

3月二手房销售创5年来新高

本报记者 戚颖璞

据上海市房地产交易中心官网“网上房地产”公开数据显示,3月份,全市二手房网签31216套,创下5年来单月最高。上一次站上3万套的活跃线,还是2021年3月份,当月录得3.94万套的成交量。



“新七条”落地后,上海房地产市场呈现企稳向好态势。 本报记者 李茂君 摄

更值得关注的是交易结构。多家房地产经纪机构综合数据显示,今年3月,300万元以下的二手房交易占比约72%。换句话说,刚需才是当下二手房市场的绝对主力。

300万元以下的二手房,一直是上海二手房买卖中的大多数。为什么300万元以下能长期占据顶流的位置?上海中原地产分析师卢文曦表示,背后是市场供需两端的共同作用。

首先,总价门槛低,是“上车”首选。对于首次置业的刚需群体,尤其是单身青年或新婚夫妇,青睐300万元以下的二手房。这类房源主要是市区“老破小”或远郊次新房,虽面积不大、房龄偏老,但胜在总价可控,能让许多预算有限的年轻人在上海安家。

而且,近几年,上海住房价格回调相对充分,租金回报率随之提升。易居研究院调研发现,目前上海市区“老破小”的租售比普遍在2.3%到3.1%,如浦东凌一小区总价约190万元的房屋月租金4300元,租售比约2.7%;普陀曹杨三村总价

155万元的房屋月租金4000元,租售比3.1%。这明显高于1.3%至1.9%的5年期定期利率、1.8%的10年期国债收益率,对自住和长线投资更具吸引力。

近年来的楼市政策有效降低了刚需入市门槛,调减限购释放了购买力。2024年以来,多轮楼市新政涉及限购政策调减,带来了大量具备资格的刚需消费者。今年2月26日施行的楼市“新七条”,最大亮点同样是购房群体再扩容,即对持有上海市居住证满5年及以上的非沪籍居民家庭或成年单身人士,可在上海限购1套住房。

楼市“小阳春”稳了吗?中指研究院上海分析师张翔认为,如果当前市场情绪能够延续,4月楼市有望继续保持较高活跃度。但需关注的是,市场全面企稳仍是一个渐进过程,其持续性依赖于居民收入预期及房价预期的实质性修复。

境内运费外汇支付场景上线

本报讯(记者 张杨)

国家外汇管理局上海市分局于4月1日正式上线跨境金融服务平台“境内运费外汇支付便利化”应用。

上海作为国际贸易和航运中心,国际货运代理企业云集,境内运费外汇支付业务需求频繁。但长期以来,境内运费外汇支付业务面临发票核验难、重复支付风险高等问题。企业在办理此类业务时,需向银行提交大量纸质或电子发票,作为真实性证明材料。银行则需投入大量人力物力,通过人工逐张核验发票真伪,不仅流程繁琐、耗时较长,还存在电子发票重复使用、重复付汇的潜在风险。

“境内运费外汇支付便利化”应用场景的推出,正是为了精准解决这一行业痛点。通过航运区块链网络对接上海市税务局的发票数据,该场景实现海运运费发票信息的线上真实性自动核验及

重复使用情况精准校验,并实现跨行付汇数据的可信互认。

银行可通过平台一键查询发票真伪,所有流程均可线上完成,同时平台具备发票签收功能,可有效防止同一张发票被重复用于付汇,基于区块链技术的平台也确保了数据的真实、可信、不可篡改。

当日,在国家外汇管理局上海市分局指导下,工商银行上海市分行、农业银行上海市分行等多家试点银行成功办理首批“境内运费外汇支付便利化”业务。

过去,企业办理相关付汇时,往往需提前1至2个工作日准备增值税发票等材料。当日工行上海市分行通过平台全程用时不足10分钟,就完成核验与付汇操作,结算效率大幅提升,资金周转速度明显加快。

推动阅读服务供给提质增效

本报讯

4月1日,2026年上海市全民阅读工作会议举行。市委常委、宣传部部长赵嘉鸣出席并讲话。会议指出,全市全民阅读战线要深入学习贯彻习近平文化思想和总书记考察上海重要讲话精神,落实中央和市委要求,扎实有力推进“书香上海”建设。

会议指出,全民阅读已连续13年写入政府工作报告,今年报告明确提出“完善全民阅读推广服务体系”。要深刻认识建设书香社会在文化强国建设中的重要地位,以《全民阅读促进条例》实施为契机,推动上海全民阅读工作高质量发展。

会议强调,要坚持把牢正确方向,

增强思想引领力,提升文化原创力。要协同推进,既要高水平打造阅读地标,又要完善基层阅读网络,做到“硬件强”和“软件优”,推动阅读设施布局和服务供给提质增效。要扩大覆盖面,针对不同人群提供分众化、精准化服务。要突出创新引领,依托全市文旅融合发展,联动打造上海书展等节展标杆,着眼需求丰富特色活动,强化数字赋能,进一步提高阅读活动的吸引力、参与度 and 实效性。要统筹协调,构建完善“党委领导、政府主导、社会力量参与”的工作体系,大力传播全民阅读理念,推动全民阅读更好走在全国前列、做出示范引领,为上海建设习近平新时代中国特色社会主义思想最佳实践地作出应有贡献。

标准化的缺失,同样是国潮高端品牌亟待补齐的一课。刘洋介绍,香云纱全年产量不超过10万米,如果做成衣服,一年不超过3万件。即便是相同面料,在不同天气、不同暑湿汁液度下做出的香云纱质感也会有差别。“如何把这种有个性的面料

牌不断“进化”,已孵化出多个销售破亿元的新兴时尚品牌。非遗需要“品牌化”

上海时装周的高光时刻,让刘洋看到了希望,也找到了短板。“几乎所有非遗传承人,宋锦、蜀锦、漳缎等大师们只懂踏踏实实做产品,却缺少与目标客户沟通的桥梁。”刘洋说,如山羊绒等高端面料,有Loro Piana、Max Mara、鄂尔多斯等国内外大牌不遗余力地推广科普。香云纱则长期面临“有品类无品牌”的困境,消费者对它的认知远远不够。

品牌的建立需要时间的沉淀。李莉娜也坦言,爱马仕、路易威登等国际大牌,无一不是经过上百年的积累才建立起足够的品牌认知。“国内不少品牌还很年轻,只有真正静下心来打磨面料和版型的商家,才有可能成就中国人自己的Loro Piana。”

上海时装周国风秀场非常受欢迎。受访者供图

标准化的缺失,同样是国潮高端品牌亟待补齐的一课。刘洋介绍,香云纱全年产量不超过10万米,如果做成衣服,一年不超过3万件。即便是相同面料,在不同天气、不同暑湿汁液度下做出的香云纱质感也会有差别。“如何把这种有个性的面料

做出具备国际视角的廓形,是我们正在努力的方向。”刘洋坚信,如果把面料“吃透”,香云纱完全可以走向国际化。

对于刘洋来说,上海时装周是香云纱接触国际时装的第一步。他的目标很明确:以上海为基石,未来去米兰、去巴黎,“让中国非遗真正融入国际时尚圈”。

标准化的缺失,同样是国潮高端品牌亟待补齐的一课。刘洋介绍,香云纱全年产量不超过10万米,如果做成衣服,一年不超过3万件。即便是相同面料,在不同天气、不同暑湿汁液度下做出的香云纱质感也会有差别。“如何把这种有个性的面料

做出具备国际视角的廓形,是我们正在努力的方向。”刘洋坚信,如果把面料“吃透”,香云纱完全可以走向国际化。

对于刘洋来说,上海时装周是香云纱接触国际时装的第一步。他的目标很明确:以上海为基石,未来去米兰、去巴黎,“让中国非遗真正融入国际时尚圈”。

上海推出“随申融”,让中小企业“以信用换贷款”破解融资难融资贵

点点手机,融资如网购直达快享

本报记者 吴丹璐

爱优特空气技术(上海)有限公司财务负责人钱歆没想到,一笔千万级的贷款,从线上申请到放款,只用了不到一周时间。

起因是爱优特合作的银行推荐了一款正在内测的应用——“随申融”。钱歆试着在手机上操作了一下,几家银行的预授信额度很快跳出来。“预授信金额我们很满意,银行也立刻联系我们,给予线上贷款,大大提升了授信审批速度,几天就放款了。”最终,爱优特通过“随申融”成功拿到银行贷款。

这款“随申融”移动端应用,依托上海市融资信用服务平台推出,昨天正式上线。企业在“随申办企业云”App或微信小程序上就能找到。

上海希望通过数字化建设,破解长久以来困扰中小企业融资难、融资贵的难题,帮助企业“以信换贷”,实现融资服务直达快享。

在线测额度,不用去银行“比价”

“测一测”是“随申融”最核心的亮点功能。

点击进入“测一测”,系统会提示企业进行身份认证,并在线签署一份电子授权书,授权平台调用其公共数据,供银行预授信模型使用。几秒钟后,企业就可以看到自己在不同银行的预估贷款额度。

也就是说,企业只需在手机上操作,就能测出贷款额度,免去了线下多番提交材料的麻烦。

之所以要多番提交材料,是因为不同银行要求不同,偏好业务也不同。“我们这样体量的企业要贷款,大部分时候还是得一家一家银行去问,甚至把周边支行都跑一遍。”钱歆说,跑完一次贷款也要两三个月时间。

现在,通过“测一测”相关模型计算,企业只需一次授权,平台就可以实时跑出各银行的预授信额度,省去了在各银行“比价”的麻烦。“这就相当于给企业做了一次融资‘预体检’。”上海市发改委信用处有关负责人表示:“企业大概知道自己能贷多少钱,心里就有了底,不用再四处跑腿找银行试。”

更重要的是,“随申融”作为官方搭建的融资平台,汇集了多个官方渠道信息,其数据权威性较企业提供的

数据“活”了,中小企业融资就顺了

时评

吴丹璐

长期以来,中小企业面临的融资难、融资贵问题,很大程度上是信息不对称导致的。昨天,上海官方开发的“随申融”应用上线了。中小企业可以通过手机,查看市面上主流融资产品,并通过智能化手段,一键了解预授信额度,大大降低了获取融资信息、申请融资产品的难度。

很长时间以来,中小企业融资是技术活,更是体力活。中小企业要融资,只能用“扫街”方式,一家家跑银行,提交各式材料后,等候融资的结果,效率较低,费时费力。

为了便利中小企业融资,金融机构近年来也做了很多尝试。例如各大银行的移动端应用基本都开设了“贷款”栏目。但由于各家银行主推自家产品,市面上很难找到一个可信、权威的融资产品集纳平台。企业需下载多个应用,挨个申请、逐一尝试。

银行在为中小企业提供融资服务时,也面临痛点难点。最大的问题在于,企业和金融机构之间存在信息差。银行放贷需要考察企业信用,而中小企业的信用核查难度较大。这些数据大多散落在不同的政府部门,银行较难获取,也影响了企业的融资体验。

中小企业和金融机构有需求,但市场没办法解决,这是因为有大量数据,效率较低,费时费力。

“以前中小企业要融资,一般是园区给一个银行电话,企业打电话过去,银行说‘把材料发过来看看’,过两周说不行,再换一家银行,又是同样的流程。”平台研发负责人表示,现在企业在手机上简单操作,就能看到全市范围内的融资产品,获取融资信息的门槛大大降低。

目前,已有6家银行,即农行、中行、建行、交行、招行、工行完成了移动端联动,银行模型可以实时测算企业贷款额度,还有约10家银行正在部署,未来会陆续上线。

找银行找产品,如同找店铺选商品

除了“测一测”,“随申融”还开发了“找银行”“找产品”“政策与服务”等功能。

“找银行”“找产品”是中小企业直面的两个融资需求。前者可以呈现“随申融”合作的所有银行,企业只需

填写贷款需求,就可以一键发给意向银行;后者可以呈现各大银行的金融产品,企业根据自己的需求进行筛选,就可以申请有意向的金融产品。

在体验过程中,记者注意到,“找银行”“找产品”这两个功能的设计逻辑,和购物软件十分类似——企业用户“找银行”就像是“找店铺”;“找产品”就像是“选商品”;选好金融产品可以加入“购物车”;查贷款申请状态就像是看“订单状态”。

“以前中小企业要融资,一般是园区给一个银行电话,企业打电话过去,银行说‘把材料发过来看看’,过两周说不行,再换一家银行,又是同样的流程。”平台研发负责人表示,现在企业在手机上简单操作,就能看到全市范围内的融资产品,获取融资信息的门槛大大降低。

目前,“随申融”应用所依托的上海市融资信用服务平台,入驻金融机构43家,涵盖了市面上主流的商业银行。企业可以免费注册登录“随申融”应用和平台,查询和申请融资产品。

“随申融”应用设计得轻巧,背后却是一场深刻的政务数据改革。企业的信用信息涉及社保、司

法、住建、市场监管、知识产权等十几个部门,每个部门的数据开放程度不同,数据记录标准也不同,要想把这些信息都汇总到一个平台上并非易事。

2024年,上海根据国家要求,整合多个融资平台,统一为“上海市融资信用服务平台”,明确“一个地方一个平台,一个数据出口”,这为“随申融”打下基础。

这次“随申融”开发过程中,上海市发改委按照国办有关要求,梳理出18类数据清单,一条一条进行协调。数据协调整合过来后,平台还对数据进行“清洗”,统一标准后才提供给大模型进行数据预测。

长久以来,中小企业为何融资难、融资贵?其中一个关键原因就是信用信息的获取成本高,散落在政府体系中,企业和银行需要花费大量成本去收集信息。“随申融”要做的事,就是打破这些数据的屏障,让数据为营商环境服务,为企业融资需求服务。

从这个角度来看,“随申融”的定位是一种金融基础设施,也是政府提供的新型基本公共服务。近年来,上海推出了一系列以“随申”命名的服务应用,包括“随申办”“随申兑”等。这些应用各有侧重,但都遵循着同一个逻辑:让数据多跑路,让群众和企业少跑腿。数据时代已经到来,只有用好数字化手段,才能让政府的公共服务能力持续提升。

让数据多跑路,背后是一场政务改革

“随申融”应用设计得轻巧,背后却是一场深刻的政务数据改革。企业的信用信息涉及社保、司

法、住建、市场监管、知识产权等十几个部门,每个部门的数据开放程度不同,数据记录标准也不同,要想把这些信息都汇总到一个平台上并非易事。

2024年,上海根据国家要求,整合多个融资平台,统一为“上海市融资信用服务平台”,明确“一个地方一个平台,一个数据出口”,这为“随申融”打下基础。

这次“随申融”开发过程中,上海市发改委按照国办有关要求,梳理出18类数据清单,一条一条进行协调。数据协调整合过来后,平台还对数据进行“清洗”,统一标准后才提供给大模型进行数据预测。

长久以来,中小企业为何融资难、融资贵?其中一个关键原因就是信用信息的获取成本高,散落在政府体系中,企业和银行需要花费大量成本去收集信息。“随申融”要做的事,就是打破这些数据的屏障,让数据为营商环境服务,为企业融资需求服务。

从这个角度来看,“随申融”的定位是一种金融基础设施,也是政府提供的新型基本公共服务。近年来,上海推出了一系列以“随申”命名的服务应用,包括“随申办”“随申兑”等。这些应用各有侧重,但都遵循着同一个逻辑:让数据多跑路,让群众和企业少跑腿。数据时代已经到来,只有用好数字化手段,才能让政府的公共服务能力持续提升。

“随申融”应用设计得轻巧,背后却是一场深刻的政务数据改革。企业的信用信息涉及社保、司

法、住建、市场监管、知识产权等十几个部门,每个部门的数据开放程度不同,数据记录标准也不同,要想把这些信息都汇总到一个平台上并非易事。

2024年,上海根据国家要求,整合多个融资平台,统一为“上海市融资信用服务平台”,明确“一个地方一个平台,一个数据出口”,这为“随申融”打下基础。

这次“随申融”开发过程中,上海市发改委按照国办有关要求,梳理出18类数据清单,一条一条进行协调。数据协调整合过来后,平台还对数据进行“清洗”,统一标准后才提供给大模型进行数据预测。

午间音乐会

4月1日中午,上海环球金融中心“春日唤醒计划”活动迎来精彩时刻。上海甜蜜花园乐队在一楼办公大厅奏响白领午间音乐会,用轻快旋律为都市白领送上春日温情。

本报记者 海沙尔 摄



今日聚焦 ■ 以上海为基石,未来去米兰、去巴黎,让中国非遗真正融入国际时尚圈

本报记者 查睿

2026秋冬上海时装周落幕之际,两场国风走秀,承包了上海时装周新天地主秀场兰庭整个下午。

3月29日下午两点,兰庭门口,一群街拍摄影师架好镜头,对准每一位入场“潮人”。秀场内部灯光渐暗,模特身着飘逸的香云纱依次登场……

这是上海时装周秀场首次拥抱“淘品牌”,栖香锦和但南北(Northbutsouth)两个淘品牌,在这一年全国最具影响力的时装舞台上完成首秀。

刷新成交纪录

短短20分钟的走秀背后,是两种截然不同的设计路径。“这场走秀展示了中国千年传统非遗面料香云纱如何演绎现代时装,这也是我们能拿到上海时装周‘门票’的关键。”栖香锦品牌主理人刘洋说,香云纱的工艺讲究,需要蚕丝面料用薯莨汁晾晒几十次,最终涂河泥固色,存放一到两年才能做成成衣。这种费时费力的古老工艺,在秀场上才能呈现出独特的质感与光泽。

相比之下,但南北走的是更现

代、更日常的路线。设计主管罗尤红分享了一个不为人知的细节:这一季,团队把所有裤装的侧兜加深了2厘米,调整了袋布的开口角度,让手机放进去能贴合大腿曲线,坐着也不会有异物感。

两个品牌首次登上上海时装周,收获的不仅是行业口碑,还有实实在在的业绩。上海时装周期间,栖香锦、但南北通过“即看即买”模式,实现了秀场同款的实时转化,观众在看秀的同时就能下单购买。数据显示,两场大秀后的直播总成交额突破2000万元,刷新了品牌直播的成交纪录。

是秀场也是“商场”

对栖香锦而言,上海时装周是一次可量化的商业变现。秀场上的关注才能转化成实际的购买力。“我们的衣服并不便宜,一件要

几千元,但上海的消费者敢于尝试。”在刘洋看来,上海作为国际时尚之都,时装周是品牌接触市场一线的最佳窗口。他向记者透露,单价超6000元的栖香锦大秀同款“仙女织作蚕丝连衣裙”,在直播间上线5分钟内售出100多件,整场直播创下600多万元成交纪录,客单价过万元。

他注意到,走秀后确实吸引了大量高净值的消费者,不少人通过淘宝成为新顾客,“我们有信心把新客变成常客。”

上海时装周期间,刘洋还看了几场秀,也感受到了上海的包容并蓄。“开幕和闭幕大秀都由国内本土品牌担纲,是国际时尚圈难得一见的东方叙事。”刘洋注意到,上海时装周还吸引了越南、韩国、意大利等海外新品牌,给他带来了新的灵感和机遇。

曾经,淘宝服饰一度被看作“大牌平替”的代名词,如今随着国潮品

牌的不断“进化”,已孵化出多个销售破亿元的新兴时尚品牌。非遗需要“品牌化”

上海时装周的高光时刻,让刘洋看到了希望,也找到了短板。“几乎所有非遗传承人,宋锦、蜀锦、漳缎等大师们只懂踏踏实实做产品,却缺少与目标客户沟通的桥梁。”刘洋说,如山羊绒等高端面料,有Loro Piana、Max Mara、鄂尔多斯等国内外大牌不遗余力地推广科普。香云纱则长期面临“有品类无品牌”的困境,消费者对它的认知远远不够。

品牌的建立需要时间的沉淀。李莉娜也坦言,爱马仕、路易威登等国际大牌,无一不是经过上百年的积累才建立起足够的品牌认知。“国内不少品牌还很年轻,只有真正静下心来打磨面料和版型的商家,才有可能成就中国人自己的Loro Piana。”

上海时装周国风秀场非常受欢迎。受访者供图



上海时装周国风秀场非常受欢迎。受访者供图

标准化的缺失,同样是国潮高端品牌亟待补齐的一课。刘洋介绍,香云纱全年产量不超过10万米,如果做成衣服,一年不超过3万件。即便是相同面料,在不同天气、不同暑湿汁液度下做出的香云纱质感也会有差别。“如何把这种有个性的面料

做出具备国际视角的廓形,是我们正在努力的方向。”刘洋坚信,如果把面料“吃透”,香云纱完全可以走向国际化。