

最近几年,包含“零利率、零首付、零月供”等字样的汽车广告越来越常见。也难怪,虽然年轻群体逐渐成为消费主体,但他们的消费实力还相对较弱,各大汽车厂商为了刺激他们消费而出台了种类繁多的金融产品。而随着越来越多的金融产品推出,人们的购车消费习惯也发生了改变,更多的消费者开始选择贷款购车。

贷款购车 年轻群体成消费主力

本刊 综合

贷款购车 比例三年翻一番

根据一系列针对中国贷款购车的监测数据显示,2010年至2013年期间,中国消费者贷款购车的占比由最开始的9.3%提升至17.4%,份额几乎翻了一番。

数据显示,中国消费者贷款购车比例能在短时间内出现如此大幅度增长,主要得益于目前中国汽车市场日趋明显的消费年轻化。今年,“80后”消费者贷款购车比例高达43.9%,而这一数字在2010年仅为23.5%。“80后”也正式取代“70后”成为贷款购车的主力军。同时,“90后”消费群体开始崛起,越来越多的“90后”选择贷款购车。

如果说中国汽车消费者近几年呈现出了年轻化趋势,那么汽车贷款就是加速年轻化趋势的助推剂。汽车金融产品弥补了年轻人经济实力不足的劣势,帮助他们更快地迈过汽车消费的门槛。

同时,在贷款购车的比例中,德系车以20.8%的比例排名首位,日系车和美系车分别以17.9%和17.2%位列二、三名。而对比总销量比例占市场份额超过40%的自主品牌,其贷款购车的比例仅有14%,在所有车系中居于末位。

销量排名靠前的国外品牌几乎都有自己的汽车金融公司,各式金融产品极大地拉升了消费。

而自主品牌在这方面仍处于初期阶段,部分主流自主品牌甚至没有自己的汽车金融公司。

多重因素 仍制约贷款购车

可以预见,未来中国贷款购车的比例将越来越高,但是要提升,必须先解决目前制约其发展的利率高、手续繁琐等问题。

排除消费习惯等因素而言,目前绝大多数消费者选择贷款购车的直接原因就是减轻因购车而给自己带来的经济压力。相关数据显示,在选择贷款购车的消费者中,33%是为

了降低经济压力,31.3%是为弥补购车款不足,25.7%是为了使自己手中留有更多的可支配现金。从这一系列数据也不难得出一个结论,要想提高贷款购车比例,就必须保证不能带来过重的经济压力。换言之,贷款购车的利率必须要足够低。由此也可以看出,如果贷款提供方推出超长还款期限加低利率的汽车消费金融产品,肯定会引发很多消费者的隐性购车需求,进一步提升销量。

同时,手续繁琐也是制约贷款购车的一大重要因素。一位刚全款购买新车的张女士说:“因为

钱不是很多,原本打算贷款购车的,但是发现手续很繁琐,而且周期比较长,利率也不低,最后跟家里人借了些钱买车,还是全款更方便些。”业内人士表示,相对于欧美十分健全的个人信用体制来说,中国的个人信用体制尚未成形,为了控制风险,汽车贷款从初始的审核就要提交比较繁琐的手续,这自然也就成为了消费者放弃贷款购车的主要原因。

业内人士认为,虽然汽车消费金融产品进入中国已有多年,但是受到多重因素影响,对于消费者来说仍十分陌生。“虽然未来的发展空间巨大,但是要实现汽车行业持续发展仍需要多方加大投入力度,推出更适合中国消费者的金融产品。”

该人士如是说。



传享山东 祺心夺金



广汽传祺山东区跨年现金直补团购会

快订现金:及早下订获得基础现金,越多下订再获额外现金 多订现金:越多下订共享现金越大,最高共享10万元现金

广汽传祺济宁祺祥店

4S店地址:济宁市高新区东二环与太白路交汇处南888米路西 城市展厅地址:济宁市高新区327国道与同济路交汇处南1000米路西

销售热线:0537-2080899



传祺
Trumpchi