

首套房微降至4.65%，二套房略升至5.45% 上海最新房贷利率出炉！

■劳动报记者 邵未来 制图 王陆杰

个人住房贷款利率调整新规昨天开始执行。根据央行此前发布的《关于新发放商业性个人住房贷款利率调整的公告》，10月8日起，新发放商业性个人住房贷款利率以最近一个月相应期限的贷款市场报价利率(LPR)为定价基准加点形成。首套商业性个人住房贷款利率不得低于相应期限LPR，二套商业性个人住房贷款利率不得低于相应期限LPR加60个基点。另外，商业用房购房贷款利率不得低于相应期限LPR加60个基点。

公积金利率政策暂不调整

同时，央行表示，人民银行一级分支机构应按照“因城施策”原则，指导各省级市场利率定价自律机制，在国家统一的信贷政策基础上，根据当地房地产市场形势变化，确定辖区内首套和二套商业性个人住房贷款利率加点下限。另外，公积金个人住房贷款利率政策暂不调整。

与个人住房贷款利率直接挂钩的LPR报价也因此备受关注。央行发布的2019年9月20日1年期LPR为4.20%，5年期以上LPR为4.85%。相比前值，1年期LPR已经连跌两个月，5年期LPR环比上月持平。

沪一二套房利率一降一升

新规出台前，上海地区多家银行的首套房贷款利率维持在基准利率的95折，即4.9%的95折，4.655%。二套房则是基准利率上浮10%，即



5.39%。作为全国房贷利率一直以来的“洼地”，新规实施后，上海多家银行执行房贷利率初步定为首套个人住房贷款利率不低于相应期限LPR减20基点，二套个人住房贷款利率不低于相应期限LPR+60基点。

这么算来，在上海购入首套房最低利率仍有折扣，为4.65%，与原本95折利率4.655%基本相同，稍有下降。二套房最低利率为5.45%，比原本利率高出了一些。

就各行具体执行情况来看，国有大行可能会靠近最低利率执行，而已有股份制银行表示将执行4.85%的基准利率。“这应该是为了平稳过渡采取的权宜之计。”多位银行人士对记者表示，新政对于银行个人房贷业务没有带来太大冲击和影响，调整后的个人房贷利率不会出现明显上升或下降，可以说是平稳过渡。

出现明显波动的城市不多

中原地产首席分析师张大伟表示，整体来看，LPR政策落地前后，各地银行房贷利率不会出现大的变化。目前，各地房贷利率基本平稳，出现明显波动的不多，大部分银行依然正常放款，利率微调很少。从全国主要的一二线城市看，目前利率水平相比2019年二季度有轻微波动，但80%以上城市依然维持在过去2年的最低利率。所有城市的房贷利率相比2018年四季度，都没有上行。

有分析人士指出，不管是降准措施，还是LPR新报价机制的推出，最终都是期望通过银行传导可以降低贷款实际利率。短期来看，这轮政策主要是为了降低实体企业的融资成本，房贷利率下降的可能性不大。

国庆后首个交易日：

两市分化沪指涨0.3% 数字货币板块领涨

本报讯(劳动报首席记者叶赞)昨天是国庆长假后首个交易日，早盘三大股指小幅高开后走势分化，深成指涨逾1%。盘面上，养猪板块集体高开，影视股开盘走弱，受诺贝尔生理学或医学奖昨日揭晓刺激，相关概念股早盘大涨，手机产业链、工业大麻板块表现活跃。房地产、银行等板块异动拉升，带动沪指、深成指走强，上证50指数涨逾1%，科技股分化，创指表现较为颓势。

午后，农业股、猪肉股继续走强，科技股集体下挫，天然气、稀土永磁板块尾盘走强。总体上，市场个股涨多跌少，赚钱效应较好。截至收盘，沪指报2913.57点，涨0.29%；深成指报9474.75点，涨0.3%；创指报1616.58点，跌0.67%。

从盘面上看，数字货币、水泥、养殖业板块涨幅居前，语音技术、在线旅游、半导体及元件板块跌幅居前。

国泰君安指出，2019年上半年末科技板块的公募基金配置比例处于近6年新低，交易阻力较小。科技板块的市盈率与市净率也处于2010年以来30%分位以下。全球5G建设加快，半导体销量和我国智能手机产量均有底部回升迹象，科技板块ROE为历史底部。科技板块超额收益率走势领先于基本面，当前为科技板块长期牛市起点。近期科技板块跌幅较大，建议战略布局。

中银国际指出，展望10月，盈利下行，流动性环境边际偏弱，不确定因素抑制风险偏好提升，10月A股市场赚钱效应趋弱，建议关注三季报盈利确定性，适度增加低估值防御类板块配置。驱动9月市场估值修复的因素逐步兑现，10月不确定性因素增加或将抑制市场风险偏好水平进一步提升，9月估值修复的分母端逻辑转变为10月盈利驱动的分母端逻辑。

上期所-中国宝武签署战略合作 共建高质量钢铁生态圈

本报讯(劳动报记者陆燕婷)昨天，中国宝武钢铁集团有限公司(简称“中国宝武”)和上海期货交易所(简称“上期所”)举行战略合作签约仪式，同期召开高质量钢铁生态圈长三角区域交流合作峰会，共建高质量钢铁生态圈。

记者了解到，上期所和中国宝武的战略合作是双方发挥自身优势，共建大宗商品多层次交易市场的一次“强强联合”，也是上海市全面落实“三大任务、一大平台”国家战略，深入推进“五个中心”和“四大品牌”建设的一项重要举措。

中国宝武依托旗下上海钢铁交易中心，基于中国宝武及其他钢铁制造企业真实产能，提供钢铁全产业链全流程服务，满足用户个性化交付需求，促进制造业产销平衡和以销定产，提升实体经济经营质量。该模式对于制造业营销管理模式、生产组织方式都将产生深刻影响，对于促进中小企业转型和消费升级都具有重要意义。

上期所是中国证监会集中统一监管的期货交易所，目前已经上市有色金属、贵金属、黑色金属、能源、化工5大类共18个期货品种以及2个期权合约，在全球商品类期货和期权交易所中排名第一。上期所积极推进以期货市场为主，以仓单市场和衍生品市场为两翼的“一主两翼”战略，努力建设成为世界一流交易所。

此次双方达成战略合作协议，将充分发挥各自优势，共同建设“期货与现货”、“场内与场外”、“境内与境外”、“线下与线上”互联互通的多层次大宗商品交易市场体系，促进高质量钢铁生态圈的形成。

同时，本次合作也是双方践行国家“供应链创新与应用”、“平台经济发展”，以及“长江三角洲一体化发展”战略的具体落地，通过交易模式创新，充分发挥市场价格发现和资源配置功能，提升中国大宗商品国际定价权和话语权。

国庆长假上海接消费投诉 2556 件

餐饮住宿和食品等诉求量较集中

本报讯(劳动报记者陆燕婷)上海市市场监管局昨天披露，国庆长假期间，长三角三省一市12315系统共接到投诉举报12150件，其中上海市接到2556件，江苏省接到3811件，浙江省接到3459件，安徽省接到2324件。共解答咨询19639件。

记者了解到，为更好服务长三角地区市场体系一体化建设，今年国庆长假前夕，长三角三省一市12315工作机构携手制定《长三角地区共同推进节假日12315投诉举报信息共享试行办法》。

数据显示，长假期间，长三角三省一市12315投诉举报接收总量12150件。从投诉举报涉及行

业看，主要涉及食品、餐饮住宿、服装鞋帽、家居用品、家用电器、交通工具、文化娱乐体育等；从反映问题看，主要涉及经营者售后服务、合同履行、产品质量、广告宣传等方面问题。随着长三角一体化国家战略加快推进，长三角区域内人员流动日益频繁，市场消费体量庞大，消费能级不断提升，消费者维权需求迫切，更高质量、更高品质的长三角消费环境需进一步探索构建、优化提升。

长假期间，上海市市场监管局12315投诉举报热线共接到投诉举报2556件(投诉2208件、举报348件)，同比增长3%，解答咨询856件。其中，餐饮住宿(312件)、

食品(310件)、服装鞋帽(205件)、文化娱乐体育(119件)、家居用品(113件)等诉求量居前。

记者注意到，国庆长假期间，有关上海餐饮住宿和食品的投诉举报分别为312件和310件，合计622件，上海餐饮住宿和食品等诉求量较集中。

其中，餐饮住宿类诉求主要反映餐饮服务质量欠佳、宾馆住宿在线预订退订纠纷、网上订送餐服务延迟、收费项目未明码标价、餐饮店控烟不力等。食品类诉求主要反映食品配送延迟、经营者擅自取消订单、假日促销承诺未兑现、超市食品标签价与结算价不符、短斤少两等。

多家上市公司回应被列入实体名单

不会影响日常经营 将继续提供优质产品

本报讯(劳动报记者陈宁)昨日，美国商务部官方网站公布28家公司被列入“实体名单”，这些公司将受到贸易管制，禁止与美国企业合作。根据已曝光的文件显示，这28家实体当中将包括海康威视、大华科技、科大讯飞、旷视科技、商汤科技、依图科技、厦门美亚柏科信息有限公司、颐信科技有限公司等人工智能、人脸识别及安防监控厂商。对此，昨日多家上市公司发布公告做出回应。

海康威视公告称，今日获悉公司被美国商务部纳入“实体清

单”，公司正在全面评估此事件可能对公司造成的影响，做好应对工作，并与各方面积极沟通。公司A股股份自10月8日开市起停牌，于10月10日开市起复牌。

科大讯飞公告称，公司关注

到美国商务部官方网站10月8日公布信息，科大讯飞等中国科技公司被美国政府列入实体清单。科大讯飞拥有全球领先的人工智能核心技术，这些核心技术全部来自于科大讯飞的自主研发，拥有自主知识产权。列入实体

清单不会对科大讯飞的日常经营产生重大影响。我们对于此情况已有预案，将继续为客户提供优质的产品和服务。

大华股份发布公告称，公司获知美国商务部拟将8家中国企业列入实体名单，公司被列入其

中。公司股票10月8日开市起停牌，不迟于10月10日开市起复牌。

美亚柏科表示，公司是国家规划布局内重点软件企业。公司的软件产品绝大部分为自主研发，具有自主知识产权，少量软件产品供应商也主要为国内具有自主知识产权的企业。公司采购的主要配套硬件产品为通用型和商用型的相关整机和模块，可替换性强，且绝大部分供应商为国内厂商。公司的主要客户在国内，海外销售收入占比很小，不到公司销售收入的1%。