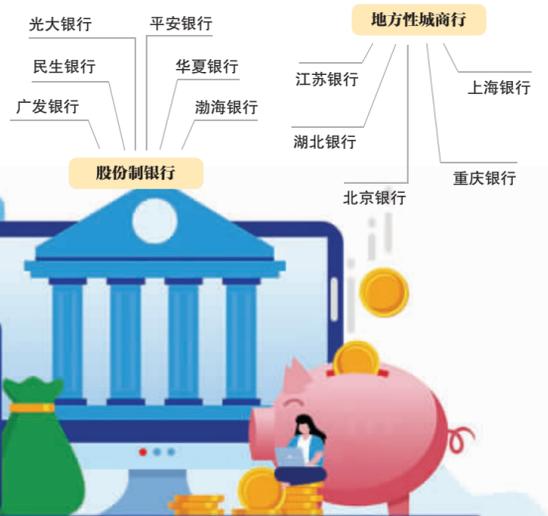


# 银行竞相明确存量房贷利率调整细节

有几种调整方式?究竟是批量下调还是主动申请?……在六家国有大行相继“官宣”下调存量首套房贷款利率的具体政策后,9月10日,据北京商报记者不完全梳理发现,包括民生银行、光大银行、平安银行、江苏银行、上海银行、北京银行在内的多家股份制银行、地方银行也纷纷发布公告,披露了调整细则。从公告内容来看,各银行按照三个时间段划分贷款的具体调整幅度,存在“二套转首套”的存量房贷、逾期贷款归还积欠本息等情形的存量房贷,需由客户向银行主动申请利率调整。

继六家国有大行“官宣”降低存量首套房贷款利率实施细则后,中小银行纷纷跟进。



房贷利率执行下限可能存在着差异,理论上,借款人当时首套房贷水平高于下限的话,就可以和承贷银行沟通下调利率。比如深圳地区2021年9月执行的首套房贷利率主流水平为5.1%(LPR+45BP),而下限水平为LPR+30BP,那么在该月贷款的借款人,存量房贷利率有着15BP的下调空间。

为LPR定价的浮动利率贷款,重定价日和重定价周期与原合同保持一致。

浦发银行也在公告中提到,前期申请延期还本,贷款处在“利息分摊”阶段的,需由客户申请解除“利息分摊”,经该行审核符合条件后按调整规则调整贷款利率。

“逾期贷款归还积欠本息的存量房贷,需由客户向我行主动申请利率调整,经我行审核符合条件后按上述调整规则调整贷款利率。”华夏银行称。

易居研究院研究总监严跃进指出,此次改革的思路,其实就是把“LPR+高基点”调整为“LPR+低基点”。这个低基点的LPR,是指借款人当前的LPR。各大银行发布的规则,本质上就是把各个高基点的购房者进行调整,让其享受最低的基点。按照此次规则,部分年份购房者可以享受“LPR+0基点”,部分年份购房者可以享受“LPR-20基点”。

“我们现在绝大多数购房者,其房贷利率都是按照‘LPR+基点’的方式进行的。其中LPR部分购房者和银行无权调整。所以可以调整的内容就是基点。基点高,那么计算出来的利率就高。基点低,那么计算出来的利率就低。”严跃进如是说道。

由于存量首套房贷款利率调整业务规模较大,为了避免借款人上当受骗,多家银行还同时发布提醒称,在为客户办理存量首套个人住房贷款利率调整过程中,不收取任何费用。为最大限度保障客户的财产和信息安全,防范不法分子以利率调整为由实施诈骗活动,请不要轻信银行官方渠道以外人员的电话或短信。北京商报记者 宋亦桐

## 部分情形需借款人主动申请

为提高效率,多家银行原则上均采用统一批量的方式主动调整存量首套房贷款利率,不过也有部分情形需要借款人按照银行要求主动申请。

重庆银行在《关于降低存量首套房贷款利率的公告》中指出,原贷款发放时执行二套房贷利率标准,当前已符合所在城市首套房贷利率标准的存量房贷,即“二套转首套”的存量房贷,需由客户向该行主动申请利率调整,经审核符合条件后调整贷款利率。

申请时,“二套转首套”业务需客户提供身份证、首套房贷贷款证明等材料,逾期贷款归还积欠本息的存量房贷无需客户提供证明材料。

还有一种情况为,当前执行固定利率或基准利率定价的存量房贷,需由客户向银行主动申请利率调整,先按照相关要求转换为LPR定价的浮动利率贷款,再调整贷款利率。固定利率贷款转换为LPR定价的浮动利率贷款,重定价日为次年1月1日,重定价周期为12个月。以基准利率定价的浮动利率贷款,转换

展存量首套房贷款利率调整工作。从公告内容来看,各类银行按照三个时间段来划分贷款的具体调整幅度。

以上海银行为例,该行指出,2019年10月7日(含)前发放、已按照人民银行公告(2019)第30号要求转换为LPR定价的浮动利率贷款,调整至相应期限LPR不加点。原贷款发放时所在城市首套房贷利率政策下限转换为LPR加点的,调整至发放时所在城市政策下限。

北京银行要求,2019年10月8日(含)-2022年5月14日(含)发放的,调整后的利率按全国首套房贷利率政策下限,即相应期限(原贷款合同期限)LPR利率执行。若贷款所在城市首

套房贷利率政策下限高于上述调整后拟执行水平,调整后的利率按相应贷款所在城市政策下限执行。

兴业银行规定,对于2022年5月15日(含)后发放的、执行LPR定价的浮动利率贷款,最低可调整至全国首套房贷利率政策下限,即相应期限LPR-20BP,原贷款发放时所在城市首套房贷利率政策下限高于LPR-20BP的,按发放时所在城市首套房贷利率政策下限执行。

融360数字科技研究院分析师李万赋表示,根据各地市场利率定价自律机制公布的下限来看,在某些时间段,当地银行执行的首套房贷主流水平,和贷款发放时当地的首套

## 分三个时段调整

继六家国有大行“官宣”降低存量首套房贷款利率实施细则后,中小银行纷纷跟进。9月10日,据北京商报记者不完全梳理发现,截至目前,包括民生银行、光大银行、平安银行、华夏银行、广发银行、渤海银行在内的股份制银行,江苏银行、上海银行、北京银行、湖北银行、重庆银行在内的地方性城商行纷纷发布调整公告,披露了更多存量房贷利率调整细则。

从公告内容来看,与六家国有大行一致,多家银行均表示,将于2023年9月25日起,开

## X 西街观察 Xijie observation

### 国货和尊重消费者是两码事

陶凤

佳琦又翻车了。这一次,他对着自己口中的“所有女生”开了一枪。

有网友在直播间吐槽花西子越来越贵了。李佳琦回怼:不要乱说,眉笔一直79,国货品牌很难的,有时候找找自己原因,这么多年了工资涨没涨?有没有认真工作?

#李佳琦带货言论惹争议#迅速登上热搜。根据网友发出的购物车截图,对比去年“双十一”和“6·18”大促,花西子在李佳琦直播间的价格确实一直是79元。

李佳琦口中的没有涨价或许是事实,国货难带也是现实,但作为王牌带货主播,居高临下让消费者“找找自己的原因”,质疑其“工资涨没涨,有没有认真工作”,实在让人气不过。

评论区沦陷在一片声讨中。“当老板久了不知道打工人的苦了。”“当初眉眉长,眉眉短,现在你富有了,嫌眉眉穷了”……

消费者有权对于商品价格作出自我判断,贵不贵不仅因人而异,也会因时而不同。尊重消费者,是服务行业从业者最基础的职业素养,一个王牌主播不可能不懂这些。

众所周知,李佳琦和花西子的关系密切。这些年,李佳琦不遗余力地力挺国货有目共睹。在激烈的美妆竞争中,助力花西子、完美日记等品牌成功突围。

业内甚至有种共识,国际大牌性价比上升的情况下,国货承压,头部品牌必须参与到李佳琦直播间的竞争中,才能

不至于被遗忘。但尊重消费者和国货难带,本质上是两码事。好的国货品牌值得大家支持,我们乐见其成长壮大,可支持国货不是消费绑架,更不是被主播“PUA”,消费者归根结底要根据自身消费水平和实际需要买单。

对于直播间的“套路”和“水分”,消费者变得越来越精明和精打细算,即便是面对李佳琦,大家也要擦亮眼睛,理性购物。

而主播是架设在商品和消费者之间的桥梁,有话可以好好说,更要专业地说。关于商品价格的上涨,应该解释产品价格变化前前后后,价格有变可能由于原材料成本增加、市场需求变化等因素,并试图沟通和理解消费者的关注。

李佳琦可以呼吁消费者力挺国货,大张旗鼓地站台花西子,但务必尊重消费者的个人选择。

每个人都希望在直播间买到物美价廉的商品,因此在公共场合,主播要更加谨慎地表达自己的观点。

即便79元的眉笔价格没变,每个人的经济状况和全社会的就业环境也是在变化的。头部主播妄加指责网友的工资和工作态度罪加一等。

品牌永远服务于消费者,主播也不例外。没人喜欢花钱买气受,更别说辛苦的打工人还要被阴阳怪气地内涵。女人善变,“所有女孩”选择了李佳琦,有一天累觉不爱也会离开老李头。

## 中药茶饮蹿红背后的监管考题

酱香拿铁的余温还未褪去,酸梅汤又平地惊雷般地在社交平台上“炸开”,多个词条登上微博热搜,显示出中药茶饮的火热。实际上,除酸梅汤外,各地中医院、中药房还推出了种类繁多的中药茶饮,例如和胃调脾茶、减体茶等。

接连的热搜为中药茶饮带来“破圈”机遇。有关分析认为,中药茶饮作为一种新的“时尚消费品”是可以市场化的,且市场空间巨大,但同时,中药茶饮的价格、安全性,以及按照“药品”还是“商品”来监管等问题,都是中药茶饮“破圈”绕不过的监管关。

### 爆火背后

最近,各地网友前往中药店“下单”酸梅汤,掀起了一阵中药茶饮新热潮,#中医馆买酸梅汤##酸梅汤爆火后浙江省中医院推出秋季茶饮##女生去中医馆买酸梅汤被医师教育#等多个词条接连登上微博热搜。在这之中,最受关注的中医馆之一,便是浙江省中医院。9月4日,浙江省中医院微信公众号发文称,因下单量暴增,目前酸梅汤处于断货状态,医院正在紧急补货中,#浙江省中医院酸梅汤供不应求#也登上热搜。

接连的热搜为中药茶饮带来“破圈”机遇。在河南省商业经济学会副秘书长胡钰看来,只要是商品能进入市场流通就可以市场化,中药茶饮作为一种新的“时尚消费品”便是可以市场化的。北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清也向北京商报记者指出,中药茶饮是国内有待开发的一个市场,非常具有可行性,而且市场空间巨大,“它既是茶饮市场的一个创新产品,又是中药文化的一种延伸,是中药文化和茶饮文化的结合,是在新技术、新的商业模式支撑下的一种有益的创新产品探索”。

与中药版酸梅汤同时出现的还有一句广为流传的评语:“万万没想到打败奶茶店的竟然是中医院。”然而,中药茶饮真的能打败奶茶店吗?浙江省中医院的数据显示,此次抢购酸梅汤用户中以年轻女性为主,女性用户占比达到了82.75%;其中17-30岁用户占71.25%,30-40岁之间占28.52%,40-60岁之间占5.35%,显示出购买酸梅汤的群体与购买奶茶的群体相似,都具有年轻化特性。

中药茶饮主打的健康养生,无疑是吸引当下年轻消费者的主要卖点,那么,从口味上来看,中药茶饮还能与年轻人喜爱的奶茶匹敌吗?有报道显示,在社交平台上,不少网友表示,自己在跟风

尝试后选择了“避雷”。“实在太酸了,中药味也很浓,应该是煎锅已经被中药渗透入味了。”不过,从品类上看,中药茶饮暂未落于下风。9月10日,浙江省中医院发布《关于浙江省中医院乌梅汤等特色茶饮上线时间的公告》,其中提到,除了乌梅汤外,浙江省中医院还有一些适合不同季节的保健茶饮,包含利咽生津方、明目润眼1号方等。

### 医保支付争议

对于中药茶饮来说,要“破圈”还有很长一段路要走,其中要解决的问题之一便是有关能否用医保支付的争议。

事实上,关于中药茶饮能否刷医保,界限本身是明确的。北京商报记者了解到,在国家医保药品目录中包含可用基本医疗保险基金支付的中药饮片892种,但同时,按照《基本医疗保险用药管理暂行办法》规定,主要起滋补作用的药品、保健药品等药品不纳入《基本医疗保险药品目录》。

9月6日,杭州市医疗保障服务中心发布了《关于规范中药饮片使用的告知书》,其中提到,“酸梅汤”等产品属于中药保健类饮品,根据《基本医疗保险用药管理暂行办法》等相关规定,保健药品不属于医疗保障基金支付范围。“下一步,我中心将对定点医疗机构结算的有关费用进行实地核查,一经发现存在违规结算费用的情况,将按照有关规定严肃处理。”此外,在浙江省中医院的公众号中,有关酸梅汤的推文里也几乎都提到了一句话:“乌梅汤等省中相关中医药特色茶饮都不进医保。”

但在短视频平台上,一位昵称为“蒜汉三”的博主前往中医馆购买酸梅汤的视频获得了超过136万的点赞,该博主在视频中询问中医馆工作人员“这个可以用医保支付吗”之后,工作人员表示“可以”。就此情况,北京商报记者以消费者身份询

问了北京一家医保定点药店的工作人员,对于“能否刷医保”的问题,对方同样给出了肯定的答复,只是“处方内包含多种药,有一种药不能报销,其他的都可以”。可见,中药茶饮的发展之路上,仍需有关部门解好“保”与“不保”的监管考题。

### 商品还是药品

中药茶饮的市场化并不容易。“中药标准化生产难度较大,且服用量难以统一把握,不同的消费者需求量不同。”胡钰指出,“中药茶饮采用‘普通商品’标准还是‘药物’标准进行市场化监管也存在一定难度。”此外,中药饮片要“破圈”,还需照顾到价格与安全性。

在价格方面,有报道显示,有网友遭遇了几十甚至上百元的“酸梅汤刺客”。“去中药店忘了说直接抓药方,中医就配了祛湿的酸梅汤和中药奶茶,但是令我没想到的是,它为什么这么贵!酸梅汤70!奶茶65!两个一共135!一开始那边酸梅汤要120,后来砍下来的,是我买贵了吗?”就此问题,北京商报记者以消费者身份询问了同仁堂一家门店酸梅汤的价格,工作人员表示,一副的价格为30多元,大约能熬出“一可乐瓶”的量。同时,金象大药房一家门店的工作人员则表示,一副的价格为15元,大约“能熬2升”。价格不一、“产量”不一,或是酸梅汤等中药茶饮亟待监管的现象之一。

在安全性方面,作为中药馆依据处方开具的一类中药,酸梅汤或许并不完全适宜所有人饮用。9月5日,女生去中医馆买酸梅汤被医师教育#登上热搜。据悉,一消费者走进中医馆想买酸梅汤,却被医师教育称,“是药三分毒,不要随便乱喝,除非有医生开了方子,有些药是不能吃的,就像酸梅汤有胃酸的人就不能吃”。浙江省中医院副院长林胜友也曾指出,乌梅汤并不适合所有人,“如果本身湿气重,舌苔很厚,排便不通畅,或者胃酸过多,那么不宜频繁饮用。此外,乌梅汤还有敛肺止咳的作用,但是如果您正在经历上呼吸道感染,在排痰过程中,那么也不太适合饮用”。

“总之,如果中药茶饮进行市场化,作为药品,需要符合国家相关药品监管法规和标准;作为食品,需要符合国家相关食品安全法规和标准,确保产品的卫生、质量和安全性;此外,中药茶饮的市场宣传也需要符合相关法规和规定,不得夸大宣传、误导消费者。”科方得投资执行总裁张晚兵告诉北京商报记者。北京商报记者 金朝力 冉黎黎