

# 开年LPR再次下调,释放哪些信号?

文/新华社记者 吴雨 郑钧天

继上月下调5个基点后,20日出炉的1年期贷款市场报价利率(LPR)再次下调。同时,5年期以上LPR也在经历20期“按兵不动”后有所下调。这释放出哪些信号?

当日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布,1年期LPR为3.7%,5年期以上LPR为4.6%,分别较上一期下调10个和5个基点。

自2020年4月20日创下改革以来单月最大降幅后,LPR一直“按兵不动”,近期却连续两个月进行调整。1年期LPR降幅更是从上一期5个基点的“最小步长”,扩大到此次10个基点。这背后是何原因?

中央经济工作会议要求,2022年经济工作要稳字当头、稳中求进,各地区各部门要担负起稳定宏观经济的责任,各方面要积极推出有利于经济稳定的政策,政策发力适当靠前。

人民银行副行长刘国强在日前国新办举行的发布会上表示,在经济下行压力根本缓解之前,有利于“稳”的政策要多出台,做到“以进促稳”。政策要充分发力,把货币政策工具箱开得再大一些。

“年初下调政策利率,引导LPR报价下降,正是货币政策主动作为、靠前发力的体现。”中国民生银行首席研究员温彬表示,作为LPR报价的基础,1月17日中期借贷便利(MLF)的操作利率较前次下降10个基点至2.85%,带动本月LPR两个品种报价下调。LPR下降会传导至企业的贷款利率,降低信贷融资成本,这传递出人民银行加强预期管理、呵护市场信心的信号。

人民银行货币政策司司长孙国峰表示,通过LPR传导降低企业贷款利率,推动企业综合融资成本稳中有降,有助于激发市场主体融资需求,稳定经济大盘。

值得注意的是,此次LPR再次出现非对称下降,与1年期降幅不同,与个人住房贷款利率挂钩的5年期以上LPR下调了5个基点。

“5年期以上LPR是中长期贷款的定价参考,涉及面相对广泛,调整需要更加审慎。”招联金融首席研究员董希淼表示,一方面,5年期以上LPR下降或引导制造业、按揭贷款等中长期信贷



一名银行工作人员在清点钞票 摄影/新华社记者 李鑫



2020年11月12日拍摄的上海龙阳路立交桥附近的商品房(无人机照片) 摄影/新华社记者 丁汀

成本下行;另一方面,下调5个基点也充分考虑了促进房地产业良性循环和健康发展的要求。

“我的贷款重新定价日在2月中旬,说不定能赶上这波利率下调。不过,此次下调对我的月供影响并不大。”上海市民于小姐去年2月贷款购置了一套住房,贷款300多万元、期限30年。5年期以上LPR下调后,她连忙算了一下,月供可以少还近100元。

据易居研究院智库中心研究总监严跃进测算,以100万元贷款金额、30年期等额本息还款的按揭贷款为例,此次利率调整后,月供约能减少30元。“对于购房者来说,5个基点的降幅对月供影响有限,但信号作用更大,有助于房地产市场预期稳步改善。”

“LPR是一个宏观变量,其变动不针对具体行业,也就是说对所有行业都有影响。”刘国强表示,通过发挥贷款市场报价利率改革效能,可推动企业综合融资

成本稳中有降。2021年全年我国企业贷款利率为4.61%,是改革开放40多年来最低水平。

专家表示,在需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力下,宏观政策要靠前发力,主动出击,有利于经济稳定的政策要积极推进。

去年12月以来,人民银行进一步加大跨周期调节力度,做好跨年度政策衔接,积极运用结构性货币政策工具做好“加法”。降准落地释放长期资金,引导LPR下降,实施两项直达工具的接续转换……这些措施既有助于2021年稳定信贷总量、优化信贷结构,也助力2022年平稳开局。

刘国强表示,2022年,稳健的货币政策灵活适度,人民银行将加大跨周期调节力度,注重政策靠前发力,进一步发挥贷款市场报价利率改革效能,稳定银行负债成本,促进企业综合融资成本稳中有降,推动金融系统向实体经济让利。

## 网上走俏年货出炉,你买了吗?

文/新华社记者 于佳欣

2022年全国网上年货节日前启动。根据商务部对重点电商平台监测的大数据,截至目前,一批年货热销,健康、智能、绿色、冰雪等成关键词。

商务部大数据显示,品质年货成为采购热点。礼盒装食品、营养滋补品销售明显增长,巧克力礼盒、黑芝麻丸同比分别增长67.4%、105.9%,半成品菜肴受追捧,预制菜销售额同比增长45.9%。

消费升级类产品受到欢迎。智能清洁电器备受青睐,除螨仪、洗地机销售额同比分别增长40.1%、32.9%。家电消费品质升级,智能投影仪和智能按摩仪同比分别增长89.5%和34.8%。个性化消费激发市场活力,全屋定制成为家装新趋势,商品销售同比增长53.3%。文创、国潮商品网上消费走俏,博物馆文创、国潮商品、民族乐器、汉服销售额同比分别增长83.3%、72.4%、44.6%、32.9%。

新生活方式引领消费新风尚。“绿色”成为过年主色调,环保皮草、环保袋、环保餐具销售额同比分别增长223.3%、44.6%、22.0%。健康有机食品成为潮流,有机蔬菜、有机奶、蜂产品销售额同比分别增长187.8%、38.8%、45.3%。

此外,“冬奥风”吹热冰雪经济,滑雪装备销售额同比增长51.9%,冬奥纪念品销售额同比增长26.9倍,冰雪主题乐园和滑雪景区门票销售额同比分别增长131.5%和95.2%。

商务部会同有关部门指导的2022年全国网上年货节于1月10日(腊月初八)至2月7日(正月初七)举办。年货节聚焦吃、住、行、游、娱、购,不少地方和企业加大促销力度,让消费者真正得到实惠。

