

以价换量， 多家银行打响消费贷角逐战



以价换量，多家银行打响消费贷角逐战
专家称，应在控制风险的同时打造生态闭环

降利率、提额度、延期限……在政策暖风和市场竞争等多重因素驱动下，消费贷正成为商业银行角力的方向。记者近日获悉，包括建设银行、中国银行、北京银行、宁波银行、江苏银行、萧山农商行等多家银行先后通过限时优惠、发放优惠券、免息券等方式疯狂揽客。对此，业内专家表示，消费贷“以价换量”不可持续，应通过差异化的产品设计和数字化转型，在控制风险的同时，打造生态闭环。

多家银行消费贷现“地板价”

《经济参考报》记者21日从北京银行丰台区某支行获悉，该行“消费京e贷”利率根据客户资质来定，一般工作稳定的央国企职工等，配合优惠券使用的话，最低利率为2.65%，一般额度为50万元，满足条件的话可以超50万元。“前几天曾低至2.5%，目前额度已经没了，未来不知道还有没有。”该行工作人员透露，3月初“消费京e贷”的最低利率还维持在2.78%。

宁波银行App显示，消费贷利率优惠券每周三10点开启秒杀活动，包括2.8%固定利率优惠券、5折利息折扣券、90天免息券，参与“去提额”，额度平均提升1万元。值得注意的是，该活动标签为“存客周周秒”，而此前2.8%至3%的利率优惠只针对新客。记者获悉，宁波银行“宁来花·直接贷”消费贷利率最低降至2.49%。消费贷利率根据每位客户资质等综合评定，2.49%的低利率是个别优质客户资质和秒杀券等优惠的叠加，低利率有条件约定，例如新客、在一定期限内申请等。

此前不久，江苏银行也打出了“限时尊享优惠年化利率”的标语，推出最高100万元额度、最长3年期且年化利率低至2.58%的消费贷产品。

除城商行外，多家国有大行、股份制银行也在行动。建设银行、邮储银行、中国银行等国有大行纷纷下调消费贷产品利率，近日消费贷利率已降至“2”字头。例如，建行“建易贷”活动期间最低年化利率下探至2.85%；中国银行海南省分行近期推出的消费贷产品年化利率从2.85%起步；邮储银行“邮享贷”更是限时给出2.78%至12.4%的参考年化利率(单利)区间。

另外，近期招商银行、浦发银行、平安银行等股份制银行也针对旗下消费贷产品推出限时优惠券，前后不足半个月，利率优惠相差近10个基点。其中，民生银行消费贷审批额度为30万至100万元，最新利率为2.65%；招商银行“闪电贷”通过发放利

率券，部分客户利率低至2.68%。

“本轮消费贷利率下降的原因，主要是做好今年的经济工作需要提振消费，扩大内需。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏告诉记者，在银行发力零售同业市场竞争激烈的情况下，银行开展消费贷利率下降，不仅是为了更好地营销客户、提高市场占有率，而且是为了更好地支持居民消费、服务扩大内需、推动经济恢复增长。

在工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林看来，本轮银行消费贷利率下降，一方面是预期未来政策和市场利率下行，另一方面是由于商业银行之间的同质化竞争，各银行都在积极提高市场份额。“未来，消费贷将继续保持利率走低态势，以价换量的态势会延续。”盘和林表示。

多场景发力，揽客战渐浓

近日，中办、国办发布《提振消费专项行动方案》，明确提出金融多措并举支持消费。此后，国家金融监管总局印发通知，鼓励金融机构在风险可控的前提下，加大个人消费贷款投放力度，合理设置消费贷款额度、期限、利率，优化资源配置。

在政策的加持下，多家银行纷纷推出消费金融促进方案，深入多元场景助力消费。建设银行发布的《消费金融专项行动方案》提出，加强覆盖消费全领域的综合金融服务，要在消费全领域持续推进信贷产品创新。该行推出“养易贷”专项贷款产品，融入银发经济、首发经济、冰雪经济等消费热点领域。

邮储银行在《提振消费扩大内需行动方案》中明确，提升服务能力，创新多元化消费场景，推进白金卡权益升级。中国银行则推出“万千百亿”惠民行动。在新兴消费领域，该行提出，积极服务消费新业态、新模式，推动金融服务和场景深度融合，支持平台经济创新发展。另外，中信银行与多家新能源汽车品牌展开深度合作，推出多样化的金融产品和服务。为降低消费者购车门槛，提供“0首付”“超低首付”等便捷贷款方案。

对此，金融监管总局此前明确，金融机构要围绕扩大商品消费、发展服务消费和培育新型消费，丰富完善金融产品和服务。针对数字、绿色、智能等新型消费场景，量身定制金融产品，更好满足个性化、多样化金融需求，不断强化数字赋能，增强消费金融服务的适配性和便利度。

在业内专家看来，当消费贷利率无限接近银行资金成本时，消费贷竞争必将逐步从“价格战”转

向综合服务的比拼。“目前，部分银行的消费贷额度已高达100万元，期限也在延长。”中信证券首席经济学家明明表示，未来，针对数字、绿色、智能等新型消费场景，可能会进一步放宽额度和期限限制。

“消费贷竞争将逐步从‘价格战’转向消费场景等综合服务的比拼，机构将着重打造自营获客能力、优质场景挖掘能力以及先进科技能力。”对此，素喜智研高级研究员苏筱芮表示，未来银行会更加注重细分场景的拓展与挖掘，结合政策所引导的消费方向，及时调整消费贷产品的具体细则，并持续扩大场景生态的“朋友圈”。

低门槛带来的风险与挑战

在传统信贷业务收缩，尚未有更好资产投放渠道的背景下，凭借获客流程短、容易上量的优势，消费贷自然成为银行较好的发力方向。不过，在业内专家看来，随着客户越来越下沉、积累的不良负担越来越重，消费贷业务会逐渐分化，“以价换量”或将难以以为继。

“银行不应该低于资金成本释放消费贷，不能只赚吆喝不赚钱。”盘和林认为，金融机构和科技企业是不一样的，科技企业可以烧钱研发，但金融机构本身就是从资源配置中获利的企业。不然对于金融机构来说，这些业务增量的价值有待思考，因为和互联网企业不同，金融业客户的黏性并不高。

“银行消费贷利率降低有助于降低居民的消费成本，但如果利率过低势必降低银行净息差，不利于银行盈利和可持续发展。”对此，娄飞鹏认为，银行需要针对消费贷借款人的资信状况等进行差异化利率定价，并通过创新金融产品和服务等更好地服务居民消费。同时，在数字金融快速发展的背景下，银行需要积极打造场景，构建生态，通过生态化、场景化金融更好地服务居民消费。

在专家看来，消费贷获客需避免陷入“价格战”，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提升，应将贷款利率保持在合理水平，增强商业可持续性；同时，提升服务质量，通过差异化的产品设计和数字化转型，提升客户体验。银行还可拓展消费贷场景，与电商、旅游等行业合作，打造生态闭环，提升综合收益能力。在控制风险方面，银行可通过大数据和人工智能技术精准评估客户资质，在贷款前端防范风险，谨防不良贷款率抬头。

来源：经济参考报

两部门要求全面做好2025年清明节祭扫工作

记者从民政部获悉，民政部、国家林业和草原局近日专门印发通知，要求全面做好2025年清明节祭扫工作。

通知指出，各地民政部门要加强对殡葬服务机构的监督管理，确保服务项目、收费标准公开透明，坚决杜绝乱收费、强制消费等侵害群众利益的行为。各殡葬服务机构要引导干部职工将礼敬生命理念内化于心、外化于行，融入殡葬服务全过程。要针对清明节祭扫服务特点，强化保障措施，增设服务网点，延长服务时间，优化服务流程，强

化人文关怀，为群众提供便捷、高效的祭扫服务。要充分利用信息化手段，及时发布祭扫相关信息，方便群众合理安排祭扫时间，特别要关注老年人、残疾人等特殊群体的需求，提供绿色通道和人性化服务。

在倡导文明祭扫方面，通知要求，各地要充分发挥基层党组织、村(居)委会、红白理事会等组织作用，培育文明环保、简朴庄重的殡葬礼仪和治丧祭扫方式。要充分发挥党员干部带头作用，广泛动员社会参与，推动文明节俭治丧、节地生态安

葬、文明低碳祭扫。各地民政部门要积极配合市场监管、城市管理等部门加强违规殡葬用品的综合监管和源头治理。要深入挖掘清明节的文化内涵，倡导厚养薄葬、慎终追远的理念，通过举办文化讲座、集体追思、主题展览等活动，让群众在缅怀先人中传承优秀文化。

此外，通知还强调，各地要紧抓清明前后部分群众集中祭扫、落葬这个关键期，整合多方力量，多措并举合力开展好殡葬文明新风尚宣传活动，不断涵养殡葬文明新风。

来源：新华网