

网络代理售卡全面关停？

传闻暗藏通信行业竞争逻辑之变

□江苏经济报记者 樊 骏

“7月31日，三大运营商将全面取消网络代理渠道售卡业务，短视频、电商、小程序等第三方售卡渠道一律关停。”近日，一则消息引发了通信行业及消费者广泛关注。有人担忧“再不办卡就晚了”，也有人判断“低价流量卡时代正在走向终结”……

传闻中的时间节点已至，真相究竟如何？记者对此展开调查采访。截至发稿前，三大运营商官方客服均表示“暂未接到相关通知”，运营商集团层面也暂无公开回应。然而，多名行业专家及地方运营商人士认为，一场针对线上代理渠道的深度调整的确在酝酿之中，这不仅是渠道层面的变动，更折射出通信行业从规模扩张转向价值深耕的发展趋势。

传闻或为渠道整顿的信号

这场风波的导火索，是一份网传的“工信部网络售卡渠道强制管控要求”。该文件将“工信信管〔2025〕754号”列为政策依据，并明确7月31日为“最终整改截止节点”。然而，记者检索工信部官网公开文件，并未找到该文号对应的文件。网传截图亦未显示完整的发文单位、文号 and 落款，其真实性存疑。

面对持续发酵的传言，三大运营商的回应较为一致。7月30日，记者以消费者身份分别致电三家运营商客服，客服均表示暂未收到相关通知。不过，移动方面的客服表示，当前线上购卡新网业务仅可通过官方App或官网办理，但并没有接到明确通知将取消网络代理售卡。

“未收到通知”并不意味着毫无动向。南京一名运营商人士认为，“目前应该是落实要求，后续应该会有统一公告。”另一名运营商人士则揭露了背后的行业逻辑：“过去大量低价流量卡依靠电商店铺、短视频直播、私域社群和多级分销推广，部分套餐由一个省份发行、通过异地代理卖到全国，且卡卖得很便宜，一定程度上扰乱了其他渠道。”

资深企业管理专家、高级咨询师董鹏对此研判认为，这一传闻或许“并非空穴



(视觉中国供图)

来风，但用‘全面取消’来定性并不准确”。他认为，更接近事实的状态是，监管部门与运营商正在酝酿一场针对线上代理渠道的强力整顿与收缩，时间窗口确实指向7月底，但最终落地的政策力度和覆盖范围，可能仍在动态博弈之中。

事实上，截至7月30日，淘宝和抖音等电商平台仍有三大运营商的号卡在售。部分店铺客服表示，尚未收到不能销售的通知。但有不少商家已在打折售卖存货，还有商家坦言：“能否发出以运营商审核结果为准。”

意在破解增量不增利困局

无论传闻的时间节点是否准确，一个核心问题值得关注：运营商为何逐步收紧曾赖以拓展用户的代理渠道？

董鹏从行业逻辑层面进行了分析。他认为，真正推动决策落地的，是“运营商内部早已无法承受的渠道成本黑洞与用户价值透支”。行业竞争已从增量争夺转向存量深耕，用高成本获取低价值用户的模式已不成立。苏商银行特约研究员付一夫也持有相似观点：“各大运营商长期依托海量线上代理渠道，通过低价大流量套餐、高额渠道补贴恶性抢客，导致套餐

资费持续走低、渠道成本居高不下，增量不增利，严重拖累经营质效。”

上述运营商人士从成本结构角度进一步解释了低价卡背后的经济账：当一张由广西运营商发行、福建代理商销售、用户在江苏使用的号卡产生流量后，发卡省公司与使用地省公司之间还需进行省间结算，扣除代理渠道补贴和省间结算成本后，发卡省公司的利润空间会受到明显压缩。

除了经济层面的考量，合规风险也是推动调整的重要因素。资深电信分析师马继华表示，当前号卡销售已形成“省代—一级渠道—末端骑手”的多层级佣金链条。消费者线上下单后，配送骑手往往优先推荐佣金更高的卡品，随意更改用户原有选择，运营商“不仅需要支付渠道佣金，还一定程度上失去了市场主导权”，且多级分销已经触碰监管红线，属于高风险运营模式。

从用户端看，新老用户权益差异的矛盾也积累已久。有从业者表示，部分老用户仍在使用数年前推出的标准套餐，新用户却花更少的钱获得更多流量，“无形中就像老用户在补贴新用户”。同时，参差不齐的销售渠道也会损害消费者体验。在黑猫投诉平台以“电话卡”为关键词检索，相关

投诉达5万多条，线上渠道更是重灾区，存在“线上买卡充值后不用了”“电话卡实际使用与客服说的不符”等情况。

渠道变局将带来长期利好

若网络代理渠道大幅收紧，首当其冲的是依附于线上流量平台的中小代理与卡商群体。一名线上通信店铺经营者表示：“确实听说8月1日起三大运营商将逐步收回互联网代理渠道售卡业务，如果情况属实，会关闭店铺干别的。”董鹏认为，这部分从业者面临的是“商业模式归零的生存危机”。

值得注意的是，部分销售者将这则传闻作为营销话术。在社交平台，部分售卡账号一边宣称“8月线上就不能办”，一边继续引导用户私信办理。独立电信观察员付亮对此解读道，号卡代理商长期使用限时、限量等方式促销，即使没有这样的消息，也会用类似的话术。他提醒消费者理性看待此类宣传，不必过度焦虑。

“最近有不少学生咨询线上停售问题，但校园卡业务不会受影响。”南京某高校校园手机卡代理商持积极态度，“清退第三方线上代理后，保留学校官方合作的校内渠道和运营商官方App校园专区。整治叫停代理之间的价格战，此前存在的‘永久不限量’等违规产品将被下架，迎新季的高性价比套餐将改为限量投放，利好好学生消费者。”

对于普通用户而言，短期不便与长期利好并存。短期内新增用户数出现阶段性下滑几乎是必然的，但更值得关注的是用户价值能否真正企稳回升。付一夫判断，短期下滑属于行业结构性优化，并非需求萎缩，随着渠道规范、用户质量提升，后续新增用户质量、留存率、单用户收益将稳步改善，实现提质增效。

从更宏观的视角看，这场渠道调整正在推动通信行业竞争逻辑的重塑。业内人士认为，“反内卷”不等于“不卷”，只是换了一个方向——过去聚焦价格和渠道，属于同质化竞争。未来的行业竞争将更多地围绕AI应用、算力网络、产业数字化等领域展开，技术门槛和交付能力将成为真正的竞争壁垒。

项政策支持民营实体书店发展等。

中国书店发行业协会理事长艾立民提出，实体书店的“新坐标”核心是功能与价值的再定义——成为全民阅读的深耕者与推广中枢、文化消费的体验中心与美学空间、产业生态的创新节点与服务枢纽。

“新坐标”落地为发展路径，首先是精准满足大众多层次、多元化的文化需求。

深耕深度阅读赛道，推动经营模式转型。赵剑英建议，实体书店应依托专业选书团队、定制化书单和精品书籍，打造线上不具备的专业优势。温州社科书馆作出示范，聚焦家庭阅读场景，推出双语阅读、文学阅读等标准化付费课程，从单纯图书零售转向阅读服务输出，破解盈利难题。

贴合大众社交诉求，构筑情感消费护城河。上海市书城创新运营，开设老年大学、青年夜校及周末托管服务，带动2025年客流量同比上涨约一成。“当线下书店带来的情感体验超越线上购物，就能建立不易复制的经营壁垒。”上海社会科学院研究所副所长范玉波说。

扎根城市本土文脉，打造在地特色空间。黄山古川书局融合徽派建筑风貌与徽州传统文化，常态化开展主题文化活动，从“网红打卡地”转型为可持续运营的城市文化空间。主理人徐广宇表示，唯有找到契合城市气质、对接市场需求的差异化路径，才能行稳致远。

三石认为，未来书店的竞争，不再是品类之争、价格之争，而是场景力的竞争——“谁能为用户提供更独特的记忆、更丰富的意义与更深刻的归属感。”

杨湛菲 袁慧晶 萧海川

实体书店如何找到“新坐标”

徽州书局以徽派典籍与非遗文创传递“文承徽韵”匠心，上海申东外语书店提供从口袋纸书到章节书的英文阅读解决方案，浙江新华旗下“文字里”社区书店还原邻里共读温暖日常……近日，在杭州举行的第34届全国图书交易博览会上，“书驿栖光”特色书店展区人头攒动，各家书店亮出“镇店之宝”，讲述各自的突围之道。

今年的政府工作报告提出，支持实体书店发展。一方面是大众消费习惯迭代带来的挑战，另一方面是政策春风和消费升级催生的新需求，实体书店如何找到再出发的“新坐标”？

正在被“重新看见”的实体书店

周末，在北京的一家商场里，老牌“网红”西西弗书店座无虚席，家长带着孩子沉浸式读书，不少青年伏案自习；山东新华书店旗舰店山东书城里，有人为安静看书而来，有人为创作分享而来，还有人为了参加多样的教育活动而来。

扎根南昌34年的青苑书店，曾在经营低谷时发文求助——“我是青苑书店，请不要让我冻毙于风雪”，呼吁书友充值帮书店渡过难关。

“情怀可以救急，不能救穷。”书店创始人万国英表示，“活下来，靠读者，靠活动，靠30多年积累的信任。”书店多年来累计举办超千场书友会，并通过限量签名本、定制书单等增值服务激励会员自愿付费。

还有书店向外探索。合肥市蜀山区中场休息书店在今年“世界读书日”前后，联合知名商业体举办合肥春日阅读节，邀请50余家出版社和

书店参展。“我们把书店作为内容创意业务的展示窗口，把空间策划、活动执行能力转化为营收来源。”书店主理人小方说。

而对于苏州慢书房来说，与读者建立分层式的深度阅读链接同样重要。“和慢书房共读一本书”活动已坚持了10年，参与读者从最初的70人发展至每年约300人；还有面向孩子的绘本读书会、面向女性群体的主题读书会，持续强化读者与书店之间的情感绑定，增强消费黏性。

“实体书店的核心价值在于，它是线上无法替代的文化体验空间、审美空间与社交空间。”中国社会科学院大学哲学院教授赵剑英认为，今天人们走进书店，除了买书，还为了寻找精神共鸣、感受城市温度、获得心灵慰藉。

读者为何仍愿走进书店

济南不贵书店里书架林立，书架侧面贴着许多顾客与心仪书籍的合影。

“还是有许多人愿意和一家书店产生情感交集。”店主王树增说，老顾客持续推荐新读者，他的微信号早已加满书友。

第二十三次全国国民阅读调查显示，2025年我国成年国民倾向向纸质图书阅读的比例达45.9%，位居各阅读方式之首。

这恰恰回答了一个被问了十几年的问题：线上产品齐头并进，电子书随手可得，读者为何依旧愿意走进实体书店？

——提供偶遇好书、静心专注的空间。读者看小说，逛书店时常能邂逅计划外的书，打破信息茧房，收获意外惊喜。同时，各大书店优化空间设计，打造沉浸式阅读场景，如北京三联韬奋书店采

政策护航与自我造血并举

今年2月1日起施行的《全民阅读促进条例》，从制度层面明确支持实体书店发展，鼓励其改善阅读条件、开展阅读活动，确立实体书店在全民阅读生态中的重要地位。

多地已出台相关扶持政策，如北京连续八年设立专项扶持资金，浙江投入资金采购实体书店阅读服务，厦门修订出台合

昆山农商银行获评市级“民营企业满意银行”

亿元；“共赢链”赋能核心企业上下游，实现批量贷款、链式稳客，累计授信257户，金额5.88亿元；“信抵贷”通过“信用+抵押”混合增信模式，下沉客户目标，授信户数585户，金额7.92亿元。

多措并举降低企业融资成本。该行全面推广“周转贷”，以无还本续贷模式，让企业的经营资金现金流不断档。紧跟省、市各级政府政策导向，积极落实“科技企业首贷贴息”“智能制造贷款贴息”“双创计划创业人才企业贷款贴息”等多项政策，确保补贴资金精准直达企业账户。

昆山农商银行：三年间“不断线”的同行路

他指了路：“去昆山农商银行试试吧。”昆山农商银行客户经理小吴当天就“扎进”田埂，整理材料，加急审批。60万元贷款很快到账，向先生拿上新地块。秋收时，稻子堆满仓，全家人的笑脸比阳光还灿烂。

2024年春耕，种子、化肥、农机保养……流动资金又告急。这次向先生直接拨打小吴电话，小吴带她实地走访，一周内30万元增额贷款落地。岗位调整后，小吴带着接棒的小陈主动上门，带来“周转贷”政策，“以前续贷凑本金太难，现在这次儿没了。”向先生黝黑的脸上笑开了花。

一晃三年过去，向先生的种植规模翻了几番。2026年1月，小陈再次

全链服务助力企业长远发展。为更好地服务科技型民营企业，该行设立科技金融直管团队，提升服务科技型民营企业能力，落地“昆才融”“科信贷”“投贷团”面向科技型、初创期科技企业，并结合江苏省、昆山市资金池信贷产品，实现科技企业全生命周期信贷需求的全覆盖。对于外汇企业，打造综合跨境金融服务包，整合境内外企业，及其上下游供应链提供一站式服务。配套远期结售汇、外汇掉期等汇率避险工具，降低汇兑损失。 董爱静

到农田调研，远远就听见嗡嗡声——向先生正在操控大型无人机喷洒农药。“这家伙一天能顶十几个工人的活，省下来的都是纯利润。”田埂上，两人席地长谈。向先生不仅聊收成，还认真建议：“12月到次年3月是备耕关键期，也是用钱高峰期。你们可以按照种植规模定制方案，最实在。”

当初为60万元急得团团转的农户，如今成为银行的“引路人”。这份双向信任，正是普惠金融最动人的模样。

蓬勃的泥土里，新一季稻种正在悄悄扎根。无人机划过的弧线、两个并肩的身影，是城市对奋斗者的温柔回应——无论你们来自哪里，只要肯耕耘，总有人愿陪你一路同行。 陈 璇

千淳说财经

“赚了1万亿元”背后，是合肥“十年磨一剑”

○徐千淳

截至7月25日，全国28个省份陆续公布上半年经济数据，安徽历史性跻身全国经济十强。与此同时，国产存储芯片企业长鑫科技登陆A股，上市首日总市值突破3万亿元，也将合肥A股上市公司总市值一举推升至全国第四，仅次于北京、上海、深圳。

一家公司，为何能改写一座城市的资本版图？一个产业，又如何改变一座城市的发展轨迹？从十年前顶着巨大争议押注存储芯片，到今天站在资本市场聚光灯下，合肥“十年磨一剑”，赢回来的远不只是账面财富，更是一条自主可控的产业链和一座城市的发展主动权。

扫一扫，观看视频

上半年房地产行业债券融资总额同比增长21.7%

房地产行业债券融资出现企稳迹象。

7月29日，中指研究院发布报告显示，2026年上半年，房地产行业债券融资总额3158.8亿元，同比增长21.7%，增速创近年来新高。与此同时，随着首批商业不动产REITs成功挂牌，持有型不动产ABS（资产支持证券）等产品持续落地，多层次REITs市场加快形成。

从融资结构来看，信用债依旧是房企债券融资的第一大渠道。数据显示，2026年上半年，信用债融资1766.1亿元，同比增长11.8%，占总值债券融资比例超过半数。

ABS是房企第二大债券融资渠道，数据显示，2026年上半年，ABS融资1221亿元，同比增长27.5%，占比38.7%。从发行结构来看，其中有底层资产支撑的CMBS/ CMBN（商业抵押贷款支持证券/商业抵押贷款支持票据）、类REITs占比近八成。此外，海外债占总融资的比例为5.4%，同比增长199.4%，发行主体集中在少数头部企业。

“上半年，债券融资总额同比增长，出现了企稳的势头。”中指研究院企业研究总监刘水表示，但这种企稳势头并不稳固，一是资金多用于偿还现有债务，因此发债规模受到偿债规模影响；二是发债需在建项目或底层资产，规模受到优质资产的约束。整体来看，当前房地产市场仍在筑底期，债券融资规模受到约束。

智能体政策持续加码

多地抢滩智能经济新赛道

近期，智能体备受关注，北京市、上海市、天津市等地均围绕其推出新的政策举措。例如，7月23日发布的《北京市关于加快智能体引领发展的若干措施》提出多项具体措施，旨在落实北京加快建设全球人工智能创新高地相关工作部署，推动智能体创新引领发展，率先培育智能经济新形态。

中国移动通信联合会教育与科学技术研究院执行院长陈晓华表示，当前，人工智能领域的竞争正从模型能力转向智能体应用，多地从技术攻关、数据治理、标杆场景建设等多维度加码布局，有助于加快智能体走进各行各业与大众生活的步伐，更好地释放生产力价值。

智能体是具备自主感知、记忆、决策、交互与执行能力的智能系统，是人工智能产品及服务的重要形态。随着大模型等新一代人工智能技术迅猛发展，智能体正加速与网络空间、物理世界深度融合，深刻改变人类生产生活方式和社会治理模式。

我国高度重视智能体发展议题。1月份，工业和信息化部、国家发展改革委等多部门联合发布的《“人工智能+制造”专项行动实施意见》提出，打造智能体新业态。5月份发布的《智能体规范应用与创新发展实施意见》提出，“夯实技术底座，健全标准体系，降低智能体研发、适配、应用门槛，为丰富智能体产品及服务奠定基础”。6月份，《人工智能 智能体互联》系列7项国家标准

公开发布，有效补齐该领域标准空白。一系列政策举措环环相扣、协同发力，共同筑牢智能体产业发展的基础。

受益于此，今年以来，我国智能体市场呈现出需求全面爆发、价值快速兑现的鲜明特征，应用场景涉及多个领域且仍在多元化拓展。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛分析，智能体已在政务服务、工业生产、医疗科研、金融、消费互联网等诸多领域落地。其中，在政务服务领域，智能体可以承担政策检索、材料初审、咨询答复等工作，自动跨系统调取资料，优化办事流程，提升服务品质；在工业生产领域，智能体能够开展电力调度、设备巡检、供应链管理等业务。

陈晓华表示，发展智能体的核心价值之一在于让人工智能产品或服务从“提供答案”升级为“完成任务”，降低复杂工作的组织和执行成本。未来，智能体一旦广泛进入生产、服务的各个环节，将重构企业业务流程、商业模式，成为智能经济的重要运行载体。

我国智能体市场已初具规模，业界普遍看好其发展前景。中商产业研究院发布的《2025—2030年中国AI智能体（AI Agent）市场调研分析及投资前景研究预测报告》显示，2024年中国AI智能体市场规模约为28.73亿元；中商产业研究院分析师预测，到2030年中国AI智能体市场规模将接近300亿元。

寇佳丽

债权转让暨债务催收联合公告

陈明与孙健强于2026年6月24日签订的《债权转让协议》已完成生效。依据该协议，陈明已将从中信消费金融资产管理股份有限公司江苏分公司受让而来的附件清单中列明的债务人与其担保人享有的主债权及担保合同项下的全部权利，依法转让给孙健强。

我们在此要求公告清单中所涉及的借款人与其担保人自本公告刊登之日起立即直接向受让方履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或相应的担保责任。如借款人、担保人因各

序号	借款人名称	贷款合同编号	担保人	债权本金折人民币余额(元，截至交易基准日2026年6月24日)	利息及费用余额
1	扬州浦源贸易有限公司	JK091612000316	扬州中国置业有限公司,廖季成,葛瑞芳	1350000	及相应利息、费用
2	扬州达源钢铁贸易有限公司	JK091612000090	扬州中国置业有限公司,陈清生,苏建敏	1350000	及相应利息、费用
3	扬州福源钢铁贸易有限公司	JK091612000315	扬州中国置业有限公司,李俊飞	1350000	及相应利息、费用
4	扬州冠亚钢铁有限公司	JK091612000310	扬州中国置业有限公司,郑建雄	1200000	及相应利息、费用
5	扬州佳源物资有限公司	JK091612000094	扬州中国置业有限公司,郑海杰,陶其芳	900000	及相应利息、费用
6	扬州佳源物资有限公司	JK091612000098	扬州中国置业有限公司,郑海杰,孙幼爱	2500000	及相应利息、费用
7	扬州隆必达物资有限公司	JK091612000079	扬州中国置业有限公司,张明武,汤瑞玲	820000	及相应利息、费用
8	扬州隆必达物资有限公司	JK091612000093	扬州中国置业有限公司,江惠祥,吴慧凤	1200000	及相应利息、费用
9	扬州恒发物资有限公司	JK091612000265	扬州中国置业有限公司,陈圣洪,邹春兰	1200000	及相应利息、费用
10	扬州恒发物资有限公司	JK091612000086	扬州中国置业有限公司,张洪波,俞德花	1200000	及相应利息、费用
11	扬州旺宏钢铁有限公司	JK091612000060	扬州中国置业有限公司,孙绍学,陈德花	1200000	及相应利息、费用
12	扬州兴宁钢铁有限公司	JK091612000089	扬州中国置业有限公司,陈德福,徐斌	1500000	及相应利息、费用
13	扬州恒旺金属材料有限公司	JK091612000081	扬州中国置业有限公司,陈爱强,钟坤斌	1500000	及相应利息、费用
14	扬州永益钢铁有限公司	JK091612000311	扬州中国置业有限公司,周峰	1380000	及相应利息、费用
15	扬州博源钢铁有限公司	JK091612000084	扬州中国置业有限公司,高荣平,钱仙云	1330000	及相应利息、费用
16	扬州中合钢铁有限公司	JK091612000268	扬州中国置业有限公司,何凤花,郑瑞良	1500000	及相应利息、费用
17	扬州志夫钢铁有限公司	JK091612000097	扬州中国置业有限公司,陈卫红,肖明	1149500	及相应利息、费用
18	扬州利源物资有限公司	JK091612000309	扬州中国置业有限公司,高常荣,钱筱红	1350000	及相应利息、费用
19	扬州市德富物资有限公司	JK091612000318	扬州中国置业有限公司,赵安忠	1350000	及相应利息、费用
20	扬州恒源钢铁有限公司	JK091612000307	扬州中国置业有限公司,黄少武,魏爱莉	1330000	及相应利息、费用
21	扬州鑫源钢铁有限公司	JK091612000312	扬州中国置业有限公司,谢智强	1330000	及相应利息、费用
22	扬州博源钢铁有限公司	JK091612000358	扬州中国置业有限公司,周福海,叶仙银	1200000	及相应利息、费用
23	扬州江旺钢铁有限公司	JK091612000087	扬州中国置业有限公司,罗成进,陈陈玉	1660000	及相应利息、费用
24	扬州世业钢铁有限公司	JK091612000088	扬州中国置业有限公司,徐建斌,汤南英	930000	及相应利息、费用
25	扬州永昌金属材料有限公司	JK091612000086	扬州中国置业有限公司,曹峰群,肖秀金	800000	及相应利息、费用
26	扬州恒发物资有限公司	JK091612000265	扬州中国置业有限公司,孙洪海,刘小晶	1000000	及相应利息、费用
27	扬州辉扬金属材料有限公司	JK091612000071	扬州中国置业有限公司,刘林祥	1040000	及相应利息、费用
28	扬州华信物资有限公司	JK091612000085	扬州中国置业有限公司,张庆林,林玉金	700000	及相应利息、费用
29	扬州恒源钢铁贸易有限公司	JK091612000077	扬州中国置业有限公司,刘雪梅,叶程进	890000	及相应利息、费用
30	扬州泽源钢铁有限公司	JK091612000083	扬州中国置业有限公司,刘泽峰,刘秀香	1060000	及相应利息、费用
31	扬州新源钢铁有限公司	JK091612000084	扬州中国置业有限公司,钱先康,周树英	1986000	及相应利息、费用
32	扬州福鑫金属材料有限公司	JK091612000075	扬州中国置业有限公司,叶叶平,曹志远	1480000	及相应利息、费用
33	扬州顺广钢铁有限公司	JK091612000072	扬州中国置业有限公司,张仁清,曹云霞	1071600	及相应利息、费用
34	扬州富源钢铁贸易有限公司	JK091612000070	扬州中国置业有限公司,周福海,陈莎	1365800	及相应利息、费用

备注1：本公告清单中“担保人”包括保证人、抵押人、质押人、行权付应的借款人与担保人负责的诉讼费用及担保人为债务人、如公告中债务人、债权人金额、担保人与债务人、担保人与债权人等法律文件不一致的，以签署的合同等法律文件约定为准。

备注2：本公告清单仅列示截至2026年6月24日的贷款本金余额、借款人及担保人应支付的利息按借款合同、担保合同及中

国银行行的有关规定计算。已经进入诉讼程序的，并已由贷款人垫付的应由借款人及担保人负担的诉讼费用有关法律文书确定金额为准。

备注3：若本公告清单中保证人名单出现遗漏或错误的，并不意味着该人对其保证责任免除，保证人仍须按合同约定及法律规定履行保证责任。