

# 石家庄仲裁委河北金融仲裁院成立

本报讯(记者李会斌)8月9日,来自中国建设银行河北省分行的金融仲裁员陈比仑宣誓:“……做一名合格的金融仲裁员”,伴随着宣誓,石家庄仲裁委员会河北金融仲裁院正式成立。与此同时,河北省银行业协会正式设立河北省金融纠纷调解中心。这标志着河北省的金融纠纷有了专业的调解中心和专门的仲裁机构,金融纠纷可以走先调解后仲裁的快速解决之路。

## 第三方调解金融纠纷是大势所趋

随着金融混业经营及金融创新的加剧,金融产品种类繁多、结构复杂,这与金融消费者在短期内的认知程度不相适应,由此导致的金融纠纷不断增加。为了进一步建立健全金融消费者权益保护监管机制和保障机制,规范金融机构行为,培育公平竞争和诚信的市场环境,切实保护金融消费者合法权益,2015年以来,河北省银行业协会积极探索银行业纠纷调解机制建设,对河北省金融纠纷调解中心和石家庄仲裁委员会河北金融仲裁院的建立进行了积极筹备。

交通银行河北省分行党委书记、行长、

兼河北省银行业协会会长郑家渡介绍,金融纠纷调解中心拥有一支熟悉金融及法律事务的兼职调解员队伍,旨在“处行业之难 解百姓之忧”,可以为客户与银行间因金融产品、服务等产生的纠纷提供专业、公正、权威的调解服务,维护双方的合法权益。调解中心以行业调解为依托,开展银行业金融知识普及,研究消费者权益保护理论,树立纠纷调解行业规范,搭建同业学习交流的平台,探索纠纷调解新模式,实现更好地“服务社会 服务行业 服务监管”的宗旨。特别要说明的是,河北省金融纠纷调解中心与河北金融仲裁院将建立调仲衔接机制,不久的将来,河北省银行业金融纠纷调解中心能够成为行业认可的具有权威性、专业性的调解组织。

## 金融类仲裁案占全部仲裁案件30%以上

近年来,金融争议呈现出数量、金额快速增长的趋势,如2016年全国200多家仲裁机构共受理20多万件仲裁案件,同比增长52%,其中金融案件占30%以上,金融仲裁历来都是石家庄市仲裁委员会的重中之重,

2014年石家庄市仲裁委员会受理金融类案件209件,涉及争议标的6.18亿元;2015年石家庄市仲裁委员会受理金融类案件297件,涉及争议标的17.81亿元,案件数同比上一年增长42%,标的额增长188%;2016年受理360件,涉及争议标的26.22亿元,案件数同比上一年增长21.21%,标的额增长47.25%。

近年来,金融争议具有明显的时代特点,目前多数是债务人违约形成争议,这在银行借款方面表现的更为典型,争议都是很清晰的,权利人要求快速裁决,快速执行,还有一部分具有很强的专业性,特别是针对有些金融新业务,法律规定的不够具体,要求依靠专业知识和行业惯例进行裁决,那么仲裁具有的高效、便捷、专业并且裁决结果具有法律效力的特征正好符合需要,效果比较明显,从2014年到2016年,石家庄市仲裁委员会的金融案件,按期结案率100%(简易程序2个月,普通程序4个月),平均审理期限30天,最快立案当天结案,自动履行率85%,司法纠错率不到1%。石家庄市仲裁委员会还有一起金融案件的裁决得到了外国法院的承认和执行。可以说仲裁是解决金融争议

的最佳选项之一,河北金融仲裁院可谓是应运而生。

## 线上线下仲裁结合建设“智慧仲裁”系统

2017年3月30日,经石家庄市政府同意,石家庄仲裁委员会加挂河北国际仲裁中心,建设五个仲裁院作为区域性专业性的推行仲裁工作机构。河北金融仲裁院是第一个成立的专业化仲裁院,将持续探索仲裁与“互联网+”的契合点,打造智慧仲裁系统,逐步实现线下仲裁、线上仲裁、线上+线下仲裁三位一体的仲裁新模式,为互联网金融的飞速发展保驾护航。

河北金融仲裁院业务范围是在金融行业宣传、推行仲裁法律制度;为金融主体提供法律咨询、培训等;依法从事仲裁服务工作,主要受理平等主体间的下列争议:存款和贷款争议;票据、信用证、银行卡等支付结算争议;金融租赁争议;外汇、黄金交易等争议;股票、债券、基金等证券交易争议;信托投资争议;金融衍生品交易争议;担保争议;保险争议及其他金融争议。



## 永清:玫瑰园里花飘香

8月9日,永清县海泽田现代农业示范区的员工在展示用玫瑰花制作的抱枕。近年来,永清县海泽田现代农业示范区引种保加利亚玫瑰,开发玫瑰花相关产品,获得良好经济效益。

新华社发

# 中国电商企业尝试布局线下重塑零售业

据新华社电 8日上午,在浙江杭州的亚朵·网易严选酒店,来自北京的王先生通过扫码,在网站下单购买了前一晚“试用”的荞麦枕头。

“体验之后觉得满意才上网购买,所用即所购,是一种新的网购体验。”王先生说。

事实上,像这样融合线上线下的购物模式,在我国已不是新鲜事。阿里巴巴集团收购了多个线下零售渠道,在银泰百货杭州下沙工厂店,“淘品牌”商品全年保持与天猫商城实时同款同价,每个商品都自带二维码,线下扫码线上付款;成都凯德广场的一家买手

型商店,通过对周边5公里的人群的网购大数据分析,确定了业态配比……

业内人士认为,互联网迅速发展下,电商平台单纯依靠流量增长的红利期已经过去,目前线上平台的市场格局基本确定,未来须运用数据提高线下购买和配送效率。

“新零售意味着整个体验发生变化,以大数据为基础的人、货、场的关系发生重构。”阿里巴巴集团CEO张勇如此形容新零售经济体:它像商场又不是传统商场,像购物中心又不是传统购物中心,它是一个消费社区,又是一个吃喝玩乐的中心,又是

一个新的社区、社群,真正达到消费多场景。

网易严选方面表示,在新零售中,物品的功能、消费者对物品功能的印象和情感等都可以成为消费对象。

“融合线上线下的新零售是中国电商的‘新战场’。新零售环境中,可以观察到的趋势是,营销触点、资讯来源、渠道都在急速增加。”尼尔森中国区总经理韦劭表示,零售业线上线下全渠道发展是大势所趋,中国电商企业正在加速拥抱实体经济,而消费者则将被赋予前所未有的选择权。

## 单价1500元至3500元的小克重产品销售增长明显 消费群体趋于年轻化

## 中国金饰市场起“新风”

据新华社电 “今年是我本命年,给自己网购了一条足金项链,吊坠样子是只破壳而出的小鸡,特别可爱。”北京白领周女士是个80后,爱网购、会打扮。她说,现在黄金首饰做工更精致、设计更时尚,佩戴黄金饰品并不土气,而且消费、投资两不误,自己身边不少朋友也有类似想法。

黄金首饰受到“新新人类”青睐,对正处于较低景气区间的金饰行业是好消息。受宏观经济疲软、黄金价格波动等因素影响,2013年国际金饰需求创峰值后,消费者情绪持续回落,2016年全球黄金饰品产量下降19%至1989吨,是10年来的最低点。在此背景下,中国黄金饰品的消费量出现了连续下滑。

世界黄金协会日前公布数据,今年二季度,我国金饰需求同比下降5%至137.7吨,为近年来黄金首饰需求最低的季度。“尽管需求仍在回落,但增速已经明显放缓。”世界黄金协会中国区董事总经理王立新说。

他表示,时代在变,中国消费者的口味也在变化,尤其伴随消费群体年轻化,纯度略低的金饰,由于可塑性强、能承载更多更复杂的工艺,受欢迎程度提升。对传统足金首饰需求持续淡化的背后,是年轻一代消费者希望依托黄金饰品表达个性,这种趋势将引领金饰行业的新走向。

另外一个变化体现在购买渠道。尽管“触网”相对滞后,但通过各大品牌的大规模投入,最近两年我国通过电子商务渠道进行的黄金珠宝首饰销售持续活跃,不少像周女士这样的年轻消费者已经接受甚至习惯了在网上而非门店购买黄金饰品。

业内普遍认为,新的消费群体,不断变化的消费品味、消费习惯和消费方式,对中国黄金饰品行业构成挑战,也带来机遇。

为了在激烈的竞争中脱颖而出,零售商和制造商正在应势而动。中国黄金集团黄金珠宝有限公司相关负责人告诉记者,为满足新需求,他们更注重产品设计与工艺创新,着重培育“珍如金”等高端品牌,时尚感突出的产品受到了年轻消费族群的欢迎,平均消费单价1500元至3500元的小克重产品销售增长明显。

传统上每年四季度是黄金饰品的消费旺季,届时中国金饰需求几年来持续下滑趋势能否止住?

黄金行业的权威年度出版物《全球黄金年鉴2017》预测,今年将是中国黄金饰品的探底之年。网易贵金属高级策略分析师刘思源则更乐观些。他认为,如果国内黄金饰品行业能够加快转型,有效满足主要消费群体的新需求,金饰市场可能即将筑底回升。