

今年以来近20个汽车品牌推出零首付或零利息等购车金融方案——

车贷多样优惠吸引消费者

本报记者 徐佩玉

不少消费者发现，现在到4S店买车，全款购车不吃香了，销售人员会极力推荐贷款买车。近期，更有多个新能源汽车品牌推出了零利息、零首付的优惠金融方案。对消费者而言，车贷优惠降低了购车成本；对车企来说，购车门槛的降低吸引了更多潜在消费者，有利于推动销量增长；对金融机构来说，汽车消费金融正成为开拓收入来源的重要方式。

灵活多样的车贷分期方案，你办吗？

降低消费者购车成本和门槛

7月1日，继零首付之后，特斯拉推出了零利息的全新购车金融政策。在7月1日至7月31日期间购买Model 3/Model Y标准续航航版和长续航全轮驱动版车型，可享受5年零利息等优惠活动。

记者发现，以Model Y后轮驱动版总车价24.99万元、选择5年期贷款为例，若选择限时0息贷款方案，首付比例32%，即只需7.99万元，年化利率为零，月供约2833元；若选择限时低息贷款方案，首付比例18%，即只需4.59万元，年化费率0.5%，折合年化利率0.98%，月供3485元。

北京一家特斯拉体验中心的工作人员告诉记者：“最近到店的客人大多是来咨询5年零利息这个优惠活动的，确实很划算，没有利息也没有手续费，而且审核手续简单，不需要抵押贷款也不需要资产证明。”

车企的优惠金融方案也是变相降价的一种方式。据了解，今年以来已有约20个汽车品牌推出零首付或零利息等购车金融政策。

极氪汽车为2025款极氪X推出了“零首付+年费率1.99%”的至多60期贷款政策。智己汽车针对LS6车型推出了可享零首付和零利息的金融政策。9月30日前定购小米SU7的车主可享首付低至15%，期限长至60期的限时金融优惠，年化费率为2.5%。理想汽车与多家银行合作，推出零首付产品或限时低费率活动：1—5年期，首付0元起，适用理想汽车2024款L系列和MEGA；1—5年期，年化费率2.2%，适用于7月17日前完成定金支付的订单。

这些优惠金融方案降低了消费者的购车成本。北京市民小陈告诉记者：“我原本计划全款买车，但零利息的优惠方案十分诱人，降低了首付负担，每个月还款负担也不重，我之前的理财也不需要提前赎回了。”

记者了解到，前几年的车贷优惠方案，往往要求消费者先办理贷款以此获得车价的优惠。“我们去年贷款买的，5年期限，折合年化利率4%，贷款后整车优惠4万元。”北京市民王先生说，5年贷款利息约6万元，大于4万元的优惠，因此他们打算提前还款。听闻多个品牌推出零利息的优惠金融方案，王先生做比较后表示：“太划算了！”



▼位于北京市海淀区的一家小米汽车体验店。王艺晓摄

▲极氪汽车近日推出零首付、低年费率等举措，吸引消费者购车。图为北京市海淀区新中关购物中心的一家极氪汽车店。王艺晓摄

►今年以来，湖南省怀化市举办了多场促消费活动，60余家车企推出置换补贴、商家优惠等措施，拉动汽车市场消费活力。图为当地汽车展销活动现场，前来看车的市民在了解各款汽车性价比。田敏摄（人民视觉）



抢占市场的同时保持品牌定位

一位汽车销售人员告诉记者，车企推出的零利息优惠政策，实际上是车企给银行支付一定的利息，让利给消费者。对车企而言，通过与银行等金融机构合

作，推出低首付、零利率贷款等优惠政策，降低了购车门槛，吸引了更多潜在消费者。

今年4月初，特斯拉曾发布零利息的分期购车方案，但需要参与官方置换购车才可享受。方案发布后市场反响积极，特斯拉今年5月中国销量超5.5万辆，环比增长77%，

同比增长30%。

这也是应对价格竞争的一种方式。乘用车市场信息联席会数据显示，今年1—5月约有56款电动汽车降价，2023年全年的降价车型累计为70款。面对降价，不少消费者产生了观望心理。有人表示，自己不愿购买那些

动不动就降价的品牌，一是担心买完又降价，二是对品牌的定位有所担忧。业内人士分析，近年来车企价格“内卷”严重，长期来看，持续降价对品牌定位有一定的损害。通过金融优惠政策，车企在不直接降低产品标价的基础上，给予消费者实惠，保持了品牌

川煤集团攻克78度倾角急倾斜综采工作面回采难题——

“大倾角、薄煤层，我们也能采”

本报记者 廖睿灵/文

正值盛夏，在位于四川省广安市的龙滩煤矿，采煤工人做好安全准备，乘上一列小火车，准备下矿。“矿工要坐两段平巷人车，再转乘‘猴儿车’，步行1公里多，才能到达采煤工作面。”川煤集团华荣龙滩煤电公司董事长赖远斌向记者介绍。

四川是水电大省，每逢能源保供关键期，既要保障省内用电，又要兼顾“西电东送”供电格局。如何破局？作为能源供应“压舱石”的煤炭被寄予厚望。不过，与北方煤矿资源禀赋不同，四川地区煤炭开采条件相对恶劣，煤层薄、倾角大。“通俗地说，就是煤层本身就薄，还斜着长，先天发育不好。”四川省煤炭产业集团有限责任公司董事长王昌润说，因地制宜攻克大倾角综采难题，成了集团转型和发挥保供能力的重要路径。

在川煤集团嘉华机械公司，记者看到一个个2米多高的大家伙整齐排列，公司党委副书记蔡晓东告诉记者，这是为开采倾角大、煤层薄的煤矿研



工作人员在川煤集团华荣龙滩煤电公司智能化车间观察井下作业情况。

发的综采支架。“这套支架相当于在煤矿里架起一个安全空间，采煤工人有了‘保护层’，可以站在支架架起的区

域里采煤。”蔡晓东说，“在煤矿工作面应用这个支架，不仅能减少工作面所需人数，提高采煤效率，还能通过自动

推溜、自动移架等技术提升安全系数，降低采煤风险隐患。”

实际上，不仅在中国，目前全球的煤炭储量中仍有一部分急倾斜、大倾角煤炭，而在全球能源转型进程中，作为兜底能源的煤电将继续发挥重要作用。由此看来，急倾斜煤层开采技术大有可为。

在全国首批智能化示范煤矿之一的龙滩煤矿，大倾角综采技术装备结合地面指挥调度中心5G系统和AI感知技术，实现井下作业远程操控，有效提升了采煤和工作效率；在川煤集团华荣公司绿水洞煤矿，工程技术人员通过反复勘测计算，自主设计研发出符合3212采煤工作面的采煤机、液压支架成套设备，经过井下成功调试应用，顺利完成78度倾角的急倾斜综采工作面回采任务。“这一技术的成功应用，填补了国内外70度急倾斜煤层无法实现综合机械化开采的空白，这意味着大倾角、薄煤层，我们也能采。”川煤集团华荣公司绿水洞煤矿党委书记胡安华说。

“目前，我们的急倾斜综采技术装备不仅应用于西南地区一些大倾角煤矿，在国内部分北方地区煤矿也有了合作应用。嘉华公司的这套设备还出口到了土耳其，现在公司正和俄罗斯等谈合作，希望能让更多国家用上中国制造的先进综采技术装备。”王昌润说。

定位的稳定性。同时，办理车贷业务的佣金也成为4S店的重要利润来源。

汽车金融优惠方案越来越丰富，为消费者提供了多元化选择。这背后离不开政策的大力支持。

为促进汽车消费，今年4月，中国人民银行、国家金融监管总局联合印发《关于调整汽车贷款有关政策的通知》明确，优化汽车贷款最高发放比例，加大汽车以旧换新场景金融支持。据此前规定，自用传统动力汽车、自用新能源汽车贷款最高发放比例分别为80%、85%。通知的发布意味着金融机构可以自主确定自用传统动力汽车、自用新能源汽车贷款最高发放比例，即贷款最高发放比例可达到100%，按所购汽车价格全额发放，大幅降低了消费者购车门槛，实现了真正意义上的零首付。

专家指出，降低乘用车贷款首付比例，意味着消费者能够以更低的门槛进入汽车市场，将极大提高消费者的购车意愿，直接推动汽车销量的增长。特别是对于那些一直想要购车却拿不出首付的消费者来说，无疑是一大利好。

中国汽车流通协会有关负责人表示，汽车金融是汽车流通的“助推器”。近年来全行业汽车消费金融渗透率持续上升，已经达到65%至70%。同时，中国新能源汽车市场的快速增长，也给汽车消费金融提供了增长空间。

金融机构开拓收入来源，增强盈利能力

车贷方案更优惠、选择更丰富，同样离不开金融机构的助力。

特斯拉官网显示，本次有多家银行加入了购车优惠的信贷支持阵营中，包括招商银行、平安银行、微众银行、建设银行、交通银行、中国银行等多家大型银行。

为啥不少银行愿意参与车贷优惠活动？对银行而言，通过汽车贷款、分期等产品，金融机构能够开拓新的收入来源，增强盈利能力。

近期，多家银行针对新能源汽车推出利率优惠活动。例如，江苏银行信用卡推出的新能源汽车分期活动中，年化利率低至3.6%，分期利率最低至0.16%；西安银行信用卡中心推出的“轻松购车0首付”活动单期利率低至0.2%。

各大银行也在发力推销汽车消费贷。比如，农业银行发布了针对汽车分期的优惠政策，包括低年化利率、低分期利息，最长5年分期付款等。招商银行个人车贷提供了高达200万元的贷款额度，最短贷款年限为5年，最低首付为20%。中国银行个人消费汽车贷款针对不同客户群体划分，普通客户首付40%，最高可达3年；优质客户享受30%首付的优惠，最长贷款期限为5年。

汽车贷款已成为各家银行的重要投放方向。平安银行2023年年报显示，全年个人新能源汽车贷款新发放368.03亿元，同比增长47.8%。平安银行表示，坚持零售战略定位不动摇，将加大新能源汽车贷款等投放力度。兴业银行在2023年年报中称，将积极布局科创金融、普惠金融、能源金融、汽车金融、园区金融五大新“赛道”。

专家指出，随着新能源汽车快速普及和消费者对汽车消费升级的需求增加，汽车分期或将成为银行零售的新增长点。为更好抓住机遇，金融机构在设计金融产品时应更加灵活地适应市场变化，针对新能源汽车的特点和市场需求，开发出更加个性化、差异化的金融产品，如针对不同车型、不同消费者群体的金融方案等。

新能源汽车与银行零售业务的深度融合，不仅需要政策引导，还需要金融机构在产品灵活性、风险管理以及消费场景建设上不断探索与优化。

本报电（刘研平）7月20日，2024全国“形象设计师”职业技能竞赛在江苏扬州收官。这是依据“形象设计师”职业标准开展的首次全国范围的技能竞赛。

据了解，来自9个省份选拔赛产生的60余名优胜者代表参加了总决赛。总决赛现场，选手们围绕女士时尚发型造型、男士街头时尚发型造型、中式新娘化妆、生活时尚化妆（烟熏妆）、晚宴红毯整体造型5方面要求进行精彩角逐。中国商业技师协会会长许云飞介绍，“形象设计师”是指运用美学原理、设计方法、造型手段进行整体形象再塑造的职业，目前已纳入国家职业大典。此次比赛顺利举办，进一步提升了国内形象设计师群体的规范化、专业化和职业化水平，选拔出了一批优秀的形象设计师人才，有助于推动行业高质量发展。



图为2024全国“形象设计师”职业技能竞赛比赛现场。吴鲲摄