

房贷利率下调 放款速度加快

广州房贷真的“松绑”了？

首套房贷不低于LPR+100BP

在不少购房者看来，LPR（贷款市场报价利率）下调，房贷会跟着降低，是否真是这样？事实上，LPR利率是由我国18家报价银行综合考虑资金成本、贷款市场供求、信用溢价所报出来的结果，其他贷款利率可在此基础上加减点生成。这也意味着，5年期以上的LPR调整将会影响房贷。

不过，对于商业银行来讲，LPR下调并不意味着LPR后面加的基点同步下调。羊城晚报记者走访了广州市内的多家银行发现，目前，广州地区房贷主流利率多为五年期以上的首套和二套个人住房贷款利率分别按不低于LPR加100BP、120BP（基点）执行。

“这样的利率水平与LPR下调之前并没有明显变化，但确实相较于2021年年中的时候有所下降。”某国有银行广东省分行的信贷人士告诉羊城晚报记者。

有银行给羊城晚报记者的回复称，定价方面，在符合监管政策要求的前提下，该行根据借款人的信用记录、还款能力、综合贡献以及同业市场定价等因素进行差异化定价，合理确定每笔贷款的具体加点数值，保持个人住房贷款利率水平基本稳定。就该行而言，五年期以上的首套和二套个人住房贷款利率分别按不低于LPR加100BP、120BP（基点）执行。

“房住不炒”基调不会改变

“上午网签，下午放款，这速度绝了。”此前有网友向羊城晚报记者爆料称，近期银行房贷的放款速度非常快，自己原本做好了年后还房贷的准备，没想到放款速度超出了预期。是不是广州地区的房贷真的“松绑”了？羊城晚报记者走访了多位银行业内人士，不过，他们都对此作出否定的表示。

“今年1月份，对比去年末来看，银行信贷额度更加充足，相应的放款速度确实是有所增长，但是所谓的‘秒放’也只是个例而已。”上述国有银行人士表示，因此判断房贷就“松绑”没有充分依据。

有银行则向羊城晚报记者表示，放款时效方面，该行始终坚持“房住不炒”的发展导向，在贷款正常审批流程完成后有序进行放款操作，积极为客户提供优质住房金融服务。

多位市场分析人士也表示，此次五年期的LPR下降对房地产市场确实传出了积极的信号，但“房住不炒”的基调不会改变。

金融监管部门也在近期再次强调“房住不炒”，此前在广东银行新闻通气会上，广东银保监局党委委员、副局长陈晓勇在会上透露，坚持“房住不炒”定位，引导银行机构支持购房者合理住房需求，2021年全辖房地产贷款整体保持稳定，首套房贷款占比超过九成。

中国电信5G消息正式商用 还有机会和微信PK吗？

个人接收免费，发送0.1元/条

羊城晚报讯 记者林曦、通讯员索莎报道：1月25日，中国电信在北京举行发布会，宣布5G消息正式进入商用阶段。中国电信副总经理唐珂指出，5G消息作为5G时代的创新型消息交互产品，是公司“云改数转”战略落地中的重要业务，5G消息作为传统短信的升级，将成为运营商的一项重要基础服务。在大众最为关心的资费问题方面，中国电信表示，在具体的资费方面，个人接收免费，发送与现行短信资费一致（0.1元/条）；企业按照不同消息类型分别收费。中国电信将提供5G消息标准套餐，探索多种计费模式；同时扩大5G消息终端覆盖范围，加强行业合作。2020年4月，中国移动、中国电信、中国联通三大运营商联合发布《5G消息白皮书》，阐述了5G消息的核心理念，明确了相关业务功能及技术要求，提出了对5G消息生态建

设的若干构想。时隔近两年后，中国电信5G消息终于迎来了正式商用。至于中国移动和中国联通的5G消息将何时正式商用，截至发稿，两家都未有官方信息。

公开资料显示，5G消息是运营商5G时代推出一项新应用，用来替代传统的短信功能。而传统的短信在社交软件的竞争中逐渐被边缘化。据通信行业相关人士介绍，与传统的短信业务相比，5G消息富媒体业务支持包括文本、图片和音视频等丰富的媒体格式，具有无需下载App等优势，操作上会更方便，实现了在消息窗口完成搜索、发现、交互、支付等操作的一站式业务体验。然而，也有观点认为，微信目前活跃用户已超过12亿，已经形成了很大的用户基础，无论是企业端市场还是个人端，用户也早已习惯用微信沟通，5G消息后续的发展如何，还需要看市场用户的选择。

年货节“囤年货”

广东购买力稳居全国首位

羊城晚报讯 记者林曦报道：临近春节，各家电商、快递都在铆足了劲备战年货节，全国消费者纷纷囤起了年货。从米面粮油到水果生鲜再到零食礼盒，一个都是国人过年的“必需品”。在全国消费者都兴冲冲抢购年货的过程中，京东数据显示，其中，广东省消费者热衷购买各式礼盒，并凭借亮眼的消费实力稳居全国购买力第一位。

今年年货节期间，广东购买力位居全国第1位。从消费喜好上来看，广东热销年货TOP5分别为：三只松鼠坚果礼盒、良品铺子经典坚果年货礼盒、伊利安慕希希腊风味常温酸奶年货礼盒、圣迪乐村鸡蛋年货礼盒以及徐福记礼盒。不难看出，这个春节广东消费者已经为走亲访友作足了准备。

同时，由于不少人选择“原地过年”，所以会选择给老家快递年货。京东上异地订单规模增长以及品类日益丰富。广东异地订单量增长排名位居全国第7位，大家给家里快递的热门品类TOP5为：休闲食品、酒类、进口食品、粮油米面、面点护肤。

顺丰的数据显示，年货节快

递高峰期是腊月十五到廿八，峰值是廿二、廿三。预计广州地区的收、派业务总量对比去年同期增长约10%，派件量增长超过22%。收、派业务量环比日常增长超过15%，峰值已达成32%。

京东小时购、京东到家数据显示，春节前夕，广州地区平台销售额大幅增长。其中，加湿器、取暖器、按摩仪、电子秤、挂烫机/熨斗等小家电的销售额同比增长超过10倍。在日用清单中，消费者下单最多的商品包括花生油、纯牛奶、国产大米、各类蔬菜、鸡蛋等。

“虎年相关”产品也备受欢迎。唯品会数据显示，主打压岁和生肖概念的金饰受到90后、95后消费者的青睐，如唯品会和周生生定制的“黄金足金转运珠本命年小虎牙”就备受广东消费者的关注，在同类商品销量中排名榜首。

从消费人群构成来看，今年年货节期间，在京东上，广东女性用户成交金额增长42.8%，35岁以下年轻人成交金额同比增长44.7%。本地中低收入城市订单量同比增长三成左右，同时，这部分城市消费金额占全省53.4%。

财经辣评

上汽荣威也玩起元宇宙 是不是奶茶火锅元宇宙也快来了？

羊城晚报财经评论员 威耀琪

随着元宇宙热潮席卷全球，国内外各大科技巨头纷纷转战“元宇宙”。社交媒体巨头Facebook去年改名Meta，声称要重点布局元宇宙，百度也发布了首个元宇宙产品“希壤”，字节跳动也成立元宇宙公司Metaverse……而日前上汽荣威也宣布，旗下首款NFT数字艺术作品“荣威元宇宙”在国拍成功公开拍卖。

所谓NFT，简称非同质化代币，或不可替代令牌，就是利用区块链和加密的技术，让艺术品变成是独一无二的，对于资产认证。

当年，周杰伦旗下服饰品牌PHANTACI联合Ezek推出Phanta Bear（幻影熊）NFT系列；林俊杰宣布持有元宇宙“虚拟地块”；余文乐持有价值超千万美元艺术藏品……就连俄罗斯冬宫博物馆、大英博物馆等官方收藏机构也纷纷加入到拍卖NFT数字藏品的行列当中。

“元宇宙”概念的提出，只是技术想象力的自嗨是不够的，随着巨头的加入，元宇宙就不再只停留在技术层面，也关系到资本层面了。资本的进入，又会进一步把人才、技术、资源席卷进来，推高元宇宙系列的估值。

然而，大企业描绘的未来世界，很可能会因为一个VR眼镜就把很多人挡在外边。以当前的技术水平，戴着VR眼镜的感受其实很笨，玩了半天还得摘下来看屏幕，那又哪来什么沉浸式体验可言呢？

元宇宙未来能走多远，

谁都不知道，现在巨头们争抢的可能也就是赛道最初的10米，只是谁先跑了，谁就有话语权。至少Facebook是这样干的，把名字都改了，无疑也是为了寻求二次创业的制高点。从概念来看，这当然免不了商业炒作。因为一个人不理解不参与元宇宙，也丝毫不影响他现实世界的衣食住行。但是从想象空间来看，确实也能在某些方面促使人类社会进步。比如除了娱乐和游戏，协同工作就是个很有前景的实际应用空间。

在疫情长期困扰全球的大背景下，人常常受困在自己的空间，足不出户不出国，生活形态往虚拟空间孤注一掷，为元宇宙概念持续升温注入强大的驱动力。企业为了表达自己与互联网时代同步的姿态，在上面做着和现实世界同样的事情：投资、拍卖、交易、炒地。表面上是以相对低的成本，换取在元宇宙世界里未来的回报，而深层来说，还是为了占据“舆论高地”。

当传统车企也加入进来，以虚拟方式博取现实关注的时候，可以想象，很多其他产业也可能会受到启发快速跟风，从白酒到火锅，从奶茶到酸辣粉，都可能纷纷加入这个领域圈地抢钱。只是冷静想想，元宇宙的出发点就是“和现实密切相关”。如果一家企业或者一个人在现实世界都混得怎么样，又能有多少能量和资本可以投入到另一个世界做起霸主，进而获得比现实世界更高的社会认同呢？

云上直播下沉社区 广东年花产业玩出“新花样”



引入新品、提前宣传 年花价格上浮销售旺

距离虎年春节还有半个月时，绿宝轩公司就进入了节前年花销售最忙碌的时期。“今年销售很火爆，还有几天才到春节，已经有60%—70%的年花卖出去了，这几天珠三角城市的年花需求量大增，我们对今年花卉销售很有信心。”余昌平告诉记者，整体上看，今年年花的价格会比去年高一点，“比如彩色马蹄莲价格比去年要高大概7%—8%”。

为了积极布局虎年春节的年花市场，各大年花企业积极调整销售策略。比如，绿宝轩公司就调整了产品品种，引入更多具有竞争力的年花。“去年还是以彩色马蹄莲、丽格海棠、红掌等传统品种为主，今年的年宵花新引进了宝莲灯、茶花、国兰、冬青等品种，目前已销售年宵花20余万盆，销售量还在逐步上升。”余昌平介绍说。

“不久前刚刚装车送走了一批兰花，‘红双喜’和‘樱花’的花朵颜色比较鲜艳，春节期间特别受欢迎。”广州市天濠农业科技集团有限公司（下称“天濠农业”）总经理邝浩强介绍说，天濠农业种植兰花面积约120亩，主要种植

有国兰、杂交兰、洋兰约70万盆，产能正在稳步提升，预计2023年开始年出货量达25万盆。为了进一步开拓销路，天濠农业今年还布局了线上销售，同时开发了一批适合线上消费者的产品。“我们结合当前消费者审美的变化，开发了一些小型年花的品种。这两年，小型化和精致化的花卉是趋势。在包装方面，我们也下了更多功夫，希望能吸引年轻消费者。”邝浩强表示。

除了在产品结构上下功夫，还有年花企业调整了备货策略，提前进行年花宣传和开放预订。“今年广州采用‘线上+线下’花市，我们也要紧跟潮流加强线上销售，在推广方面会加强，比往年提前作了宣传和预售。”广州我爱我家网络科技有限公司（下称“我爱我家”）负责人张福昆告诉记者，预售不仅能促进销售量，还能让企业更好地进行库存管理，避免缺货不足或过多备货的情况。

直播带货、牵手社区 花企转型应对挑战

过去两年来，疫情侵扰对花卉企业的销售造成一定的影响，尤其对线下门店和物流造成了冲击。不过，从多家花卉企业走访中，记者了解到，大多数企业

已经适应了新变化，并积极采取策略应对。

转战线上电商是不少花卉企业的首选。“花卉电商我们很早就开始布局了，疫情让我们加快了转战线上的步伐。”张福昆向记者分析，近年来随着鲜花包月、鲜花电商等新产品、新渠道的走俏，消费者线上买花的消费习惯已经逐步培养起来，鲜花电商更成为传统花商接触年轻消费者的重要平台。目前，公司旗下的“易批花”“云花市”交易平台已入住花商600多户，2021年度累计实现交易额1.35亿元，预计2022年春节期间销售额能达到2000万元左右，销售额逐年稳步提升。

除了鲜花电商，直播带货也成了不少花商触网的选择。以兰花种植为核心产业的天濠农业也尝试复制兰花之乡翁源的销售模式，开始深耕直播带货。“直播带货是目前花卉销售的大方向，我们从2020年开始尝试直播带货，现在已经积累了不少经验，未来也会把资源主要投放到这一块，培养自己的主播。”邝浩强表示，天濠农业之路正是学习了韶关翁源的经验。“翁源的兰花产业是比较大的，而且很早就开始了直播带货的模式，如今他们线上销售的销售额已经超过线下销售，一个直播间一天可以卖一两万件，甚至几千件，这让我们看到了直播带货的商机。”

受限于鲜花储存和运输的影响，在积极开拓线上渠道之余，不少花卉企业仍要深耕线下渠道，方向则是向社区下沉。余昌平就表示，绿宝轩公司目前超过六成的货品依赖线下渠道销售，下沉社区与社区门店合作、搭建家乐花超市成为公司转型创新的途径。“这两年居民购花的渠道越来越多，我们要增加竞争力，就要进一步深入社区，增加居民购花的便利性。疫情之后，我们尝试和社区小店合作，把花放到社区店售卖，效果不错。”余昌平表示。

精准服务、政策扶持 助力花企打通销路

在企业积极转型之外，各级政府部门也为企业发展提供政策护航。2021年春节，为解决花企花农年花销售问题以及方便市民赏花购花，广州市农业农村局部门借力数字平台，搭建“云上花市”，助力花农打通新销路，销售总额达3511亿元，线上销售额6130多万元。今年，广州多区再次启动“云上花市”，同时设置342个线下售卖点，助力年花销售。

同时，广州税务部门为配合“云上花市”，为花卉企业提供精准涉税辅导，大力宣传电子发票，助力提升“云”逛花街便利度。“线上渠道打通后解决了销售困境，税务部门的同志辅导花商领用开具电子发票，给花商们省了不少烦心事。”张福昆表示，“我们不仅享受了便利服务，还有减税降费政策。比如，我们享受现代服务业企业增值税在可抵扣进项税额基础上，再加计10%抵减应纳税额的优惠政策，减免增值税近2万元。同时还享受小微企业所得税优惠税率政策。”

“受到疫情影响，我们一度出现经营周转压力。去年我们享受增值税、企业所得税等优惠政策减免约30万元，不仅减轻了负担，还增强了绿宝轩迈开步伐、升级发展的信心。”余昌平表示，企业把减免的税费转移到生产上，今年除了线上销售、打造春节花卉超市，与社区商店合作外，还在增加花卉附加值上下功夫，预计今年年花销售量将稳步上涨。



文/图 羊城晚报记者 莫谨榕 实习生 郑敏珊

广州有句谚语“行过花街先过年”，2022年春节将至，广州各大花卉市场开始忙碌起来。由于疫情防控进入常态化阶段，广州今年的迎春花市采用“线上为主、线下为辅”的方式，花卉企业也因应变化积极调整销售策略。

近日，羊城晚报记者走访广州市荔湾区、从化区多家花卉销售企业了解到，面对迎春花市和花卉市场的新变化，广州的花卉企业为拓展销路积极转型，以“线上+线下”双联动的方式玩出了“新花样”。有的企业通过电商平台、微信小程序、直播带货等方式搭建线上销售平台，有的企业积极下沉，采取与社区门店合作、建花卉超市、鲜花售卖机、鲜花快消店等方式打开线下花卉销售渠道，与此同时，当地政府部门通过税收减免、政策扶持等方式助力花企稳步转型。“我们很早就开始谋划转型，对于各种市场变化都有信心应对。今年除了打造春节花卉超市外，还在增加花卉附加值上下功夫，对年花销售很有信心，预计今年销售量将超过50万盆。”广州绿宝轩农业生态科技有限公司（下称“绿宝轩公司”）负责人余昌平告诉记者。



2021年公募彰显投资实力 工银瑞信77只基金跑赢大盘

刚刚过去的2021年，在打破刚兑、无风险收益率下行的背景下，A股市场整体演绎结构化震荡行情，沪深300指数全年下跌5.2%，上证综指则以4.8%的涨幅收关。银河证券数据显示，2021年股票型基金平均收益率为8.18%，再次彰显公募基金投资实力，其中银行系旗舰基金公司工

银瑞信表现突出，旗下77只基金全年净值增长率跑赢上证综指，其中47只（不同份额合并统计）收益超10%，实现权益、固收领域多点开花。公司主动权益类产品近两年、三年收益率更是领跑权益类大中型公司，成为业内实力长跑的典范。

2021年工银瑞信多只权益产

品实现超额收益，展现公司在主动权益投资方面的突出能力。2021年工银瑞信14只（不同份额合并统计）权益产品净值增长率超过20%，其中工银生态环境、工银新能源汽车A净值增长率均超过55%，此外工银物流产业、工银新兴制造A、工银新材料新能源、工银国家战略主题4只主动权益

基金净值增长率超过30%。

2021年工银瑞信“王牌固收”团队实力领航。根据银河证券数据，截至2021年12月31日，工银瑞信旗下“固收+”产品（不含2021年成立的新基金）成立以来全部实现正收益，平均年化收益率达6.18%，19只“固收+”产品年化回报超过6%，其中工银可转债优选

成立以来年化回报达15.85%，工银添颐成立10年以来年化回报高达10.23%，工银可转债、工银银和利、工银聚福同样成立以来年化回报均超过9%。公司旗下成立时间满十年以上的债券基金成立以来收益率均实现翻倍，是拥有成立超过十年实现业绩翻倍债基最多的基金公司之一。（杨广）