

财眼



一款奢侈品手袋国内定价与日本购买价相差3000多元 日元大贬值,海外代购又“香”了

近期,国际外汇市场波动巨大,美元强势升值的同时,日元、欧元对美元汇率屡创新低,相比之下,人民币汇率较为坚挺。据新快报记者估算,今年以来,人民币对日元升值了11.30%,人民币对英镑、欧元等其他非美货币也相应升值,汇率的变动令疫情暴发以来一度沉寂的海外代购又重新“香”了起来。那么,现在通过代购购买日元区、欧元区产品是否划算呢? ■新快报记者 杨依泓

日元贬值奢侈品打折买

“日币暴跌,好价接预定,现在的日本汇率太适合买‘大件’啦!”“专柜定价比国内便宜好多,加上汇率差真的巨香”……近一段时间,不少日本代购在社交平台上卖力吆喝。数据显示,10月31日,人民币对日元汇率为20.3420,相比1月4日的18.1390上涨了12.14%。

记者搜索各大奢侈品品牌官网发现,由于汇率、定价等因素,国内国外官网价存在价差,有的竟相当于打了七折。官网显示,路易威登Speed25(含肩带)手袋国内定价为14300元人民币,但在日本官网上显示为220000日元,折合人民币约为10898元,便宜了3000多元,相当于打7.6折。护肤品类、珠宝首饰类同样“香”,官网价差普遍超两成。劳力士日志型36手表中国官网定价为56600元,在日本官网上该款表售价为861300日元,折合人民币约42599元,便宜了24.73%。

“代购奢侈品还是可以赚到钱的,日

本专柜价基本都比国内便宜20%以上,加上运费和关税也比国内价格要便宜。”留学生小鱼(化名)是一位东京留学生,他告诉记者,不少留学生都会利用空闲时间找点兼职赚点贴补,代购就是个不错的选择,“最近日本汇率低,日本产品在国内也火,种类又多,不少人都来购买。”

欧元区代购“生意不好做”

从数据来看,今年人民币对欧元等非美货币也一度升值。8月3日,人民币对欧元汇率为0.1455,对比1月4日的0.1389上涨了4.7%,不过近期又跌回0.1381左右。但从奢侈品价格来看,目前在欧元区购买商品还是比较划算,上述路易威登Speed25(含肩带)手袋法国官网价更便宜,售价1390欧元折合下来只需要10107元人民币,而海蓝之谜经典面霜100ml法国价格则为515

欧元(约3738元人民币)。

“虽然之前欧元贬值,来咨询购买的人很多,但不久前又涨了一些,之前的价格作废不说,我们代购又变得艰难。”西班牙的代购商小尚(化名)认为,目前代购奢侈品性价比最高,较低值的日用品、化妆品等产品则弄不好还要赔钱。

专注美元区海淘的小敏(化名)告诉记者,“代购难”已经是圈内共识,过关时间长、进货渠道不如大代购等,护肤彩妆囤货可能有价差,奢侈品代购还要冒着

客户毁约风险。

消费者小李对新快报记者表示,如今电商平台各种“全球购”渠道越来越多,有官方背书,价差也不是很大,她还是更倾向于在全球购或者旗舰店购买产品。消费者曼曼也有相似经历,“之前找欧洲代购买一款Gucci包,等了两个多月才到手,我差点以为(代购)跑路了,现在再买奢侈品,会选择在得物或考拉这些平台入手,价格差距不大,还有权威第三方检测,比代购更安心。”

部分商品不同货币报价

商品名	国内官网价格 (单位:人民币)	日本官网价格 (单位:日元)	法国官网价格 (单位:欧元)	美国官网价格 (单位:美元)
路易威登 Speed25 (含肩带)	14300元	220000日元 (折合约10898元)	1390欧元 (折合约10107元)	1820美元 (折合约13154元)
海蓝之谜 经典面霜 100ml	4400元	67210日元 (折合约3319元)	515欧元 (折合约3738元)	570美元 (折合约4122元)
劳力士 日志型 36 手表	56600元	861300日元 (折合约42599元)		

注:新快报记者在各品牌官网上查阅所得,具体以各品牌公布为准

42家A股上市银行三季报出炉 合计实现归母净利润近1.6万亿

新快报讯 记者范昊怡报道 A股上市银行前三季度“成绩单”已悉数放榜。截至10月31日,42家A股上市银行2022年三季报披露完毕。数据显示,34家银行前三季度营业收入和归母净利润同比取得增长,其中11家银行两项指标同比增速均超过10%,从经营数据来看,工商银行、建设银行、农业银行、中国银行和招商银行的营业收入和归母净利润均稳居前五位。与此同时,前三季度上市银行不断增强风险抵补能力,资产质量表现也普遍向好。

三家银行净利增速出现负增长

Wind数据显示,今年前三季度,42家A股上市银行合计实现营业收入超45000亿元,实现归母净利润近16000亿元。

无论是营收水平还是盈利能力,国有大行均以强劲的實力位居前列。42家银行中,营收规模超千亿元的有13家,包括六家国有银行,还有以招商银行为代表的部分股份行;净利润规模超千亿元的仅有5家,分别为工商银行、建设银行、农业银行、中国银行和招商银行。

从营业收入来看,国有大行中,尽管工商银行以7114亿元的营收稳居42

家上市银行榜首,但该行营业收入却出现0.1个百分点的微弱下滑,也是国有六大行中同比唯一下降的一家。邮储银行的营收增速同比最高,为7.79%,实现营业收入2569亿元。股份行中,浙商银行的营收增速同比最高,为18.06%;平安银行尾随其后,为8.71%。民生银行前三季度的营收同比增速为负,为-16.87%。

从归母净利润来看,共有39家银行归母净利润同比实现正增长。股份行中,平安银行的归母净利润增速同比最高,为25.82%,招商银行、中信银行、兴业银行前三季度的归母净利润增速同比超10%。国有六大行仅邮储银行归母净利润突破10%,为14.48%,实现净利润738.49亿元。有部分银行的盈利指标存在一定压力,西安银行、民生银行、浦发银行3家银行归母净利润出现负增长,分别同比减少12.37%、4.82%、2.59%。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示,从披露的银行财报看,三季度银行盈利能力强劲,经营业绩亮眼。预计四季度经济复苏有望进一步加快,银行金融机构对实体经济支持力度不减,信贷扩张仍较为强劲,银行利

润同比仍将保持较快增长。

15家银行不良贷款率低于1%

延续趋稳势头,2022年前三季度银行不断增强风险抵补能力,完善风险处置方式资产质量持续向好,与年初相比,绝大多数A股上市银行不良贷款率有所下降,拨备覆盖率有所上升。

从不良率看,截至三季度末,15家银行不良贷款率低于1%。其中,杭州银行、宁波银行不良贷款率最低,均为0.77%,其次为常熟银行,不良贷款率为0.78%。32家银行不良贷款率较去年末有所下降,下降幅度在0.01至0.34个百分点,其中江阴银行、紫金银行、苏州银行的资产质量改善幅度最为明显。

国有大行中,尽管邮储银行不良指标出现了双升,但其不良贷款率仍最低,为0.83%;交通银行不良贷款率最高,为1.41%,但该行不良贷款率较上年末下降0.07个百分点,降幅最大。

股份制银行中,招商银行、平安银行、华夏银行不良贷款率较去年末略有上升。不过,招商银行的不良贷款率在上市股份行仍最低,为0.95%;华夏银行不良贷款率最高,为1.78%。

11月5日起 机票燃油附加费再降

新快报讯 记者张晓茵报道 10月31日,据交通发布微博消息,去哪儿已接到多家国内航空公司再次下调燃油附加费的通知,调整标准为800公里以上航段降低10元燃油附加费。

调整后,国内航线燃油附加费收取标准为,成人旅客800公里(含)以下航段,每名旅客收取60元;800公里以上航段,每名旅客收取110元。此次调整将从2022年11月5日(出票日期)起正式执行。

此前,由于国际油价的上涨,使得航空公司燃油成本不断增加,今年年内曾出现连续五次上调。上半年三大航燃油成本共计337.03亿元,占营业成本均超过1/4。到了下半年,得益于国际油价的回落,此前,8月5日和9月5日已连续两个月下调,此次下调是年内第三次下调,调整后较年内最高点(7月5日)分别降低40元、90元。

不过需要指出的是,即使近几个月航空煤油价格出现了回落,但目前价格仍处历史高位。据新华社石油系统10月25日显示,9月中国进口保税航空煤油到岸价格为每吨7336元。记者查询得知,去年9月中国进口保税航空煤油到岸价格仅为每吨3869元,也就是说,航空煤油价格同比增长高达89.61%。

专题

中信银行广州分行走进广州市黄花小学开展青少年金融素养教育活动

为进一步丰富在校学生的金融基础知识,提高青少年群体风险防范意识和能力,树立理性科学的消费观和理财观。中信银行广州分行作为与广州市黄花小学对接“金育工程”青少年金融素养教育项目的金融机构,在校方的大力支持和配合下,深入校园开展青少年金融素养教育活动,10月21日通过在学校现场与线上相结合的形式,为广州市黄花小学1200多名学生

送上一堂别开生面、生动有趣的金融知识课。

课堂中,中信银行金融宣传员首先通过贴近生活的真实案例深入分析“各类电信诈骗”的特点、表现形式和防范措施,引导学生远离非法金融活动,提升同学们的反诈意识和辨识能力。课堂内容干货满满,适用性强,获得在座学生们的一致好评。随后,金融宣传员围绕“货币的起源”、“各国货币”、“货币战争”和“环

球旅行”等方面与学生进行全面的宣传交流。交流过程寓教于乐,讲故事、有奖问答、游戏互动等环节带动同学们踊跃参与,把晦涩难懂的金融知识以小朋友听得懂的语言生动呈现,孩子们在欢声笑语中学到了实用的金融常识,同时也为从小树立正确的金钱观、消费观打下良好的基础。

下一阶段,中信银行广州分行将继续深入推进青少年金融素养教育活动,在

中国金融教育发展基金会、广东省金融消费者权益保护联合会、人民银行广州分行及相关政府职能部门的指导和支持下,不断创新宣传方式,持续开展丰富多彩的金融知识宣传活动,打造立体化青少年金融课程,将更精准的金融知识普及到青少年群众中,实现“教育一个学生,辐射一个家庭”的良好效果,履行社会责任,为构建安全、和谐、有序的消费环境贡献力量!