

“中晋”“快鹿”接连出现兑付危机

明星代言P2P是否追究连带责任？

“中晋”和“快鹿”被警方调查和兑付危机还在继续发酵。这次卷进漩涡的不仅有公司高层，还有为其代言的明星。明星代言 P2P，遇到非法集资和跑路事件有连带责任吗？去年9月新修订的《广告法》中明确指出：有，并且还要受罚。

金鹿财行、当天财富陷入兑付危机已有多日，两家平台的“战略合作伙伴”上海快鹿投资集团“紧急”调整管理层，并宣布兑付计划。有消息传，东虹桥在线等与快鹿集团“关联”的多家互联网金融平台也开始

出现逾期，而黄晓明正是东虹桥的“代言人”，不过也有消息称，他并没赚代言费，自己还投了一笔钱进去当起合伙人。

东虹桥出现状况后，不少投资人跑到黄晓明微博下诉苦，他的微博已经成为 P2P 讨债的集合地，还有人专门发起话题，一起召唤黄晓明来还钱。

在风口浪尖的还有“中晋”，该平台的合伙人种类繁多，包括一般合伙人、高级合伙人、明星合伙人、超级合伙人、战略合伙人，以及永久

合伙人。其中，高级、永久、超级合伙人各自的出资规模分别都是1亿元，“九球天后”潘晓婷则为其明星合伙人。

“中晋合伙人”公众号显示，截至2016年2月10日，中晋合伙人投资总额已突破340亿元，备付金突破19亿，涉及总人次超过13万，其中60岁以上投资人超过2万。而就在去年底，投资总额才刚刚突破300亿。

明星虚假代言问题近年来屡被曝光。此前，张铁林就因为代言的鑫

琦资产被曝陷19亿兑付危机，如今换成了黄晓明和潘晓婷。2013年通过的关于修改消费者权益保护法决定，规定明星代言广告如涉及虚假宣传，将与商家一起承担连带责任。去年新修订的《广告法》对广告代言人的法律责任再次予以明确和强调。

新法规定，广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。应由工商行政管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以

下的罚款。

如果两位明星只是代言人，涉及的是代言虚假广告罚款，但如果是传闻中所说的合伙人，事情就会更复杂。

在部分欧美国家，法律对于明星代言广告也有相关规定：明星必须是其代言商品的使用者和直接受益者，否则就构成虚假代言，有可能被重罚。而在日本，明星一旦代言伪劣产品，不但要向社会公开道歉，还会面临失业风险。

本报记者 钟喆

央行鼓励举报支付结算违法违规行为

本报讯（记者 连建明）央行昨天发布《支付结算违法违规行为举报奖励办法》，此举是为规范支付服务市场秩序，鼓励举报支付结算违法违规行为，建立支付结算违法违规行为举报奖励制度。

《办法》规定，任何单位和个人均有权举报支付结算违法违规行为。举报奖励的实施主体为中国支付清算协会；适用主体涵盖支付市场的各类参与主体，包括银行业金融机构、非银行支付机构、清算机构，以及无证经营支付

结算业务的单位和个人；适用范围针对支付结算领域，包括银行账户、支付账户、支付工具、支付系统等支付结算业务的各类违法违规行为。

《办法》要求，举报支付结算违法违规行为时，应实名举报，且应有明确的举报对象、具体的举报事实及证据。若举报内容经查证属实、对规范市场有积极作用且事先未被监管部门掌握的，将对举报人予以奖励，具体奖励标准由支付清算协会制定并对外公布。

上海将推老年人交通意外保险

非高峰时可持卡免费乘坐公交

本报讯（记者 钟喆）昨天，太平洋保险公司宣布，正研发一款专门针对上海市老年人出行的交通意外保险新产品。这款产品拟在六七月推出，推出前还将就产品的具体内容、办理方式等作出详实说明。

据了解，该产品的保险责任主要是保险人投保该产品后，如在本市乘坐公共交通时，因意外事故发生死亡的，可以获得保险赔偿。同时，该产品可以申领一张“保险交通卡”，具有在工作日非高峰繁忙时段和节假日

可以全天乘坐本市除高速公路线路、机场线、旅游线及磁浮线外的公交和轨道交通线路的增值服务。

太平洋保险公司推出这个保险产品还是一种探索尝试，目标客户是上海市户籍70岁以上的老年人。

建信安心保本六号基金发行

本报讯（记者 许超声）建信安心保本六号混合基金即日起至4月29日通过建设银行等代销渠道及建信基金直销中心发行。

据了解，该基金投资周期2年，以全额保本为前提，依托配置债券资产建立起厚实的“安全垫”，进而稳步开展权益类投资获取超额收

益，攻守兼备的投资特点使之具备穿越市场震荡的投资优势。建信安心系保本基金更是堪称其中“口碑”之作，业绩领航者建信安心保本混合基金过去2年、1年的净值增长率分别达46.91%和13.46%。

信京东，赢未来，京东重新定义 3C

4月18日，中国电商的节日。

各家大佬的动向，一直为新闻界和消费者所瞩目。

4月6日，“大战”前夕，2016京东3C战略发布会暨3C购物节启动仪式正式开启。作为中国领先的自营式电商企业，这次发布的阵容可谓豪华，传递的信息可谓重要。

京东商城CEO沈皓瑜，京东集团副总裁、市场营销中心总负责人熊青云，京东3C事业部总裁胡胜利，京东商城仓储物流部副总裁傅兵，京东金融副总裁、战略研究部负责人金麟出席会议。3C品类一直是京东商城最为重要的支柱品类，此次发布会不仅是京东3C事业部第一次以全品类联合方式进行公开亮相，更揭开了京东3C平台价值全面升级的序幕，大会公布了京东3C升级计划，集中展现了其强有力的整合、创新和增值能力。同时，大会还启动了京东3C购物节的促销战役，4月必将会掀起一轮来自京东3C的聚能风潮。

广告

因3C而起的京东有新动向

所谓“3C产品”，就是计算机（Computer）、通信（Communication）和消费类电子（Consumer Electronics）产品三者结合，也称“信息家电”。回顾历史，京东因3C而起，3C品类是京东最传统而重要的品类。京东之所以有今天领先行业的电商王者地位，3C品类功不可没。基于此，沈皓瑜表示：“3C事业部是京东最具优势的王牌品类，集团将继续整合各个体系资源优势来全力支持京东3C创新发展。”未来，京东将聚焦在电商、金融和技术三大领域。各大模块之间将在京东大平台的整合基础之上交互共荣，互为支持，实现全生态共赢。

为厂商打造百亿级品牌

京东3C事业部成立于2015年8月。一经成立，事业部迅速整合手机、数码、IT三大品类，共涵盖2344个品牌，成为中国3C行业线上线下全渠道最大零售平台。2015年，京东3C事业部斩获行业协会及合作伙伴颁发的200多项创新大奖；2016年，京东将继续精心呵护并打磨每一款交给京东首发的产品，同时携手产业链伙伴共同推动行业创新，打造互利共荣的京东生态圈，用开放包容的格局迎接每一个合作伙伴及消

费者。对此，京东3C事业部总裁胡胜利先生表示：“海纳百川有容乃大，共生共融利泽天下，京东将从品牌零售商逐步向品牌服务商转型，为消费者代言，同时为客户创造更大的价值。”

3C购物节火爆开启

2016京东3C战略发布会结束了，但属于消费者的购物狂欢才刚刚

开始。4月6日起，百大厂商品牌联合限时大促，全场低至5折起！4月6日至10日，每天一个超级品牌日；4月11日至17日，每天一个品类惊喜福利；4月18日至20日，大牌手机每天5折限量抢，100万件商品5折抢！4月21日至26日，文具最高每满199立减80元，并有10万个数码福袋，以及电脑办公1000元抵扣券限量抢。

以行动重新定义3C

信京东，赢未来。会上，京东3C事业部总裁胡胜利宣布，2016年，京东3C将携手品牌厂商打造100亿品牌8家；上线全新京东3C整合营销平台——3C频道，打通手机、IT、数码三大品类玩转3C；同时打造京东3C社区，融合品牌、资源、内容，为消费者提供一站式体验化社交平台。

“一呼百应”——渠道3C计划

为了更好地从品牌零售商向品牌服务商转型，京东提出了3C升级计划，涵盖运营、营销、渠道、金融等方面，全方位推动品牌升值。渠道上，京东将整合3C全渠道能力，为合作伙伴提供定制化的渠道解决方案，除了京东原有的PC、APP、微信、手Q等传统渠道，未来京东还将发力企业客户采购、开普勒线上联盟、线下渠道联盟、区域行销渠道等新渠道解决方案，打造线上线下全渠道平台。根据京东的财报，活跃用户数达1.55亿，同比增长71%，而且京东移动端占比不断攀升，达到61%。

“一触即发”——运营3C计划

京东致力于成为拥有中小件、大件、冷藏冷冻仓配一体化物流设施的电商企业。京东自营物流在全国范围内拥有7大物流中心，在50

座城市运营了213个大型仓库，拥有5367个配送站和自提点，覆盖全国范围内的2356个区县。并且正在加速推进渠道下沉。配送员、农村推广员、校园派旗舰店加起来总共超过了25万人的行销规模，有3000个实体行销网点来覆盖全国。京东商城仓储物流部副总裁傅兵表示：“京东将继续用领先的物流网络来缔造京东核心价值，最终实现物流促进商流，交付拉动交易。”3C品类有着单品价值高，生命周期短，更新换代快等特点。而针对京东3C品类，京东物流有其专属的供应链解决方案——专业的3C品类仓保驾护航，在运营中实现快速交付减少等待时间，上门提货监测维修，并有开放的售后导购提供咨询服务。

“一目了然”——京腾3C计划

“京腾计划”是京东与腾讯共同推出的战略合作项目，利用京东销售大数据和腾讯社交大数据对

消费者进行精准人物画像，深度打通消费者触媒习惯，为厂商提供定制化的营销解决方案，实现销量和品牌的提升，并针对不同属性消费需求形成多维战场，利用腾讯社交平台进行精准人群定制化投放。对此，京东市场营销中心负责人熊青云表示：“未来，京东会将数据和场景化电商无缝整合，为目标人群创造一个无缝和愉快的社会化电商体验。”

“一诺千金”——金融3C计划

“针对3C产品，京东金融将从设计研发、生产制造、渠道营销、支付交易等整个供应链及销售链条上为厂商及消费者提供全程金融服务。同时为消费者在购买环节进一步增强保险和众筹的覆盖范围，以此达到消费者与厂商互利共荣。”京东金融副总裁战略研究部负责人金麟表示，未来京东金融将继续助力3C品类，为3C品牌厂商提供全产业链一体化金融解决方案。