



从“价格战”到“金融战” 车企激战低息贷款

证券时报记者 梅双

“月供只要1918元,每天一杯咖啡钱就能开新车。”车企促销大战中一度十分流行的现金直降海报,正被这类精确到日供的金融方案悄然替代。

从造车新势力到合资品牌,越来越多的车企打破传统1年至5年的车贷常规,密集上线7年甚至8年超长周期低息购车方案。在“低月供”的诱惑背后,藏着一笔复杂的账单——对车企而言,这是维持价格体系、降低购车门槛的微妙算盘;对消费者而言,则涉及新能源车保值率、个人财务周期的精确考量。

证券时报记者在走访新能源汽车线下门店时发现,“7年低息”在不少汽车品牌门店广告牌中出现。受访业内人士告诉记者,车企低息贷款是大势所趋,有利于挖掘更多消费需求,消费者需关注低息贷款执行的模式和购车的隐性成本。



越来越多的车企上线长周期的低息购车方案。梅双/摄

低息贷款成主流方案

2026年,新能源汽车品牌竞争主战场从终端优惠转移至金融服务赛道。1月初,特斯拉率先推出7年超低息购车方案,迅速引发车企连锁反应。

据记者不完全统计,目前,已有超过20家主流车企加入这场“金融战”,将车贷周期拉长至7年甚至8年,年化利率基本在2.5%—5%。记者走访新能源汽车门店发现,“免息、低息、0首付贷款”已取代“降价”,成为门店海报上的关键词。部分品牌还针对不同车型给出不同的金融方案。

“5年0息和7年超低息政策推出以来,门店客流上升了不少。20个客户里就有19个是要走5年0息政策的。”特斯拉上海浦东一家门店销售对记者表示,近期,门店成交量明显高于春节期间,选择5年0息的消费者多于7年超低息。

“都是特斯拉卷起来的。”蔚来上海门店也推出了“7年超低息,首付3.8万元起”的活动,该门店销售直言,如果别的品牌降低购车门槛,不降就相当于让潜在用户流向对手。

在北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔看来,车企抓住机会推出长期低息贷款购车方案,这种营销方式形成多方利好。对于消费者而言,超长期低息分期意味着更低的购入门槛和还款压力,比较适合预算不足的年轻购车群体。对于车企而言,这种促消费的方式可帮助企业提高销量、去库存、增加营业收入、通过获取的流动资金进行经营。

“价格战”是硬碰硬,用利润换销量,还容易伤害品牌和老车主;“金融战”更像是软刀子,用低息长贷降门槛,车企在不直接降价的前提下,提前锁定客户。”有新势力品牌相关人士对记者表示,今年以来,新能源汽车的车辆购置税从“全额免征”转向了“减半征收”,车企也希望通过一些金融手段,降低政策退坡带来的影响。通过“低息长贷”来吸引消费者的“金融战”不可避免地成为车市促销主流手段。

“低月供”账单背后

在车企连番营销的攻势下,不少消费者都被“免息、超低息”的广告语打动。家住上海闵行区的王先生正打算入手一辆新能源车,他算了一笔账:如果车价在25万元左右,走传统银行5年车贷,首付要5万多,月供4000元左右,而选择7年超低息方案后,月供被压缩至不到3000元,刚好落在心理可承受范围内。

不过,一张张看似诱人的“低月供”账单背后,隐藏着的一笔很容易被忽略的“总账”。“消费者往往被低月供的表象吸引,很少去计算贷款周期拉长后多付出的利息总额。”汽车行业分析师吴坤表示,消费者有时候只看到了宣传海报上的“0息”字眼,却忘了看海报底部还有一行小字“示例仅供参考,首付和月供可能变动,最终以金融机构实际审核结果和合同为准”。

有汽车行业人士向记者介绍,车企低息贷款政策表面看起来相似,但背后的资金渠道和权属关系却截然不同,主要分为三种模式:银行直贷模式、汽车金融公司模式以及融资租赁模式。

银行直贷模式是车企与银行合作,由银行提供资金,车企通过贴息降低利率。消费者签署的是《汽车抵押贷款合同》,车辆所有权从一开始就归消费者,只是抵押给银行。相对而言,这种模式法律关系清晰,对消费者权益保障较强。

汽车金融公司模式则是以车企旗下的汽车金融公司为主体,这种模式通常与品牌销售深度绑定,审批相对灵活,贷款期限相对不会太长。

然而,目前市面上大多数的超低息长贷方案多为融资租赁模式。这种模式是由车企旗下的融资租赁公司放贷。还清贷款前车辆所有权归租赁公司,消费者只有使用权,待全部款项结清后才能过户。“这种模式能将贷款周期拉长,但消费者在还款期间只是租用人,可能面临车辆所有权问题。”上述汽车行业人士提醒。

“消费者在签合同时要看清是贷款还是租赁,拉一张总费用清单,包括利息、保险和手续

费,算清最终付出的成本。”吴坤建议,消费者下单前要明确是否有金融服务等捆绑消费,以及提前还款规则等问题。

车企竞争思维生变

开年以来的“金融战”,表面是利率比拼,实则是对车企金融能力的集中检阅。“谁是在真金白银贴息,谁在玩文字游戏,市场也会给出反馈。”一家合资车企相关人士对记者表示,7年超长周期贷款也意味着更大的不确定性,个人信用波动、车辆残值下跌等,都可能转化为坏账风险,这也是对车企能力的考验。

如果说传统的“价格战”是零售端的博弈,车企让利一时,消费者得利一时,交易完成即关系终结。长周期低息贷款则折射了车企竞争思维的转变,车企不再满足仅仅是“把车卖出去”,而是追求“把用户留下来”。在这7年里,用户可能产生保险、保养、换购等一系列消费,为车企创造持续价值。对于车企来说,低息贷款只是入口,真正的金融能力体现在用户绑定之后。例如,车企可通过软件订阅、超级充电等业务延伸用户价值链条。

还有行业人士认为,低息贷款只是一种促销手段,短期内可能对销量有所提振,长期来看,对车市的整体带动作用有待观察。不过,对于部分车企而言,低息贷款能降低购车门槛,却无法掩盖产品力的不足。7年周期内,只有技术过硬、保值率高的品牌,才能让用户心甘情愿为月供买单。

“车企还应建立覆盖车辆残值评估、用户信用动态监测、逾期风险预警的完整体系。否则,7年后的坏账潮将吞噬今天的销量红利。”吴坤建议。在这场“向时间借量”的豪赌中,谁能守住风险底线、保持技术创新、延伸服务价值,谁便能在“金融战”中站得更稳。

证券时报·人民智行研究院出品

高凌信息筹划重大资产重组 标的涉及卫星通信

证券时报记者 张一帆

3月16日晚间,高凌信息(688175)宣布筹划重大资产重组,标的资产属于卫星通信技术领域。

公告显示,高凌信息正在筹划收购凯睿星通信息科技(南京)股份有限公司(简称“凯睿星通”)的控制权。交易以发行股份及支付现金的方式进行,高凌信息同时拟募集配套资金。经高凌信息初步测算,本次交易预计构成重大资产重组,不会导致公司实际控制人发生变更。

目前,本次交易对方的范围尚未最终确定,初步确定包括史焱、李江华、无锡凤调羽顺企业管理合伙企业(有限合伙)、镇江星路达企业管理合伙企业(有限合伙)等凯睿星通股东。高凌信息介绍,史焱、李江华作为标的公司的实际控制人,将尽力促成本次交易,以达到高凌信息收购标的公司控制权目的。

“本次交易仍处于筹划阶段,交易各方尚未签署正式协议,具体交易方案仍在商讨论证中。”高凌信息方面表示。高凌信息将自3月17日开市起停牌,预计停牌时间不超过10个交易日。

公开信息显示,凯睿星通是一家主要从事卫星通信技术与系统研发、生产的科技企业,先后参与神舟飞船、登月舱、低轨小卫星星座等多项国家级卫星通信工程项目,自主研制卫星通信软硬件产品。产品线覆盖卫星通信基带产品、卫星网管/应用系统及终端设备等,应用于应急通信、抢险救灾、海上宽带、物联网监测等场景。

截至2025年6月30日,凯睿星通资产

总额4.48亿元,所有者权益合计2.58亿元。2025年上半年,凯睿星通实现营收1.1亿元,净利润781.64万元。

股东层面,高凌信息提及的史焱、李江华目前合计持股比例超30%,闻名投资、盛世投资、毅达资本等投资机构也持有公司5%以上股份。凯睿星通最近一轮资本动作发生在2020年,彼时该公司在C轮融资中完成数千万元人民币融资。

值得注意的是,去年凯睿星通曾与另一家上市公司东珠生态(603359)产生关联,后者同样计划以重大资产重组方式收购凯睿星通控制权,不过最终因交易各方未能就本次交易估值等相关商业条款达成一致,决定交易终止。

从行业领域来看,高凌信息业务与凯睿星通存在交集,公司主营军用电信网通信设备业务、环保物联网应用业务。不过在经营业绩方面,高凌信息近两年连续亏损,公司将亏损归因为营业收入较上年同期下降,叠加原材料成本上升等导致综合毛利率较上年同期有所降低的影响。

高凌信息去年经历了一次失败的资产重组,公司原计划收购上海欣诺通信技术股份有限公司100%的股份,但在去年6月宣布终止。

在放弃前次重组后,高凌信息强调,后续仍会积极关注并购重组相关机会。“公司将结合自身发展规划和内部情况、外部环境等因素综合考量,探索更适合公司的发展方案以提升整体经营质量、抗风险能力和投资价值,推动公司更好地创新和发展。”高凌信息彼时表示。

南钢股份2025年净利超28亿元 先进钢铁材料成增长“压舱石”

见习记者 尹靖霏

高端产品占比突破三成,利润增速创近年新高,分红比例大幅提升——南钢股份(600282)交出了一份颇具含金量的2025年成绩单。3月16日晚,公司发布年报显示,2025年实现营业收入579.94亿元,归属于上市公司股东的净利润28.67亿元,同比上升26.83%。

与业绩增长相匹配的,是公司对股东回报的显著加码。在2025年中期已派发现金分红的基础上,公司拟下半年向全体股东每10股派发现金红利1.372元(含税),分红比例高达60.22%。全年累计现金分红总额达15.77亿元,占全年归母净利润的55%,分红水平较以往明显提升。

作为一家以精品特钢为核心的企业,南钢股份2025年研发投入达23.35亿元,占营业收入比例4.03%,高强度研发投入正加

速转化为核心竞争力,抗酸管线钢成为公司第三个“制造业单项冠军产品”,并成为国内率先通过沙特阿美认证且向其海工项目供货的企业。

从产品结构看,先进钢铁材料已成为利润增长的“压舱石”。2025年该类产品销量达282.65万吨,同比增加8.09%,占钢材产品总销量30.45%,占比提升2.42个百分点。值得关注的是,先进钢铁材料以20.88%的毛利率,贡献了30.04亿元的毛利总额,在公司钢材产品总毛利中占比接近五成。

在聚焦主业的同时,南钢股份围绕产业链、智造服务、绿色低碳三大方向,构建与钢铁产业相互赋能的复合产业链生态系统。展望未来,南钢股份表示将继续以“高智绿”为引擎、“精与特”为根基,加快培育新质生产力,打造具有全球竞争力的先进材料制造商。

晨光股份正筹划 控股子公司分拆上市

证券时报记者 赵黎昀

3月16日晚间,晨光股份(603899)公告,在对行业发展趋势与相关战略规划进行审慎考量情况下,公司拟筹划分拆控股子公司科力普科技集团股份有限公司(下称“科力普科技集团”)于香港联合交易所上市。

晨光股份是一家综合文具供应商,主要从事晨光及其所属品牌学生文具、办公文具、儿童美术等产品的设计、研发、制造和销售。

科力普科技集团成立于2012年,是晨光股份控股子公司,主营业务为企业通用物资数字化采购服务业务,主要为各类企业客户提供涵盖一站式办公、MRO工业品、营销礼品及员工福利的全场景数字化采购解决方案,从产品采购、供应链管理、仓储物流到企业客户销售,拥有独立于公司的完整经营体系。

据披露,2025年前三季度,晨光股份实现营业收入173.27亿元,同比增长1.25%;实现归母净利润9.48亿元,同比下降7.18%。单三季度,该公司实现营业收入65.19亿元,同比增长7.52%;实现归母净利润3.91亿元,同比增长0.63%。其中,科力普科技集团前三季度实现营业收入96.9亿元,同比增长

5.83%,单三季度同比增长17%。

晨光股份表示,本次分拆科力普科技集团独立上市将充分发挥资本市场优化资源配置的作用,拓宽科力普科技集团融资渠道,进一步提升科力普科技集团的资金实力、企业治理水平与核心竞争力,助推其实现高质量、可持续发展。同时,本次分拆上市将进一步深化公司在企业通用物资数字化采购服务领域的布局,增强公司综合竞争力,符合公司整体发展战略目标。

本次分拆上市事项不会导致公司丧失对科力普科技集团的控制权,不会对公司其他业务板块的经营发展和公司整体的持续盈利能力造成重大不利影响,不会损害公司的独立上市地位。

本次分拆上市事宜尚处于前期筹划阶段,可能存在目前难以预见的风险因素影响本次分拆上市的筹划、方案编制和决策等事宜;本次分拆上市能否获得必要的批准或核准,以及最终获得相关批准或核准的时间均存在不确定性。

销量及营收翻倍 零跑汽车首次实现年度盈利

证券时报记者 王小伟

3月16日,零跑汽车(09863.HK)发布2025年财报。期内零跑汽车交付新车59.66万台,连续两年实现销量翻倍增长。

值得注意的是,公司去年实现净利润5.4亿元,首次实现全年度盈利,成为中国造车新势力中第一家实现年度盈利的企业。

其他财务指标方面,公司实现营收647.3亿元,较2024年同期增加101.3%;毛利率为14.5%,创年度新高;在手资金378.8亿元,并保持

正向经营现金流与自由现金流。

2025年零跑汽车产品线密集焕新。B平台推出B10、B01、Lafa5三款全新车型,C平台三款SUV完成改款,A平台A10及D平台D19、D99相继亮相。此外,公司端到端辅助驾驶技术也加速落地。

全球化方面,截至2026年2月底,零跑累计出口超10万台。截至2025年12月31日,零跑国际在欧洲、中东、非洲、南美和亚太等国际市场建立了约900家兼具销售与售后服务功能的网点。

记者从公司获悉,目前零跑西班牙CKD项目已完成立项,计划导入零跑B10和B05。B10已启动OTS(工装样件)阶段本地造车,首台试制车已完成生产,预计2026年10月正式投产。B05预计2026年6月启动试制生产并在2027年正式投产。配套前述两个车型的电池工厂已完成选址,目前处于工厂改造阶段,计划2026年4月启动首台电池包试制并在7月份正式启动量产。

2025年12月,零跑汽车正式被纳入恒生科技指数成份股。

金彩共生·融创未来——交通银行深圳分行成功举办黄金存管业务重点客户交流会

3月13日,交通银行深圳分行共建同业金融生态圈系列活动之“金彩共生·融创未来”黄金存管业务重点客户交流会顺利举行。本次会议汇聚50余家贵金属产业链客户及金融机构的代表,与会人员围绕行业趋势、业务创新、银企合作等议题深入交流,共促贵金属产业与金融服务深度融合。

交通银行金融机构部副总经理孙浩,交通银行深圳分行党委委员、副行长李国辉出席会议并致辞。上海黄金交易所出席会议并开展主题演讲。上海黄金交易所作为黄金市场重要金融基础设施平台,聚焦服务国家战略、服务实体经济,为推动做好“五篇大文章”克难奋进。交通银行作为上海黄金交易所保证金存管银行,始终以创新深耕市场,以服务赋能发展,持续推动黄金存管业务向安全化、专业化、生态化方向迈进。立足新发展格局,交通银行紧扣黄金市场发展趋势,深度链接产业链上下游需求,不断提升服务实体经济能力。

此次交流会的成功举办,进一步拉近了银企距离、夯实了合作基础。下一步,交通银行深圳分行将以此次活动为契机,加快构建贵金属产业金融生态圈。相关负责人表示,交通银行深圳分行将持续提升金融服务质效,以金融力量赋能产业升级,共筑贵金属产业未来,共赢黄金存管业务时代新局,以实际行动助力实体经济高质量发展。(CIS)

