数字人民币APP上架掀体验潮 多家平台下载量日均增超10倍

▲本报记者 李 冰

数字人民币(试点版)APP自1 月4日上架后,掀起一波体验热潮。

截至1月9日,华为应用市场的 数字人民币(试点版)APP下载量已 从上线首日的"不足万次"猛增至 "超580万次"。另有多家平台表 示,数字人民币(试点版)APP上架 后,日均新增推送数字人民币钱包 用户数增超10倍。

美团提供的数据显示,截至1 月7日,美团平台推送数字人民币 钱包的用户数日均新增近20倍,数 字人民币交易订单和交易金额日 均增长约25%。京东方面提供的 数据显示,数字人民币(试点版) APP上线后,推送数字人民币钱包 的用户数日均增长超10倍。

多数用户 期待在全国推广

2022年1月4日,数字人民币 (试点版)APP在苹果、安卓等各大 应用商店开放下载,"10+1"试点地 区的用户不再需要邀请码即可体 验数字人民币,由此引发了一波用 户体验热潮。以华为应用商店为 例,在1月4日上线首日,用户下载 量不足1万次;但截至1月9日21点 44分,用户下载量已增至581万次。

《证券日报》记者在下载注册 后发现,在新用户注册页面,数字 人民币(试点版)应用提示,数字人 民币面向深圳、苏州、雄安、成都、 上海、海南、长沙、西安、青岛、大连 以及冬奥会场景(北京、张家口)开 展试点,用户需根据自己所在地判 断是否符合注册条件。新用户注 册仅通过输入手机号、设置用户名 及支付密码,就可自行选择运营机 构快速开通钱包,无需输入姓名、 身份证号、银行卡号等个人信息。

目前,用户可开通工商银行。 农业银行、中国银行、建设银行、交 通银行、邮储银行、招商银行、网商 银行(支付宝)、微众银行(微信支 付)等9个运营机构的钱包,开通后 可按需要升级为实名钱包。

记者还注意到,数字人民币 (试点版)APP上线以来,在各大应 用商店的软件下载评价中,多数用 户在体验后表示"非常满意",期待 在全国推广。其中,在华为应用商 店中,有用户评价称,"与此前版本 相比,新版本体验感更好"。也有用 户表示,"已等待很久,期待全国普 及"。还有很多用户表示,希望自己 所在的城市可以成为试点城市。

北京市的张先生谈及初次体 验数字人民币(试点版)APP的感受 时,对《证券日报》记者表示,自己 开通了微众银行(微信支付)的钱 包,可根据个人喜好设置钱包名 称,觉得很有意思。"喜欢数字人民 币APP界面的简洁,而且,上拉收 钱、下滑付钱的体验感也非常好。' 张先生称。

博通分析资深分析师王蓬博 对《证券日报》记者分析称,"此次 APP全面上线,为数字人民币的全 面推广打下了基础,预计未来用户 将呈现倍数增长。'

多家平台新增 "数字人民币"人口

数字人民币(试点版)APP在各 大应用市场上架后,多家平台企业纷 纷官宣与数字人民币的对接情况。

1月5日,美团宣布外卖场景开 通数字人民币支付通道,这也是数 字人民币在"衣食住行"民生场景



数字人民币(试点版)APP 在苹果、安卓等各大应用商店 开放下载,由此引发一波 用户体验热潮

2022年1月4日,

以华为应用商店为例, 在1月4日上线首日, 用户下载量不足1万次; 但截至1月9日21点44分, 用户下载量已增至 581 万次

魏健骐/制图

1月6日,腾讯方面宣布,经前 期多阶段可控试点后,正式为用户 提供数字人民币服务,用户可开通 微众银行(微信支付)数字人民币 钱包,在实名信息和手机号保持一 致情况下,微信相关页面新增"数 字人民币"入口。

1月7日,京东宣布已实现第三 方商家接入数字人民币系统,成为 全国首批支持"自营+第三方商家" 使用数字人民币的企业,进一步丰 富了京东生态的数字人民币试点 应用场景。同一天,小米商城也对 外表示,正式上线数字人民币支付 服务。至此,由天星数科提供技术 支持的数字人民币场景,已经完成

小米集团新零售线上线下全场景 布局,所有试点城市用户均可以在 小米商城App使用数字人民币购买 商品。

自数字人民币(试点版)APP上 线以来,美团外卖是首个宣布全面 打通数币支付的重要应用场景。 京东方面则是将京东APP、京东金 融APP、京喜APP、七鲜超市等线 上、线下场景全部接入数字人民币 受理功能,京东聚合支付的数万家 线下商户已具备数字人民币的受 理能力,京东收银硬件产品(自助 收银机、柜台收银设备、智能POS机 等)均支持数字人民币支付。

《证券日报》记者从美团官方 拿到的数据显示,截至1月7日,美 团平台新增推送数字人民币钱包 用户数日均增长近20倍,数字人民 币交易订单和交易金额日均增长 约25%。

王蓬博对《证券日报》记者表 示,数字人民币APP正式上线,标志 着数字人民币探索已进入全量测试 阶段。随着测试深度的逐渐增强, 试点城市的数量也将不断增加。

易观高级分析师苏筱芮对《证 券日报》记者表示,数字人民币(试 点版)APP在各大应用市场上架,有 助于试点范围继续扩容,所覆盖的 用户以及开立钱包数量将迎来新 一轮增长。随着冬奥会场景的试 点落地,数字人民币有望得到更大 规模的推广。

生猪期货运行满周岁 超10家上市公司参与套保

▲本报记者 王 宁

2021年1月初,作为国内首个畜 牧期货品种和活体交割品种的生猪 期货在大商所挂牌上市,到现在已 成功运行一年《证券日报》记者在 调查后发现,在生猪期货运行的这 一年中,猪肉价格整体处于下行周 期,生猪期货与现货市场并行,有效 助力养殖企业抵抗了价格波动风 险,保障了养殖利润,在推动我国生 猪产业保供稳价、健全生猪产业平 稳有序发展长效机制等方面发挥了 积极作用。

截至目前,国内共有2600多家 单位客户(不含资管、特殊法人客 户)参与期货交易和交割。有90多 家养殖企业申请了套期保值资格, 其中包括牧原股份等10余家上市公 司。在生猪养殖业前20家龙头企业 中,已有19家向大连商品交易所提 交了交割库申请材料,有11家成为

生猪期货交割库。

累计成交1.74万亿元

最新统计数据显示,截至2022 年1月7日,生猪期货累计成交 616.69万手,累计成交额达1.74万亿 元。其中,LH2019和LH2111两个合 约共交割54手,全业务流程成功完 成闭环,相关规则制度及流程设计 得到市场全面检验。

中粮期货生猪研究员对《证券 日报》记者表示,生猪期货先后经历 挂牌、标准仓单注册、首次交割配对 等几个阶段。其中,交割环节最重 要。生猪期货首个交割月共配对交 割20手,包括5手车板交割、15手仓 单交割,涉及9家卖方会员的13个客 户、10家买方会员的10个客户和6个 交割库。总体来看,期货价格较好 地反映了市场预期。

生猪期货上市后,恰逢生猪现

货市场下行周期,生猪期货整体运 行平稳,成交量、持仓量稳步增加, 基本发挥了价格发现与套期保值功 能,在助力养殖产业规避价格下跌 风险中发挥了重要作用。

当现货价格在1月份高企时,期 货价格呈现贴水; 当现货价格在6月 份、7月份跌入谷底时,期货价格呈现 升水,均为生猪行业的生产和消费企 业提供了良好的价格指引,在一定程 度缓释了现货价格的过度波动。

因此,虽然国内生猪行业处于 下行周期,但生猪养殖经营者的信 心却在增强,整个生猪产业的发展 也比较稳健,这既是市场各方积极 联动共同助力保供稳价的结果,也 得益于大商所多举措并行保障生猪 期货功能稳定发挥所作出的努力。 在确保生猪期货安全稳定运行的基 础上,大商所通过调整套保额度、设 计多元化交割服务、推广"大商所农 保计划"等,满足了各类参与主体对

套期保值的需求,促进了生猪产业 的健康稳定发展。

养殖企业积极参与

生猪期货所发挥的价格发现和 规避风险功能,逐步惠及产业链各 主体。生猪养殖企业和养殖户也对 生猪期货的市场运行及功能发挥情 况给予了积极评价和高度肯定,并 对生猪期货的未来发展充满期待。

中粮家佳康食品有限公司董事 长江国金对《证券日报》记者表示, 生猪期货的推出意义重大,公司根 据自身养殖情况积极参与,通过卖 出套保以规避经营风险,是参与生 猪期货交易的直接受益者。

牧原股份董事会秘书秦军也向 记者表示,生猪行业长期以来缺乏 价格发现机制,生猪期货推出后,为 养殖行业提供了一个管理风险的新 渠道,有助于推动养殖行业定价方 式转变。企业可以通过期货套保、 仓单销售,或从场内产品延伸出的 非标准品交易等方式,提前锁定出 栏价格。未来公司将逐步增加参与 度,为行业良性发展做出更多贡献。

记者了解到,大型上市公司利 用生猪期货规避价格风险的已不在 少数,而数量众多的中小养殖户更 多采用生猪"保险+期货"模式来规 避风险。华西期货及平安财险去年 利用生猪期货,在凉山州布拖县开 展了生猪"保险+期货"项目,为当地 的36户生猪养殖户的2880头猪提供 了保障,最终赔付约115.5万元,赔 付率为334%。当地养殖户对记者 表示,"没想到会赔付我们那么多 钱,要不然养一年猪可就亏死了。"

市场人士指出,任何新品种走 向成熟并发挥功能,都有一个渐进 过程。生猪期货上市一年来成绩喜 人,但仍需长时间深耕细作和精心 培育,更需社会各方的支持和理解。

数字藏品热潮再起 B站、安踏等多位重磅玩家入场

▲本报记者 李 文 见习记者 张 博

2022年,国内数字藏品(NFT) 市场热潮再起,迎来多位重磅参 与者。

1月5日,哔哩哔哩(以下简称"B 站")宣布发布首款数字艺术头像 "鸽德",并正式开放报名。1月6日, 安踏发布以北京冬奥会为主题的数 字藏品。1月8日,泰康在线宣布,已 于近日发布保险业首个数字藏品; 起点读书则发售国内首个网文数字

中国人民大学国际货币研究所 研究员陈佳对《证券日报》记者表 示,基于区块链技术的数字藏品 如雨后春笋般相继登场,这至少 说明两点:一是数字藏品的推广 理念正被逐渐认可;二是数字藏 品的市场规模正在逐渐扩大。

此外,国内相关监管制度也 在不断探索中。陈佳称,对很多 企业而言,这是一个必须把握的 升级机会,搭建交易平台、推出 数字藏品,既是服务企业的战略 发展方向,也契合NFT行业的发

展诉求。

NFT是布局元宇宙重要一环

在上述发行数字藏品的企业 中,作为Z世代年轻人聚集地的B站 更令人期待。此次发行的数字藏品 "鸽德"是建立在B站高能链之上的, 全网限量2233个,每个"鸽德"头像 都有独特的编号和样式。

与其他数字藏品不同的是,B站 发行的数字藏品有两个新功能:一 是"衍生品制作";二是"线上二次创 作"。其介绍页面显示,用户在持有 此数字藏品期间,有权基于本藏品 进行制作、销售,并宣传实体周边; 有权基于本藏品进行二次创作,并 用于网络传播。这意味着,拥有B站 数字藏品的用户,除了收藏展示外, 还拥有部分商业开发权利。

《证券日报》记者注意到,数字 藏品是B站高能链的应用场景之一, 更是B站布局元宇宙生态的重要一 环。据介绍,"高能链"是一种"元字 宙生态",是为新应用、文化、游戏以 及数字资产构建的数字原生社区,除 拥有数字藏品场景外,还可在虚拟宠 物、数字身份等多个场景中应用。去 年12月份,B站高能链进行了测试。

"NFT(数字藏品)被认为是未 来元宇宙的基础设施之一,是最契 合元宇宙的资产类别。"中国移动通 信联合会元宇宙产业委员会执行主 任于佳宁对《证券日报》记者表示, 每一个NFT都是独一无二、不可分 割的,可以实现权属清晰、数量透 明、转让留痕。它是数字世界的价 值载体,是连接现实世界和数字世 界资产的桥梁。

泰康在线、安踏等数字藏品发 布方也未掩饰对元宇宙的憧憬。泰 康在线以旗下自有IP TKer为原型, 发布了首个数字藏品"福虎开泰"。 据泰康在线有关负责人介绍,"打造 品牌NFT数字衍生周边,是泰康在 线在元宇宙迈出的重要一步。我们 坚信,元宇宙带来的新一轮技术革 命,未来将在提升互联网保险用户 体验、颠覆保险购买认知等方面发 挥无与伦比的价值。"

安踏则联合天猫,在超级品牌 日打造互动数字空间"安踏冰雪灵 境"。在该场景中,用户需收集炽热 加油值点数,来解锁数字藏品。"灵

境"一词正是钱学森对元宇宙、虚拟 世界的中式解读。

于佳宁认为,探索新的NFT种 类和应用,将会在建设元宇宙中获 得竞争优势。例如,探索"资产上 链",可让物理世界的资产映射为 NFT,在元宇宙中实现应用和流转, 促进数字经济与实体经济深度融合。

严防炒作成NFT行业共识

《证券日报》记者注意到,上述推 出数字藏品的企业,在用户协议中均 有"严防数字藏品炒作"的相关表述。

安踏方面要求,拥有安踏数字 藏品的用户,可在支付宝中的"鲸 探"(原蚂蚁链粉丝粒)小程序查看, 需遵守《蚂蚁链数字藏品平台用户 服务协议》,需要持有数字藏品达到 180天后才能进行转赠。为了防止 炒作,受赠方需要在接收数字藏品 满两年后,方可再次发起转赠。

B站明确表示,旗下数字藏品不 具备支付功能等任何货币属性。不 鼓励任何形式的数字艺术头像炒作

起点读书在用户协议中明确提

出,严格禁止利用数字藏品进行炒 作、场外交易、欺诈、洗钱、集资、公 开发行证券或以任何其他非法方式 进行使用。

反对数字藏品炒作已成为国内 数字藏品行业共识。从技术上看, 国内大部分数字藏品采用联盟链技 术,联盟链交易和数据处理的可控 性保证了NFT产业朝合规化方向发 展,可有效防止投机炒作的发生。

从共建良性发展生态来看,2021 年,国家版权交易中心联盟、蚂蚁集 团、京东科技、腾讯云等机构共同发 布《数字文创行业自律公约》,达成了 杜绝虚拟币、防范投机炒作和金融化 风险、防范洗钱风险等多项共识,表 明了"合规发展、反对炒作"的决心。

欧科云链研究院高级研究员蒋 照生在接受《证券日报》记者采访时 表示,目前数字藏品市场依旧存在 投机炒作的可能性,仍需保持高度 警惕,对相关炒作行为予以严厉打 击。积极立法是妥善利用新技术、 鼓励创新业态良性发展的必要路 径。相关部门应进一步明确数字藏 品属性,逐步将其纳入监管体系,以 规避可能引发的金融或法律风险。

外资开年"扫货"保险股 增仓中国人保与新华保险

▲本报记者 苏向杲

过去一年股价表现持续低迷的保险股,在 2022年开年逆市反弹。今年的前四个交易日, 保险板块(申万二级分类)合计上涨4.44%,大幅 跑赢A股市场三大指数,涨幅排名A股各板块的

保险板块逆市上涨的背后,不乏一些"聪明" 资金在大幅加仓。东方财富Chioce数据显示,今 年前四个交易日,外资通过沪股通对五大A股上市 保险股悉数加仓。截至1月9日,外资对中国人 保、新华保险、中国太保、中国平安、中国人寿的持 股量较2021年12月31日收盘时的持股量分别增 长25%、8%、6%、2%、2%,"扫货"迹象明显。

年初的逆市反弹,是市场风格切换引发的超 跌反弹,还是保险业基本面变化引发的反转行 情?业内人士和金融机构普遍认为,目前保险业 基本面并未出现反转迹象,今年一季度保费增速 可能会继续承压。年初保险股的逆市上涨,更多 来自去年超跌后的反弹。

保险业基本面尚未反转

"开门红"情况是衡量保险业基本面的最重要 指标之一。历年的一季度是保险业重要的展业阶 段,在"开门红"期间,部分险企的保费收入甚至能 占全年保费的一半左右。因此,观察上市险企在 "开门红"期间的主推产品及展业情况,基本能预 测出一季度保费、新业务价值等指标的增速情况。

今年险企的"开门红"颇显低调。过往多年, 不少险企会在官方微信公众号等渠道公布元旦当 天或前几天的"战报"(保费规模、增速、高价值业 务规模等),今年则鲜有险企公布这一数据。

险企低调应对"开门红"与当前的监管环境和 展业环境不无关系。一家大型寿险公司北京分公 司市场部相关负责人告诉记者,今年的"开门红" 挺难的。一是展业困难;二是增员困难;三是监管 很严;四是产品同质化严重。在她看来,目前普通 消费者对保险的需求很疲软,但高净值人群的保 单销售情况较好。

一家国有银行的保险代销业务负责人对《证 券日报》记者表示,今年受《中国银保监会办公厅 关于进一步规范保险机构互联网人身保险业务 有关事项的通知》等相关政策的影响,银保渠道 大都将传统的"开门红三天集中式"推动模式前 移至去年12月份,通过预约投保、推迟收入入账 等两大策略有效应对不利的展业环境。今年前8 天,银行代销渠道的保费收入同比增速较为平 稳。但未来保险监管政策、疫情防控等方面仍存 在诸多不确定性因素,"开门红"保费增速情况仍 待进一步观察。

去年以来,监管部门鼓励险企平稳发展业务, 压缩了险企对今年"开门红"的准备时间。2019 年,银保监发布《关于加强规范管理促进人身保险 公司年度业务平稳发展的通知》,通报批评了部分 "开门红"期间销售节奏激进的险企,引导险企逐 步淡化"开门红"。此外,因2021年营销员流失、消 费者需求低迷,以及险企保费增长承压导致年末 考核压力骤增的因素存在,险企去年第四季度业 绩冲刺的任务加重,也导致2022年"开门红"的启 动时间较晚。

华金证券分析师崔晓雁认为,"开门红"对险 企的业务贡献很重要,近年来"开门红"期间的保 费收入基本占到全年保费的40%至50%。另外,年 末岁初是理财旺季,居民资金充裕,终端需求旺 盛,也会刺激保费增长形成正向贡献。随着2021 年末资管新规过渡期结束,"开门红"产品的收益 经附加万能账户增厚后,与银行类理财产品的预 期收益相比更具优势,吸引力也更强。但是,"开 门红"期间的保费增速仍面临疫情、代理人流失、 监管趋严等方面的影响。

此外,2021年"开门红"期间的保费基数较高, 也对今年上市险企的保费增速形成压制。国泰 君安非银金融刘欣琦团队表示,受2021年"开门 红"新老重疾险促销带来的高基数、营销员数量 大幅下滑,惠民保、互联网保险产品的联合冲击, 以及居民对重疾需求减弱的共同作用下,预计 2022年"开门红"期间保障产品的销售仍面临较

银河证券分析师武平平也认为,2022年"开门 红"期间保险新单销售承压,寿险改善仍需时日。

包括新华保险党委书记、总裁李全以及平安 集团联席CEO陈心颖等在内的部分上市险企的 高管也认为,保险行业需要过几年苦日子,转型 成效不会在短时间内显现,至少需要几年时间才 能显效。

保险股低估值优势显现

尽管保险行业基本面尚未迎来反转之日,但 随着股价的持续下跌,保险股的估值已显现出优 势,吸引部分机构开始对其加仓。

近期,平安证券、浙商证券、华金证券等几家 券商纷纷指出,保险股估值目前已处于历史低位, 具有一定的安全边际和配置价值。

外资在2021年对部分保险股逆市加仓之后, 今年以来更是持续加仓保险股。其中,外资对中 国人保、新华保险、中国太保的加仓幅度较大,1月 9日的持股量较2021年12月31日收盘时的持股量 分别增长25%、8%、6%。

值得注意的是,虽然不少机构看好保险股的 低估值优势,也有头部险企高管公开表示看好保 险业长期发展前景,但目前保险业基本面尚未迎 来反转,未来经营仍面临较大不确定性,能否支撑 股价持续反弹也存在很大悬念,因此在投资时仍 需防范市场波动风险。

本版主编 袁 元 责 编 汪世军 制 作 董春云 E-mail:zmzx@zgrb.net 电话 010-83251785