

购物喜刷刷 还款笃悠悠

分期还？

一次还清？

还人民币？

还外币？

绍波 画

阿姐算盘

一个春节过去，上海阿姐们的钱包都会不同程度地减了肥，尤其是出境旅游的阿姐们。现在换汇不是那么容易，而且在欧洲、中东等地随身带大量现金还不安全，所以越来越多的阿姐们宁可在境外“喜刷刷”。

不过刷卡虽然爽，但是还信用卡时就要费下思量了。

还人民币还是外币？

阿姐们在境外刷外币卡有两种，一种是全币种信用卡，一种是双币种信用卡。

如果用的是全币种信用卡，所有交易（含取现）都自动转换成人民币账单，在开通“海外交易人民币入账”功能后，无需购汇，就可以直接用人民币还款。不过如果刷的不是美元，还会产生外币兑美元的手续费，通常在1.5%左右。

而如果是双币种信用卡，那么它就是以美元或欧元入账。那么在还款的时候就要看阿姐们是否开通了“自动购汇还款”的功能，如果开通了也可以直接还人民币，如果没有开通的话，那么就需要还相应的外币。

另外还要注意的，在境外刷卡不是按刷卡当天的汇率结算，而是按入账当天的汇率结算。所以有时阿姐们会发现，账单会和自己算的有一点出入。

最晚还款日是几号？

上海阿姐们都晓得，信用卡有20-50天的免息期。比如说阿姐有一张信用卡的账单日为每月5日，也就是每个月5日前的消费才会计入账单；而还款日往往是账单日后的20天，最后还款日就是25日左右。如果阿姐在每个月6日消费，那么就可以享受最长50天左右的免息期。

今年大年初一正好是2月5日，如果阿姐们账单日是5日，那么在春节期间的消费，都可以拖到3月25日，可以大大减轻春节血拼的还款压力。

一次还清还是分期？

好不容易出国一次，帮同事朋友带奢侈品，给家人亲戚带伴手礼、自己还要再淘点化妆品……账单最起码是以万为单位，虽然阿姐们不都是“脱底棺材”，也会让下个月的“银根”吃紧不少。

能够一次性还清自然清爽，不过为了减轻阿姐们的压力，银行也都提供分期还款，一般都是在3-12期，最长可达24期（两年）。手续费一般3个月在0.55%-0.9%/月之间，6个月在0.6%-7.5%/月，期限越长，付出的手续费越高，一般24个月的话，最起码要付14.4%的手续费（相当于0.6%/月），所以一般分期还是3-6个月比较适宜。

另外，阿姐们一般都有几张各个银行的信用卡，不同银行的分期手续费也是不一样的，比较下来，国有五大行比较便宜，如工商银行分3期的话，手续费仅为0.55%/月；而农业银行6-24个月都可以做到0.6%，而股份制商业银行相对就比较贵一点。

拖到最后一天还？

许多阿姐都有用足免息期，最后一天还款的习惯，不过这样“候分掐数”也会有问题。

一方面是容易忘记，另外，如果在境外消费，而信用卡又没有开通“自动购汇功能”的话，就需要阿姐们打电话或者通过网上银行购汇后还款，弄不好就会产生逾期。信用卡一旦逾期，就会在阿姐个人征信报告上留下记录，以后买房买车贷款说不定就会有影响。

万一碰到这样的情况阿姐们也不用太担心，一般银行都有宽限期，一般是在3天左右。在这个期限之内，阿姐们可以立刻全额还款，同时再打电话给银行进行说明，这样银行就不会记录逾期，也不会收你的利息和滞纳金。

郑海阳

上海市有关领导调研互联网企业

携程：为打造上海品牌贡献力量

2月21日晚，据上海市政府新闻办公室官方微信号“上海发布”报道，上海市有关领导当天下午走访了上海的互联网企业，调研信息消费产业发展情况。其中一站，来到了目前上海互联网企业中发展历程最长的企业携程。

“我们上海有这么一家著名的企业，我们也感到很自豪，希望你们做大做强品牌，促进上海和中国旅游的发展。”市有关领导肯定了携程的成绩。

与此同时，还提出了新要求：“希望携程助力消费升级，旅游市场发展很快，目前还是保持双位数增长，这个市场怎么样去把它做大，携程可以做很多文章。”

对此，携程方面也表示，“愿意在信息消费、创新发展和用旅游升级上海城市品牌上贡献力量。”

聚焦信息消费与旅游产业融合

从上海走向全球的互联网公司中，携程无疑是重要代表。从1999年在徐汇区的航天大厦开始，到后来漕河泾的办公区，再到长宁区的福泉路、临空园区，携程在20年的发展历程中在上海踏出的一步步足迹，也见证了上海服务品牌的成长过程。

其实，在高速发展的信息化时代，上海不缺互联网基因，也不缺营商环境，更不缺信息消费。

最新统计显示，中国大陆境内被国内外投资者和投机机构认可的新兴产业公司共有136家，估值累计总额超过3.3万亿元人民币，其中总部位于上海的有29家，仅次于北京，相当于杭州和深圳的总和。

另外，在《2018年中国互联网企业100强发展报告》上，上海共有21家企业入选，百强企业数量仅次于北京，其中携程位列第15。

以携程为例，公开资料显示：目前，其在立足上海、服务全国的基础上，也早已领先于同业开启全球化战略，2018年的在线交易额已经达到将近7000亿元，居全球在线旅游行业首位，成为我国在线旅游行业的代表企业之一，更是上海信息产业的标杆企业。

“这两年，我们的国际化做得非常好，国际收入在集团总收入的占比约为30%-40%。我们现在的目标不仅是服务中国游客，未来还要成为全世界游客旅游的首选。”携程集团联合创始人、执行董事局主席梁建章在介绍携程的发展时称，愿意加快推动信息消费和旅游产业的融合发展。

据中国信息通信研究院1月发布的最新数据，2018年我国信息消费规模约5万亿元，同比增长13%。根据规划，到2020年，我国信息消费规模达到6万亿元，年均增长11%以上，并拉动相关领域产出达到15万亿元。

这意味着，对于包括携程在内的企业来说，信息消费是“绕不开”的话题。

“信息消费和旅游产业的融合发展潜力巨大、前景广阔。”对此，市有关领导强调，“要抓住消费升级机遇，坚持创新发展，做强品牌。聚焦重点和前沿领域，加大研发和应用力度，深化产品创新、业态创新、模式创新，提升企业的核心竞争力，深化全球化战略布局。”

用全球旅游服务 打响上海品牌

对在线旅游行业来说，信息技术是旅游业态创新和旅游产品创新上的重要动力，而服务则是决定发展前景的最关键因素。携程在全球服务方面的一些做法也契合了“上海服务”的重要含义。

据官方资料，打响“上海服务”、“上海制造”、“上海购物”、“上海文

化”四大品牌，正在凝聚成为社会各界的共识与行动。

其中，“上海服务”作为领头品牌，一项重点内涵是辐射全国乃至全球的服务功能，目标是打造更加强大的服务能级，能在全中国乃至全球范围配置资源，有能力为全国服务、为更大范围的企业和人群服务。

这方面，携程有其发展经验。从服务的广度上看，携程已铺开触达全球用户的服务体系。1.5万名客服岗位员工分布全球，除了全国各地的呼叫中心外，携程还在苏格兰爱丁堡、韩国首尔和日本东京设立了海外呼叫中心。

从服务的纵深看，携程针对旅游行业痛点实践更加细致的服务举措。比如，针对游客在海外求助的语言翻译、补办证件、物品遗失等常见情况推出的“全球旅行SOS”服务，目前救援成功率达到94%，其中海外救助占比70%。

助上海打造“东方纽约”

市有关领导还表示，希望携程更好发挥平台资源优势，积极助力上海旅游宣传推介、产品开发、改进服务，为上海加快建设世界著名旅游城市贡献更大力量。

入境旅游是上海建设世界著名

旅游城市的重要内容。数据显示，2017年，上海接待入境游客873.01万人次，同比增长2.18%，平均逗留时长3.3天，人均消费931.23美元。2018年1到6月，上海接待入境游客人数同比增长1.71%。

“上海旅游资源比较丰富，但跟一些全球著名旅游城市比，还没有做足文章。携程在国际上影响力很大，希望携程能够帮助上海一起做好旅游宣传，促进上海更好地发展。”市有关领导指出。

携程CEO孙洁表示，携程将尽全力支持上海创新发展，用携程经验反哺供给侧改革，并愿意在大数据、长三角旅游一体化、入境游、推进上海国际航空枢纽建设等多方面与上海市开展深入合作。“助上海打造‘东方纽约’，并建设成为世界著名旅游城市。”

行业分析认为，在促进上海入境游、提升上海旅游品牌形象方面，作为从上海走出来的企业，无论在丰富入境旅游产品供给、海外旅游营销推广，还是提升城市旅游服务能力上，携程都能更好地理解上海，更好地发挥行业 and 平台优势助力上海。

按照《关于促进上海入境旅游发展的若干意见》中的规划，到2020年，上海将实现年入境游客数突破1000万人次；入境游客逗留时长超过3.5天。到2035年，年入境游客数突破1400万人次。