

提前还房贷是否划算



岁末年初之际,不少个人住房贷款借款人加快提前偿还贷款,掀起一波提前还贷热潮。这其中的原因是多方面的。商业银行、借款人及相关部门应理性对待,并采取合理措施加以缓解,进一步稳定居民信心和预期。

在银行信贷中,提前还款本是一种较为常见的行为。借款人出于自身资金安排考虑提前还款,可以减少利息支出;银行出于风险管理需要,在符合合同约定的情况下也可能要求借款人提前还款。不过近期的“提前还款热”,主要动因在于借款人。近年来,受经济下行和疫情反复等多重冲击,部分居民收入不稳定性增大,对未来预期不明朗。部分借款人试图通过全部或部分提前还款来减轻还贷压力,降低住房消费负担。

与此同时,2022年以来,我国金融市场波动加剧,股票、基金等价格下行,一贯稳健的银行理财产品出现“破净”。在这种情况下,普通居民投资风险偏好趋向保守,将原来用于投资的部分资金用于提前还款。央行2022年四季度城镇储户问卷调查结果表明,倾向于“更多储蓄”的居民占61.8%,比上季增加3.7个百分点;倾向于“更多投资”的居民比上季减少。此外,部分存量住房贷款利率偏高,也是借款人提前还款的原因之一。2020年以来发放的部分住房贷款利率在6%以上,尽管2022年LPR(贷款市场报价利率)下降3次,但部分存量房贷利率仍然高于目前约

4.3%的平均房贷利率。

由于新增住房贷款申请量下降明显,借款人提前偿还住房贷款行为增多,少数银行采取收取违约金、补偿金等形式增加提前还款成本;多数银行以提前预约、长时间轮候等为手段,试图降低或推迟提前还款压力。

从法律上讲,提前还款是对原借款合同约定的贷款期限或金额的变更,的确需要借款人与银行协商一致。但近年来,国家和金融管理部门多次要求银行加大对实体经济的支持与服务,切实为企业和个人纾困解难,降低实体经济综合融资成本和个人消费信贷负担。

商业银行应立足长远,提升服务,通过线上线下结合等方式,为客户提前还贷提供便利。部分收取提前还贷“补偿金”“违约金”的银行,可进一步转变观念,展现出商业银行的应有作为与担当,更好服务社会。

对个人来说,判断是否需要提前偿还个人贷款,最直接的方式是看投资收益是否可以覆盖贷款利息。如果投资收益高于贷款利率,则考虑将资金更多用于投资;反之则可以考虑部分或全部偿还贷款。当然,还需要为日常生活支出与未来养老、医疗等留足资金。扎堆提前还贷并不可取。

从还款方式看,一般来说等额本金的还款方式前期偿还本金多、利息少,相比来说提前还款会更划算一点;等额本息的还款方式前期偿还利息多、本金少,如果还款已过一半,其实可以不考虑提前还款。另外,如果是公积金贷款,由于利率显著低于市场上一般贷款的利率,也可以不用考虑提前还款。2023年,随着我国宏观经济恢复回暖,资本市场上行概率较大,而贷款利率还有下行可能,后续提前还贷需要慎重考虑。

当前,部分存量房贷与新增房贷之间的利差过大问题需要引起重视。建议相关部门加快出台相关举措,引导银行适度降低存量房贷利率,逐步缩窄存量房贷与新增房贷之间的利差,进一步降低住房消费者的负担,有效解决居民扎堆提前还款及违规“转贷”等问题。可加快引导5年期以上LPR下降,继续降低新增和存量住房贷款利率,减轻居民住房消费负担。

考虑到2023年宏观经济企稳回升和房地产市场回暖,下一阶段提前还贷热潮或将趋于平缓。当然,稳定居民信心和预期、减缓提前还贷还有更重要和深远的意义。2022年12月份,中央经济工作会议强调,“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。如何采取有效措施,减少住房贷款提前还款行为,引导居民将储蓄转化为消费和投资,将为恢复和扩大消费、促进经济社会加快复苏提供有力支撑。 据经济日报

打造“增长极” 重庆有底气

对重庆而言,打造“增长极”,既是使命,也是机遇。

早在2021年,《国家综合立体交通网规划纲要》就明确提出,将京津冀、长三角、粤港澳大湾区和成渝地区双城经济圈4个地区作为极,建设面向世界的四大国际性综合交通枢纽集群。这是国家层面首次对成渝地区予以“极”的定位。随后出台的《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》,更是明确要求成渝地区“打造带动全国高质量发展的重要增长极和新的动力源”,进一步明确成渝地区“极”的定位。

从国家区域发展版图来看,北有京津冀,南有粤港澳,东有长三角,中西部地区迫切需要一个能够带动区域协调发展的“火车头”,从而形成东西南北四极牵引之势。而成渝地区作为中西部地区人口数量最多、经济实力最强、人才聚集最密、发展潜力最大的优势区域,完全有条件打造国家区域发展“第四极”。对此,成渝地区应当仁不让,扛起这一使命任务,打造带动全国高质量发展的重要增长极,更好地以一域服务全局。

当然,成渝地区要打造国家区域发展

“第四极”,目标振奋人心,机遇不容错过,但现实仍需努力。当前,成渝地区双城经济圈的综合实力仍然偏弱,GDP仅为长三角的四分之一左右,具有全国影响力的重大产业项目还不多。具体到重庆,还存在产业结构不优、能级不高等问题。打造“增长极”,必须解决好这些问题,补齐发展短板,着力做大经济总量,提高发展质量。

打造“增长极”,就必须不断在夯实基础、提升能级上下功夫。如果不能争当西部地区高质量发展排头兵,不能更好支撑西部地区高质量发展,“增长极”就会成为一个笑话。因此,重庆必须要在城市、基础设施、产业、改革开放、生态环境保护、生活品质等方面能级提升上,下更大功夫。把能级提升到极致,必然会水到渠成“登峰造极”,真正成为带动全国高质量发展的重要增长极。

打造“增长极”,是目标和方向,也是使命和要求。对此,我们既要有登顶的追求,也要有爬坡的坚持,雄心万丈向前冲,唯实争先创一流,不断追求“极”的境界,展现“极”的担当,以自身发展带动区域协调发展。 据重庆日报

明码标价为何还被质疑“天价”

近日,有网友在抖音上发布视频并配文称“北海用餐被宰4个菜1500块”。广西北海市市场监管局调查后通报称,经与北海海产品市场当日价格比对,该店4类海鲜产品经加工、烹饪后的价格在合理区间。而且,该店海鲜池内的海鲜产品全部明码标价,对价格较高的海鲜产品也进行了提示。

既然定价在合理区间,也做到了明码标价,为什么还被质疑是“天价”?从事情前后经过看不难发现,商家的规范服务不到位。

在消费者表示对海鲜不了解的情况下,店主现场推荐了4样海鲜并当面迅速称重宰杀,调查通报中称“未与消费者充分沟通即匆忙配菜下单”,也就是说并没有完全取得消费者的理解。事先没有和消费者做充分沟通,就不能换来消费者的放心与信任,不规范的服务难免让消费者事后产生疑问。

现实生活中,只推荐贵的,故意隐瞒商品瑕疵,或用晦涩难懂、模棱两可的话语介

绍商品、诱导消费的情况屡见不鲜。说轻了是服务不规范,说重了就是诱导消费,甚至涉嫌欺诈。而有些商家正是利用不充分的沟通打擦边球,让消费者不明就里,踩了坑、伤了心。由此可见,规范服务、明白消费,不仅仅靠定价合理,明码标价,还需要更加充分地沟通,特别是对于商品和行情本身不是很了解的消费者,商家对商品和服务更应保持足够的透明度,满足消费者的知情权。

服务不规范、沟通不充分,看似小问题,但涉及具体案例,可能会导致消费者的不理解,进而产生纠纷,影响店铺信誉。个别信誉问题,也会造成连带负面影响,影响地方整体市场形象。因此,相关主管部门和市场主体还应不断完善相应的服务规范,确保监管部门依规督促,市场主体依规执行。

相比服务规范,对于各地已经查处的价格违法行为,特别是各类“天价”事件等严重损害消费者权益的恶劣行为,更要严肃处理。 据经济日报

刺激消费不是逼人花钱

春节期间,有关利息税的讨论突然火热。

四川某高校的一名专家建议,对50万元以上存款征收高额利息税,认为这是促消费的最佳途径。在这名专家看来,中等收入人群应该成为带动消费的主要动力,他们拥有可观的存款,但宁愿把钱放在银行里也不愿拿出来消费,如果对50万元以上的存款征收高额利息税,让高额存款没有收益空间,那么就会有人把钱拿出来消费了。

消费是国民经济发展的重要支撑。在国内外经济形势复杂多变、消费低迷的情况下,如何提振消费信心,激发消费欲望,成为业内人士关注的焦点。

征收利息税,一定程度上能够起到倒逼逼人花钱,扩大消费的作用,但这样的政策缺乏善意,不但让人心生反感,而且存在诸多的弊端。

事实上,利息税在我国并不是新鲜事物。1999年,我国就曾开征利息税,税率为20%。2007年税额降至5%,2008年10月取消了利息税。对此,财税部门解释称为了减少因物价指数上涨对居民储蓄存

款利息收益的影响,降低广大中低收入储户的税负,国家做出了降低税率和停征的决定。也就是说,利息税的利弊,在十多年前便已有定论。

刺激消费不是逼人花钱。从目前的情况看,拥有50万元以上存款,也并不等同于富有。他们有可能是把毕生积蓄拿出来放到银行里,准备养老的中老年人;或是得到全家支持,准备在城市安家的“新市民”,东拼西凑后,把钱放到银行里准备应急的小微企业主。

对于这些人来说,他们手中的存款,也是对未来不确定性的保障,如果通过政策逼迫这些人花钱,即使拉动了消费,也丧失了一个好政策的应有之义。

能挣才敢花,刺激消费还是应该多做正面工作。

一方面可以通过发放消费券、打折卡等正向激励手段,释放消费潜能;另一方面,更要把精力花在“刺激”之外,做好就业、民生保障等工作,让群众能够挣到钱,对未来有预期、有信心,如此才敢放胆花钱消费。 据齐鲁壹点

“财务洗澡”终将得不偿失

截至1月31日,已披露的2588份上市公司年度业绩预告中,预喜(包括减亏、扭亏、续盈、略增、预增)的合计1244份,占比48.07%。受多种不利因素影响,预喜比例比往年有明显下降,在意料之中。

上市公司面对经营困难,真实披露信息仍是第一位的。勇敢面对业绩低谷,将更多精力放在抢抓机遇、转型升级产品服务上,才可能获得投资者谅解,形成同舟共济良好氛围。

然而,个别上市公司却借机搞业绩“大洗澡”,为公司治理埋下隐患。这些行为已引起重视,监管部门发函质疑。例如,某公司去年业绩预亏约80亿元,持续并购交易使其商誉极速增加。此次拟计提商誉减值或达80亿元,且此次计提完成后,公司头上还高悬着约100亿元的商誉价值。此公司通过资产减值“甩包袱”并直接带来“业绩雷”的操作手法,已经达到一种极致状态。 据证券日报

对于商誉减值计提,有观点认为,将业绩风险一次性出清,从而带来一个“业绩底”,有利于企业发展。这种观点甚至将计提商誉减值标榜成一次主动的“跨越艰险”,大有壮士断腕以全质的勇气。

但是,对商誉价值过度计算和过度减计,搞“财务洗澡”,都不能带来主营业务的内生性增长,不能实质改变公司的运营现状,更谈不上增强核心竞争力。大耍“财技”,等来的将是投资者的用脚投票。在此,提醒投资者远离商誉高企的上市公司,做到“君子不立危墙之下”。

上市公司是国民经济的“压舱石”,也是中国企业的“排头兵”,应主动摒弃“财务洗澡”行为。一方面要科学定价收购资产,从源头上规避高额商誉;另一方面要完善公司治理,稳定自由现金流,追求高质量发展。其中关键就是要专注主业,通过发挥核心优势,提高经营水平,稳固产业链,进而为国民经济发展做出贡献。