

央行与银监会联合发文作出新规范

第三方支付将进一步受限

【本 报 讯】（记者 许超声）近日，银监会和央行联手下发《中国银监会中国人民银行关于加强商业银行与第三方支付机构合作业务管理的通知》（银监发〔2013〕10号文），这是自上月央行就第三方支付机构相关业务管理办法征求意见，并暂停二维码支付业务以来，又一次针对支付的规范行动，而此次则由银监会领衔。分析认为，第三方支付由此将进一步受限。

旨在客户信息和资金安全

按照以往惯例，央行作为第三方支付机构的监管机构，一直对该行业与商业银行在支付结算等方面的合作进行监管。而今，银监会从规范银行行为的角度，首度介入了对商业银行与支付机构合作风险的监管。据知情人士透露，去年夏天在上海发生一起金额达数千万元的客户资金通过快捷支付盗取案件，监管层对此十分关注，并就此展开银行与支付机构合作业务的规范性文件起草工作。在经历近一年之后，该文件终于出台。

10号文延续了此前银监会的86号文和央行的5号文的基调，从保护客户资金安全和信息安全出

发，对有针对性的问题细化了规范，涉及客户身份认证、信息安全、交易限额、交易通知、赔付责任、第三方支付机构资质和行为、银行的相关风险管控等。此前的86号文是银监会于2011年8月下发的加强电子银行客户信息管理有关规定，5号文则是今年1月央行下发的关于加强银行卡管理业务的有关规定。

客户信息安全、资金安全成为银监会与央行此次联合行动的主要宗旨。该通知要求，商业银行与第三方支付机构合作开展各项业务，对涉及的客户金融信息管理，应严格遵循有关法律法规和监管制度的规定，严格遵照客户意愿和指令进行支付，不得违法违规泄露，且商业银行应对客户的技术风险承受能力进行评估，客户与第三方支付机构相关的账户关联、业务类型、交易限额等决策要求应与其技术风险承受能力相匹配。

快捷支付开通和用途双限

根据文件，快捷支付的开通将受到更严格的限制。在第三方支付机构资质方面，10号文要求首先银行要对客户的风险承受能力进行

评估，以10号文再次重申了客户身份认证的重要性，要求首次建立业务关联时，必须通过第三方支付机构和银行的双重身份鉴别。此前开通快捷支付时只需要第三方支付机构的身份鉴别，增加了银行的身份鉴别——“账户所在银行应通过物理网点、电子渠道或其他有效方式直接验证客户身份”，便捷性和客户体验均将受影响。

在赔付责任方面，10号文要求，商业银行在与第三方支付机构签订合作协议时，要求对客户通过大额资金划转强化身份认证，确保由客户本人发出资金划转要求。对大额支付、可疑支付要及时通知客户。从银行账户划出的支付交易资金，遇到交易终止、失败应划回原银行账户。

同时，快捷支付的用途也将受限。10号文规定，“银行应构建安全的网络通道，制定安全边界，防止第三方机构越界访问”。所谓越界访问，指快捷支付的功能超出了银行的授权范围。据了解，银行普遍对支付接口的用途设定一定的限制，比如只能用于缴纳水电煤气费，但部分第三方支付机构在操作中存在扩宽支付接口用途的行为，比如将之扩宽到购物。10号文称，

商业银行应设立与客户技术风险承受能力相匹配的支付限额，包括单笔支付限额和日累计支付限额。这表明，监管层似已认可备受争议的四大行下调支付限额的行动。

相关工作最迟6月底完成

分析人士认为，10号文的下发，是自3月央行暂停二维码（条码）支付业务以来，又一次针对该行业的规范行动。10号文进一步厘清了银行和第三方支付机构各自的责任，也对合作中的一些具体内容，比如身份认证、交易限额、风险监控等进行细化，使得双方有可以执行的细则，也完善了此前监管中的一些空白点。由于将合作业务纳入到全行业务运营风险监控系统的监控范围，以及对备付金存管业务统一管理的要求，将使得此前不少大型支付机构采取对各分行逐个“击破”的合作方式难以维系。也就是说，第三方支付进一步受限。

据悉，银监会和央行已要求商业银行应按照10号文的各项要求，做好相应的制度及合同修订工作，相关工作最迟应于2014年6月30日前完成。

【相关链接】

所谓第三方支付，就是一些和产品所在国家以及国外各大银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。

在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方支付平台提供的账户进行货款支付，由第三方支付通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方支付再将款项转至卖家账户。

由于第三方支付平台的个性化服务，使得其可以根据被服务企业的市场竞争与业务发展所创新的商业模式，同步定制个性化的支付结算服务。

在缺乏有效信用体系的网络交易环境中，第三方支付模式的推出，在一定程度上解决了网上银行支付方式不能对交易双方进行约束和监督，支付方式比较单一；以及在整个交易过程中，货物质量、交易诚信、退换货要求等方面无法得到可靠的保证；交易欺诈广泛存在等问题。

【本 报 讯】（记者 胡晓晶）“2000年4月13日，新浪在纳斯达克上市；14年后的今天，同样是周四，同样是17美元的发行价，我们又一次回到了这里。”昨晚，被外界视为“中国版Twitter”的新浪微博登陆纳斯达克，新浪董事长兼CEO、微博董事长曹国伟在敲钟时如此感慨。新浪微博由此也成了全球首家上市的中文社交媒体。

新浪微博（代码WB）IPO发行价为17美元，此次上市共发行1680万股，募集资金最高可达3.2844亿美元。北京时间今天凌晨，虽然出现了开盘价等了一个多小时才出现的小插曲，且16.27美元的开盘价低于发行价，但开盘后新浪微博迅速拉升，涨幅一度超过40%，最后收报20.24美元，较发行价上涨19.06%，以收盘价计新浪微博的市值约为37.7亿美元；并由此带动母公司新浪（代码SINA）一起，排进周四美股成交量

新浪微博登陆纳斯达克

成为全球首家上市的中文社交媒体

最大的中概股前两名（第三名则是同样于昨日在纽交所上市的乐居）。

和微信分道而行

诞生于2009年的新浪微博，一度引发中国互联网行业的“微博热”，最多时国内有十余家互联网企业相继推出自己的微博产品。不过，4年多之争的结果是，新浪微博还是中国微博的代名词。截至今年3月，新浪微博月活跃用户1.438亿，日活跃用户6660万；新浪微博上有超过8万个政府机构和官员的微博账号、70多万个个人认证账号和40多万家企业认证账号，连接着中国社会中

政府、企业、名人与草根之间的互动。开放的传播机制让微博成为中国的“公共议事厅”，以马航飞机失联事件为例，新浪微博是最早发布信息的媒体平台，20多天里相关话题的阅读量达18.1亿次。

如今，腾讯微信是否已是新浪微博的“心腹大患”？昨晚，曹国伟在面对媒体尖锐提问时这样区分：“包括我在内，现在国人的手机里都习惯同时装这2个产品，两者不同在于：微博用在大众交流，是公开网络；而微信则是小众圈子，是朋友空间。这2个平台的定位不同是社交网络本身的选择，各有特色、各取需

求。”实际上，相比微信目前的全球化扩张势头（其全球活跃用户已达3.55亿），新浪微博则在招股书中表态本土立场：将借上市之机，向中国城市以外更广大的农村地区扩张。

和阿里互相推背

“新浪上市的那一周，是纳斯达克历史上跌幅最大的一周，我印象中跌了700多点”，曹国伟昨晚感慨历史的巧合。因为在新浪微博准备上市的这两周间，美股的上市环境也不是最好，此前不少赴美IPO的都低于路演价，这让曹国伟对新浪微博登陆纳斯达克首日的表现很满意。

除了本身穿戴的“中国最大的公共社交媒体”的外衣，新浪微博上市的积极因素还有阿里巴巴。上市前，新浪集团持有新浪微博77.6%的股权；上市后，该数字被稀释到56.9%，虽然新浪集团依旧是新浪微博的第一大股东，但按协议阿里巴巴将增持后者股权至32%。去年斥资5.86亿美元收购新浪微博18%股权的阿里巴巴，正在新浪微博的商业化路上扮演着“顶梁柱”的角色。

2013年第四季度，新浪微博营业利润达到300万美元，成为中国第一个盈利的社交媒体平台；今年第一季度，其整体营收达到6750万美元，同比增长160.6%。

上海新

健威医疗美容门诊部

诊疗项目：美容外科 美容皮肤科 美容牙科

地址：淮海中路1375号 电话：54040427

营业时间：10:00-20:00 预约电话：021-54040427

东方卫视

4月17日起 每晚19:30

大当家

THE MASTER OF THE HOUSE

姚芊羽 翟天临 张晨光 郝平 谢祖武 谭松韵

Yao Qianyu / Zhai Tianlin / Zhang Chen-guang / Hao Ping / Xie Zu-wu / Tan Songyun