

“轻装上阵”，征信制度更精准

央行发布一次性信用修复政策有关安排且明确“免申即享”

时评

林子璐

周一，央行官宣的新政策，引发热烈讨论。

中国人民银行对外发布一次性信用修复政策有关安排，符合相关条件的逾期信息，将不会在个人信用报告中予以展示。而且，信用修复是“免申即享”，即使有人没及时关注到政策，也可以自动修复逾期的信用记录。

对不少苦于征信记录限制的个人来说，这恐怕是这段时间来最重磅的消息了。

对于具体政策要点的解读已经有不少，要注意的细节也很明确。据介绍，政策严格限定了信用修复的范围，须同时满足三个条件：逾期信息产生于2020年1月1日至2025年12月31日期间；单笔逾期金额不超过1万元；要在2026年3月31日（含）前足额偿还逾期债务。

此外，目前来说，这还是一次性的修复政策，不能简单理解为“信用可以修复了”。

整体来看，我们可以理解为，这项重磅政策主要面向的是小额逾期的个人，恰如央行官方提到的，“信用受损”但“积极还款”的个人。

这一趋势此前就已显露。不久前，国家发展改革委公布《信用修复管理办法》，适用范围包括全国信用信息共享平台、“信用中国”网站以及地方信用信息共享平台和信用网站。其中提出，失信信息按照失信严重程度实行分类管理，原则上划分为“轻微、一般、严重”三类。其中，轻微失信信息原则上不予公示。在2025金融街论坛年会上，央行行长潘功胜也透露央行正在研究实施一次性的个人信用救济政策。

央行的最新政策，很显然是印证了此前的风向。

这一系列变化的关键就在于，征信制度日益走向更精准的“分类讨论”，为普通人提供了更大的容错空间。


这几年，民间一直有希望能有一定范围内修复征信的讨论声音。也很


2025年12月22日


中国人民银行发布通知，实施一次性信用修复政策，支持信用受损但积极还款的个人高效便捷重塑信用




对于2020年1月1日至2025年12月31日期间，单笔金额不超过10000元人民币的个人逾期信息，个人于2026年3月31日（含）前足额偿还逾期债务的，金融信用信息基础数据库将不予展示

**适用对象**
个人在央行征信系统中展示的信贷逾期信息

**适用时间区间**
逾期信息产生于2020年1月1日至2025年12月31日期间

**适用金额**
单笔逾期金额不超过10000元

**适用前提**
2026年3月31日（含）前足额偿还逾期债务政策不区分贷款机构类型及信贷业务种类

政策实行“免申即享”
个人无需申请和操作，也无需提交证明材料，由中国人民银行征信系统对符合条件的逾期信息进行自动识别和统一处理

其中
个人于2025年11月30日（含）前足额偿还逾期债务的，金融信用信息基础数据库自2026年1月1日起不予展示相关逾期信息
个人于2025年12月1日至2026年3月31日之间足额偿还逾期债务的，金融信用信息基础数据库于次月底前不予展示相关逾期信息

视觉中国

好理解，普通人一不小心逾期一次，或者在还款上出了点差错，就能直接被贴上“失信者”的标签，后续再申请贷款就寸步难行，变成了“一步错，步步错”。

对个体征信作为一种信用约束机制，日常生活的方方面面都可能造成影响。因而，这种呼声，肯定不是希望“老赖”也能无压力逃避惩罚，而是希望能尽量破除“一刀切”的情况，为“诚实而不幸”的人们，多一些人性化的考量，给普通人以一定的宽容和修正的空间。

政策的智慧，常常体现在对多方需求的平衡、对现实问题的理解与

惩戒的界限划定中。而今央行推出的一次性信用修复政策，既承认了疫情等不可抗力对普通人履约能力的冲击，为那些确有还款意愿但曾遭遇困境的个体提供了“轻装上阵”的机会，同时又严格框定了政策惠及的额度与时限，坚守了“失信必惩”的刚性底线。

近期的政策变动，对普通人来说也是一次积极的暗示：失信并非一遭终身的枷锁，而是可以通过积极修复、履约，为自己争取到新的可能性，这显然是一种积极的引导，能有效激发个体向上的动力。

从金融机构的角度来说，这一积

极信号的释放，也可能有助于银行收回部分历史逾期贷款，对改善部分资产的质量有积极意义。将已经修复信用的“前失信人”重新纳入服务范围，也有助于扩大有成长潜力的客户群体。

往大了说，从“一处违法，处处受限”到“分类施策，容错修复”，也是信用治理再向前一步的体现。说到底，作为约束的征信体系，终极目标并非简单依靠惩罚手段，将失信者永久放逐于常规社会秩序之外，而是通过建立“守信激励、失信惩戒、修复有序”的良性生态，引导全社会形成守信自觉，构建一个秩序更有韧性、生态更有活力的社会经济体系。

留言板

对电梯广告“轰炸”只能无奈？业委会物业得有个标准和说法

电梯内的广告屏已成为不少小区的“标配”。

资料照片

11月初，大学生孔均猷在社交平台发布一条视频，标题为“我关掉了100台吵人的电梯广告”。视频中，他表示自己用一把六七元网购来的通用钥匙，关掉了住宅小区100多台电梯广告屏。该视频引发网友共鸣和讨论。有人称赞他为“为民除噪”，封他为“电梯侠”；也有人提醒，这样的行为可能涉嫌违法。

电梯广告近年来出现在不少写字楼和居民楼里，对于这一现象，网友在上观新闻微信公众号评论区展开讨论。

黎明：不支持这位大学生的做法。广告商投放广告是付了费的，在没有了清清楚楚具体情况之前自行关闭，不合适。

小风：物业也是无奈之举，电梯广告所得费用也用于小区维护了，实际上也是让全体居民受益，所以可以理解。

梁山伯爵：个人感觉电梯广告也没什么不好，晚上一个人坐电梯有点声音就不会那么害怕。再说广告收入也可贴补些物业费短缺，说烦人的也就几秒、几分钟的事。

珊珊：我家单元的电梯里也有这样的广告，非常吵，广告词也很没营养很洗脑，甚至传播不良价值观，让人厌烦。

林可：还记得有幢大楼的电梯，进去左右两个广告屏，门上还有投影广告，三个广告一起大声轰炸，简直让人无语。

进击的艾伯特：这个年轻人干得漂

亮。广告公司支付的费用不知所踪，没有几家物业会依法公示，这中间可能会滋生不少灰色空间。

经赞：业委会可以质询物业公司整个广告引进的过程，还有费用的去向。

琪琪：环境会潜移默化影响人，特别是孩子。如果是放公益广告或者传播文化的内容，还可以接受，或者至少音量可调节。

阿理：现代社会对于公众注意力的掠夺太常见了，普通人已经适应或者说是无可奈何了。

李星：不是完全不能投放电梯广告，而是目前的状况太混乱了，且普通居民毫不知情权只能被动接受。应该制定统一的国家标准，对同意流程、投放方式做出明确。

本报记者 杨蓉 整理

艺术重构城市超级立面

东安旧改“压轴作品”定义人居新高度

嘉佰道·上海效果图

备受关注的东安旧改项目，近日迎来关键进展。位于该地块最后一块拼图上的住宅产品，其建筑立面设计方案首次对外公开。

今年9月，由中华企业与宸嘉发展组成的联合体，通过股权转让方式获得徐汇区C030301单元127b-23地块开发权。这也意味着上海历史上单地块一次性征收体量最大的旧改项目，进入全面开发实施阶段。

中海地产、招商蛇口、中旅、徐汇城投等头部市场化主体参与开发，东安地块价值不断提级。

不少人发出疑问：面对这样宝贵的地块，徐汇东安最终能达到什么样的价值高度？

答案要从这场国资民企联手背后逻辑里找：

今年9月，中华企业与宸嘉发展联合竞得徐汇区C030301单元127b-23地块开发权。东安最后一幅涉宅地块尘埃落定。

这次合作，被市场视作国资与民企强强联合、优势互补的典型。

作为上海地产集团旗下唯一市场化房地产综合开发平台，中华企业此次布局，既是看中板块潜力、契合自身战略与经营需求，更意在借项目构建市场化拓展机制，深度融入城市更新，夯实在城市更新综合开发运营领域的优势。

值得关注的是，宸嘉发展作为唯一参与的民营企业，为何能跻身这一核心项目？

嘉佰道·武汉，嘉佰道·成都，以及上海的嘉佰道·长风等项目，凭借稀缺区位与创新产品成为市场焦点。“嘉佰道系”也因此入选克而瑞研究院《2024年度全国十大顶级豪宅产品系榜单》，成为行业标杆。

上海中原地产资深分析师卢文曦表示，宸嘉发展能与中华企业联手参与这一重要旧改，本质是合作方对其高端产品开发能力的高度认可。

这一合作恰恰是上海旧改新路径的典型案例。一些大型旧改地块完成征收后，通常会

在中央城市工作会议时隔十年再度召开、城市更新被提到新高度的当下，这片土地无疑承载着超越单纯地产开发的多重期待。

作为徐汇核心板块最后一块“大衣料子”，东安地块将如何裁剪？又将成为怎样的价值锚点？中华企业与宸嘉发展联合打造的高品质住宅“嘉佰道·上海”，尝试给出自己的解题思路。

以股权转让的模式遴选开发企业。遴选并非单一考量资金规模，而是综合多方面因素进行择优，比如企业对地块价值的认知深度、开发思路、方案可行性等。事实上，早在前期遴选阶段，参与的开发商就已结合东安地块的区位优势与潜在客群需求，反复推敲打磨，提前搭建起了初步框架。

回溯价值本源 衡复文脉的生活传承

“嘉佰道·上海”嵌入“上海”二字，打造品质住宅标杆的决心可见一斑。透过这个名字，人们不难看出，它并非普通意义上的商品房小区，而是要成为代表上海精神的一枚切片。

那么，何为上海？人们第一时间想到的，是外滩万国建筑群的百年风华，是里弄街巷的市井烟火，是梧桐掩映下百年洋房的人文底色。这座城市的灵魂，从来不是单一的钢筋水泥堆砌，而是历史与现代的共生、文脉与潮流的交融。

衡复风貌区，正是这份灵魂的最佳载体。

如果说，高楼大厦展示上海高度，产业发展展示上海速度，那么以衡复为代表的风貌板块，则代表了这座城市的厚度。

衡复风貌区是中心城区内规模最大、优秀历史建筑最多、历史风貌格局最完整的历史文化风貌区。丰富的历史建筑和文化遗产，为街区增添独特的文化氛围和美学价值。哪怕是一处不起眼的小楼，都有着深厚的文化底蕴。正如作家陈丹燕在《上海的风花雪月》中写道：“路边一栋黄色小楼，不知道哪个朋友曾经点着它说，那是罗密欧要爬的阳台。”

当衡复的文脉沿着乌鲁木齐南路延伸至东安板块，这片土地便天然承接了这份独属于上海的精神内核。

坐落在徐汇内环内，“嘉佰道·上海”的稀缺价值不言而喻。不过它并不是简单的高端住宅开发，而是以建筑为媒介，延续衡复风貌区的文化基因与生活格调，让这片土地的价值，超越地段与产品的物理属性，升华为承载上海生活方式的精神符号。

居住于此，人们可以触摸到上海百年积淀的人文温度。百年以前，选址在衡复风貌区的公寓洋房，承载着当时最前沿的生活理念，更以在地化的建筑风格，展现海派文化的兼容并蓄。今天，“嘉佰道·上海”延续了这种精神表达，将古典气韵与现代美学交融。它的住宅立面的线条比例、材质肌理，暗合上海衡复历史文化风貌区的建筑神韵，但又不是简单复刻老建筑，而是通过新中式的抽象转译，延续海派文化的内核。

小区的楼栋单元门头基座摒弃了古典拱券的石材堆砌与对称制式，以双曲面石材重构拱券的形态神韵，实现了“古典建筑语汇的现代材料转译”，让海派建筑的“中西融合”基因在高端住宅项目中得以升华。

同时，人们能享受到现代人居的便捷舒适。位于上海“一江一河”战略规划的徐汇滨江与枫林生命健康产业带的双重辐射区，“嘉佰道·上海”天然拥有“功能枢纽”的属性，在它周边，人才、资本、产业、艺术等要素蓬勃流动。作为上海“一江一河”战略的核心承载区之一，一幅国际范十足的现代化城市界面在徐汇滨江已然成型。平整开阔的道路串联起全域，高品质绿化铺满岸线，西岸美术馆、油罐艺术中心等标杆公共艺术建筑成为城市地标，功能齐全的服务驿站、独具韵味的工业遗产、适宜骑行漫步的慢行体系相映成趣。人们在这里，步行可达美术馆、剧场，第一时间参与全球文化事件。

艺术重构 打造城市超级立面

真正的人居标杆，能够引领行业风向。

在商品住房诞生的早期，住宅小区一直被认为是建筑领域施工难度较低的一个品类。主要原因在于，住宅产品同质化程度高，户型设计、建筑结构多采用标准化模板。

认知的转变，始于高端住宅市场的崛起与城市更新的深化。随着居民对居住品质的要求

提升以及土地资源的稀缺化，现代高端住宅开始突破传统住宅的施工边界。

最大化发挥土地价值，要从设计源头破局。

近十年，住宅立面公建化成为高端住宅设计的核心趋势。公共建筑，往往凭借前沿设计理念、极致技术突破，成为衡量一座城市发展水平的标尺。从宏观视角来看，住宅立面公建化，消解了住宅与公共建筑的边界，让居住空间兼具审美价值与城市地标属性。

“嘉佰道·上海”的立面设计，正是这一趋势的表述。

颇有雕塑感的建筑立面，这是它向外界亮出的第一张美学名片。建筑外立面摒弃了传统住宅的平直界面，也突破了常规曲面建筑的单一形态。设计团队以上海市花白玉兰为原型，通过曲面弧线穿插、15°建筑扭转、体块切分，让建筑产生一种流动的感觉。从建筑史维度看，这是对解构主义建筑“动态形态”的本土化创新。

但设计又不只是为了美观。围绕“赏景”这一核心居住需求，设计团队做了极致突破。

通过15°建筑扭转的细微调整，南向房间的视野被最大化释放，推窗即是山水绿谷，而非对面楼栋的冰冷墙面。

为了让景观视野广度提升约30%，住宅采用了双曲面铝板幕墙的大跨度无框设计，进一步消除了视野遮挡，立面窗墙比接近80%，远超常规住宅50%—60%的标准。结合双曲面超白中空玻璃的幕墙设计，玻璃采用Low-E镀膜技术，实现了隔热降噪的居住功能，让“公建化的通透视野”真正服务于居住体验。

通过适度扭转住宅建筑，社区内自然围合出一处立体绿谷。凭借中式园林“高低错落”的造景技法，将水景、绿植与建筑肌理无缝衔接。

位于地下6米处的“绿谷”，是整个社区的视觉焦点所在。部分区域的“绿谷”和7.2米层高的架空空间衔接，由此形成13米的立体高差，让“绿谷”如漂浮的绿宝石嵌于社区底盘。难得的是，“绿谷”并非仅供观赏的景观堆砌，而是承担了实用功能。住户可以穿越其间，直达入户大堂。

城市更新的浪潮中，唯有承载时代精神的建筑，才能穿越周期、历久弥新。“嘉佰道·上海”希望打破传统豪宅印象，探索成为中国高端住宅走向世界建筑舞台的标志性作品，以及美学生活的新范本。