

# 日元汇率跌至34年来新低 杭州女子抄底却买在“半山腰”

## 专家:不是旅游和留学需求,不必赶着囤日元

本报记者 陈晔

“一个月已抄底3次,可是日元汇率的底没完没了啊!”这两天,杭州市民程女士有些懊恼,因为打算过段时间去日本旅游,她最近分别在汇率为4.76、4.72时买过两次日元外汇。然而,让她没想到的是汇率竟然一路跌到了4.69,“幸好我买日元是用来旅游的,每次购买量不大,亏得不多。”

近日,日元汇率持续下跌,纽约外汇市场日元对美元汇率一度跌至1美元兑换超过154日元,创近34年来新低。不管是出于投资还是旅行的需求,日元一路跳水的走势让很多人心动,囤日元当理财也突然在年轻人中“火”了起来。

### A 旅游前持续换日元吃套 直呼做了“大冤种”

2019年下半年,程女士曾去日本旅游,当时的汇率是6.5,等到2022年汇率跌破5时,很多人不敢相信。如今,跌到4.69更是超乎所有人的想象。要知道,日元兑换人民币的最高点曾出现在2011年,当时的100日元大概是8元多人民币。

“观察了两个月,以为4.7左右就够低了,竟然买亏了。”程女士本想通过手机银行结售汇的方式逢低买入日元,节省后期的旅游成本,结果却买在“半山腰”,虽然连补两次,但汇率却是越补越低。

在社交平台,像程女士一样“囤日元”的网友也不在少数,有人将此当成了一种新的理财方式。不过,有人买入后一天跌

掉数百元人民币,直呼做了“大冤种”,更有不少人是跟风购买。

那么,囤日元到底能不能赚钱?银行从业人员卢先生给记者算了一笔账,如果在日元兑人民币汇率为4.7时,用4700元人民币买进10万日元,等汇率涨到4.8的时候卖掉,就能赚到100元,“也就能买四杯奶茶。”在卢先生看来,并没有必要跟风买日元。

值得注意的是,在银行购买外汇分为现汇买入价和现汇卖出价,买和卖的时候价格参照不同,“购买外汇还是有成本的,要思考风险和收益值不值。”卢先生坦言。



日本东京新宿夜晚灯火通明的街道



4月15日,日本东京一家外汇交易公司的财务监测显示,美元兑日元汇率升至1美元兑154日元,创34年来新高。

### B 不是旅游和留学需求 不必赶着囤日元

日元为什么会持续贬值?杭州一家国有大行国际业务部高级经理分析指出,主要原因是美元的强势和高利率,让日元跌到现在这个阶段性的历史低位。

前几年,在量化宽松的环境下,美元、欧元也是零利率附近的货币,但现在美元和欧元等货币的利率都大幅度攀升,日元仍然是全球主要货币中唯一的低利率货币,因此国际投资者会通过出售日元,购入美元来完成套利交易。在这种情况下,只要美元和欧元不降息,日元还是会维持目前的走势。

面对波动的外汇市场,个人投资日元靠谱吗?有专家表示,从长期来看,日元目前处于相对比较安全的位置,短期的波动主要是受到资金流向的影响。但普通的投资者很难及时跟踪资金的流向,“有一年春

节,短短一周时间日元就经历了10%的波动,当你察觉到的时候,可能已经错过了最好的操作时机。”

业内人士认为,市民通过“结售汇”囤日元并不是一种好的投资方式,个人如果有去日本旅游和留学的需求,趁现在囤积一些是没有问题的。如果为了家庭投资考虑,不建议通过购入日元来作为自己的家庭资产配置。

此外,部分市民并不清楚购钞和购汇的区别。专家建议采用购汇的方式更为划算,因为外汇可以随时换成现钞提取使用,但是钞换汇,是要缴纳手续费的。并且,外汇可以自由汇到国外,但钞却不能。

最后,专家提醒市民在购汇前最好货比三家,“办理结售汇业务时,每家银行的汇率并不完全相同。”

### 阿里云AI智领者峰会 展示大模型丰富落地场景

本报讯 4月18日,阿里云AI智领者峰会在杭州迎来首站,超500位大模型实操者到场,新东方、满帮、T3出行、企迈等企业分享了大模型在各自领域的最新实践。这是通义千问大模型正式对外发布一年后,阿里云首次大规模展示大模型丰富的落地场景。

业界普遍认为,随着基础大模型能力日趋成熟,产品市场契合度(PMF)逐步加深,今年将是应用爆发元年,企业对大模型将从技术观望转向具体应用场景的选择。

“我们相信未来99%的企业都是大模型直接或间接的使用者。”阿里云智能集团副总裁、公共云首席解决方案架构师韩鸿源表示,不管是大型互联网公司、传统企业还是小型创业公司,都可以通过调用通义大模型API接口或阿里云百炼平台的工具链,低代码甚至零代码地开发自己的大模型应用。

目前,阿里云通义大模型已覆盖BI、营销、客服、编码等场景,手机、电脑、芯片、座舱等智能终端,也已与通义大模型深度融合。

在新东方,通义大模型已正式“上岗”,在学生体验、教师教学质量、教研内容研发等场景,学员满意度整体提升了3%。“以往,我们投入大量的人力物力才能将学员满意度提升1%-2%,现在基于大模型几乎可以零成本做到这件事情。”新东方相关负责人表示。

针对连锁餐饮门店营销场景分散、运营成本高、数字化人才储备不足的普遍问题,服务过1900多个连锁品牌的企迈,开出了“门店大模型”的“药方”,目前已帮助多个品牌带来241%的会员增长和122%的订单增长。

会上,浙旅投、联华华商、认养一头牛、热联集团、武汉芯城、来赞宝、杭州商旅、郝姆斯食品等企业,加入由浙江省企业信息化促进会与阿里云共同发起的“AI智领者合作计划”,也将接入阿里云通义大模型。

本报记者 柳蓬 张云山