

实际上，证券从业者薪酬高早已不是什么秘密。早在去年上半年，就有“2020年6家上市券商员工平均年薪超60万元，中金公司人均年薪过百万”的消息引发广泛关注。2022年1月6日，某券商非银分析师高调“晒224万元工资单”事件更是火爆网络。网络截图显示，该非银分析师所需缴纳的税额全年就达62万元，而其全年收入最低的一个月，工资也有6万多元，不过后来当事人否认了此事。

前述事件外加近期券商出台“行为准则”要求员工避免炫富，证券从业者薪酬话题一时甚嚣尘上。

已有券商因薪酬激励不合规受罚

尽管此次行为准则的真实性仍有待考证，但证券行业薪酬问题已引发有关部门的重视。羊城晚报记者注意到，

中国证券业协会近日向券商下发薪酬管理制度调研的通知，要求券商在1月17日17时前提交反馈意见。通知中提到，健全合理的薪酬激励机制是公司稳定健康发展的必要保障，同时也是促进行业高质量发展和防范化解金融风险的重要基础。为了解行业对完善薪酬管理制度的意见建议进行调研。

此外，日前中国证券业协会向券商下发《证券公司文化建设实践评估办法（试行）（征求意见稿）》，也明确要求证券公司建立长期与短期兼顾的激励机制。

其中提到，公司应构建激励与约束并重、长期与短期兼顾的长效激励机制，注重有效激励与问责监督相统一。包括建立科学的人员考核与合理的薪酬管理制度，将廉洁从业、合规诚信执业、践行行业和公司文化理念等情况纳入人员考核与薪酬管理，坚持正向引导激励与反向惩戒约束并重。建立长期与短期兼顾的激励机制，通过适度拉长业绩考核周期、薪酬递延等方式形成合理有效的长周期考核评价体系 and 收入分配机制。

此外，扣分指标中也有涉及，薪酬激励过于激进，未能体现建立长期激励机制要求的，扣1分。值得注意的是，就在2021年11月，华福证券被出具警示函，这也是国内券商首次因投行薪酬激励机制不合规而受到处罚。

资本市场将迎 货银对付改革

据新华社电 证监会、中国证券登记结算有限责任公司14日就证券登记结算管理办法、结算规则等规章制度公开征求意见，中国资本市场迎来货银对付改革。

证监会相关部门负责人表示，我国资本市场绝大部分证券交易结算已达到货银对付效果，仅机构自营和托管业务的结算制度需进一步完善。本次改革顺应中国资本市场改革发展需要，落实证券法实施货银对付结算的要求，坚持稳字当头、稳中求进。“不变”的是投资者现有的交易结算习惯，个人投资者不受任何影响。“变”的是结算制度中T日日终证券不再无条件过户，而是与资金交收相关。

货银对付制度就是将证券交收和资金交收联系起来的机制，可通俗理解为“一手交钱，一手交券（证券）”。改革总体思路是保持投资者现有交易结算制度和习惯基本不变基础上，通过打标识的方式建立证券交收与资金交收之间的关联，完善违约处置安排。

中国结算负责人介绍，我国资本市场实行“T日证券过户、T+1日资金交收”的结算模式。T日证券过户为无条件过户，证券过户和资金交收不挂钩。通过客户交易结算资金第三方存管、全额保证金、交易前验资验券等中国特色的外部风控制度，经纪业务和融资融券业务中已实现本金风险控制要求。

对于未采用第三方存管、全额保证金制度的自营和托管业务，这次改革建立了证券交收与资金交收之间的关联。结算参与人T日日终资金不足额的，证券登记结算机构在证券过户同时，将相应证券打上“可售交收锁定”标识。T+1日资金足额的，解除证券标识完成交收；资金不足的，进行后续违约处置。

“这次改革是资本市场基础制度的完善，不会对已达到货银对付效果的经纪业务和融资融券业务设置标识，包括1.9亿个人投资者在内的经纪业务客户证券交易完全不受影响，无需为此作任何调整。”中国证券业协会托管结算委员会副主任委员陈秀清表示。

工商银行资产托管部负责人说，对于改革涉及的机构投资者，设置标识证券在T+1日可以正常卖出或用于申报各类业务，只要结算参与人在T+1日及时完成资金交收，其全部业务不受影响。

作为本次改革配套措施，证券登记结算机构拟同步降低结算备付金，并根据各结算参与人的资金具体收付时点，差异化设定最低结算备付金收取比例，将股票类业务最低收取比例由18%下调至整体15%左右。

重点关注以资本运作为主业的 金控或隐形金控平台

保险资金运用关联交易检查来了

羊城晚报讯 记者程欢报道：昨日，中国银保监会印发了《关于开展保险资金运用关联交易专项检查的通知》（以下简称《通知》），决定于2022年在全国范围内组织相关银保监会开展保险资金运用关联交易专项检查。

银保监会表示，将严肃查处违法违规问题，向市场主体传导监管压力，形成对违法违规行为的高压态势，坚决遏制保险资金运用关联交易不当行为蔓延势头。本次现场检查由中国银保监会非银行机构检查局负责统筹协调实施。

《通知》明确，本次专项检查重点关注对象为以资本运作为主业的金控或隐形金控平台，以及以多元发展激进扩张的产业资本为股东的中小型保险机构。专项检查的重点内容包括关联交易制度机制、关联交易信息披露、关联交易审查、资金运用类关联

交易行为四个方面。

银保监会表示，近年来，在对高风险机构进行风险处置中发现，保险资金运用关联交易存在较大的风险隐患，不当关联交易花样不断翻新，隐蔽性日益增强，部分公司股东和实际控制人采取多种方式掩盖关联交易实

质，规避关联交易内部审查、外部监管及信息披露。

本次现场检查作为银保监会成立以来首次专门针对保险资金运用关联交易的专项检查，也是保险机构监管主体职责改革后首次大规模专项检查行动。

多维度践行企业社会责任 蓝月亮七年蝉联中国公益节年度责任品牌奖

2022年1月13日-14日，第十一届中国公益节在上海举行。作为中国公益慈善领域最具影响力的年度盛事，在过去的十一年间，公益节推选出众多责任榜样和公益前行者。

在本届公益节评选中，日化洗护市场领导品牌蓝月亮再度荣膺“年度责任品牌奖”，这也是蓝月亮七年蝉联该殊荣，持续传递向上向善力量。

获奖背后，是外界对蓝月亮践行企业社会责任的充分认可，折射出蓝月亮对“产品(服务)更卓越、环境更友好、社会更幸福”的ESG行动原则的落实及对长期价值主义的坚守。多年来，蓝月亮始终坚持社会责任与创新稳健发展协同共进，在产品创新、环境保护、公益事业等多个维度践行企业社会责任，助力人民群众对美好生活的向往。

A. 洗涤浓缩先行者 推动行业可持续发展

蓝月亮品牌诞生于1992年，是以消费者为核心、以创新为驱动力的家庭清洁解决方案提供商。30年来，蓝月亮始终秉持着“将世界先进技术融入消费者生活”的研发理念，坚持科技创新，为消费者提供优质产品的同时助推行业可持续发展。以坚守创新和创造价值践行企业社会责任，正是蓝月亮七度荣膺“年度责任品牌奖”的重要原因。

洗涤行业作为与民生紧密相关的产业，实现绿色可持续发展是其必然途径，高效、环保型产品的研发是行业未来发展的主流趋势。其中，浓缩洗涤产品不仅带来更高效、轻松的洗涤体验，同时具备仓储面积更小、运输成本更低、包装废弃物更少、碳排放量更少等多重社会价值。中国洗涤用品工业协会理事长汪敏燕曾表示，加快推动洗涤剂浓缩化是行业绿色发展的重要选择，已成为行业的共识。

蓝月亮是国内洗涤行业中率

先研发与推广浓缩产品的企业之一。近年来，蓝月亮在该领域的研发投入持续加码，不断创新升级，推动行业迈向绿色浓缩时代。2015年，蓝月亮推出了国内首款采用泵头计量式包装的机洗至尊洗衣液，该产品是为中国家庭量身打造的“浓缩+”洗衣液，只需轻轻一泵即可洗8件衣服（男士标准短袖衬衣），升级洗涤体验的同时对环境更友好。2018年，蓝月亮推出至尊生物科技洗衣液，该产品被国家工业和信息化部列入“第5批绿色设计产品”名单。2021年，蓝月亮推出至尊生物科技除菌去味洗衣液，以强有力的除菌去味功能进一步升级洁净体验，是蓝月亮在洗涤剂浓缩化领域研发的又一里程碑。

蓝月亮还将浓缩理念贯彻到其他产品的研发中。如浓缩型餐洗科技产品——天露餐具果蔬洁净精华，一瓶300g的天露可洗2000个餐盘，用量相比国家标准

餐具洗涤剂减少67%；浓缩柔顺剂，相比蓝月亮绿色柔顺剂用量减少50%，而且更易漂洗，省时省力又节水。

蓝月亮坚定相信浓缩洗衣液是行业未来的趋势，而相关数据也印证了浓缩洗衣液在中国的增长潜力。据日化最前线《2020年度洗衣液市场状况及趋势洞察》数据显示，2015-2019年我国浓缩洗衣液零售额由7.5亿元增长至22.3亿元（CAGR高达31.3%），据弗若斯特沙利文预计2024年将达到54.9亿元，浓缩洗衣液渗透率将达到10.7%，未来想象空间极大。



C. 公益事业长跑者 助力人民对美好生活的向往

企业社会责任不仅是一种价值观念的外溢，还是企业经济价值与社会价值共融共生的内生性机制。一直以来，蓝月亮秉持与社会发展同频共振，积极参与各类公益事业，做公益路上的“长跑者”，力求把发展成果惠及民生、回馈社会，助力人民群众对美好生活的向往。

作为专业的家庭清洁解决方案提供商，蓝月亮充分发挥自身优势，对外传播洁净健康理念，助力我国卫生健康事业发展。蓝月亮连续21年支持“我

是健康小天使”活动开展，走进全国大中城市的小学及幼儿园，通过捐赠物资、发放健康知识手册、开展健康课堂、评选健康小天使等形式，助力我国儿童良好卫生习惯养成教育。面向在职女性，蓝月亮连续9年参与开展“智慧女性”系列活动，通过举办主题课堂、精品沙龙等向女性传递智慧生活相关知识，引导万千家庭打造高品质的洁净健康家居生活，为万千家庭送去洁净。

面对直接影响人们健康的灾情，蓝月亮更是彰显了高度企业社会担当。2021年，蓝月亮通过河南省慈善总会，向河南捐赠1000万元消毒杀菌清洁防护物资，涵盖蓝月亮84消毒液、抑菌洗手液等产品，助力河南开展灾后清洁卫生与预防性消毒工作，保障民众健康。2020年，新型冠状病毒肺炎疫情影响蔓延，蓝月亮先后调集了价值538.3万余元的防疫物资，捐赠至武汉等地，同时积极组织各工厂复工复产，倾尽全力保障消毒杀菌清洁防护产品的生产供应，被国家工业和信息化部纳入全国性疫情防控重点保障企业。

文化艺术是美好生活的组

成部分，蓝月亮也为推动文化艺术事业的蓬勃发展贡献了自己的一份力量。自2014年以来，蓝月亮连续首肯赞助了九届大学生艺术博览会，为广大年轻艺术家群体提供了美术馆级别的专业展示机会，同时还直接购买收藏了800余件艺术作品，给予年轻创作者以极大的精神鼓励与直接的经济支持。此外，蓝月亮还与大艺博携手开展了一系列公共艺术公益项目，让艺术浸润人们的日常生活，推动和普及了社会美育。为表彰蓝月亮的杰出贡献，大艺博组委会向蓝月亮颁发“中国青年艺术发展特别贡献奖”。

中国公益节相关负责人表示，企业的社会责任是要做对社会真正有贡献的事情，并长期持续下去。年度责任品牌奖，既是对蓝月亮多年责任长跑成绩的表彰，也是对未来的激励。未来，蓝月亮将继续坚定不移地践行ESG行动原则，着眼长期价值，以实际行动践行企业社会责任，进一步推动企业效益、环境效益和社会效益的协调可持续发展，努力成为中国企业社会责任的典范。

（文/戴曼曼）

B. 绿色发展践行者 企业发展和环境保护协同共进

有序推动绿色低碳发展，努力实现经济发展和环境保护协同共进——作为生态环境部部署2022年重点工作的重要内容之一，推动绿色低碳发展再度被重点关注。企业作为践行绿色低碳发展的重要主体，是产业集群碳排放、绿色转型和绿色创新的重要推动者。作为行业领跑者，蓝月亮始终将绿色发展理念纳入企业社会责任体系中，为推动绿色低碳发展贡献力量。

自创立伊始，蓝月亮便将绿色环保纳入企业经营准则，坚持绿色低碳、科技创新的发展战略，并将这一战略融入企业整个产品链条体系之中。目前，蓝月亮主

要洗衣液类产品通过了中国节水产品认证，90%以上的产品通过了中国环境标志认证。2021年，蓝月亮入选第三批工业产品绿色设计示范名单、广东省省级节水标杆企业，同时获得行业首批获得中国绿色产品认证、广州市首张产品碳标签评价证书。

在绿色产品方面，除了配方上的环保要求，蓝月亮持续推动产品包装低碳化，通过积极推广替换装，降低包材用量，进一步提升消费者的环保意识。此外，蓝月亮注重包装材料的轻量化、绿色化，并与供应商协同，通过专业项目优化包材的效能，来减少包装材料用量。除了为消费者提供绿色环保

的产品，蓝月亮还持续推广专业科学的洗涤方法，通过知识营销全面影响和提升消费者的洗涤习惯，用实际行动向消费者普及浓缩洗涤，推动行业绿色发展。

在绿色生产方面，蓝月亮秉承“源头预防，全程控制”的环境管理体系方针，在各环节始终秉持工厂集约化、原材料无害化、生产清洁化、废物资源化及能源低碳化，推动产业链上下游更加绿色环保。广州蓝月亮实业有限公司至今已连续4次被评为“广州市清洁生产企业”及“粤港清洁生产伙伴”。2020年，蓝月亮（重庆）有限公司还被评为国家级“绿色工厂”。

