

财阿姐算盘

购物喜刷刷 还款笃悠悠

一个春节过去,上海阿姐们的钱包都会不同程度地减了肥,尤其是出境旅游的阿姐们。现在换汇不是那么容易,而且在欧洲、中东等地随身带大量现金还不安全,所以越来越多的阿姐们宁可在境外“喜刷刷”。

不过刷卡虽然爽,但是还信用卡时就要费下思量了。

还人民币还是外币?

阿姐们在境外刷外币卡有两种,一种是全币种信用卡,一种是双币种信用卡。

如果用的是全币种信用卡,所有交易(含取现)都自动转换成人民币账单,在开通“海外交易人民币入账”功能后,无需购汇,就可以直接用人民币还款。不过如果刷的不是美元,还会产生外币兑美元的手续费,通常在1.5%左右。

而如果是双币种信用卡,那么它就是以美元或欧元入账。那么在还款的时候就要看阿姐们是否开通了“自动购汇还款”的功能,如果开通了也可以直接还人民币,如果没有开通的话,那么就需要还相应的外币。

另外还要注意的,在境外刷卡不是按刷卡当天的汇率结算,而是按入账当天的汇率结算。所以有时阿姐们会发现,账单会和自己算的有一点出入。

最晚还款日是几号?

上海阿姐们都晓得,信用卡有20-50天



绍波 画

的免息期。比如说阿姐有一张信用卡的账单日为每月5日,也就是每个月5日前的消费才会计入账单;而还款日往往是账单日后的20天,最后还款日就是25日左右。如果阿姐在每个月6日消费,那么就可以享受最长50天左右的免息期。

今年大年初一正好是2月5日,如果阿姐们账单日是5日,那么在春节期间的消

费,都可以拖到3月25日,可以大大减轻春节血拼的还款压力。

一次还清还是分期?

好不容易出国一次,帮同事朋友带奢侈品,给家人亲戚带伴手礼、自己还要再淘点化妆品……账单最起码是以万为单位,虽然阿姐们不都是“脱底棺材”,也会让下个月的

“银根”吃紧不少。

能够一次性还清自然清爽,不过为了减轻阿姐们的压力,银行也都提供分期还款,一般都是在3-12期,最长可达24期(两年)。手续费一般3个月在0.55%-0.9%/月之间,6个月在0.6%-7.5%/月,期限越长,付出的手续费越高,一般24个月的话,最起码要付14.4%的手续费(相当于0.6%/月),所以一般分期还是3-6个月比较适宜。

另外,阿姐们一般都有几张各个银行的信用卡,不同银行的分期手续费也是不一样的,比较下来,国有五大行比较便宜,如工商银行分3期的话,手续费仅为0.55%/月;而农业银行6-24个月都可以做到0.6%,而股份制商业银行相对就比较贵一点。

拖到最后一天还?

许多阿姐都有用足免息期,最后一天还款的习惯,不过这样“候分掐数”也会有问题。

一方面是容易忘记,另外,如果在境外消费,而信用卡又没有开通“自动购汇功能”的话,就需要阿姐们打电话或者通过网上银行购汇后还款,弄不好就会产生逾期。信用卡一旦逾期,就会在阿姐个人征信报告上留下记录,以后买房买车贷款说不定就会有影响。

万一碰到这样的情况阿姐们也不用太担心,一般银行都有宽限期,一般是在3天左右。在这个期限之内,阿姐们可以立刻全额还款,同时再打电话给银行进行说明,这样银行就不会记录逾期,也不会收你的利息和滞纳金。
郑海阳

上海市有关领导调研互联网企业
携程:为打造上海品牌贡献力量

2月21日晚,据上海市人民政府新闻办公室官方微信号“上海发布”报道,上海市有关领导当天下午走访了上海的互联网企业,调研信息消费产业发展情况。其中一站,来到了目前上海互联网企业中发展历程最长的企业携程。

“我们上海有这么一家著名的企业,我们也感到很自豪,希望你们做大做强品牌,促进上海和中国旅游的发展。”市有关领导肯定了携程的成绩。

与此同时,还提出了新要求:“希望携程助力消费升级,旅游市场发展很快,目前还是保持双位数增长,这个市场怎么样去把它做大,携程可以做很多文章。”

对此,携程方面也表示,“愿意在信息消费、创新发展和用旅游升级上海城市品牌上贡献力量。”

聚焦信息消费
与旅游产业融合

从上海走向全球的互联网公司中,携程无疑是重要代表。从1999年在徐汇区的航天大厦开始,到后来漕河泾的办公区,再到长宁区的福泉路、临空园区,携程在20年的发展进程中在上海踏出的一步步足迹,也见证了上海服务品牌的成长过程。

其实,在高速发展的信息化时代,上海不缺互联网基因,也不缺营商环境,更不缺信息消费。

最新统计显示,中国大陆境内被国内外投资者和投机机构认可的新兴产业公司共有136家,估值累计总额超过3.3万亿元人民币,其

中总部位于上海的有29家,仅次于北京,相当于杭州和深圳的总和。

另外,在《2018年中国互联网企业100强发展报告》上,上海共有21家企业入选,百强企业数量仅次于北京,其中携程位列第15。

以携程为例,公开资料显示:目前,其在立足上海、服务全国的基础上,也早已领先于同业开启全球化战略,2018年的在线交易额已经达到将近7000亿元,居全球在线旅游行业首位,成为我国在线旅行行业的代表企业之一,更是上海信息产业的标杆企业。

“这两年,我们的国际化做得非常好,国际收入在集团总收入的占比约为30%-40%。我们现在的目标不仅是服务中国游客,未来还要成为全世界游客旅游的首选。”携程集团联合创始人、执行董事局主席

梁建章在介绍携程的发展时称,愿意加快推动信息消费和旅游产业的融合发展。

据中国信息通信研究院1月发布的最新数据,2018年我国信息消费规模约5万亿元,同比增长13%。根据规划,到2020年,我国信息消费规模达到6万亿元,年均增长11%以上,并拉动相关领域产出达到15万亿元。

这意味着,对于包括携程在内的企业来说,信息消费是“绕不开”的话题。

“信息消费和旅游产业的融合发展潜力巨大、前景广阔。”对此,市有关领导强调,“要抓住消费升级机遇,坚持创新发展,做强品牌。聚焦重点和前沿领域,加大研发和应用力度,深化产品创新、业态创新、模式创新,提升企业的核心竞争力,深化全球化战略布局。”

用全球旅游服务
打响上海品牌

对在线旅游行业来说,信息技术是旅游业态创新和旅游产品创新上的重要动力,而服务则是决定发展前景的最关键因素。携程在全球服务方面的一些做法也契合了“上海服务”的重要含义。

据官方资料,打响“上海服务”、“上海制造”、“上海购物”、“上海文

化”四大品牌,正在凝聚成为社会各界的共识与行动。

其中,“上海服务”作为领头品牌,一项重点内涵是辐射全国乃至全球的服务功能,目标是打造更加强大的服务能级,能在全中国乃至全球范围配置资源,有能力为全国服务、为更大范围的企业和人群服务。

这方面,携程有其发展经验。

从服务的广度上看,携程已铺开触达全球用户的服务体系。1.5万名客服岗位员工分布全球,除了全国各地的呼叫中心外,携程还在苏格兰爱丁堡、韩国首尔和日本东京设立了海外呼叫中心。

从服务的纵深看,携程针对旅游行业痛点实践更加细致的服务举措。比如,针对游客在海外求助的语言翻译、补办证件、物品遗失等常见情况推出的“全球旅行SOS”服务,目前救援成功率达到94%,其中海外救助占比70%。

助上海打造
“东方纽约”

市有关领导还表示,希望携程更好发挥平台资源优势,积极助力上海旅游宣传推介、产品开发、改进服务,为上海加快建设世界著名旅游城市贡献更大力量。

入境旅游是上海建设世界著名

旅游城市的重要内容。数据显示,2017年,上海接待入境游客873.01万人次,同比增长2.18%,平均逗留时长3.3天,人均消费931.23美元。2018年1到6月,上海接待入境游客人数同比增长1.71%。

“上海旅游资源比较丰富,但跟一些全球著名旅游城市比,还没有做足文章。携程在国际上影响力很大,希望携程能够帮助上海一起做好旅游宣传,促进上海更好地发展。”市有关领导指出。

携程CEO孙洁表示,携程将尽全力支持上海创新发展,用携程经验反哺供给侧改革,并愿意在大数据、长三角旅游一体化、入境游、推进上海国际航空枢纽建设等多方面与上海市开展深入合作。“助上海打造‘东方纽约’,并建设成为世界著名旅游城市。”

行业分析认为,在促进上海入境游、提升上海旅游品牌形象方面,作为从上海走出来的企业,无论在丰富入境旅游产品供给、海外旅游营销推广,还是提升城市旅游服务能力上,携程都能更好地理解上海,更好地发挥行业 and 平台优势助力上海。

按照《关于促进上海入境旅游发展的若干意见》中的规划,到2020年,上海将实现年入境游客数突破1000万人次;入境游客逗留时长超过3.5天。到2035年,年入境游客数突破1400万人次。