自1月份以来，居民首套房贷实际利率已连续4个月上升——

楼市调控再加力 房贷利率不打折

经济日报·中国经济网记者 陈果静

“五一”假期后，多家银行调整房贷利率折扣。从5月1日起，北京市多家银行以网签时间为节点，5月1日及之后网签的，首套房房贷执行基准利率，不再有任何折扣；二套房房贷执行基准利率的1.2倍。

对于房贷利率折扣越来越少，有人认为，这是一种“定向加息”。在业内专家看来，折扣少了并非加息，这是在前期调控政策之下，银行根据市场变化、调整资产负债结构的结果，利率调整针对的是增量，以抑制“炒房”行为，对于存量房贷，居民的负担没有加重。

今年以来，全国首套房房贷平均利率折扣变化明显，自1月份以来，居民首套房房贷实际利率已连续4个月上升。

“房贷利率折扣少了，这既受到各地出台房地产调控政策的影响，也有银行自身业务调整的因素。”中国社科院金融所银行研究室主任曾刚认为。

去年以来，为抑制房价上涨过快，多地出台了差别化的房地产调控政策。

“一方面，银行要配合各地出台的住房金融政策，抑制房价过快上涨；另一方面，住房按揭虽然风险较低，但并不是银行较赚钱的业务。”曾刚分析，此前大多数银行的房贷利率都是有折扣的，这无论与个人消费信贷还是企业贷款相比，银行发放住房按揭贷款的收益率水平要低得多。

去年，不少银行将住房按揭贷款作为贷款投放的“大头”，不少银行2016年新增贷款中超过一半都是住房按揭贷款，还有的住房按揭占比超过六成。

现在，情况发生了变化。一季度，我国宏观经济数据亮点频现。与此同时，货币市场利率中枢上行，导致银行资金成本上升。

融360分析师李唯一认为，对于银行来说，房贷业务回笼周期长，收益较低，房贷业务量过大将会降低银行的资金回笼速度，加剧银行现金链压力。

“从负债端看，银行成本上升，因此首套房房贷折扣越来越少也是银行根据市场变化调整的结果。”曾刚说，尤其是对资金成本较高的小银行来说，在当前市场利率之下，房贷折扣越多，其收益率也就越低。

银行随着市场的变化调整资产负债结构，这从一季度的数据中也能看出端倪。一季度，个人住房贷款余额19.1万亿元，同比增长35.7%，比上年末回落1.1个百分点。与此同时，更多的信贷资金投向了企业。一季度，企业部门新增中长期贷款占全部新增贷款的63.3%，较上年末大幅上升，提高了30个百分点。

资金成本上升，导致银行需要寻求“更赚钱”的资产。因此，曾刚认为，今年银行的资产负债结构会发生较大变化，这意味着房贷在其中的占比会明显下降。“如果成本上行，资产收益率不跟着上去，那么银行利润就难以保证。”

利率作为宏观调控的重要手段，能够起到抑制房地产价格过快上涨的作用。从资金面来看，银行成本上升，会影响房贷的价格，进而影响需求。由于各地住房金融政策及限购等政策相继出台，从而给过去非理性的房地产市场“泼了盆冷水”。

“目前市场预期趋于平稳，购房需求可能有所下降。”曾刚认为，无论是资金面还是购房预期的变化，都会影响购房者的意愿和交易量。目前看，在稳定预期上，前期房地产调控政策起到了明显作用，此前购房者普遍预期房地产价格会较快上涨的恐慌性情绪大幅缓解。

有人担心，房贷折扣少了、利率高了，会不会误伤刚需？住房按揭利率折扣变少直接提高了购房成本。“目前来看，调整针对的是增量，对于存量房贷，居民的负担没有加重。”曾刚表示，从中长期看，房地产市场涨幅放缓，对于刚需购房者来说是好事，尤其是部分城市房价出现了小幅回调。总的来算，成本说不定不升反降。

从后期看，房贷利率在部分城市上调至基准利率的基础上，仍有上浮的可能。曾刚认为，房贷利率是否会继续上浮要看接下来市场利率的变化。“对于银行来说，如果资金利率继续走高，那么房贷利率可能会继续上涨。”李唯一预计，房贷利率继续上调可能性较大，银行会继续收缩房贷业务、控制房贷增量，并在满足刚性需求和控制资金成本之间寻找平衡点。但从总体来看，房地产调控一系列“退烧药”已初见成效。

当前我国农业面临产品多、品牌少，普通品牌多、知名品牌少的现状——

农业品牌：既要出山 更要出海

经济日报·中国经济网记者 乔金亮

视点 中国新闻奖名专栏

大船之航，品牌为帆。总体来看，当前我国农业产品多、品牌少，普通品牌多、知名品牌少。中国农业应从偏重规模和数量的“吃饭农业”，向更加倚重质量和效益“品牌农业”发展阶段转换。农业品牌要走出深山，还要扬帆出海——

今年是农业品牌推进年，即将到来的5月10日又是国务院新设立的“中国品牌日”。农业品牌自然成为眼下人们热议的话题。提到我国的农业品牌，有两句话为业内所熟知，一是“千家茶企不敌一家立顿”，二是“五常大米甲天下，天下大米假五常”。这反映了农业生产大国向农业品牌强国转型面临的困惑，也是今后推进品牌农业要着力解决的问题。

大船之航，品牌为帆。在农业部日前举行的全国品牌农业创建推进大会上，农业部部长韩长赋说，在农业品牌的引领下，我国现代农业转型升级的新动能得到充分释放，中国农业从偏重规模和数量的“吃饭农业”，向更加倚重质量和效益“品牌农业”发展阶段转换的号角已然吹响。

关键在于“叫得响”

纵览神州大地，洛川苹果、五常大米、西湖龙井、赣南脐橙，这些农产品品牌如一颗颗明珠，散发着中华农业文明的魅力。数据显示，我国品牌农业创建从起步到壮大，取得了许多成效。截至2016年底，农业部已认证登记“三品一标”优质农产品10.8万个，农产品注册商标已达240余万件，为培育农业品牌奠定了基础。

然而，总体看，我国农业还是产品多、品牌少，普通品牌多、知名品牌少。不少农产品产量位居全球第一，却缺少一批在国际上叫得响的品牌。“以茶叶为例，我国是产茶大国，茶园面积4300多万亩、产量240多万吨，均居世界第一。但茶叶品牌多而杂，有的甚至一个县就有几十种品牌。”农业部市场司司长唐珂说，尽管这些年也出现了一些特色突出的茶叶品牌，但是总体上跟产茶、加工茶比较强的一些国家品牌相比还有差距。因此，业内有“千家茶企不敌一家立顿”的说法。

没有产不出的产品，只有卖不出的商品。据农业部“百乡万户”调查组对农户的调查显示，当前农民不论是种植还是养殖，收入都不是很稳定。一个重要原因就是缺乏品牌，产品市场认可度不高。近些年，各地时不时出现农产品滞销卖难，面临卖难的农产品大多数是没有品牌的产品。品牌作为一种无形资产，就是市场号召力，自然应该受到重视。

记者采访发现，目前除了极少数知名品牌外，多数农业品牌影响力还仅停留在局部地域，跨省跨区域的品牌不多，国际知名品牌更少。一些本来具有优势的区域公用品牌，由于保护机制不健全，无法持续保持影响力。一些在全国有一定影响力的品牌常面临着假冒困扰。“天下大米假五常”，话虽夸张，却道出了五常大米近年受到大量假冒产品冲击的现实。同时，我国农产品品牌结构不均衡，初加工产品品牌多，精深加工、二次增值的产品品牌少。

“这些现象的背后有观念的原因。”农业部原常务副部长万宝瑞分析说，一些地方对品牌建设存在认知误区，认为有商标就是品牌，混淆了品牌和商标的区别，“重生产，轻品牌”的现象比较普遍，打造品牌的意识不强，缺乏对品牌内涵的挖掘。不少市场主体存在品牌定位意识缺失的问题，商标注册随意性较大。一些商家认为只有高端品牌才是品牌，其实中低端品牌也有自身发展的优势，有其特定消费群体，关键是要叫得响。

避免品牌“公地危机”

与工业品牌不同，农产品独有区域公用品牌这一概念，常以地域整体形象出现在消费者面前。但在区域公用品牌的培育中，地方政府常会遭遇这样的尴尬：政府在积极培育、倡导企业使用公用品牌，一些企业却并不买账，不愿使用区域的大招牌。万宝瑞说，各地对申报、推广区域公用品牌比较重视，但对公用品牌的授权、监督、管理滞后，缺乏相应的授权与退出机制，出现了区域公用品牌“泛用”和未授权生产主体“滥用”等问题，存在着“劣币驱逐良币”的“公地危机”。

“品牌建设的关键词之一就是协同发展。”浙江大学中国农业品牌研究中心主任胡晓云表示，“农产品和其他产品不一样，需要原产地的物种、原产地的文化来创造。所以，企业家应当正确理解品牌战略，区域公用品牌与企业品牌之间的关系，要以区域公用品牌作为背书，以企业品牌、产品品牌作为主体走向市场”。

不管是企业品牌还是区域公用品牌，都需要政府创造良好的环境。浙江省农业厅厅长林健东说，为了让品牌之船能够畅游市场之海，浙江省邀请了专业团队来“造船”，丽水市整合了九个县区的九大产业链，打造了全品类的区域公用品牌“丽水山耕”，目前已有302个市场主体、421个产品加入该品牌。这块区域公用的大牌子又被委托给当地一家国有公司来“掌舵”，帮助加强区域公用品牌的运营，带动农民致富。

区域公用品牌和企业品牌如何协调也是市场主体面临的问题。陕西洛川苹果协会办公室主任雷永刚介绍，洛川采取“公用品牌”加“企业品牌”捆绑使用的办法，全县地标授权企业达154家。依照“大企业引领、中小企业支撑、合作社为纽带、营销大户为基础”的思路，采取财政奖补、贷款贴息、融资担保等手段，支持品牌做大做强。射阳大米是与五常大米类似的知名区域公用品牌，射阳大米有限公司总经理杜龙军说，主要从企业自律、行业自律和打假维权三方面维护公用品牌信誉不受损害。

科技与文化共舞

“农业生产自然选择性非常强，决定了我们在什么样的区域环境生产什么样的产品。”中国农产品市场协会会长张玉香认为，农产品在打造国际品牌时，要立足资源优势，挖掘农业特色，突出差异化。尽管现代农业中科技的参与度越来越深，但农产品的地域性、独占性仍然十分明显。她认为，科技要与传统农耕文明紧密结合在一起，成为农业品牌最闪亮的名片。尤其要将产品安全、资源节约、环境友好贯穿始终，将绿水青山、绿色产品融入品牌价值，把植五谷、饲六畜、渔樵耕读、耕织结合的生态特色，打造成“金字招牌”。

唐珂表示，在立足农耕文明的基础上，还要建立健全品牌创建激励保护机制，用政策的手段、金融杠杆的撬动和市场的办法，为品牌创建创造良好条件，让品牌真正产生效益。建立健全监管机制，完善品牌诚信体系，构建社会监督体系，杜绝套牌和滥用品牌行为，使品牌货真价实。探索农业品牌目录制度和星级管理制度，使农业品牌能进能出，成为带动农业转型的源头活水。

湖南省湘西州副州长孙法军近来多次身着秦风汉服，通过网络直播推销湘西里耶脐橙，最近更是一路吆喝到了全国农业品牌大会的现场。他说，湘西位于北纬30度富硒地带，盛产柑橘等特色产品，可是由于交通不便，不少农产品长在深山人不识。如今，依靠农耕文明打造农业品牌，帮助贫困群众把优质农产品卖上了好价钱。他们统一公用品牌、统一质量标准和电商补贴，电商、微商同时孵化运行。该模式为当地老百姓增收近6000万元，其中里耶脐橙网上能卖到每斤9元，光网上就卖出了16万件。

农业品牌要走出深山，还要扬帆出海。当今国际农业品牌的竞争，实际上是“尖端”与“特色”的竞争，“尖端”主要靠科技创新，“特色”则由民族文化承载。民族文化、农耕文明为农业品牌沉积了一座无可比拟的精神富矿。韩长赋说，未来5年至10年，将是中国农业品牌发展壮大的黄金时期，将有越来越多的中国农业品牌闪亮登场，丰富中国百姓和世界人民的餐桌，向世界展示中国农业的发展力量。

直播间

网络诈骗套路深，如何才能不中招

“去鸟巢开最高解冻委员会组织的民族大业国际市场启动大会，缴纳10元钱，制作胸牌和会议组织费。无论您乘坐什么交通工具都给予报销，每人发放5万元人民币。”这么一则信息，稍微分析一下就会发现有问题，就应该能判断出是骗局，可还有好多老年人相信了这个骗局。

从网络发布诈骗信息，通过线下、线上结合的方式实施骗术，网络诈骗层出不穷，顽疾难除，究竟该怎样防止中招，值得深入思考。

河北网友平原：哪些原因导致网络诈骗层出不穷？

主持人：网络诈骗产业链之所以能够存在，首先是因为与一些被骗群众防范意识不强、甄别能力不强有关；其次是不法分子利用中奖、保健、银行卡透支等涉及百姓切身利益的问题设计骗局，炒作新概念，让有侥幸心理的人上当；第三是互联网技术的发展给他们提供了利用虚拟号码、木马病毒、伪基站、黑广播等高科技技术手段，更有甚者还在海外设立窝点，便于脱逃，这都增加了侦破网络诈骗犯罪的难度。

河南网友悠悠：老年人如何避免上当受骗？

主持人：老年人群体由于知识结构滞后、易贪图小便宜等原因，更容易上当受骗。加上随着小型家庭的普及，老年人与子女之间的交流更少，精神上的空虚也容易被骗子乘虚而入。子女们要多与老人交流，及时了解他们的心理需求；对于社会来说，应当在社区多组织活动以提升老年人群体的科学素养，让老年人拥有更丰富的文化生活，让他们置身集体、多和社区工作人员交流，精神有所寄托，是很好的防骗办法。

安徽网友六六：怎样提高甄别网络诈骗能力？

主持人：所有手机短信、邮件、微博、微信、QQ以及网页弹出的各种著名网站或者最流行电视节目为名抽奖等中奖信息，全部为骗局，包括可以用低价购买名贵首饰等信息，不要轻信，因为这些“名贵首饰”很可能是次品。所有接到某某公司成立多少周年的店庆刮出数十万元或者名牌轿车的，也都是骗局，这些公司和中奖纯属子虚乌有。诈骗分子会仿冒真实网站地址及页面内容，插入各种虚假贷款信息，遇到低利率或者高回报的“花言巧语”让人交定金的，要小心被骗。

所有声称是法院、公安、电信、银行、电力公司、社保中心、税务局、邮局等的电话、网络或者短信提示，声称有传票、包裹、欠费、银行卡涉嫌犯罪、社保有问题、购房购车有退税的，全是骗局，要特别提醒身边不太出门的亲朋好友，以免上当。

总而言之，只要是高利诱惑、中奖消息让人交钱等情形，有相似内容和链接的，不要相信、不要点开。

（本期主持人 崔国强）

02:15

微聚焦

乘坐火车也可优惠

穿梭京津 说走就走

本报记者 齐 慧

从5月1日起，来往北京和天津的旅客可办理“京津城际同城优惠卡”，持卡乘坐京津城际列车可享受8.5折、9折、9.5折不等的票价优惠。

据了解，为方便旅客购买和办理“京津城际同城优惠卡”，北京铁路局分别在北京南站、天津站、武清站、塘沽站和于家堡站设有办卡窗口，旅客可持本人有效身份证件，根据个人出行需求，从5月1日起可就近到上述5站办理或咨询。

记者在北京南站看到，蓝色的“京津城际同城卡售卡专口”标识醒目地贴在办理窗口前，LED屏上显示售卡时间为9点至18点。

“京津城际同城优惠卡”的正面分金银两种颜色，分别代表一等座和二等座，背面是乘客信息，有照片和身份证号码，和其他证件一样，京津城际卡也仅支持本人使用。卡面分成几个档位，分别对应9.5折、9折和8.5折。有效期是一年，一年以后，如果卡里的钱没有用完，可以到车站激活，也可以再次充值激活。

按照票面价格，一等座充值1240元、3510元和4995元，分别能享受到9.5折、9折和8.5折优惠，同样的折扣二等座银卡需充值1030元、2940元和4600元。

为什么充值不是整数呢？对此，工作人员解释说，票面之所以不是整数，是按照票价来计算的。比如，办一张1030元的银卡，可以乘坐20次北京南到天津的城际列车，20次之后，卡上余额为零也不会造成浪费。

北京铁路局负责人介绍，该优惠卡适用于京津城际及其延伸线，即北京市至天津市区域内点到点之间往返使用，包括北京南站至天津武清站、天津站、天津军粮城北站、天津塘沽站和天津于家堡站之间。

据北京南站党委副书记梁兆钰介绍，这是为了方便京津间频繁往来的乘客而推出的优惠卡，使用时起末站之一必须包含北京南站，仅在天津市各站点使用将无法享受优惠票价。优惠部分由铁路部门和天津市共同补贴。

上车会不会有座位？据介绍，每趟城际列车将按照客流情况，为购卡乘客保留相应数量的座位。在周五晚间、节假日客流高峰期间，最高可保留200个座位，在工作日的午间等出行淡季，最少保留40个座位。持卡乘客在专用的机器上刷卡取票，按照票面信息乘坐列车即可，凸显了城际铁路公交化出行的便利。

北京铁路局负责人表示，持本人优惠卡的旅客，除按照规定接受安检以外，无须出示本人身份证件，自助取号后即可刷卡进站乘车。

本版编辑 郭存举 李 瞳