

上海单卡每日快讯

2024 年 7 月 15 日

星期一

第 1367 期/共 1367 期

【参考信息】

2024 上海市单用途预付卡“增信用、促消费”活动总结报告……………p2

旅游、餐饮业消费热度飙升 高频数据映射二季度经济向好态势……………p4

消保条例施行 怎样整治预付式消费、大数据“杀熟”?……………p7

我们经历的经济“新常态”可能是一个“慢撒气”的过程：不会靠强力挤压（紧缩政策、或周期性的市场力量的集中释放），而靠未来财政和政治建设（国家治理的现代化）所产生的内生收敛。

协会使命：

服务 推广 诚信 自律

上海市单用途预付卡协会

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦411室

电 话：021-51313569 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: ssca_sh@126.com

【参考信息】

2024 上海市单用途预付卡“增信用、促消费”活动总结报告



为增强行业信用、促进市场消费，在上海市商务委员会和虹口区商务委员会的指导下，在交通银行上海市分行的大力支持下，作为第五届“五五购物节”和“诚信兴商宣传月”系列活动之一，上海市单用途预付卡协会联合 12 家预付卡预收资金存管银行、3 家预付卡保险机构、银联、50 多家龙头预付卡发卡企业，举办第五届上海市单用途预付卡“增信用、促消费”活动。活动从 2024 年 5 月 9 日开始，到 6 月 8 日成功落下帷幕。期间，银行、保险、银联、龙头发卡企业举办 200 多场“增信用、促消费”活动，参与面广，宣传力度大，市场反响热烈，各方收获满满，交出了一份满意的成绩单。

一、启动仪式

2024 年 5 月 9 日在北外滩来福士举办活动启动仪式。市商务委刘敏副主任、市单用途预付卡协会王晓琰会长、工行上海市分行王睿副行长、交通银行上海市分行严肃副行长以及市人大、市司法局、市市场监管局、市教委、市体育局、市文旅局、市高院、市检察院、市公安局、市消保委；各区商务部门；农行、中行、建行、光大银行、上海银行、上海农商行、浦发银行、中信银行、平安银行、招商银行、银联；人保财险、太保财险、平安财险、领航保险经纪；抖音、小红书、美团点评等平台企业；百联集团等预付卡企业代表；各大媒体共计 200 余人出席了启动仪式。启动仪式通过协会微信、抖音、小鹅通三个平台进行全程线上直播，累计观众达到 1.7 万人次。

市商务委刘敏副主任出席仪式并致辞。她指出，预付卡“增信用、促消费”活动是由协会联合各大银行、保险、发卡企业，每年举办，通过预付卡法规进商圈、进社区，买预付卡先查信用宣传，信用亮牌行动，发放市民手册等工作，加强法规宣传，规范行业，提升行业信用水平；也通过协会平台银企合作，企企联合，一起举办一系列促进消费活动。预付卡治理是项艰巨的工作，我们要借助五五购物节等各种平台，持续开展法规宣贯，加强预付卡的风险防范和有效处置，强化预付卡信用治理，促进预付卡市场的健康发展。

启动仪式上播放了活动宣传片，对“增信用”版块6大活动和“促消费”板块50余场重点活动进行了介绍；发布了“上海市单用途预付卡首批守信企业名单”，“消费者购卡警示：10种需要警惕的场景”，《单用途预付卡经营者发行和服务标准》、《单用途预付卡从业人员技术要求》团体标准；为10家“上海市单用途预付卡信用提升行动示范企业”举行授牌仪式。利用协会平台，工行、农行、中行、建行、交行等12家预付卡资金存管银行通过授信贷款等方式支持预付卡企业发展。启动仪式上，工行为百联集团、交行为亚朵集团、农行为德邦物流、中行为豫园集团、建行为汉堡王举行授信仪式。据统计，以上5家银行对以上5家发卡企业授信额度达到113.5亿元。

二、持续开展单用途卡“增信用”宣传活动

举办“单用途卡法规进商圈、进社区”宣传活动。活动期间，协会在全市各大商圈、购物中心、商场、银行、保险等5000多个网点集中播放“单用途预付卡理性消费”“消费者购卡警示：10种需要警惕的场景”宣传片，累计播放时间超过9万小时，市民受众超过65万人次；在全市各大商圈集中举办单用途预付卡合规经营和理性消费现场咨询活动15场，累计接受咨询6000人次；在社区举办12场单用途预付卡法规宣讲活动，累计参加市民达到2500人次；在前2批222家常设宣传示范点建设基础上，发展了第三批110家单用途预付卡法规常设宣传示范点，现场为消费者讲解单用途预付卡法规要求和消费知识，将单用途预付卡法规宣传落在每一笔消费过程中；通过发卡企业、银行、保险等网点，以及现场活动，发放《上海市单用途预付卡消费市民手册》3.5万册，从而督促发卡企业诚信合规经营，帮助消费者理性购卡。

举办“买预付卡先查信用”宣传活动。制作和发放2万册《单用途预付卡发卡经营者信用查询指南》并大力宣传，让消费者了解信用查询渠道；持续开展“发卡经营者信用亮牌行动”，鼓励发卡企业亮出信用铭牌，活动期间发放信用铭牌2500块，信用铭牌总数达到8500块，方便消费者在购卡用卡现场通过“扫信用二维码”了解发卡企业信用状况。

开展《2024全面提升发卡经营者信用水平专项行动》。在2023年100家发卡经营者试点基础上，2024年在发卡经营者中全面铺开推广行业信用建设。通过培训、案例、辅导、自我承诺、示范、同业竞赛、日常检查等工作，将“经营者合规发卡”“诚信经营和优质服务”“风险控制和品牌培育”三大制度体系18项具体要求融合到发卡企业的经营决策、日常管理和具体业务工作当中，全面提升预付卡行业的信用水平。

三、举办一系列促消费活动

举办银企合作促消费活动。12家存管银行、3大保险公司与中国银联携手发卡企业开展促消费系列活动，包括工商银行“爱购新客、爱购启卡有礼”活动，农业银行“浓情相伴支付”活动，中国银行“沪上花开季，约‘惠’正当时”活动，建行生活“好礼天天享，绑卡支付月月省”活动，交通银行“约惠上海，交行有礼”活动，光大银行、浦发银行、上海银行、上海农商行、平安银行、招行、中信银行、银联、人保、太保、平安财险都联合发卡企业相继推出一系列促消费活动。

开展平台联合发卡企业重点促消费活动。抖音平台联合发卡企业重点直播营销活动；小红书平台发卡企业好物笔记重点推广活动；美团点评“大牌好价，周周上新美食立减券”活动；i百联平台开启“精彩无极限，美好心发现”八周年庆活动。

龙头发卡企业联合举办促消费活动。在协会的统一组织下，百联、新世界、大润发、中免日上、携程等50多家龙头发卡企业推出首店和新品、高端服务体验、品牌商品打折、酒店一卡通用、消费满额送精致礼品、会员卡服务升级等各类促消费活动，活动涵盖电商、百货、食品、酒店、餐饮、家居、美业、养车等十多个行业，包括百联集团“百联美好生活季”，新世界城“奇趣嘉年华、五月玩

出趣”活动，携程“佳节赠浓情，携程卡有礼”等系列活动。

四、增信用、促消费，硕果累累

据初步统计，活动期间 16 家金融机构银行联手 56 家发卡企业在全市 3400 家门店举办活动 52 场次，参与活动人次 33.1 万，16 家金融机构累计补贴金额达到 1700 万元，带动销售 8.2 亿元。

协会对 53 家参与活动的重点发卡企业统计，活动期间，这些预付卡发卡企业举办各类活动场次 155 场，参与人数 51.3 万，带动销售额 28.7 亿元。

利用协会平台，工行、农行、中行、建行、交行等 12 家预付卡资金存管银行通过授信贷款等方式支持和赋能预付卡企业发展。据统计，2024 年上半年 12 家预付卡预收资金存管银行对 184 家发卡企业授信额度达到 589 亿元。

活动期间人民网、中新网、解放日报、新民晚报等 30 多家主流媒体对活动进行了 80 多篇次的宣传报导。上海商务官网、参与金融机构、企业通过企业微信、官网对活动的宣传报导多达 300 多篇次。

1 个月时间里，从单用途卡理性消费宣传，到合规诚信自律；从买卡用卡放心便捷，到消费促销，舒心体验，优质服务；从商品消费，到信用消费，到风险防范；从保险保障，到金融服务和赋能，在市商务委的支持指导下，协会以预付卡为载体，以诚信兴商宣传月和 55 购物节为平台，金融机构与商户联合触达消费者，商家和消费者更紧密勾连和互动，一个月共举办 200 多场活动，500 多亿金融赋能商业企业，80 多万消费者参与，带动销售额 30 多亿元，近 400 篇次的宣传报导，展示单用途预付卡行业信用正能量，助力市场新消费。

【参考信息】

旅游、餐饮业消费热度飙升 高频数据映射二季度经济向好态势



休闲娱乐、住宿、旅游、餐饮业消费热度指数同比均实现两位数增长；港口货运物流热度连续4个月保持正增长；技术创新型企业经营活力指数近3个月增速均在20%以上……

高频数据是经济运行情况的直观反映。《经济参考报》记者从国家信息中心大数据发展部获悉，二季度，我国消费、外贸、企业生产经营等多领域高频数据增幅明显，显现出我国内需潜力、外贸韧性及企业创新创造活力，映射经济向好之势。

消费热度、项目投资热度

指数各有亮点

二季度，我国消费市场持续呈现恢复向好态势，线上和线下、商品和服务消费各有亮点，基础设施投资平稳增长，彰显内需发展潜力。

去海边戏水踏浪，到草原享受清凉，进入夜市品尝各色美食小吃……暑期已至，各地文旅热度升温，助“燃”消费市场。

国家信息中心线下消费热度指数今年上半年同比增长10.5%，其中6月增速为12.9%，延续了今年以来稳步增长势头。同时，小商品市场经营热度指数上半年同比增长30.8%，其中6月增速为32.4%，小商品销售活力总体较为旺盛。

线上消费方面，国家信息中心生活服务消费热度指数二季度同比提高超15%，休闲娱乐、住宿、旅游、餐饮业消费热度指数比去年同期分别上涨36.7%、15.7%、12.4%、12.2%。其中“尝鲜消费”、出游消费、演艺消费、体验式消费等领域表现突出，县域消费活力增长较快。

展望下半年，广开首席产业研究院院长兼首席经济学家连平表示，暑假和国庆长假有望创造良好的服务消费场景。促消费政策力度也在加大，日前有关部门发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，为下半年各级地方政府制定促消费政策提供指引。此外，去年下半年整体基数较低以及全国居民消费价格指数（CPI）和全国工业生产者出厂价格指数（PPI）回暖将带动消费品价格提升，也会对消费进一步恢复带来推力。

投资方面，国家信息中心根据项目招中标数据构建的项目投资热度指数，二季度较一季度增长32.1%，其中6月涨势明显，环比增长27.3%，同比增长6.2%。

“中标是项目落地的第一步，项目投资热度增长预示着未来相关项目将加快落地。预计三季度以及下半年，随着超长期特别国债、地方专项债加快发行使用，重点领域投资有望继续发力。”国家信息中心大数据发展部大数据分析处处长杨道玲说。

港口货运物流热度指数

等折射外贸向好

全球国际贸易额的70%以上目前是通过航运实现的，货运船舶数据能够有效反映外贸活跃度。国家信息中心2024年二季度货物和集装箱船舶热度指数分别同比增长5.8%、9.8%，其中6月增长8.2%、12.7%，涨幅较上月提高1.3、3.0个百分点。分船舶种类来看，6月滚装货船、油轮热度指数分别同比增长13.8%、8.8%，表明我国汽车、石油贸易呈增长态势。

港口货运车辆是港口货物运输、装卸的重要载体，国家信息中心港口货运物流热度指数6月同比增长18.1%，已连续4个月保持正增长。

综合保税区主要包括出口加工和保税仓储等功能，其活跃度也是贸易活跃度的重要先导指标。国家信息中心综合保税区热度指数二季度同比增长 9.5%，其中 6 月增长 7.4%，已连续 4 个月保持正增长。这表明随着外需逐步回暖，外贸企业生产强度持续上升。

这一积极态势从宏观数据也得到印证。海关总署公布数据显示，2024 年前 5 个月，我国货物贸易进出口总值 17.5 万亿元人民币，同比增长 6.3%。其中，5 月当月，我国进出口同比增长 8.6%，比 4 月提高 0.6 个百分点，月度增速进一步加快。

“今年上半年出口增速之所以反弹，一方面是由于全球制造业复苏；另一方面，由于我国产品的性价比优势和多元化策略，出口市占率继续维持在较高水平。叠加去年同期基数较低，共同推升出口数据回暖。”民生银行首席经济学家温彬表示，展望下半年，预计出口增速回升仍有基础，但一些压力因素也需要关注。

多个指数彰显企业创新活力

国家信息中心构建的“工业园区生产热度指数”“初创企业经营活力指数”“技术创新型企业经营活力指数”等数据反映了经营主体创新发展的态势。

国家信息中心工业园区生产热度指数 6 月同比增速为 7.6%，实现较快增长。今年上半年该指数同比上涨 13.0%，工业企业生产活力持续攀升。初创企业经营活力指数今年二季度同比增长 8.0%，且前两个季度均实现正增长。

特别是技术创新型企业生产经营活力持续稳步增强。国家信息中心技术创新型企业经营活力指数二季度同比增长 22.3%，增速较一季度扩大 9.6 个百分点，且最近 3 个月增速均在 20%以上。

“今年以来，鼓励创业投资发展的政策密集出炉，全力推动创业企业成长、创新活力迸发，持续加力发展新质生产力，这也反映在技术创新型企业经营活力的不断提升上。”杨道玲说。

连平表示，未来要进一步通过发展新质生产力，推进相关改革和创新，特别是体制机制改革创新，提升企业的创新活力。

【参考信息】**消保条例施行 怎样整治预付式消费、大数据“杀熟”？**

经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前，以显著方式提请消费者注意；机关事业单位通过互联网提供公共服务，不得绑定单一互联网平台……围绕社会民生、群众关切，服务发展大局、强化法治支撑，7月1日起，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《互联网政务应用安全管理规定》等一批法律法规施行，切实以法治力量护航经济社会高质量发展。

随着近年来平台经济等新业态、新模式不断发展，消费者权益保护工作出现一些新情况、新问题。7月1日起，《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》）正式施行。

“消保条例的颁布实施，进一步完善了我国消费者权益保护法律制度体系，加大了对消费者合法权益的保护力度。”中国消费者协会有关负责人表示，《条例》针对一些热点焦点痛点问题，都做出针对性规定，推出解决办法。

针对预付式消费，增加商家提前告知义务。预付式消费广泛用于娱乐、健身、美容等各类生活场景，但由于商业预付卡市场监管不严、缺乏风险防范机制等因素，一些商家“失联跑路”，时常引发投诉纠纷。

《条例》对预付式消费进行了更细化的规定，要求经营者决定停业或者迁移服务场所，提前30日在醒目位置公告，出现重大经营风险应当停止收取预付款。但要从根源上解决预付式消费的维权退费难问题，还需监管部门、行业协会以及经营主体等各方共同发力，加强协同共治。

针对自动续费，要求以显著方式提醒。近年来，知识付费产业发展迅速。许多消费者逐渐培养出订阅会员服务的消费习惯，然而自动续费机制却频繁成为消费者不小心就会触碰的陷阱。许多客户端故意设置障碍以阻止用户取消订阅自动续费，例如不提供明确的取消操作路径，或者要求用户经历繁琐的步骤才能终止自动续费。

对此,《条例》明确,经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。

事实上,针对自动续费问题,一些地区大胆探索、先行先试。比如,今年1月1日起正式实施的《深圳经济特区消费者权益保护条例》要求,在自动展期、自动续费等日期前5日内,必须通过电话、短信、即时通信工具、电子邮件、消息推送等方式将服务内容、扣费金额等事项告知消费者。

针对大数据“杀熟”,首次规范差异化定价。这些年,平台大数据“杀熟”、以优惠订阅折扣诱导订阅后自动以原价续费等连环消费“陷阱”屡见不鲜。对此,消保条例规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

《条例》既保护消费者合法权益,又支持经营者合法经营,将为消费者合法权益维护亮出更多真招实招,让老百姓“消费环境优获得感强愿消费”,增强消费对经济发展的基础性作用。

想要了解更多资讯,请关注上海单用途预付卡服务平台公众微信:

