



继城市副中心的健身房、朝阳区的菜市场之后，北京商报记者的数字人民币探店之旅来到了北京市海淀区。“万园之园”圆明园内所有商店均支持数字人民币支付，电子产品发烧友集聚在小米之家线下商城也体验了一把数字人民币，在更日常化的T11生鲜超市，收银台处的数字人民币标识吸引了不少买菜的阿姨……在数字人民币试点工作中，海淀区正在先行先试。

300岁圆明园遇上数字人民币

场景1 圆明园：全园覆盖

尽管是工作日，但位于北京市海淀区的圆明园景区依旧游客如织。6月25日，北京商报记者来到圆明园进行了亲探，留心观察便不难发现，不论是景区门口的售票区，还是园区内布局完善的商店，均张贴了“欢迎使用数字人民币”的标识。

在位于圆明园主轴线上的三孔桥商舖，北京商报记者注意到，店外窗口以及店内的收银区均张贴了多张数字人民币标识。在问及当前是否可以使用数字人民币结账后，收银员随即给出了肯定的答复。

据三孔桥商舖店长介绍，自圆明园参与数字人民币试点以来，经常有游客看到店内的标识后主动询问相关事宜，店内工作人员也会向游客进行宣传。尽管当前红包试点活动已经结束，但仍有用户选择使用数字人民币App充值后支付。

“接入数字人民币支付渠道后，最大的体验是方便。”三孔桥商舖店长介绍称，圆明园是北京知名景区之一，各类节假日客流量较大；在过往的支付环节，难免会因为客流量太大出现网络故障，导致后面排队的用户不满。而数字人民币有效解决了这一问题，对于商家和用户都更为便捷。”

在圆明园售票处旁的清史书店，不少年轻游客在挑选圆明园原创文创产品。游客王雪（化名）使用数字人民币购买了一份圆明园景观的纪念品，王雪告诉北京商报记者，在申请数字人民币红包未能中签后，其去银行网点申请开通了数字人民币账户。“但一直没有找到合适的机会使用，刚好这一次陪朋友来圆明园，第一次使用觉得很新奇。”王雪说道。

圆明园相关负责人告诉北京商报



者，圆明园内13家商店、售票处已经全面接入数字人民币支付，这也是海淀区充分落实数字人民币应用场景推广工作的积极探索。在推广数字人民币应用的同时，加强圆明园科技与文化深度融合，为公众提供更加便捷、舒适的游园体验。

场景2 小米之家：退款秒到账

除了圆明园这类休闲场所，海淀区的数字人民币试点场景还覆盖了多处商圈。在小米之家清河万象汇店，数字人民币这一新兴支付方式也为这家科技感十足的店铺增添了更多色彩。

店内一工作人员向北京商报记者介绍称，小米之家清河万象汇店客流量大；米粉“数量多。作为小米公司打造的直营客户中心，小米之家所售商品包括手机、电视机、智能音箱等多类电子产品，这里也成为不少“电子产品发烧友”的聚集地。

前述工作人员表示，店内消费群体主要以年轻人为主，因此对数字人民币的接受程度更高；也有消费者向我们反馈称，打开数字人民币App就能看到人民币相关图样，更接近真钞体验，使用中更具安全感。有国家做保障，不用担心出现盗刷等问题”。

在谈及使用数字人民币收款的具体体验时，前述工作人员介绍称，对于退货环节印象深刻，不论是红包试点活动期间还是当前，使用数字人民币付款后发生退货，退款可快速退回支付账户，顾客无需长久等待，这样不仅提高了顾客满意度，员工操作也相当方便。

此外，北京商报记者还在小米之家店内结算系统中关注到，用户使用数字人民币付款后，后台记录的支付方式标注为“数字人民币”。工作人员指出，当前使用数字人民币支付的订单数量在不断增多，数字人民币与小米结算系统之间完美适配。

场景3 T11生鲜之家：老夫妻的新习惯

海淀区的数字人民币应用场景，还体现在更多日常化的使用需求中。在T11生鲜超市当代商城店，北京商报记者注意到，超市内分别设有自助收银区和人工收银区，人工收银台上也贴有数字人民币标识。

值得一提的是，当前超市内设有自助收银区已是常态，对于一些不会使用智能手机的老年人来说，更多地依靠人工收银点进行结账，此前便已引发广泛讨论。

在T11生鲜超市当代商城店店长姜涛看来，数字人民币的出现也拉近了老年人与电子支付的距离。姜涛告诉北京商报记者，相较于其他支付方式，数字人民币支付流程更为便捷，也为一些无法熟练使用网络的老年消费群体带来了方便。

姜涛指出，在数字人民币试点活动开展后，店内接待了一对居住在附近的老夫妻，在家人的帮助下开通了数字人民币账户，到店购物时提出使用数字人民币支付。但由于超市收银员大多并非年轻人，且活动初期员工操作并不是特别流畅，在支付环节遇到了一些问题。

“所幸问题很快就得到了解决，这对老夫妻也在耐心地等待员工操作，并表示想要进一步体验这一支付方式，后来这对老夫妻便经常到店使用数字人民币消费。”姜涛称：“我们在为客户办理结算时，也在提升员工的效率，和顾客共同学习使用数字人民币。”

姜涛表示，店内员工经过工商银行方面多次培训，目前已经熟练地掌握了收退数字人民币的流程。参与数字人民币试点也为超市吸引了更多用户，不少年轻客户特意到店体验这一支付方式，超市员工也会向用户主动介绍数字人民币。

海淀区还有哪些新花样

据海淀区金融服务办公室主任刘建民介绍，目前海淀区有600多家商户参与试点，包括公园、影院等旅游休闲场所，覆盖了五棵松华熙、中关村、公主坟等重点商圈，能够满足广大市民不同的使用需求。

在北京商报记者走访过程中，多位商舖负责人、收银人员向北京商报记者反映，经过多次培训后熟练掌握数字人民币收付流程。

在北京市“京彩奋斗者数字嘉年华”活动期间，为了进一步推广数字人民币，圆明园举办了“数字人民币游园会”活动，圆明园数字人民币支付场景搭建方拉卡拉与邮储银行均在活动现场向游客进行了宣传讲解，邀请游客现场开通数字人民币账户，邮储银行更是在现场提供了“无人驾驶数字人民币售货车”，吸引游客使用数字人民币购买圆明园定制饮品。

工商银行、邮储银行等两家银行方面均表示，前期选择试点商户时，更多选择贴近用户生活的小额、零售、高频场景，以及围绕冬奥会的一些重点场景，商户影响力也会被纳入考虑。

此外，在采访中北京商报记者了解到，当前拉卡拉员工每月工资已有部分通过数字人民币钱包发放。而数字人民币App子钱包场景也在不断扩容，例如北京一卡通等被接入其中。

金融科技专家苏筱芮分析称，海淀区的数字人民币试点活动基于前期工作经验，既在商户数量方面有所拓展，也在商户类型方面有所丰富，一方面表明试点工作正在有序拓展，另一方面则体现出数字人民币在推广方式上充分采用市场化手段，结合消费热点探索通过创新、亲民的方式来获取广大用户的认可。

而壹零研究院院长于百程则表示，当前包括海淀区在内，数字人民币的试点场景多以消费场景为主，一是便于结合各地区商业化特点，拉动本地消费；二是在于借用商圈影响力，进一步扩大数字人民币的使用范围。北京商报记者 岳品瑜 廖蒙/文并摄

销售新规落地 理财变局众生相

随着新规的正式实行，陆续有银行理财子公司针对理财销售文件作出调整，同时在业绩比较基准方面增加提示性描述及测算依据。6月28日，北京商报记者调查发现，调整后的银行业机构针对业绩比较基准的展示方式仍然“五花八门”，也有不少银行尚处于观望状态，暂未按新规要求进行调整。但不可否认的是，“监管打破刚兑”的意图十分明显，理财销售新规的实施将进一步考验银行投资者教育能力及投资者理财水平。

银行陆续调整

为了进一步规范理财产品营销模式，防止变相宣传预期收益率，今年5月27日，银保监会公布《理财公司理财产品销售管理暂行办法》（以下简称《办法》），自6月27日起实施，过渡期6个月。

随着理财销售新规的正式实施，银行及理财子公司逐渐由一个月前的观望状态，转而开始针对理财销售方式作出优化调整。

例如，工银理财6月25日发布的一则调整理财产品销售文件通知显示，为落实《办法》的要求，自公告之日起，该司将对理财产品销售文件进行补充修订，包括但不限于：理财产品投资协议书、销售（代理销售）协议书、理财产品说明书、风险揭示书、投资者权益须知等文件。

交银理财则在理财销售新规实施前夕公示了更细致的调整情况：该公司于6月28日对其管理的某理财产品合同进行多项调整，具体包括在风险揭示书后、产品说明书前新增“理财产品投资协议书”；在产品说明部分的“产品概况和基本信息”“投资运作”条款中增

加对业绩比较基准的提示性描述；在理财产品投资协议书中增加客户信息保护的相关条款等。

值得一提的是，理财销售新规中，市场讨论度最高的便是对于“业绩比较基准”提出的禁止性规定，银行及理财子公司如何调整备受关注。

业绩比较基准，是一个面向未来的投资指标，是银行根据产品往期业绩表现，或同类产品历史业绩而计算出来的投资者可能获得的预估收益。

《办法》明确不得使用未说明选择原因、测算依据或计算方法的业绩比较基准，单独或突出使用绝对数值、区间数值展示业绩比较基准；同时明确不得宣传理财产品预期收益率”。

某国有银行投资人士对北京商报记者表示，目前该行已经按照区间或者相对业绩基准的方式展示基准，并且提供了测算依据，整体的整改压力不大。

展示方式五花八门

因为监管对于理财产品业绩比较基准如何确定及展示暂无统一规定，目前市场上各家银行及理财子公司针对业绩比较基准的展示方式“五花八门”。

北京商报记者调查发现，银行及其理财子公司调整后的业绩比较基准展示方式具体分为以下三种情况：

一是，仍是在销售界面“业绩比较基准”一栏中显示出绝对数值或区间数值，但是作出了提示。比如工商银行在业绩比较基准旁添加警示标识提示：本产品业绩基准为投资

管理人结合历史经验和当前市场环境对该产品策略可达到业绩的预估，不构成对该产品未来任何的收益承诺。”

二是，在产品说明书中显示业绩比较基准的测算依据。如信银理财的一款业绩比较基准为3.7%的产品，其说明书中显示，业绩比较基准测算依据：该产品重点投资于信用债等资产，根据当前市场环境，可获取的合意资产收益率平均在4.15%左右。同时根据流动性管理需求和监管要求配置不低于5%的高流动性资产。综合来看，扣除相关税费成本后投资者可获得收益率的中枢预计在3.7%左右。

三是，采用近7日年化收益率、近1月年化收益率、成立以来年化收益率等方式直观展示收益率，同时显示出测算依据。比如招商银行某理财产品显示成立以来年化收益率为4.22%，并给出了相应测算公式。

谈及目前银行理财产品收益情况的众多展示方式，资深金融监管政策专家周毅钦对北京商报记者指出，理财销售新规并非是要要求理财公司不能使用“绝对数值、区间数值展示业绩比较基准”，而是这种简单直观的表达方式，本质上都没有讲清楚业绩基准的选择原因、测算依据或计算方法，这是各家理财子公司必须在短期内进行调整的。如果要继续使用“绝对数值、区间数值”的展示方式，必须拿出有信服力的测算依据。“当然，个人不建议使用这种区间或者数值的展示方式，因为市场始终是在波动的，用单一数值去匡算一个未来存在波动的结果，本身在逻辑上就是不合理的。建议参考公募基金，使用加权指数的方式来展示。”周毅钦如是说。

看懂研究院高级研究员卜振兴同样表示，建议参照公募基金的方式，采用相对收益

的方式，或者区间收益等方式，但是要有清晰的计算方式。

北京商报记者注意到，已有银行理财子公司在展业过程中参照公募基金的思路划定了“业绩比较基准”。

例如中邮理财的某产品在产品说明书中显示，本产品的业绩比较基准N=中债-综合财富（总值）指数收益率。该指数2017年、2018年、2019年、2020年年化收益率分别为0.28%、8.16%、4.42%、3%，四年平均年化收益率为3.96%。

部分仍在观望

值得一提的是，北京商报记者在调查过程中发现，也有不少银行仍处于观望状态，目前暂未按新规要求进行调整，比如有的银行仍在业绩比较基准一项中单独显示出绝对数值或区间数值；有银行虽然在业绩比较基准旁添加警示标识提示，但未在产品销售界面及产品说明书中展示业绩比较基准的具体测算方式等。北京地区某银行人士也对记者表示，新规以来，该行过往产品业绩比较基准展示方式尚未有任何的调整变化。

业内人士指出，无论新产品还是存续产品均需要对理财销售新规进行调整，不过这一过程尚存在许多难点。

卜振兴表示，目前银行理财产品存量产品规模较大，同时客户接受程度较低。新规设定了6个月的整改期，后面是需要逐步调整的。

“有些理财产品只是完成表面上的净值化转型，但是测算方式还没有完善；此外，使用单一或区间数值展示业绩比较基准迎合了

投资者喜好，有些机构担心复杂的业绩比较基准展现方式不容易被投资者理解。”融360大数据研究院分析师刘银平如是说。

周毅钦则进一步指出，业绩基准是面向客户最直观的营销展示，牵一发而动全身，因此银行方面仍然非常慎重对待，不会贸然突击进行业绩基准表达方式的调整。当前银行主要的问题在于存在比较浓重的观望情绪，越早调整的银行可能会面临客户的不理解而流失，因此在这种囚徒困境博弈下，最终不少银行都会拖到最后一刻才不得不出作调整。

一直以来，为吸引投资者，市场上存在着变相宣传预期收益率、误导投资者行为的问题。而从“预期收益率”到“业绩比较基准”再到“不得单独或突出使用绝对数值、区间数值展示业绩比较基准”，监管在理财产品销售宣传方面打破“刚兑”的意图十分明显。理财销售新规的实施进一步考验银行投资者教育能力及投资者理财水平。

刘银平指出，理财产品净值化转型之后，对投资者的理财水平和风险防范意识要求更高，投资者需要能看懂理财产品说明书，尤其是一些关键性的说明，包括风险等级、投资对象、业绩比较基准、手续费、期限、开放期等。

北京商报记者 孟凡霞 马婧

遗失公告

安徽世林照明股份有限公司一份正本海运提单丢失（船名：MSC SONIA，航次：FY116A，提单号：SHBL0015521，卸货港：SUAPE BRAZIL）特此声明以上正本作废。
安徽世林照明股份有限公司
2021年6月29日