

# 联储会再次大幅加息 个人财务会受到什么影响？

联储会周三(27日)进一步收紧信贷的举措,连续第二次将其基准利率大幅提升0.75个百分点。联储会此次加息是自3月以来的第四次,将进一步加大买房、购车和信用卡的借贷成本,不过很多借款人可能不会立即受到影响。

美联社报道,联储会大幅提高借贷成本是为了减缓支出,为经济降温,遏制严重的通胀。联储会主席鲍威尔希望这些措施能够将通货膨胀率拉回到2%。目前的通胀率为9.1%,为40年来的最高水平。

此举将如何影响到个人的财务状况？

## 关于房贷利率——

更高的利率已经摧毁房地产市场。住房贷款利率比一年前上涨了近一倍,达到5.5%。不过近几周该利率已经趋于平稳,尽管联储会暗示可能会进一步收紧信贷。

现房销售已经连续5个月下降,新房销售6月份也大幅度下降。如果有经济能力,比起几个月前,购房者确实有了更多选择。

## 关于购车——

专家表示,周三的加息不太可能对新车销售产生太大影响,而信用较差、贷款利率较高的二手车买家受到的影响会更大。

对信用卡等可变利息债务用户来说,利率上升的幅度与联储会加息幅度大致相同。那些没有资格申请低利率信用卡的人可能会支付更高的利息。

数据显示,联储会的加息措施已经使得信用卡借贷利率至少4年来首次超过20%。

## 关于加密货币——

与很多科技股一样,自联储会加息以来,比特币等加密货币的价值一路下跌。比特币已经从6.8万亿美元的峰值跌至2.1万亿美元。

更高的利率会提高债券和国债这类安全资产对投资者的吸引力,同时会降低加密货币等风险资产的吸引力。

## 关于学生贷款——

现在联邦学生贷款的偿还被暂停至8月31日。通胀意味着贷款人可用于偿还贷款的可支配收入减少。不过,如果经济放缓降低通胀,这一状况在秋季可能会得到一些缓解。

按照现在的经济状况,政府可能会在夏末选择延长推迟支付学生贷款的紧急措施。不过,申请新的私人学生贷款的借款人应该做好支付更多贷款的准备。



联储会主席鲍威尔

## 被曝插足谷歌创始人婚姻

马斯克:完全胡扯

在《华尔街日报》曝出马斯克插足谷歌联合创始人谢尔盖·布林婚姻一事,马斯克24日在社交平台上发文,作出回应:“这完全是瞎说。”

综合武汉极目新闻、成都红星新闻报道,马斯克表示,“谢尔盖和我是朋友,昨晚还一起参加了一个聚会。三年里,我只见过妮可(谢尔盖的妻子)两次,两次周围都有很多人,一点也不浪漫。”

此外,马斯克还将《华尔街日报》批评了一番,“《华尔街日报》在新闻业内应该有很高的标准,但现在,他们还不如‘小报’。《华尔街日报》应该报道对读者来说真正有意义的事情,而且要有坚实的事实基础,不是随便来自第三方的‘道听途说’。”

“《华尔街日报》写了很多关于我和特斯拉的文章,好多都是瞎说,我已经数不清了!坦率地讲,这对他们来说很尴尬。”马斯克写道。

有消息称,2021年12月初,马斯克与妮可·沙纳汉在迈阿密一场艺术展活动中发生了“初次联络”。一位熟悉妮可·沙纳汉的人说,两人发生“初次联络”时,布林与妮可·沙纳汉已分开,但仍一起生活。不过在离婚申请中,布林则将2021年12月15日作为夫妻分居的日期。

有消息称,布林和妮可·沙纳汉的婚姻在2021年秋天就已出现问题,两人因照顾女儿的问题曾产生分歧。另有知情人士透露,离婚申请是在布林得知二人婚外情几周后提出的。

事发后,马斯克和布林以及两人团队之间的关系变得十分紧张。布林已经命令他的财务顾问出售他在马斯克公司的个人投资,目前暂不清楚所涉投资金额。有知情人士透露,在今年早些时候的一次聚会上,马斯克曾单膝跪地请求布林的原谅,布林承认马斯克向其道歉,但仍没有与其交谈。

据悉,布林和马斯克都是知名企业,二人也曾经是很好朋友。马斯克曾称,自己经常去布林在硅谷的房子过夜。据悉,2008年全球金融危机期间,布林曾向马斯克提供了约50万美元的资金用于特斯拉的生产,当时特斯拉正在努力提高产量。2015年,马斯克送给了布林一辆首批交付的特斯拉纯电动SUV。

## 支付宝大额存款需3年提取？

支付宝回应:不实

个人账户的高风险操作行为可能影响账户正常使用。为规避风险,用户须规范使用自己的账户,不要轻易与不明账户交易,不要把个人账户出借给他人使用,也不要进行网络刷单、跑分、虚拟币交易等操作。

北京《经济日报》24日报道,近期,一则“有用户在支付宝里存46万元人民币,想提取时发现要花3年时间”的消息在网上流传,引发关注。很多人表示不解:难道支付宝对大额存款有提取限制?有媒体向支付宝了解情况后,情况并非如此。该涉事账户暂时取现异常或高风险操作有关,核查后,账户恢复了正常使用。

支付宝安全中心在回应时表示,根据举报信息和平台风险系统识别,当时该用户的账户交易行为存在异常情形,可能涉及网络赌博、电信诈骗、非法投资理财或是虚假

交易等违规情形。为避免用户账户被不法分子利用造成损失,根据中国相关法律法规,支付宝当时对该账户做了一定限制。

业内专家表示,个人账户的高风险操作行为可能影响账户正常使用。个人要管理好自己的金融账户,无论是银行卡还是支付宝、微信支付账户,都要妥善管理,不要为了蝇头小利出租出借甚至买卖个人支付账户。“在用户正常使用账户的情况下,支付宝和余额宝的转入转出功能都是正常的。”支付宝安全中心在回应中表示。规范使用自己的账户,不要轻易与不明账户交易,不要把个人账户出借给他人使用,也不要进行网络刷单、跑分、虚拟币交易等操作。这些行为有可能被不法分子利用进行非法交易,导致个人信息泄露、影响账户安全,甚至有可能触犯相关法律法规。

## 第五届数字中国建设峰会 565个项目签约

总投资2990亿元



第五届数字中国建设峰会组委会25日披露,本届峰会共签约数字经济项目565个,总投资2990亿元(人民币,下同),涵盖5G、物联网、人工智能、工业互联网、网络安全、卫星应用等领域。

中新社报道,本届峰会7月23日到24日在福建福州举行。组委会人士称,本届峰会成果丰硕,将有力推动中国数字产业化、产业数字化。

本届峰会由中国国家互联网信息办公室、中国国家发展和改革委员会、中国工业和信息化部、中国国务院国有资产监督管理委员会、福建省政府

共同主办,包括开幕式、主论坛、政策发布、分论坛、成果展览会、数字产品博览会、创新大赛、云生态大会等8个部分,举办“有福之州·对话未来”“闽江夜话”等30多场特色活动。

峰会上,中国国家互联网信息办公室发布了《数字中国发展报告(2021年)》,启动“2022年全民数字素养与技能提升月”活动;中国生态环境部发布30个“数字环保”典型案例。

在第五届数字中国建设成果展超20万平方米的实体展厅内,中国各省份代表与近500家展商纷纷亮相,现场展示数字科技新

成果,全面呈现以数字化转型驱动生产方式、生活方式和治理方式变革的成效。

为期两天的峰会上,18个分论坛聚焦5G应用于6G愿景、数字人民币产业发展、绿色数字“一带一路”等数字领域前沿热点,30多场特色活动拓展交流内涵,百位院士专家、百位数字产业领军者参会演讲,千余家国内外企业现场参会参展,近2000名嘉宾深入开展数字技术和项目对接洽谈,服务和促进数字生态交流合作、数字经济发展壮大。

与会专家认为,数字中国建设峰会已连续举办五届,作为凝聚共识、推动创新的重要平台,其主题从信息化驱动到数字化转型,从数据要素到创新变革,体现了数字中国建设实践的持续深入和不竭动力。

官方数据显示,2017年到2021年,中国数字经济规模从27.2万亿元增至45.5万亿元,总量稳居世界第二,年均复合增长率达13.6%,占GDP的比重从32.9%提升到39.8%,成为推动经济增长的主要引擎之一。

## 美国生鲜电商为啥“卷”不动了

有报道称,美国生鲜电商Instacart估值近日再次被投资者下调。新的估值约为150亿美元,比之前240亿美元下降近40%。这是近4个月内,Instacart第2次被下调估值,反映出美国生鲜电商普遍面临的困境。除了Instacart,生鲜电商DoorDash股价6个月里跌掉三分之一,Shopify也跌了50%左右。一度成为资本市场宠儿的美国生鲜电商企业为啥“卷”不动了?

受新冠肺炎疫情影响,人们的生活和消费方式发生了很大变化。在美国,外卖、跑腿等服务迅速火了起来,多家生鲜电商在2020年迎来了一波指数级增长。作为其中颇具代表性的企业,Instacart表现十分亮眼,2020年整体订单数增长了5倍,收入达到15亿美元,吸引资本大鳄纷纷注资。

然而,随着疫情持续,问题开始显现。生鲜电商看似扩张迅速,但其实并不是“赚快钱”的行业。生鲜产品利润有限,而仓储、损耗、人工和营销等却需要花费大量资金,普遍都要靠“烧钱”。一旦大环境和市场预期发生变化,融资吃紧,日子就不好过了。

当前,美国经济增长放缓、通胀飙升、利率上升,疫情也呈现常态化趋势,生鲜电商发展的大环境和市

场预期发生了变化。一旦靠“烧钱”维系的扩张模式无法继续,生鲜电商就将面临业务收缩、品类调整甚至关闭部分销售渠道等问题。

生鲜行业一直被业界称为电商的蓝海,但“前景好、盈利难”始终是难以摆脱的“魔咒”。疫情为美国生鲜电商的发展按下了加速键,但市场激增不会成为常态。在资本退潮后,如何在常态化的运营中维持客户黏性,降低成本,提升造血功能,是生鲜电商面临的一道难题。

正如行业分析人士所说,生鲜电商是一门慢生意,想要盈利,就需要熬过漫长的培育期。在这个过程中,行业的分化会更加明显。在美国,生鲜电商近年来呈现“百花齐放”的态势,除了Instacart和GrubMarket等“新星”,亚马逊、沃尔玛等传统大玩家也在长期布局,行业分化不可避免。

在当前大环境下,生鲜电商这门“烧钱”的生意对投资者来说已经不再“香”了。对资本市场依赖性较强的“新星”们更需要打起精神,根据市场环境作出业务调整,突出优势和特色。除了提升顾客体验和供应链及配送体系等核心竞争力,克制对“烧钱”的欲望恐怕也是生鲜电商们必修的一课。