

多家银行消费贷最低利率降至“2”字头——

# 消费贷为啥纷纷“降价”

徐佩玉 王坤垚

开年以来，消费贷市场升温，多家银行下调消费贷利率，有的降至“2”字头，甚至有银行推出利率“团购价”。

消费贷额度灵活、放款快，近年来在教育、购车、家居装修等消费场景中受到部分消费者欢迎。此轮降利率背后有哪些因素？将对消费有何影响？

## 银行开启消费贷“花式”营销

近期，各家商业银行轮番开启消费贷“花式”营销。招商银行借“闪电贷”上线十周年之际，推出年化利率2.78%的限时优惠，并发放1万张118元利息券；北京银行“京e贷”主打高额度优势，单户授信最高可达100万元；民生银行“民易贷”最低年化利率下探至2.76%。

“我在三四年前使用过消费贷，当时银行消费贷申请额度普遍在10万元至30万元之间，利率基本在4%以上。现在贷款利率降了近一半，可申请的额度也变多了，确实挺让人心动的。”家住江苏南京的马女士说，今年初以来，各家银行推销消费贷款的电话及短信不断，“最近家里正好有房屋翻修计划，我打算申请一笔消费贷款用于更换大家电并安装智能家居系统。现在低息贷款叠加以旧换新优惠，能省下一笔不小的开支。”马女士说。

目前，多家银行的消费贷产品最常见的优惠方式包括给予客户利率折扣、提供免息期、发放利率优惠券等，有的银行还在贷款额度、期限、还款方式等方面提供优惠。

甚至有银行推出利率“团购价”。某农商行的一款消费贷产品营销信息显示，新客户成为“团长”可享受最低2.68%的优惠利率，最长借款期限为24期。据了解，新客户如果想获得优惠利率，可以上线生成一个产品二维码当“团长”并邀请其他新客户参团。其他新客户申请贷款额度审批通过后，系统会向团长发放利率优惠券，其他新客户无需使用获批贷款额度，团长便可享受利率优惠。

消费贷降利率，消费者怎么看？

“这是我第一次用消费贷款买车，体验感不错。二点几的贷款利率，叠加利息优惠券和银行新春惠民折扣，能省下小几千元。”来自四川成都的餐饮店老板刘先生在购置二手车时，没有选择传统车贷，而是选择了某商业银行的消费贷产品。“之前咨询时了解，车行提供的车贷年化利率普遍在4%以上，核算下来3年利息就要多付近万元。”刘先生算了一笔账：“相比之下，银行推出的消费贷更划算也更适合我。低利率，加上先息后本的还款方式，旺季多挣的钱能随时提前还款，淡季不用为固定月供发愁。”刘先生说。

一些消费者则将其看作缓解资金压力的工具。“新房装修，手中流动资金短缺，考虑到提前取出大额理财资金会折损利息，综合评估后我选择了招商银行的‘闪电贷’产品。”95后小何表示，自己不会因利率下降就随意借贷，“利率下降于我而言可以更加节省利息，但不会因此超前消费。”

## 多重因素推动消费贷利率下降

消费贷利率为啥降？据了解，消费贷款利率调整是由政策环境、市场形势、产品定位、客户需求和银行自身发展需要等因素共同决定的。

对银行来说，当前降低利率有基础，也有好处。招联首席研究员董希淼介绍，去年以来，受存款利率降低等因素影响，银行资金成本有所下降，降低个人消费贷款利率具有一定基础。同时，部分银行为了扩大市场份额，希望通过较低利率吸引更多客户，这是一种“薄利多销”的促销行为。



▲近日，广西梧州在骑楼城举办系列促消费活动，以“文旅+”赋能消费提质升级。图为骑楼城灯火辉煌、人潮涌动，市民和游客看表演、品美食、赏美景。

何华文摄（人民视觉）



▲江西省南昌市构建集智能网联、销售服务于一体的商超新能源汽车生态圈，促进地方新能源汽车消费。图为顾客在南昌市红谷滩区的一家大型商场的汽车展示销售区咨询选购新能源汽车。

朱海鹏摄（人民视觉）

不过，低利率消费贷产品有一定的门槛要求。例如，招商银行的“闪电贷”会根据客户“招贷分”分值的不同发放相应的消费贷利率券，只有“招贷分”超过1.6万分，才能享受2.78%的年化利率优惠。民生银行2.76%的优惠利率主要提供给代发工资客户、贵宾客户、按揭贷款客户、部分合作单位的员工以及在北京缴纳公积金的客户等特定群体。董希淼表示，部分银行推出超低利率的消费贷款，通常针对优质客户群体，对客户职业、收入等有较高要求，因此不具有普遍性，风险总体可控。

相较于中小银行，国有大型银行的借贷优惠力度较小，消费贷利率依旧普遍维持在3%以上。例如，建设银行推出的消费贷产品“快贷”最高额度为20万元，年化利率3.45%起；中国银行的“中银e贷”最低年化利率为3.4%。

“总体而言，消费贷款利率降低，有助于降低金融消费者利息支出，提高消费者申请消费贷款的意愿，从而有助于提振消费、扩大内需。”董希淼说，但是消费贷利率并非越低越好，银行要避免过度依赖低利率竞争。

“去年底召开的中央经济工作会议提出，要综合整治‘内卷式’竞争。银行应摒弃规模情结和速度情结，不追求简单的规模增长和市场份额，而是应将贷款利率保持在合理水平，增强商业可持续性。”董希淼表示。

之所以有这样的判断，一是市场潜力大，国家已明确“两新”是今年消费政策的重点，银行发力消费贷可以满足消费者在以旧换新领域的信贷需求，促进消费市场的繁荣。二是银行自身的战略需求，低利率环境下，银行面临传统存贷款业务收入增长乏力的压力，消费贷成为重要的盈利增长点。

消费贷如何更好激活消费市场活力？

金融机构应进一步丰富消费信贷使用场景，特别是要推动消费品以旧换新措施与消费信贷产品有机融合。“消费贷产品的使用场景、便捷程度和良好体验，是消费者选择的重要考量。”董希淼建议，丰富消费品以旧换新活动的支付场景，支持多种支付方式，并加入线上消费贷款、消费分期等产品，以更好发挥金融杠杆作用，提高消费者扩大消费的意愿和能力。汽车消费、旅游消费等大宗消费场景，也可与商业银行、消费金融公司等机构合作，引入多种消费信贷产品。

除了丰富场景，还应进一步细分客群，差异发展创新消费贷产品和服务。“除传统优质客群外，商业银行、消费金融公司可重点关注新质生产力企业员工、三四线城市居民等。”董希淼说，还可依据客群风险和需求进行差异定价，对新兴客群适度减费让利。

消费贷利率降低，吸引力随之提高，此时尤其要防范一些可能出现的负面作用。近期已有多家银行发表声明，提醒客户注意，谨防“消费贷”成“套路贷”，强调个人贷款资金应按照合同约定的用途使用，严禁违规流入房地产、股市、基金、期货等领域。

董希淼说，对消费者而言，切不可因为利率较低就盲目申请，申请消费贷款要到商业银行、消费金融公司等正规金融机构办理，要基于个人和家庭的消费需求，将个人债务负担控制在合理水平之内，同时应按照合同约定使用贷款资金，不可挪用至其他用途。银行发力消费贷业务时，除了注意合规与监管要求，还需要注意加强风险控制和贷后管理；对合作机构要根据合作内容、风险程度对合作机构进行分类管理，确保合作机构与合作事项符合法律法规和监管要求。

# 火龙果错峰上市增产增效

庞革平 黄华江

二月，春寒料峭，位于广西龙州县上金乡嘉信火龙果种植产业核心示范园里却一片红火。该火龙果园区巧用补光“借光催花”、套袋保湿“锁住鲜甜”，在冬季将火龙果延长采摘三个月，实现错峰上市增产增效。

走进上金乡嘉信火龙果种植产业核心示范园，工人们正忙碌地采摘火龙果，解袋、剪枝、入篮，动作一气呵成。“今年的火龙果长得比较好，我一天可以摘1200斤左右，一天能挣150元，增加了家庭的收入。”正在采摘的果农凌学名说。

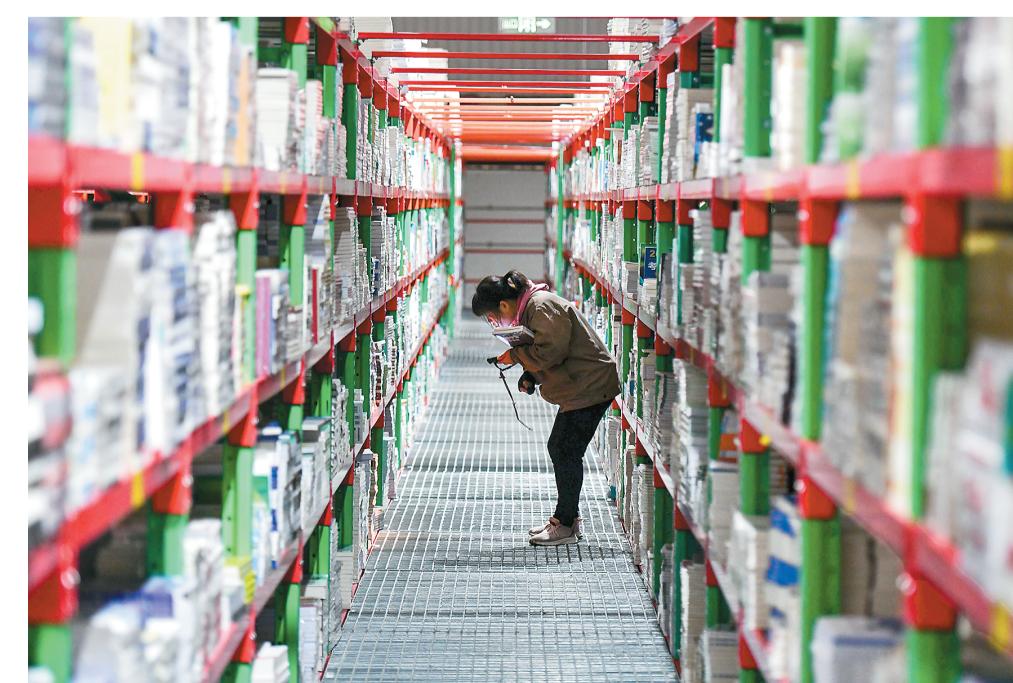
火龙果属于喜光植物，火龙果园区根据气温情况，特别是在冬季和阴雨天气采用补光技术，调控开花结果时间，使火龙果每年冬季延长采摘三个月，增收6批次果实。由于错峰上市，冬季火龙果价格客观，地头价平均达到3.5元/斤，经济效益可观，实现增产增效。

除了“借光”妙招，每颗果实还穿上了“保暖衣”。套袋技术让火龙果在薄膜袋里形成独立微气候，减少昼夜温差对果实的影响，同时锁住糖分，防止因冻害或骤冷骤热而开裂，确保果实的品质。

龙州县嘉信农业科技有限公司总经理黄本盈介绍，补光可以延长光照时间，促进根茎叶片和果实的生长，刺激发芽的形成和发育，实现反季节的生产。套袋达到果实防寒防冻的效果，保证果实的质量。

科技兴农，产业兴旺。龙州通过“公司+合作社+农户”模式联农带农近300户，去年以来，龙州火龙果年产量达1.55万吨，平均亩产3.5吨至4吨，年总产值突破4650万元。

“作为农业部门，我们积极引导核心企业加大科技投入，发展设施农业，促进农业增产增效，助力乡村全面振兴。”龙州县农业农村局经作站站长李琛说。



山东省泰安市立足出版印刷产业优势，打造泰山新闻出版小镇，通过拉长壮大产业链，推动产业集群发展，构建龙头引领、链条延伸、集群共进的出版印刷产业“雁阵”。目前，小镇已吸引60余家企业入驻。

图为工作人员在图书仓库内整理书籍。

新华社记者 朱 峰 摄

近日，国家市场监管总局等五部门联合印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》（以下简称《行动方案》），旨在破除消费者反映突出的痛点难点问题，提振消费信心、激发市场活力。

近年来，中国消费市场展现许多新亮点，如县域市场消费升级、新能源汽车销量全球领先、银发经济、冰雪经济等新赛道的崛起。但消费领域仍存在诸多堵点。商家重营销轻品质、农村市场假冒伪劣商品屡禁不止、预付式消费“跑路”现象频发等问题，影响着内需的顺畅流动。

《行动方案》提出，要强化消费纠纷源头解决，大力发展一大批放心消费商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等基础单元及放心消费市场、商圈、景区等集聚区，到2027年，动态发展线下无理由退换货承诺单位150万家以上。《行动方案》明确了未来三年的目标，将围绕消费者反映强烈的突出问题，重点推进五大领域的重点工作：一是强化消费者权益保护，二是提升商品和服务质量，三是优化消费市场秩序，四是完善消费基础设施，五是推动消费领域信用体系建设。

在消费者权益保护方面，《行动方案》提出实施消费维权提效行动。强化消费纠纷源头解决，推广在线消费纠纷解决、线下无理由退货；加强行政调解，各相关部门增强消费维权能力，高效处置投诉举报；强化司法保护，推动健全消费者权益司法救济制度；创新消费纠纷多元化解，支持引入第三方调解，加强消费维权服务站点建设。其中特别提到，鼓励实体店承诺无理由退换货，为消费者提供统一便捷的异地异店退换货服务。

“现在网购退换货很方便，很多都是7天无理由退换货，如果线下连锁店也能实现异地异店退换货，我们消费者买东西就更放心了。”来自北京的李女士对《行动方案》中的这一举措表示期待。

《行动方案》提出，要全面提升商品和服务质量，推动消费升级。加强汽车、家电、家居、电子产品、纺织服装、食品等领域质量、标准和品牌建设。支持汽车产品、电子产品、家居产品等消费升级，促进汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”；改善服务消费品质，健全养老、家政、旅游、购物等民生领域消费信用体系，推行服务认证和消费者评价；创造更多消费场景，建设一批商旅文体深度融合的品质消费集聚区。

“提升商品和服务质量是优化消费环境的核心。只有让消费者买得放心、用得舒心，才能真正激发消费潜力。”中国消费者协会专家委员会委员、中国农业大学法学院教授刘俊海说。

在优化消费市场秩序方面，《行动方案》提出要严守消费安全底线，聚焦食品药品、缺陷产品、个人信息等保障群众人身财产安全强化监管执法，加强群众关切的米面油、肉蛋奶等重点食品监管；整治市场交易环境，重点查处食品领域“两超一非”、以假充真、以次充好、计量作弊等问题。聚焦网购快递、电信、装修、维修、旅游等行业领域治理“霸王条款”；规范市场竞争秩序；完善综合治理机制，健全消费领域信用体系。

刘俊海认为，近年来，直播带货等新兴消费模式快速发展，但也暴露出一些问题，比如虚假宣传、售后无保障等。《行动方案》的出台，有助于规范这些新兴业态，促进其健康发展。

在优化消费环境方面，《行动方案》明确，推动金融机构面向放心消费主体丰富信贷产品，提升授信审批效率，增加消费类信贷投入。支持保险机构优化产品和服务，探索开发支持无理由退换货服务的保险产品；制定消费环境指数及评价规范，强化标准引领和信用赋能，大力发展放心消费商店等。

在深化国际合作方面，《行动方案》提出要与主要国家和地区拓展消费者保护多双边合作，推动将消费者保护纳入多双边自贸协定，探索跨境电商、跨境旅游等合作，服务更高水平对外开放。对标国际规则，引领国内消费环境升级，打通入境人员消费堵点，深化国际消费中心城市建设。