

# 贷款基准利率今天降了

本报讯 (首席记者谈斐)贷款基准利率降了。今天9时30分,央行网站公布了改革完善贷款市场报价利率(LPR)形成机制后的首个贷款市场报价利率:1年期LPR为4.25%,5年期以上LPR为4.85%。以上LPR在下次发布LPR之前有效。

中国人民银行改革完善贷款市场报价利率形成机制,是为了深化利率市场化改革,提高利率传导效率,推动降低实体经济融资成本。贷款市场报价利率每月20日(遇节假日顺延)9时30分公布,报价行类型在原有的全国性银行基础上增加城市商业银行、农村商业银行、外资银行和民营银行。贷款市场报价利率由原有1年期一个期限品种扩大至1年期和5年期以上两个期限品种。银行的1年期和5年期以上贷款参照相应期限的贷款市场报价利率定价,1年期以内、1年至5年期贷款利率由银行自主选择参考的期限品种定价。

自即日起,各银行应在新发放的贷款中主要参考贷款市场报价利率定价,并在浮动利率贷款合同中采用贷款市场报价利率作为定价基准。存量贷款的利率仍按原合同约定执行。各银行不得通过协同行为以任何形式设定贷款利率定价的隐性下限。

## 市质量协会发布“上海个人信用意识状况调查”报告 市民对个人征信知识了解相当少

今天是世界信用组织(WCO)发起的“国际诚信日”。为了解当前上海市民对于个人信用的认知水平、维护个人信用的意识情况、日常生活的信用生活习惯等,上海市质量协会用户工作委员会发布了“上海个人信用意识状况调查”报告。

### 超60%认为信用很重要

本次调查共收集到有效样本2082份。调查发现,“假冒伪劣商品、虚假广告盛行”是被访者认为当前社会中最突出的信用缺失现象,比例达68.5%。“假疫苗”“瘦肉精”等食品药品安全事件也是被访者认为较突出的信用缺失现象,比例达到47.0%。调查结果还显示,65.2%的被访者认为“信用”在日常生活中的地位很重要,仅有14%的被访者表示无足轻重。

此外,多数市民具有良好的“信用观”,但在某些情况下,也会被“利益观”影响。调查方设计了三道颇有趣味的假设题,比如收到假币如何处置?只有4.0%的被访者表示会选择花出去,9.1%表示会看情况,86.8%的人表示不会。被访者向一位朋友借了一笔钱,朋友突

然意外去世了,怎么办?91.0%的人表示还是会把钱还给朋友的家人,仅有3.0%表示不会,6.0%表示看情况。当通过说谎或者隐瞒一些个人信息,能获得想要的利益?11.0%表示会这么做,还有29.3%的市民表示会看情况考虑一下,只有59.7%的市民明确表示不会。

### 对个人征信所知甚少

在个人征信知识问卷部分,受访者的平均得分为2.10分/10分,有63.2%的被访市民只得到0-2分,说明当前上海大部分市民对个人征信的基础知识知之甚少。

哪些行为会影响个人征信记录?只有11.9%的被访者回答正确,而其余88.1%的市民了解不全,不知道信用卡逾期、个人贷款逾期、网贷平台贷款逾期、拖欠助学贷款、“睡眠信用卡”未处理;实名手机、固话、宽带欠费;为第三方贷款的担保人、第三方没有按时偿还贷款等情况都会影响征信记录。

### 年轻人爱用虚拟信用卡

调查中,49.1%的被访者有使用信用卡支

付(包括手机绑定信用卡)的习惯。最近一年内,有2.7%的持卡市民有过3次以上逾期未还款的情况。而根据相关规定,信用卡连续三次或两年内累计六次逾期还款,就会在个人信用记录中体现,对今后申请贷款有直接影响。

调查还显示,57.4%的被访者有使用支付宝花呗、借呗、京东白条等进行消费的习惯。20-29岁和30-39岁的被访者有互联网虚拟信用卡的比例明显高于其他年龄段,可见80后、90后的年轻人消费支付方式更为多样。值得一提的是,在校大学生中有67.7%的人持有1张以上信用卡,而这其中39.0%持有5张以上信用卡,这一数据远远超过在职者。这些学生中,有61.5%还有使用支付宝花呗、借呗、京东白条等虚拟信用卡进行消费的习惯。

调查结果说明,当前社会整体信用状况虽然在不断向好发展,但仍存在一些现实性的问题有待解决。市民群众的个人信用意识相对薄弱,信用基础知识匮乏,对个人信用的重要性认识不足,尚未养成良好的维护信用习惯。 本报记者 金旻矣

## 4名造谣者受证监会处罚

本报讯 (首席记者 连建明)因制造、传播虚假信息,陈毅衡、林文全、王夏儒、吴化章四人受到证监会重罚,证监会昨晚公布了四则行政处罚决定书,决定书对四人共计罚款56万元。

2019年1月28日,陈毅衡编造了“彭博社讯,新任证监会主席易会满在记者招待会上表示,2019年主要工作是推行做空机制”的虚假信息,并自当日23:23起,以其本人微

信号发布在“blackrock”“投资界”等9个微信群中。此后该虚假信息在多个QQ群、微信群中被转发、传播。

2019年1月29日00:58,林文全在QQ群中看到这条虚假信息后,将信息复制到新浪微博账户“遂昌快活林”上发布,此次发布系上述虚假信息在新浪微博中的首次发布。2019年1月29日9:22,王夏儒在微信群中看到群主“黎DM”发布了“彭博社:易会满召

开记者会推行做空机制”的虚假信息,随即于9:23将该信息通过新浪微博账户“分析师的百年孤独”进行了转载发布。2019年1月29日晨,新浪财经综合频道新闻编辑吴化章在未对信息来源和真实性进行核实的情况下,于当日9:41利用同事的工作账号,将该信息发布在新浪财经频道的底层消息库中。

证监会认为,陈毅衡等人的上述行为违反了《证券法》第七十八条第一款“禁止国家工作人员、传播媒介从业人员和有关人员制造、传播虚假信息,扰乱证券市场”的规定,分别对他们做出相应处罚。

## 1.3万智慧门店成“流量收割机” 苏宁解读全场景的818有何不一样

1.3万智慧门店成“流量收割机”  
苏宁全场景引爆818

继年初成立快消、时尚百货、苏宁国际、家电及消费电子五大商品集团,接连收购万达百货和家乐福中国补足百货以及大快消领域的短板之后,对苏宁来说,今年818堪称是最“全”的一次发烧购物节,线上多平台、线下多业态、会员全贯通,让818成为三大电商购物节中,场景最丰富、业态最全面、体验最趣味的全民发烧购物节。

818期间,苏宁13000多家智慧零售门店+18万门店网红店员的组合,推动苏宁线下门店成为巨大的“流量池”,单日客流达到数千万。

深耕县镇市场的3700多家苏宁零售云门店,销售量突破100万件。18日当天,依托于零售云店的线上销售金额环比增长超9倍。

苏宁小店6000家门店在818期间全面引爆,其间,全国首家苏宁小店3.0模型店落地南京,开业3天累计销售额达到13万元。

在苏宁拼购、砍价团、苏宁鲸喜全场景红包等线上强分享和超13000店的带动下,818期间,苏宁易购小程序访问分享爆增5倍。

张近东表示,这个818发烧购物节最大的意义在于突破了单一渠道狂欢的传统,率先在行业打造了引领时代的全场景消费盛宴。“我们做的不仅仅是购物节,更是主打新生活理念的全民节日,要把更燃的生活方式传递给广大用户。当一个节日被赋予时代特色、文化内涵时,一定会更长久、更繁荣,我相信,818发烧节也一定会越走越远、越做越大。”

8月18日,苏宁易购发布818战报:首个苏宁全数字化视觉无人店亮相,首家3.0版苏宁小店开业,首家苏宁极物旗舰店落地,13000多家互联网门店参战,用时1分28秒家电3C整体成交额突破10亿,苏宁拼购订单数同比去年上涨561.07%,苏宁以旧换新总量超过100万单,3726家苏宁零售云门店销售量突破100万件……

“从纯粹的线上热闹,到线上线下的融合互动,再到今天的全场景狂欢,苏宁人一路狂奔,不断抢占先发优势,引领行业潮流,始终努力在用苏宁的方式推动零售行业的进化。”张近东表示,今年818发烧节,苏宁智慧零售业务全面爆发,掀开全场景发展的新篇章。(王晨)



托的是强大的科技支撑。

### 数字化能力全面彰显 对科技的投入没有上限

8月16日,苏宁首家全数字化视觉无人店正式开业。平均购物时间节省了45秒,买一瓶矿泉水最快1秒就能完成交付,真正实现“即拿即走”,而就算在店里悄悄打开饮料喝几口放回至货架,离开时也会被自动扣费,因此“即拿即走”的无人店也被冠以“非常会算计”的新物种。据了解,这家全数字化门店可以将运营和管理效率提升70%。

无人店是苏宁数字化能力升级的一个缩影,苏宁智慧零售背后依

### 服务“在身边” 小店即时配覆盖 超1800万户

8月17日,苏宁物流“5G卧龙”无人车首次实现实景路测,用时5分钟送达第一单。苏宁秒达最快17分钟送达,全国1小时服务圈平均送达时间34分钟。

截至18日18时,南京、北京、广州、上海、成都、武汉、西安、沈阳、深圳、杭州、济南、郑州、重庆共13个城市,平均送达时间25分钟,南



商务部门助力。有超过70万用户家庭参与以旧换新。818前夕,苏宁小店推出“生活帮”服务品牌,成为社区居民以旧换新的新入口。

818期间,苏宁金融支付立减,为用户节省6900万元。600万用户享受任性付种草狂欢。华为首次超越苹果,成为用户最爱分期购买的品种。

### 苏宁拼购十大店铺出炉 悟空榜渐成消费新指南

818期间,苏宁拼购订单数同比去年上涨561.07%。订单数最高的单日,出现在“808超级拼购日”,仅用4小时打破去年全天记录。

大数据显示,818期间订单数突破10万的商户共有2610家。其中,云柔科技母婴专营店、亿米多旗舰店、乐益天旗舰店、约陌零食专营店、诚达食品专营店、优选一亩田辽宁特产专营店、果美生鲜专营店、俊驰旗舰店、大鸿宝专营店和谷斑旗舰店,位列前十。

商家看榜冲刺,消费者看榜消费。苏宁上线一周年的悟空排行榜,在本次818发烧购物节中成为新的焦点。在各大品牌商逐鹿榜首的同时,用户对悟空榜的评价悄然上升。悟空榜手机、空调、休闲鞋等单品榜,成功引爆知乎多个热门话题。

