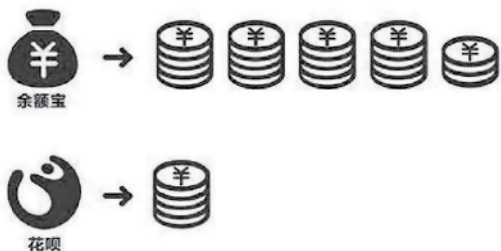


中国新经济研究院联合支付宝发布首份《90后攒钱报告》,92%的人每个月有结余,80%的人会将结余进行理财

90后比父母辈更会理财

90后平均每月余额宝攒钱是花呗账单的**4.5倍**



90后首次理财年龄比父辈早**10年**



“‘90后’啊,花钱大手大脚,月光族。”在很多父母甚至“70后”“80后”眼里,“90后”花钱的手法,可谓是典型的“少年不知愁滋味”。

真是这样吗?近期,中国新经济研究院,联合支付宝共同调查后发现,调研结果令人大呼意外,“90后”似乎远比其父母想象的靠谱。

昨天,中国新经济研究院联合支付宝发布首份《90后攒钱报告》,报告显示,92%的“90后”每个月都会有结余,80%的人会将结余进行理财;对比他们的余额宝和花呗则发现,“90后”每月在余额宝攒的钱,平均是其花呗账单的4.5倍。此外,“90后”初次理财时间比父母早了10年。

能薅羊毛的绝不错过省下的钱余额宝、投资

“存款吗?一点点。”被问到存款,李耀不好意思地笑了。这个1990年出生的小伙子,研究生毕业后,转眼工作近四年了。你猜他存下多少?18万,另外还投资开了一家吉他店。

“工作第一年收入12万,我省下4万。”李耀说,当时的开支,除了每月1500元房租,还要养一辆小车,以及跟女朋友吃饭看电影买衣服。“过年还给了我爸妈一万块钱。”问他怎么省下来的,他说,能薅羊毛的绝不错过。

“比如吃饭先看看大众点评,有没有折扣和团购;看电影买张电影卡,优惠价基础上还能再享受会员折扣。”李耀也跟同龄人一样喜欢追潮流,椰子鞋、AJ鞋,统统都有。“只不过买得少,在经济承受能力范围内一年买上一双。”省下的钱就存余额宝。

后来,随着收入的上涨,李耀开始把余钱投向其它投资渠道。他投资的这家吉他店,已经开业两年。他乐呵呵地告诉记者,“今年就要开始盈利了,加上每年再存一些工资,就可以去做其他的投资了。”

支付宝表示,观察这些同时使用余额宝和花呗的

“宝贝青年”发现,他们攒的确实比花的多。他们的消费也比外界想象中更为理性,九成“90后”在调研中说“买生活必需品外的东西,会充分考虑经济状况”。不过,在自我增值这件事上,他们还是很舍得花钱的。过去一年,“90后”用花呗购买教育类产品和服务的金额增加了87%。

“90后”们还颇为精打细算。调研显示,90%的“90后”使用花呗并非因为想要提前消费,而是因为希望“省钱”和“占便宜”。大量“90后”在调研中表示“自己先用花呗额度消费,把钱先存起来,这样可以多赚一个月的收益”。有网友笑称,难怪“90后”会因为“心疼8块钱的邮费,15块钱的会员”上热搜,看来账算得很精明。

习惯有钱就随时理财 一万不到买5个理财产品

“90后”不仅会省钱,还很懂得怎么“钱生钱”。小郭,就是传说中能把“钱生钱”做到极致的妹子。这个1996年出生的姑娘,毕业工作才一年,虽然存款数目不大,但是她却把这笔钱打理得头头是道。

“买了三只基金,两个定期理财。”小郭把自己的理财截图给记者看,三只基金,每只只买了几百元;两个定

期理财,都是1000元起投,她各买了几千元。虽然加起来一万都不到,却不得不让人佩服她的理财意识。

小郭谦虚地说,买理财产品是为了把钱放起来,没有现金可以花,也就不会花了。她告诉记者,自己花钱都用花呗或者信用卡,然后第二个月用工资去还。能把钱放起来理财的,就绝不会轻易动它。而自己身边的朋友,几乎每个人都在做理财。

数据也显示,在“钱生钱”这件事上,“90后”比自己的父母更为积极。“90后”首次开始理财的平均年龄是23岁,绝大部分人会在上大学至毕业后的两年内就接触理财,比父母辈第一次接触理财早了整整10年。余额宝数据还显示,“90后”人均月转入余额宝高达8次,平均比自己的父母辈高2次,月均存钱也比父母平均多1000元。有钱随时理财是他们的习惯。

上海社科院原副院长、研究员何健华表示,“90后”是互联网的原住民,也是成长于中国经济腾飞的一代,因此他们对消费和理财的接触都比父母辈要超前。再加上社会压力大,这代年轻人也有强烈的独立意识和自我保障意识,精打细算、早早理财都是在为未来过好生活做足准备。

(据《钱江晚报》)

《智能快件箱寄递服务管理办法》将于10月1日起施行——

放不放快件箱 收件人说了算

一方面,智能快件箱寄递服务可以有效应对“门难进”“楼难上”的现代工作居住环境,将有助于解决“最后一公里”难题;另一方面,也有助于快递业实现服务标准化。

针对部分快递员不按名址投递、直接使用智能快件箱的“懒人快递”现象,新规明确,从今年10月1日起,企业使用智能快件箱投递快件,应当征得收件人同意。

智能快件箱是我国城市快递末端服务的重要组成部分,能提高快递派送效率。不过,在为消费者提供便利的同时,也有一些地方出现了“懒人快递”之类的纠纷。如何进一步规范快件箱使用?

国家邮政局近日公布的《智能快件箱寄递服务管理办法》规定,从今年10月1日起,企业使用智能快件箱投递快件,应当征得收件人同意;收件人不同意使用智能快件箱投递快件的,智能快件箱使用企业应当按照快递服务合同约定的名址提供投递服务。

“新规将对快递行业高质量发展产生很大推动作用。”中国政法大学民商经济法学院教授郑佳宁在接受记者采访时说,一方面智能快件箱寄递服务可以有效应对“门难进”“楼难上”的现代工作居住环境,缓解企业投递压力、减少爆仓现象,将有助于解决“最后一公里”难题;另一方面,也有助于快递业实现服务标准化。

同时,这也在一定程度上增进了用户权益。智能快件箱赋予了用户在寄递时空上的充分自由,能够有效避免交寄取件的时空与用户工作、生活安排上的冲突;通过扫码寄递方式,取代了快递员直接入户,可有效降低用户信息泄露的隐患,同时也能有效降低暴力犯罪等风险。

值得关注的是,新规能彻底消除“懒人快递”现象吗?所谓“懒人快递”,是指快递员未按照快递服务合同约定的名址投递。事实上,未按名址投递的原因有很多,除了快递员自身不够勤勉外,还有收件人名址错误、收件人不在名址、联系不上收件人等情形。但是,如果快递员单方面选择将快递直接

投入快件箱,则损害了用户权益,属于违规。

当前,用户对“懒人快递”不满还有一个原因,即智能快件箱存在乱收费问题。快递服务价格一般以重量、距离等作为计价基准,并未因寄递模式不同有所区别。换句话说,用户如果选择使用智能快件箱服务,快递费并没有增加。实践中,需要用户付费的情形主要是逾期保管费。

对此,新规明确,智能快件箱运营企业应当合理设置快件保管期限,保管期限内不得向收件人收费。“按照新规,运营企业收取逾期保管费的合法理由。”郑佳宁认为,无论是因为收件人原因未能按时取件,还是因为寄件人原因拒绝取件,此时在运营企业与用户之间对逾期快件均形成了新的保管关系;按照合同相关规定,可以无偿保管,也可以有偿保管。

近年来,随着我国快递业服务网络不断健全,快递业务量逐年提高。国家邮政局数据显示,2018年我国快递业务量完成505亿件,同比增长25.8%;新增社会就业20万人以上,支撑网上零售额6.9万亿元,支撑跨境电子商务贸易超过3500亿元;预计2019年快递业务量将达600亿件。随着消费者对“最后一公里”的服务需求不断扩大,快递末端配送形式必然越来越多元化,智能快件箱很可能成为主流末端寄递模式之一。

“与传统模式相比,智能快件箱寄递服务存在人、物分离的空当期,即寄件人将物品放置快件箱至使用企业将物品取回网点收寄的区间。”郑佳宁介绍,为消除该区间的隐患,新规创设了“交寄——收寄”“物品——快件”的制度安排。

此外,智能快件箱的数据安全管理也不容忽视。“作为关键信息基础设施经营者,运营企业必须维护数据采集、存储、处理、传输等正常运行,邮政管理部门亦应在《中华人民共和国网络安全法》指引下尽快出台对快递数据的监管指导文件,以保障数据流通与用户信息安全,从而充分维护用户的合法权益。”郑佳宁说。

(据《经济日报》)