

# 紧抓年底冲刺期 各地促消费举措点多面广

■本报记者 朱宝琛  
见习记者 寇佳丽

近日,多地密集发放新一轮消费券,全力冲刺年终消费旺季。例如,江西省商务厅表示,将于2023年12月份面向全省发放总额为1953万元的“2023江西省级汽车消费券”,消费券申领及购车时间为2023年12月1日0时-12月31日24时,支持线上线下商户付款消费。四川省商务厅表示,针对商超、家居(家电)、餐饮等消费重点领域,在全省范围内发放2023“蜀里安逸·暖冬乐享”消费券,省级财政出资1亿元。据海口市商务局消息,11月25日上午10时起,新一批总额为150万元的海口市离岛免税消费券通过抖音生活服务平台发放,最高可享满15000元立减1500元,还可叠加免税店线下门店折扣优惠使用。

对此,星图金融研究院高级研究员付一夫向记者表示,多地发放新一轮消费券,呈现出较为明显的地方特色,即基于当地现实需求,针对特定领域、特定行业进行发放。此外,线上线下结合趋势明显,电子消费券更易激发消费热情。

“从最新一轮消费券发放情况看,各地使用的发放渠道更加开放、多样化,覆盖面广泛,方便不同人群享受优惠;资金支持力度也较高,以期在年底前抓住本轮消费冲刺期,为全年促消费做好收尾工作。”中国数联融合50人论坛智库专家洪勇向《证券日报》记者表示。

除发放消费券外,多地还出台了其他举措,以更好释放当地居民消费



崔建岐/制图

潜力。例如,广东省近日印发《广东省进一步提振和扩大消费的若干措施》,提出多项具体措施;西安市商务局日前宣布将正在开展的新能源汽车消费补贴活动时间延长至2023年12月31日(以购车发票时间为准)等。作为扩大内需的重要内容之一,促消费工作贯穿全年,目前看已取得不错成效。商务部最新数据显示,1月份至10月份,我国社会消费品零售总额累计38.54万亿元,同比增长6.9%。10月份,社会消费品零售总额4.3万亿

元,同比增长7.6%,增速比9月份加快2.1个百分点,连续3个月回升;其中,商品零售额同比增长6.5%,增速比9月份加快1.9个百分点。

“年初至今,多地打出促消费组合拳,消费券、补贴、折扣等轮番上阵,最大程度吸引消费者。接下来还会有全国年货购物节、元旦等消费节点,在提升服务质量、完善消费体验的基础上,前述促消费举措有望助力年底消费冲刺取得佳绩。”国研新经济研究院创始院长朱克力向记者表示。

浙大城市学院文化创意研究所所长林长平在接受《证券日报》记者采访时表示,加强消费者权益保护、提升消费安全感很重要。当前,消费者在关注消费便利性、丰富性的同时,也十分关心产品的安全系数以及售后服务水平,这些都是扩内需促消费的着力点。

付一夫表示,消费券、折扣等能在短期内取得不错效果,长期看还是要为中小企业提供更多帮助,从稳就业稳增长的角度强大消费信心、提升消费意愿。

# 消费补贴活动接续落地点燃购车热情 全年汽车销量剑指3000万辆

■本报记者 龚梦泽

年终岁末,为进一步稳定和扩大汽车消费,南京、长沙、苏州等地相继推出促进汽车消费的“政策礼包”。

“各地鼓励汽车消费的政策较为直接,针对性较强,通过发放消费券或给予置换补贴等,使更多的消费意愿得到释放,短期内可以大幅拉动销量,有助于全年汽车产销冲击新高点。”乘联会秘书长崔东树认为。

具体来看,11月26日,《证券日报》记者从南京市商务局获悉,南京市将发放2023年第二轮汽车消费补贴。“从2023年11月28日(含)起,面向全市再次开启2023南京国际消费节汽车消费补贴活动。”南京市商务局相关负责人介绍,其中,20万元以下,燃油车和新

能源车均按照1000元/辆给予一次性补贴;20万元(含)以上,燃油车按照4000元/辆给予一次性补贴;新能源车按照5000元/辆给予一次性补贴。

无独有偶,11月25日,长沙市也刚刚启动了2023年第四季度汽车促消费活动,计划投入2000万元进行汽车购买补贴,进一步释放汽车消费需求。今年以来,长沙市以落实“消费提振年”为抓手,全力支持和稳定汽车等大宗消费,截至11月下旬,全市已开展各类汽车促消费活动近20场,市区发放购车补贴超1亿元,带动汽车消费55亿元。

数据显示,今年前10个月,长沙市新能源汽车零售额同比增长39%。“随着近期比亚迪旗下方程豹、仰望等品牌落地,长沙汽车消费市场将迎来新爆点。”长沙市商务局相关工作人员表示。

同样在11月25日,“苏州市秋冬季系列促消费活动——冬季汽车消费季”正式启动。活动时间为2023年11月25日至2024年3月31日。针对在苏州市参与活动的汽车经销企业处购买新能源乘用车新车的个人消费者,按照相关标准予以无门槛数字人民币消费红包补贴。

《证券日报》记者了解到,此次活动补贴资金总计高达1亿元,实行总额控制,先到先得,用完即止,对购车者户籍及是否在苏州市上牌不作限制。补贴标准方面,购车价格(以机动车销售统一发票上含税价为准,下同)20万元(含)至30万元以内的,购车并审核通过后给予一次性4000元数字人民币消费红包补贴;30万元(含)以上的,购车并审核通过后给予一次性6000元数

字人民币消费红包补贴。

事实上,各地积极刺激汽车消费的背后,是对车市尤其是新能源汽车市场保持快速增长的寄望。数据显示,2022年,国内新能源汽车零售567.4万辆,同比增长90%,成为全年车市的亮点。

而在今年相关促消费政策的积极引领下,前10个月,我国新能源汽车产销量分别达735.2万辆和728万辆,同比分别增长33.9%和37.8%,市场占有率达30.4%。

对于2023年国内车市表现,中汽协副总工程师许海东表示,今年汽车行业超过预期,总销量有望达到3000万辆,创历史新高。新能源汽车方面,中汽协此前预测新能源汽车销量或同比增长30%至900万辆。

# 6家机构被支付清算协会约谈 涉及特约商户挪用收款码等问题

■本报记者 李冰

日前,中国支付清算协会(以下简称“支付清算协会”)发布公告称,支付清算协会针对2023年上半年举报处理中发现的特约商户挪用收款码或网络支付接口等问题,约谈了6家会员单位负责人。

支付清算协会在约谈中通报了各单位存在的违规问题,分析问题产生的原因;结合中央金融工作会议精神,提出了进一步加强内控合规管理,规范特约商户入网审核,加大巡检力度,强化交易监测和支付账户管理,进一步加强消费者权益保护工作等自律管理要求。同时,对前期下发的风险提示、典型案例有关情况进行了跟踪了解。

据了解,针对支付清算协会此次约

谈提出的相关问题及自律管理要求,被约谈单位均表示将积极进行整改,进一步建立健全风控合规管理制度,强化科技投入,不断完善交易监测模型和风控规则,合规开展各项支付业务。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮对《证券日报》记者表示:“压实合规经营主体责任,加强特约商户入网审核和交易监测等重点业务环节管理,及时堵塞风险漏洞,有利于进一步提升机构风控水平。”

据《证券日报》记者不完全统计,自2018年至今,支付清算协会针对举报处理情况约谈相关会员单位负责人已达9次。从近两年对违规机构的约谈内容来看,特约商户挪用商户收款码、特约商户转接或挪用网络支付接口等违规问题一直是监管部门重点关注的领域。

比如,2022年4月份,支付清算协会曾针对2021年10月份-12月份举报处理中发现的特约商户挪用商户收款码、特约商户转接或挪用网络支付接口、超出核准业务覆盖范围开展银行卡收单业务、资金结算不合规、支付账户超额等问题,通过线上方式分别对3家相关单位负责人进行了约谈。

“挪用网络支付接口主要发生在两个环节:一是商户入网时支付机构审核不规范;二是入网后对商户巡检和交易监控等日常管理不到位。”博通咨询首席分析师王蓬博认为,存在特约商户挪用网络支付接口、特约商户挪用商户收款码等问题,说明支付机构并未履行KYC(了解你的客户)责任。支付机构应对所涉商户充分了解,并对其资金走向、风险控制等承担相关责任。

(上接A1版)

比如,对于此次会议提到的“要加快发展战略性新兴产业,坚持一把手主抓,明确优先级,锚定重点产业抢占发展、错位发展,培育孵化一批独角兽企业,联合建设一批战略性新兴产业集群”,朱昌明认为,“培育孵化一批独角兽企业”显然不能依靠传统投资模式来实现,未来一定将借助资本市场,通过市场化投融资方式等才能实现。

朱昌明预计,接下来,国资央企将围绕服务国家战略落地、促进产业链固链补链强链、集聚创新资源力量、提升资源配置效率、强化内部资源整合等关键领域,实施覆盖面更广、参与主体更多、精细化程度更高的重组整合,尤其是要突破资本之间、地方之间的壁垒,整合范围、整合对象将更加多元。预计后续央地合作将是重组整合的主角,东北地区也将成为重组整合

的热点区域。

中国企业联合会特约高级研究员刘兴国在接受《证券日报》记者采访时表示,未来一段时间,中央企业战略性新兴产业领域的专业化整合有望加快推进,以打造优势龙头企业。预计后续央企专业化整合的重点领域,将集中在电子信息、数字经济、工业软件、新材料、芯片、高端装备制造等领域。

对于此次会议在支持推动东北全

面振兴取得新突破方面所提到的“加大重组整合、分配激励、管理体系等改革推进力度”,刘兴国提醒,虽然重组整合有望成为优化东北地区国有经济布局的重要抓手,但也要注意科学运用重组整合手段,即重组整合要以中央企业与地方国有企业内部或之间的专业化整合为主,要通过重组整合为东北地区民营企业的发展创造更多机会,更好带动东北地区民营企业发展。

# 保险代理人团队质效提升 “优增”策略成行业共识

■本报记者 冷翠华  
见习记者 杨笑寒

在近年来寿险业高质量改革转型中,代理人渠道作为寿险主渠道,一直是改革的重点,也是当前行业最为关注的焦点。近期,有关保险销售渠道人力队伍的研究报告接连出炉。

未来保险行业代理人渠道的发展方向何在? 代理人渠道的转型对整个行业的发展有何影响? 接受《证券日报》记者采访的业内人士认为,整体来看,随着保险代理制销售人员(下称保险代理人或保险营销员)质量的提升,采取“优增”策略成行业共识。长期来看,代理人平均产能的提升会形成“良币驱逐劣币”的格局,优化保险行业个险营销格局。

## 代理人素质提升

过去三十年来,“金字塔”式的保险代理人队伍,为寿险行业的发展打开了局面,代理人渠道成为各大寿险公司保费收入的重要支撑,但随着市场的发展,这一制度的局限性日渐凸显。代理人规模自2019年冲上912万人高位后便进入下行通道,队伍人才流失量巨大。

随着代理人渠道转型进入深水区,代理人队伍的未来发展方向备受业内关注。近期,多个有关保险销售渠道人力队伍的研究报告发布。11月14日,北京大学汇丰商学院风险管理及保险研究中心、保险行销集团保险资讯发展中心联合发布了《2023中国保险中介市场生态白皮书》;11月18日,泰康保险集团联合第三方调研机构益普索(Ipsos)发布《2023保险合伙人白皮书》,探讨2023年保险代理人队伍的基本特点。

上述报告均显示,保险行业步入清虚转型期,在缩减代理人队伍规模的同时,也伴随着代理人素质和能力的提升。《2023中国保险中介市场生态白皮书》显示,2023年保险营销员队伍中,本科及以上学历的营销员群体占比为26%。相较于2018年学历结构有所提升,特别是高学历的营销员比例上升显著。在工作业绩方面,与2018年相比,保险营销员签单的保单件数和月收入均有所提升。

这一结果的出现,主要得益于保险公司在营销员队伍方面的改革:一是降低无效、低效人力;二是提高营销员门槛,引进优质代理人。

根据2023年上市险企三季报,目前个险销售人力下降的趋势已经逐渐放缓,出现企稳态势。随着个险销售人力逐步清虚,更多企业将目光放在了核心队伍的增员上,“优增”策略成企业共识。

泰康保险集团市场产品部负责人叶音对《证券日报》记者分析称,目前“人海战术”的销售方式逐步失灵,行业代理人数量已不足最高峰时期的一半,很多公司必须要适应从高速增长向高质量发展的转型。采取“优增”策略,进行人才转型,已成为大部分险企的共识。

中国人寿相关负责人表示,公司在业绩发布会上表示,公司不希望追求销售队伍数量上的简单增长,而是在量和质上追求平衡,随着增员质量和育成效益的不断提升,预计明年年会进一步抬高增员标准。

谈及如何进一步进行队伍的“优增”,叶音表示,“优增”需要了解行业、叶音表示,“优增”需要了解行业、经验及资源适合的人员,例如地产业、金融、互联网业的销售人员。在招聘方式上,可以组建招聘团队,通过发布招聘启事等,以经营公司的方式经营团队,而不是像小作坊一样通过个人渠道增员。这是调研过程中发现的非常好的思路。

《2023保险合伙人白皮书》也提到,招聘平台是团队长在增员时可进一步考虑使用的拓展渠道。

“增员渠道分两大板块,一是‘热渠道’,包括朋友介绍等方式;二是‘冷渠道’,包括网络直播平台、招聘网站等,我们也有一些团队长自己在招聘网站注册会员,发布招聘信息、筛选简历,通过陌生渠道增员,但目前使用比例还不高。”一位保险绩优代理人介绍道。

## 持续优化队伍结构

受访人士认为,代理人队伍中人员质量的提升,有助于增强保险行业的规范性、提升保险行业代理人职业的社会认可度,最终有利于保险行业健康发展。

对外经济贸易大学保险学院教授王国军对《证券日报》记者表示,个险代理人数量的减少短期冲击很大,但长期来看并不是坏事,平均产能的提升会形成“良币驱逐劣币”的格局,个险营销体制在优化。

益普索资深研究总监肖丽娜对《证券日报》记者表示,近两年明显感觉保险行业的社会认可度增加。调研显示,74%的代理人感到保险行业发展前景好,70%的绩优代理人认为公司品牌和平台优势强,新的高素质人员的加入,也让行业的社会认同度得以提升。

谈及未来如何进一步推动保险行业的人才建设,肖丽娜表示,一是要加强宣传,让更多人了解保险行业代理人是可选择的职业和方向;二是要提高招聘人员的留存率,通过提供体系化的、受认可的薪酬制度与晋升路径,给代理人更好的职业发展前景;三是要加强人才培养,提供专业化培养体系,实现团队与人才的相互赋能。

在优化保险营销队伍结构方面,诸多险企已在持续探索并不断优化。例如,新华保险副总裁王锦文在三季度业绩发布会上表示,公司将从三方面继续优化队伍结构,一是继续优化队伍增员优化的组织发展方案,壮大队伍根基;二是全面优化荣誉体系,倡导绩优人员积极参与竞争,提升队伍产能;三是研究和酝酿新基本法,以绩优队伍和主管为基本法的利益重点,并重点关注可持续长期发展的技术管理。

# 贺岁档票房已超3.6亿元 56部影片中能否跑出年终黑马?

■本报记者 李豪悦

临近年末,电影市场贺岁档(11月24日-12月31日)正式开启。灯塔数据显示,截至11月26日(晚7时30分),贺岁档票房已达3.65亿元。据记者不完全统计,已有56部影片定档贺岁档。

在已上映的13部影片中,《涉过愤怒的海》票房达到1.66亿元,票房遥遥领先;《我是高山》《刀尖》《蜡笔小新:新次元!超能力大决战》等三部影片紧随其后,档期票房均超过3000万元。

除此之外,在剩余待上映的43部影片中,想看人数超过10万的新片有4部,分别为《再见,李可乐》《三大队》《潜行》《一闪一闪亮晶晶》。

一位业内分析师向《证券日报》记者表示,贺岁档有望进行年终冲刺,但想要达到暑期档的成绩还有些吃力。

从灯塔预测数据来看,贺岁档上映影片中,预计票房可以超过10亿元的作品并不多。《涉过愤怒的

海》在当前票房一骑绝尘的情况下,最终票房预测数据在8亿元左右。

“从目前上映影片类型来看,不排除悬疑犯罪题材赛道再跑出一部话题电影带动票房的可能性。”一位影评人告诉《证券日报》记者,今年多部爆款都是悬疑犯罪题材,说明观众对于反转悬疑题材还是有很大需求的。

据记者不完全统计,除了目前票房领先的《涉过愤怒的海》为犯罪悬疑题材外,《三大队》《热搜》《瞒天过海》等多部待上映影片都有悬疑元素。

值得一提的是,进入2023年票房前十的电影中,将近一半题材涉及犯罪和悬疑元素,包括《满江红》《孤注一掷》《消失的她》《坚如磐石》等。

上述分析师认为,悬疑题材今年持续走热,一方面是整个影视市场都在追求故事上的反转,戏剧性冲突更强,借助短视频宣传很容易调动观众兴趣;另一方面是此类题材对于制作方的能力要求普遍较高,也是今年电影市场内容精品化的特征之一。