

# 利率降至3字头 蚂蚁借呗“比价降息”抢客



俗话说货比三家,如今消费贷款也有望实现。近日,记者注意到,有消费者反馈在借呗上发现有降利率活动,但有意思的是,需要截图其他消费贷产品进行比价,系统评估后通常会给出更低的贷款价格。在用户的尝试下,借呗年化利率降至“3字头”。

降息大势下,借呗此举引来不少关注,知情人士告诉记者,机构此举主要是为了提供更优惠的价格来吸引“摇摆用户”。如今,在消费贷激烈的存量竞争市场中,针对用户的精细化运营战打得愈发激烈,记者了解到,在此之前,也有其他机构推出类似活动,例如京东金条、度小满、招联金融等,机构一般不会面向全量用户,而是基于一定的风控逻辑和运营策略,圈定部分用户进行营销。

## 比价降利率

近日,有消费者在借呗上发现一个有意思的新功能,从功能上来看可以实现“降利率”,不过需要通过截图比价来实现。

具体如何操作?从消费者分享的申请页面来看,进入借呗页面后,部分用户会看到“我要降利率”的提示,按照页面指引上传其他平台利率截图,根据操作指引,若其他平台截图低于借呗,则利率100%可实现降低。

哪些平台可进行比价?从借呗提示的类型来看,包括微信微粒贷、抖音放心借、度小满借钱、京东金条、美团借钱等,除此之外,还可以支持银行消费贷以及其他消费金融借款产品,最低可降至3.6%,最快3秒出结果,此外,平台显示有10万人成功降息。

不过,这一操作仅部分内测用户可尝试,截至2月18日,记者查看借呗发现尚未上线该功能,目前推出的仍是较为常规的限时降价活动。

消费贷产品“比价降利率”,在业内人士看来,实则与电商领域的商品“比价”“贵就赔”等方式异曲同工。素喜智研高级研究员苏筱芮指出,借呗试水“比价降利率”,通过与竞品对比的竞争手段运用,一方面能够吸引用户,是重要获客手段之一;另一方面也可通过与用户之间的互动,了解其他同业机构的定价情况,从而为自家机构调整业务策略提供有益参考。

“其创新之处在于打破了以往由机构单方定价的模式,赋予了用户更多主动权。”苏筱芮称。

也有观点认为,借呗试水“比价降利率”一事,顺应了利率市场化的发展趋势。

正如联储证券研究院研究员陈国文指出,借呗尝试“比价降利率”,主要原因应该还是出于应对行业竞争日益加深的压力,通过降低借款利率,来获取更多客户,巩固蚂蚁在消费贷款领域的领先地位。

“个人认为主要还是因为市场竞争更加激烈导致,产品本身也不是最新的产品,其他几家也有类似的产品,实际上,众多金融机构和互联网平台纷纷布局消费信贷领域,从去年开始,银行系也加入消费贷市场并将利率拉低,这对借呗等互联网消费信贷产品造成了较大的竞争压力。”博通咨询首席分析师王蓬博告诉记者。

王蓬博认为,这样做的好处在于,机构能够更快感知市场利率的变化,同时进一步吸引对利率比较敏感的用户。因此,借呗试水比价一方面也是顺应市场利率下行趋势、增加用户黏性和市场份额;另一方面,也是为了满足监管对于合理利率水平的要求。

## 吸引“摇摆用户”

针对“比价降利率”这一尝试背后的考量,记者2月18日向借呗方面求证采访,但截至发稿未获得官方回应。

有知情人士告诉记者,“比价降利率”可以理解为,在目前消费信贷行业的竞争态势下机构推出的一种运营手段,提供更优惠的价格来吸引那些“摇摆用户”。

从功能来看,借呗推出的“比价降利率”,最大的吸引点在于消费贷款定价模式的创新。对于消费者而言,若通过传统的商业银行借款,利率基本由商业银行决定,消费者议价能力较弱。但若通过“比价降利率”,则向消费者传递了能够提供最低贷款利率的信号,一定程度上提高了消费者对消费贷款利率的议价能力。

“比价降利率”并非借呗独创的新事物。实际上,在此之前,不少机构也有类似尝试,包括京东金条、度小满、招联金融等,一般不会面向全量用户,而是基于一定的风控逻辑和运营策略,圈定部分用户进行营销。

消费贷降价,对于消费者来说已不是新鲜事。

从多家提供消费贷服务的机构动作来看,如有条件、有针对性地面向特定用户群体降价,已成为各家公司唤醒沉睡群体、获取优质用户的有力手段。

不过,创新举措背后,也有隐忧需要关注。陈国文提到,通过“比价降利率”吸引更多客户的同时,仍要注重贷款人的信用风险。尽管通过低利率可留住客户,但也可能会吸引高风险用户,加大信用违约风险。

王蓬博也提到,“比价降利率”相关功能,打破了传统消费信贷产品固定利率模式,引入了市场化的比价机制,相关类似的产品确实提高了消费者在利率选择上的自主性和透明度,但也要注意,可能存在于一些用户提供虚假截图的风险。

## 如何影响消金市场

“比价降利率”这一创新,在业内人士看来,或对消费贷市场产生连锁反应。

一方面,其加剧了市场竞争,其他机构为留住客户、吸引新用户,可能会纷纷效仿,推出类似的利率优惠或调整活动,从而推动整个行业利率下行,但这也对风险控制提出了更高的要求,机构可以利用更先进的技术手段更精准地评估用户信用风险,确保在降低利率的同时,保障资金安全。

“个人认为对用户肯定是有利的,利息负担减

少的同时多出更多的选择,但对于消费金融市场来看,‘比价降利率’功能会加剧市场竞争,引发新一轮的利率调整和产品创新。”王蓬博分析。

谈及具体影响,王蓬博进一步直言,对那些利率相对较高的中小平台是一个打击,将面临用户流失风险,而且也淡化了银行等机构资金成本低的优势,也会间接促进银行优化产品性能。

苏筱芮同样称,这一功能在消费贷利率持续走低的大环境之下,能够促进利率定价更为公开、透明,为用户提供了更多选择权,同时,在大行“下沉”、消费贷利率“内卷”的行业竞争中,有可能会对一些高定价机构形成冲击。

“后续除了定价,机构也需要关注其他运营配套服务,不断提升服务质量,通过扎实的留客方式来推动消费金融业务的可持续发展。”苏筱芮说道。

陈国文则进一步称,“比价降利率”这一功能,或将进一步加剧市场马太效应,强化头部平台优势,中小金融平台若无法匹配头部平台推出的低利率产品,则可能会逐步退出市场。另外,对银行而言,也会倒逼机构进行数字化转型,优化线上信贷产品。在他看来,“比价降利率”功能在推进的同时,仍需要注重对贷款人信用风险的评估。同时,消费贷平台也可以借助其技术优势,通过简化比价流程等来优化用户体验。

据《北京商报》作者:刘四红

# 伪进口争议中的俄货店,高毛利还能撑多久?

进口巧克力、套娃、俄罗斯大列巴、泰加森林椴树蜜……俄罗斯商品凭借“异域风情”的标签迅速席卷市场,成为零售行业的一匹黑马。俄比熊、俄货集市、俄品多等多个品牌正在全国各地扩张。一股“俄罗斯商品”风席卷了中国各大城市,俄货店密集涌现,但也有些店面短暂经营后又消失。

据企查查数据显示,当前国内“俄罗斯商品”相关企业超过3500家,其中三分之二位于黑龙江省。

然而,繁荣背后暗流涌动:伪进口争议不断,产品质量参差不齐,市场监管趋严,行业洗牌已成必然。在这场开店潮中,部分商家凭借低价策略和营销噱头赚得盆满钵满,却也埋下了信任危机的种子。目前,消费者对“进口”标签的质疑日益加深,俄货店正迎来从野蛮生长到规范发展的关键转型期。

## 高毛利生意

开一家俄货店,需要多少投入?根据各大品牌加盟会的公开信息,俄货店主要门槛为加盟费、代理费、进货款、经营面积以及背后的房租水电人工等成本,后续还有约占流水2%的品牌抽成。其中加盟费、代理费部分,通常在现场签约会有优惠,实际加起来在5万元到30万元之间不等。加盟商的经营面积需在100平方米以上,再加上首批进货款等费用,开一家“俄货加盟店”,前期投入为50万元到80万元左右,与加盟零食折扣店的投入差不多。

但和零食折扣赛道做个对比,“俄货生意”的毛利率值得一提,大部分加盟商向记者表示俄货加盟店商品综合毛利最高能达到60%,最低也可达40%。

在物价方面,俄货的售价令商家赚足了利润。据多位俄罗斯自媒体博主称,商品馆内几乎每一样产品的售价都比俄罗斯高出不止一倍。在俄罗斯卖18元的罐装腌黄瓜,在中国卖到了48元;17元的巧克力小蛋糕在中国卖到了38元;在俄罗斯卖20元的普通巧克力糖果,在中国的售卖价格高达58元。记者在走访时还发现,一瓶名为“报喜鸟”牌含气的矿泉水售价高达10元。

记者以意向加盟商的身份向某俄货供应链公司负责人咨询开店流程和利润情况,其表示俄货在华的一般免关税的商品毛利率可达90%,不免关税的商品毛利率也能达到60%以上。如果进货商品中包含国产货,总体毛利率会降低。他还补充道:“正常情况下,新店开业3—4个月就能回本。”

在佛山三水某热门商圈内,有一家占地面积不到30平方米的俄罗斯商品馆。店长站在摆满紫皮巧克力糖的货架旁向记者介绍道,“目前最热销的是这款零食,大人小孩都爱吃,特别是过年前有很多人来购买,我们开店才一个月就进货了好几箱,卖出去了几千袋。”

广东多家俄货门店的员工在接受采访时表示,巧克力和饮料是热销产品。“像这种贴满外文的进口商品会让消费者感到新奇,也有一种高档感,因此很多人在逢年过节时买来送给亲朋好友。”

## 伪进口争议

然而俄货店的爆火并没有一直持续下去,在社交平台上不少俄货店被爆出“卖国产货”“收割智商税”“非法经营”。

来自俄罗斯的小红书博主“小雨的VAVA”发布了一条有关俄货商品馆的探店视频,声称“此老乡非真老乡”,在视频中,他对多种并非产自俄罗斯的食品进行打假,他表示俄罗斯并没有骆驼,也不产芒果,所以并没有驼奶和芒果汁这些产品。记者在走访多个俄货店后也发现,几乎每家门店的货架上都有这两种产品,原产国标注为俄罗斯,生产企业却是在华中国企业。

对于很多商店都摆放着的俄罗斯火腿肠,VA-VA表示这些一般都不是俄罗斯产的,俄罗斯的肉制品的出口限制较多,他在视频中尝了一口,表示其味道也与当地的火腿肠毫不相干。

在佛山三水的一家小型俄货店里,不仅有俄罗斯的产品,还有来自中国的常见饮料,记者问到为什么会出现中国的商品时,店员表示这家店的名称叫“中俄互贸商品馆”,所以中俄两国的产品都会售卖,但记者问到为何店里还有原产国来自波兰、韩国的商品时,店长却有所回避。

无独有偶,佛山南海某大型商场内的俄罗斯国家商品馆门口摆放着俄罗斯的标志物——套娃,而店里有接近四成的商品存在“挂羊头卖狗肉”的现象,不少商品的商标上的原产地写着俄罗斯,条形码的首数字是代表着俄罗斯的“46”,生产商却显示是我国的企业,其中大部分的代加工厂与原产地均来自黑龙江等东北地区。

当记者称想要对店铺运营情况进行采访时,店家表示店内不接受采访,也不允许拍照。

但也有一些俄货店选择公开坦诚地展示商品信息,广州北京路商圈的俄货集市,将所有商品的信息都标在了货架上和商标上,该店的大门旁贴着一块醒目的标志牌,上面写着“66.5%的产品来自俄罗斯,15.3%的产品来自中国,18.2%的产品来自其他国家(包含:德国、意大利、乌克兰、马来西亚等国家)”。

“消费者们其实都会看产品上标注的产地,与其隐瞒消费者,不如把产品的信息都标出来,这样也可以增强店铺信誉,我们开店以来一直就这么做。”北京路商圈某俄货店店员表示。

对于非在俄生产的进口商品,记者从部分加盟商负责人处了解到,有的俄罗斯品牌方会把工厂设立在中国边境地区如绥芬河市,引入俄式工艺、俄式配方,在国内生产“俄式风味”的产品,进行售卖。

上海申伦律师事务所律师夏海龙表示,如果这类门店是将国产或者产自其他国家的商品宣传成俄罗斯进口食品,属于虚假宣传,如果“俄罗斯”是用作对食品口味、风味、种类的修饰,应当明确说明,不能误导消费者。

## 洗牌加速

俄罗斯出口中心副总裁阿列克谢·索洛多夫表示,计划2025年在中国各地开设20多个俄罗斯产品新推广点。但业内普遍认为,会有不少俄货店面面临倒闭,那些虚假宣传、欺骗消费者的店铺将会被清扫,面临立案整改的局面。

上海市市场监管部门自2024年12月23日起,先后对47家俄罗斯商品馆进行了检查,开展了两轮集中排查整治,并对其中6家宣传为“国家馆”、

对消费者存在较大误导性的商铺立案调查。此外,广州、杭州等多地的市场监管部门也对当地的俄罗斯商品馆进行调查。

1月17日,俄罗斯驻华大使馆发微博称“俄罗斯国家馆”在中国的官方地址仅限于在俄罗斯出口中心支持下开设的场馆,分别位于上海、哈尔滨、沈阳、成都和深圳。随着中国居民对俄罗斯产品的兴趣大增,假冒伪劣俄罗斯商品的生产 and 流通也日益猖獗。对此,1月19日,俄罗斯出口中心总经理韦罗妮卡·尼基申娜在“俄罗斯制造”节庆展销会期间透露,俄中两国将严厉打击在中国境内销售的俄罗斯假冒商品。

当前俄货店的核心争议在于“伪进口”问题,例如商品原产地标注混乱、俄式工艺产品与纯正俄货混淆等,中俄联合打假行动将强化监管,倒逼商家规范标签标注,提升透明度。

俄货店将经历从野蛮生长到规范发展的转型期。其存续不仅取决于商业模式创新,更需依托中俄战略协作的深化。若能解决伪进口乱象,提升供应链韧性,并挖掘细分市场,这一业态仍有机会在进口零售领域占据一席之地,若过度依赖短期红利而忽视长期价值,则可能重演“网红店昙花一现”的结局。

俄货店初期依赖“情怀消费”和猎奇心理,但随着消费者新鲜感消退,价格虚高的短板逐渐暴露,市场将转向理性需求。未来行业将呈现“良币驱逐劣币”的趋势,中小型投机型店铺生存空间缩小,具备稳定货源和品牌授权的企业有望主导市场。

“俄货店这类门店要长久经营下去,最终还是落到品质上。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,目前开店的疯狂更像是为挣快钱的短期狂欢。对于真正有实力、诚信经营的企业来说,这轮“洗牌”无疑是一次发展机遇。而那些试图浑水摸鱼、以假乱真的商家,或将面临被市场淘汰的命运。

华南某零售行业人士也对记者表示,本质上俄货店最终是社区零售店的竞争,前期高开高打,高毛利吸引加盟商的方式存在过度扩张,目前的辐射范围和开店频率超出市场负荷范围,未来倒闭一批也将是必然。

供稿:《21世纪经济报道》作者:唐唯珂

## 声明

遗失本单位财务专用章(编码:3702020554560)一枚,声明作废。

青岛恩创建设有限公司

2025年2月20日

遗失本单位公章(编码:3702050436943)一枚,声明作废。

青岛浚海置业有限公司

2025年2月20日

遗失本单位财务专用章(编码:3702150553626)一枚,声明作废。

青岛宏达房产销售有限公司

2025年2月20日

## 债权债务核对声明

致:各债权人、债务人

因我公司(公司名称:青岛小栗寝具有限公司,统一社会信用代码:9137028274037442XW)于2025年1月10日完成了股权转让事宜,为确保公司债权债务关系的清晰、准确,现特此登报声明,请所有债权人、债务人自本声明发布之日起30日内,携带相关债权债务凭证至我公司核对账目。具体事项如下:

1.核对时间:自本声明发布之日起30日内(即从2025年2月20日至2025年3月20日)  
2.核对地点:青岛即墨市青岛服装工业园

3.联系人:孙经理,联系电话:15610538109

4.所需材料:请携带有效的债权债务凭证(如合同、协议、对账单、发票等)及相关身份证明文件。

5.特别说明:如未在规定时间内前来核对账目,我公司将视为贵方对账目无异议,后续相关事宜将按照公司现有账目记录处理。

特此声明

青岛小栗寝具有限公司

2025年2月20日

## 美好时光“纸”传祝福

新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福  
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期 (7.2*10cm)
299元/期 (7.2*3cm)	1314元/期 (14.6*6cm)
520元/期 (7.2*5cm)	1999元/期 (14.6*10cm)

祝福热线  
咨询热线 0532-83861285