



中国汽车 发展战略研究

中国汽车工业协会◎主编



机械工业出版社
China Machine Press

| 下 | 卷 |



中国汽车 发展战略研究

中国汽车工业协会◎主编



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国汽车发展战略研究 (全3册)/中国汽车工业协会主编. —北京:机械工业出版社, 2012. 11

ISBN 978-7-111-40313-5

I. 中… II. 中… III. 汽车工业-经济发展战略-研究-中国 IV. F426.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 264204 号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书是“中国汽车发展战略研究”项目的成果,分为上、中、下三卷。该项目由中国汽车工业协会于 2010 年发起,联合中国汽车行业排名前十的企业,通过对中国汽车行业全方位、多角度的全景式系统研究,着重阐述和分析了汽车产业对国民经济发展、日常生活、节能减排等重要因素的影响作用,提炼总结出中国汽车发展战略,从而引导我国汽车产业快速、健康、可持续地发展。

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:王金强 版式设计:刘永青

藁城市京瑞印刷有限公司印刷

2014 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

170mm×242mm·28 印张

标准书号:ISBN 978-7-111-40313-5

定 价:417.00 元 (全 3 册)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88379210 88361066

投稿热线:(010) 88379007

购书热线:(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱:hzyg@hzbook.com

“中国汽车发展战略研究”项目

发起单位

中国汽车工业协会

成员单位

上海汽车集团股份有限公司

中国第一汽车集团公司

东风汽车公司

重庆长安汽车股份有限公司

北京汽车股份有限公司

广州汽车工业集团有限公司

华晨汽车集团控股有限公司

奇瑞汽车股份有限公司

安徽江淮汽车股份有限公司

中国重型汽车集团有限公司

国机集团中国汽车零部件工业公司

领导小组

组 长：董 扬

副组长：顾翔华 李京生

成 员（按姓氏笔画排序）

毛 海 方运舟 王世平 王善坡 叶盛基 朱一平 朱华荣 李 骏
师建华 陈志鑫 严 刚 何焰辉 杜芳慈 应善强 闵新和 范 仲
姚 杰 董建平 熊传林

中国汽车发展战略研究

编 委 会

主 任

董 扬（中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长）

副主任

顾翔华（中国汽车工业协会副秘书长）

李京生（中国汽车工业协会副秘书长）

委 员（以姓氏笔画为序）

叶盛基 朱一平 师建华 姚 杰 董建平 熊传林

特邀专家

张小虞 鲁志强 陈全生

专家委员

张小虞 赵 英 冯 飞 李万里 鲁志强 陈全生 张进华 李 钢
王小明 张宝竹 陈小洪 于培伟 周放生 霍义光 陈一龙 孙 刚
沈利生 何德旭 杨丹辉 时 杰 刘 勇 阮平南

编 委

倪 全 朱盛镭 朱孔源 陈炳炎 杨 萌 王 晶 陈元智 李邵华
许海东 陈士华 晏一平 李文杰 高 珩

目 录

“中国汽车发展战略研究”项目

中国汽车发展战略研究编委会

下 卷

第 9 章 汽车金融业发展战略研究 /1147

9.1 汽车金融业概述 /1148

9.2 中国汽车金融业发展概况 /1155

9.3 国内外汽车金融的比较和借鉴 /1167

9.4 中国汽车金融发展中存在的问题和障碍 /1179

9.5 中国汽车金融的发展战略 /1184

参考文献 /1198

第 10 章 汽车产业在国民经济中的地位和作用研究 /1200

10.1 导论 /1201

10.2 汽车产业在世界经济发展中具有支柱产业的地位和作用 /1206

10.3 汽车产业在我国国民经济中处于支柱产业的地位和作用 /1233

10.4 汽车产业将继续对中国经济发展贡献显著 /1264

10.5 汽车保有量与城市空气质量的相关性分析 /1277

10.6 城市交通规划与管理是影响汽车产业发展的瓶颈之一 /1314

10.7 结论与建议 /1325

附录 10A /1328

参考文献 /1329

第 11 章 节能减排对汽车产业的影响 /1333

- 11.1 导论 /1334
- 11.2 国内外节能减排背景与现状分析 /1337
- 11.3 我国汽车产业节能减排现状分析 /1345
- 11.4 能源与环境对我国汽车产业发展的制约性分析 /1367
- 11.5 节能减排背景下我国汽车产业的发展机遇和挑战分析 /1376
- 11.6 适应节能减排的汽车产业发展战略思路 /1388
- 11.7 适应节能减排战略的汽车产业发展建议措施 /1393

第 12 章 道路交通和城市化进程对汽车产业的影响研究 /1406

- 12.1 导论 /1407
- 12.2 道路交通及城市化进程现状及问题分析 /1413
- 12.3 我国道路交通及城市化进程未来的发展趋势 /1447
- 12.4 汽车产业与道路交通及城市化进程关系分析 /1472
- 12.5 结论与建议 /1499

参考文献 /1501

第 13 章 中国汽车零部件产业发展战略研究 /1504

- 13.1 导论 /1505
- 13.2 汽车零部件产业概述 /1507
- 13.3 国际汽车零部件产业发展现状与趋势分析 /1510
- 13.4 发展环境分析 /1522
- 13.5 中国汽车零部件行业发展现状与趋势分析 /1527
- 13.6 中国汽车零部件产业 SWOT 分析 /1558
- 13.7 中国汽车零部件产业发展战略 /1563
- 13.8 行业公共服务平台发展建议 /1574

附录 13A 课题调研情况介绍 /1581

附录 13B 课题调研结果分析 /1585

参考文献 /1587

第9章

汽车金融业发展战略研究

《汽车金融业发展战略研究》课题组名单

课题牵头单位	华晨汽车集团控股有限公司
课题负责人	王世平（华晨汽车集团控股有限公司副总裁）
课题组长	李景伟（华晨汽车集团控股有限公司发展规划部部长）
	张 波（华晨汽车集团控股有限公司信息部部长）
课题组成员	史剑飞 张 亮 邱兆祥 丁建臣 邢孟杰 周青玲
课题撰稿人	张 亮 周青玲

9.1 汽车金融业概述

汽车金融是汽车产业发展到一定阶段的产物,是汽车产业和金融业互动的结果。汽车金融起源于20世纪初期,由于汽车高昂的价格,贷款风险较大,银行不愿意向汽车消费者发放贷款。为了提高消费者的购买力,增加汽车的销量,汽车制造商成立了自己的汽车金融公司向消费者提供汽车消费分期付款业务,从而翻开了汽车金融的历史篇章。它的出现引起了汽车消费方式的重大变革,使消费者能够更好的优化个人收入在不同时期的分配,在一定程度上提高了个人的生活质量。随着经济全球化和信用制度的不断完善,汽车金融业也得到了充分的发展,逐渐形成了一个完整的“融资—信贷—信用管理”的运行过程。

9.1.1 汽车金融的定义

目前汽车金融理论界对汽车金融的定义有多种解释。通过分析比较,可分为以下两种。

(1) 广义的汽车金融。广义的汽车金融是指在汽车生产、销售、使用的过程中,由金融及非金融机构向汽车的生产、流通与消费环节提供融通资金的金融服务活动,包括为最终消费者提供零售性消费贷款或融资租赁,为经销商提供批发性库存贷款,为汽车消费者提供汽车保险,为汽车服务企业提供营运资金融资等活动,是指资金从资金提供者到资金需求者的资金流通渠道。它是汽车制造业、流通业、服务维修与金融业相互结合渗透的必然结果,涉及政府有关法律、法规、政策以及金融保险等市场的相互作用,是一个复杂的交叉系统。

(2) 狭义的汽车金融。结合央行2008年颁布的《汽车金融公司管理办法》,汽车金融是指由中国境内外的金融及非金融机构向中国境内的汽车购买者及销售者提供的金融服务活动,包括向最终消费者提供购车贷款业务和汽车融资租赁业务,向汽车经销商提供采购车辆、营运设备贷款以及其他与汽车金融业务相关的金融机构股权投资业务。由于我国汽车金融还处在不断探索的初级阶段,汽车金融在一定程度上就是指汽车消费信贷。

汽车金融作为一个整体,所涉及的对象应包括融通的各个方面,即汽车金融机构(资金供应者)、汽车金融产品(资金提供的方式)、汽车金融市场(资金

提供的场所)、汽车供应者和消费者(资金需求者)。

在美国,汽车金融业务已经渗透到汽车消费的方方面面。从新车销售和租赁,到售后维修和服务,再到旧车置换新车,处处都有汽车金融的身影。不但如此,成熟发达的汽车金融产品将汽车消费的各个环节相互串联在一起,成为一个完整的产业链,为消费者从购车、用车到卖车、换车,全程提供便捷的金融一条龙服务,产生了较高的附加值。

然而在中国,当前汽车金融主要是针对汽车需求者的汽车金融支持上,即金融是如何支持消费者购买汽车以及经销商库存的。所以,目前中国汽车金融的范围主要包括为消费者提供零售性消费贷款,为经销商提供批发性库存贷款。

9.1.2 汽车金融的功能及重要性

汽车工业作为一个国家的支柱产业,不仅要消耗“上游产业”,如钢铁、橡胶、玻璃、电子、石油、化工、纺织等行业的产品,同时,也会带动道路、城建、保险、旅游、运输等“下游产业”的发展。中国汽车工业作为国民经济中的重增长产业的特征已经形成,并正在向快速成长期过渡,已成为国民经济新的增长点。同样,金融在现代经济中处于核心地位,是调节宏观经济的重要杠杆。而汽车金融又是汽车产业和金融业结合的产物,其发展不仅对汽车产业还对金融业有着极其深远的意义。

1. 汽车金融在宏观经济中的重要性

(1) 汽车金融调节供需不平衡的矛盾。供给和需求是市场经济的两个最基本的要素,它们之间的平衡有效地提高了资源配置的效率,而汽车金融在协调供需关系上起着重要的作用。由于经济和科学技术的大力发展,先进的生产技术、管理经营方法在企业中的应用,使得汽车生产厂商的生产能力不断提高,最终造成了“生产有余,卖者有货,买者无钱”的局面。为了打破这种局面,汽车金融应运而生。它的出现将一个未来潜在的客户群,然而目前尚没有支付能力的客户群,或者是即使有支付能力,却希望把资金投放到其他更能为其带来利润的项目中的客户群提前带入到汽车消费市场之中,从而有效地扩大了汽车的需求,使其在时间续起、数量上平衡,充分调整人们现实消费需求和潜在消费需求的结构性矛盾,起到了平衡供需的作用。

(2) 推动国民经济的增长。汽车消费对推动经济增长的作用相当显著。汽车金融作为专门服务于汽车消费的新兴行业,其推动国民经济的经济增长作用必须依附于所服务产业的功能释放与发挥。同时,由于其本身所具有的对第二、第三产业的高依附性决定了它对经济增长的巨大乘数效应。

1) 汽车金融有利于加大投资能力。汽车产业一直以来都是中国重点扶植的民族产业之一。然而自中国进入 WTO 后,国家对中国汽车产业的保护逐渐变弱,中国的汽车产业也不得不加入到国际竞争的行列。中国汽车产业要想立于不败之地,就必须对其进行大量的投资,这种大量的投资不仅是对汽车产业本身的投资,而且也需要对其相关的配套设施——道路交通等相关的固定资产进行投资。因为中国想要大力发展汽车业,扩大汽车消费,首先要解决的是道路交通问题。近年来,中国汽车拥有量增加的速度远远大于公路建设的速度。就深圳而言,到 2010 年上半年为止,深圳机动车数量突破了 150 万辆,加上行驶在深圳的 30 万辆外地车,造成深圳的汽车总量达到 180 万辆,而深圳现有道路约 6 000 公里。这就意味着深圳每公里道路行驶着 300 辆汽车。这一数据已超过了国际上每公里 270 辆的警戒值。^①对深圳这样一个非一级城市尚且如此,由此可见汽车车辆的上升给公路建设带来了巨大的压力。解决道路交通就显得刻不容缓。可以依靠国家的自有资金对其投资,也可以依靠国外资金。但是,汽车业和国家基础建设属于国家的重点产业,为了保证中国的自主权,就需要本国自身有较强的投资能力。中国居民“勤俭节约”的消费观念就决定了中国有较高的储蓄额。截至 2009 年 3 月,中国居民总储蓄额达到 22.5 万亿人民币。^②从这一数字可以看出,中国有足够的投资能力,问题是如何把如此高的储蓄转变成支持汽车产业及其相关的道路建设的投资,最终成为对国民经济的巨大投资能力和对国民经济支柱产业的控制能力。国外发达国家的经验表明,汽车金融的发展能够有效地分流庞大的私人储蓄,引导消费者朝着有利于国家发展的方向进行投资和消费。

2) 汽车金融通过汽车产业对汽车制造业及其他相关部门的增长起着积极的拉动作用。汽车产业一是对相关产业带动力最强的部门之一。它的一个最大的特

① 刘春林,李勇,徐文阁.深圳牌车超 150 万辆,每公里道路汽车数超标.南方都市报,2010 年 4 月 14 日.

② 新华网.2009.

点是“高价值转移性”。因为汽车产业自身的增加值率远远低于整个制造业的增加值率,即使在美国、日本等这样工业技术水平和增加值率高的发达国家,大概也有70%的产值是通过消耗其他部门产品形成的。中间投入比重较高,从一个方面反映了汽车工业对其上游产业较强的带动作用。其中汽车产业拉动作用比较大的工业部门主要是钢铁、橡胶制品、塑料、金属、玻璃、电子工业、电子机械等。

3) 汽车金融与服务业的“高度相关性”带动了第三产业的发展。这种“高度相关性”主要表现在两个方面:一是在汽车最终的产品价值中,第三产业的价值占较高的比例。在欧美发达国家,在平均购买一辆汽车的价格中,大概有40%的价格要支付给金融、保险、法律咨询、科研设计、广告公司等与汽车相关的各种服务;^①在中国除了这些费用外,还要支付消费税、养路费等额外的支出,其比例则更高。二是汽车产业的预投入对第三产业的预投入有较大的带动作用,后者占前者的比重为30%~80%。就是说,汽车工业的一定投入,可以导致主要相关服务业,如批发和零售贸易、储运、实业和商业、社会和个人服务,增加30%~80%的投入。^②在中国,汽车工业发展对公路建设、运输业、汽车维修和保养、加油站、汽车保险业、金融信贷等服务业起很大的促进作用。

(3) 解决相当部分的就业,提高整个社会的就业率。因为汽车业所涉及的行业很多,包括制造业、服务业和金融业,尤其是服务业又属于劳动密集型行业,有很强的就业安置能力。汽车金融业其本身也是服务业。而且,汽车金融所依附的汽车行业本身可以带动大量的直接就业。据统计,2008年中国汽车行业就业人数达到286.63万人,^③除了服务业的直接就业安置能力,还有制造业所创造的就业机会。汽车制造业作为国家最大的行业,由于其规模宏大,所以也具有较大的就业安置能力,就2008年1~11月,中国汽车制造业的就业人数就有68.46万人。^④除了汽车行业的直接就业,它还带动高比例的间接就业。据统计,1997年,与汽车工业相关的主要上游产业的完全就业人数为273万人,与汽车工业直接就业人数之比为1.5倍;与汽车产业相关的主要服务业的间接就业人数达到1726.5万人,与汽车工业直接就业人数之比高达9.52倍。由此可见,发展汽

①② 王再祥. 汽车金融[M]. 北京:中国金融出版社,2004:18-20.

③④ 中国汽车工业年鉴2008.

车金融对于扩大就业具有重要的作用。^①

2. 汽车金融在微观经济中的重要性

汽车金融的微观经济的重要性主要从汽车产业价值链的三大环节——汽车生产制造商、汽车经销商、和汽车消费者上体现。

(1) 对汽车制造商而言，汽车金融帮助制造商实现了规模经济，成为了收入和利润的重要来源。

1) 随着汽车行业的不断成熟，汽车制造商之间的竞争也进入了白热化，激烈的市场竞争不断地挤压汽车的销售利润空间，规模经济变得越来越重要，这就使得商家把目光瞄准了未来有潜力的消费者。汽车金融的产生极大地推动了汽车的销量。目前在全世界的汽车销售总额中，现金销售额为 30% 左右，而汽车金融服务却占了 70%。可见汽车金融对汽车销售的促进力量之大。通过汽车金融，可以将汽车销售给那些现阶段没有支付能力或不想全额付款的消费者。这样，就把未来的用户变成了现在的用户，增加了现阶段汽车的销售。再者，汽车金融也加快了汽车的折旧速度，这无疑就扩大了汽车的消费规模。用户用融资方式购买的汽车，所承担的折旧率较低，降低了消费者资金运用的机会成本。尤其是在融资租赁方式下，消费者倾向于在合同期满后再租一辆新车，而合同期限要比汽车的使用周期要短得多，这样就增加了汽车的销售。有资料显示，在成熟的汽车金融市场中，用户购车贷款渗透率达到 70%，美国更是高达 92%（见图 9-1）。

销量的增加给汽车制造商带来了规模经济效应，从而降低了生产成本。与此同时，由于汽车金融可以对用户的应收账款进行贴现，从而就分离了汽车制造和销售环节的资金，有利于企业资金运转，提高了厂商的资金使用效率。汽车制

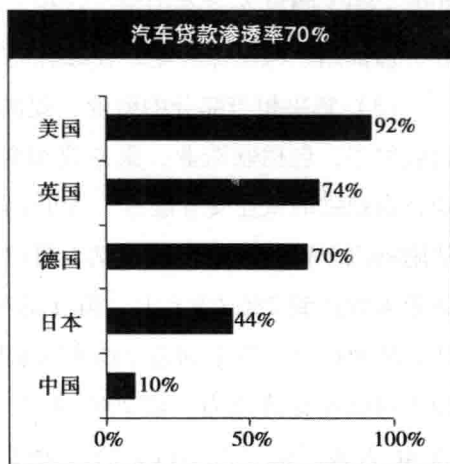


图 9-1 部分国家汽车贷款渗透率

^① 杜渐，汽车工业作为经济增长支柱产业的分析，上海情报服务平台，2004。

造商就不必受到因滞压在经销商和用户手中的资金的限制,而影响生产。有了充足的生产资金和增加的销量,汽车制造商的生产规模就可以大大增加,从而实现规模经济,降低生产成本。

2) 在发达国家,汽车金融公司的利润一般保持在30%左右,世界几大主要汽车制造企业的汽车金融公司的利润构成了这些汽车制造厂商利润的主要来源,特别是汽车产业日益成熟,竞争尤为激烈,这就造成了许多大的汽车制造厂在汽车生产这方面处于亏损的状态,支撑这些汽车制造厂商处于不败之地的正是它们的金融公司(见图9-1)。以大众集团为例,在2009年大众集团的整车业务亏损了14.23亿美元,而它的金融服务却给它带来了18.77亿美元的利润,使得大众集团整体上还是处于赢利的状态,这直接显示出了汽车金融服务对于汽车行业的重要作用。

(2) 汽车金融通过对经销商提供库存融资、营运融资、设备融资,增加了经销商的流动资金,便于经销商有更多的资金进行产品促销,扩大市场占有率,深化了汽车制造商和经销商的战略联盟关系,同时也降低了汽车经销商的资金风险。在向经销商融资的过程中,企业也可以获得更丰富的有关于经销商的信息,控制经销商整体库存水平,以便于其销售渠道的管理,从而减少库存资金的占压,提高存货周转率,最终提高经销商的利润。

(3) 汽车金融业的可持续发展能够为中国金融业带来巨大的利润。大力发展汽车消费金融,不仅有利于中国金融机构优化资产结构、增强资产流动性并降低风险,而且有利于中国金融产业扩大赢利。如果汽车销量保持在2010年的1800万辆,按照每辆车平均10万元计算,中国汽车市场的销售额至少会达到1.5亿元,即使未来5年中,中国信贷购车比例只能达到国外平均水平的一半——25%,汽车金融服务业也将有3750亿元市场容量。如果再考虑到现有旧车的更新和二手车市场,其市场容量更加惊人。而且,通过借助资本市场,对社会闲置资本和低效资本加以利用,凭借汽车金融服务公司这一平台,渗透到社会、经济的方方面面,有力地促进了金融业和汽车金融服务公司资产规模的交替膨胀。所以,汽车金融服务将会是中国金融业的一个新的利润增长点。

9.1.3 中国汽车金融业的发展空间

汽车金融是一种特定的产业金融,是社会化大生产的产物,也是汽车产业发

展到一定阶段的必然结果。随着中国经济的飞速发展,尤其是汽车产业的快速发展,中国已经从汽车金融的市场规模上满足了汽车金融业发展的需求,不仅如此,中国的经济环境和政策、制度也为汽车金融业的繁荣铺平了道路。

(1) 汽车金融市场的发展空间巨大。近几年来,中国的汽车工业发展迅速,甚至连中国自主品牌的汽车在中国市场乃至世界都具有了较强的竞争力,其规模逐渐能与合资汽车厂商抗衡。它们的出现弥补了合资品牌价格较高的不足,使得中国消费者根据自己的支付能力有更多的选择。据中国汽车工业协会统计数据,2010年中国汽车产销双双超过1 800万辆,分别是1 826.47万辆和1 806.19万辆,蝉联全球第一,同比分别增长32.44%和32.37%。2010年,各类车型全面增长,其中,乘用车产销1 389.71万辆和1 375.78万辆,同比增长33.83%和33.17%。而且,中国汽车的这种产销两旺的局面还是在中国的汽车金融产业发展不是很成熟的条件下出现的。资料显示,在成熟的汽车金融市场中,用户购车贷款覆盖率达到70%,美国更是高达90%,而中国的汽车贷款覆盖率仅仅达到10%,与发达国家的汽车金融有很大的差距,与此同时,我们也可以看到中国汽车金融的发展空间也是巨大的。^①

进入21世纪以来,中国的城乡居民收入水平也有了极大的提高,生活质量不断提高,消费结构也有了很大的变化,与之对应的是中国汽车市场旺盛而持久的购买力。从2010年来看,城乡居民的恩格尔系数分别是36.5%和41%,根据联合国对世界各国的生活水平的划分标准,这就意味着中国已经进入相对富裕的阶段。中国2010年的人均GDP已达到25 575元人民币(3 817美元)。^②西方国家经济发展的经验表明,一般当一个国家的人均GDP达到700美元,便开始进入汽车消费时代,汽车消费将成为一个新的经济增长点。中国人均GDP将近4 000美元远远超过了700美元,说明中国有足够的汽车消费能力,同时这也预示着中国居民对汽车的巨大需求。

(2) 中国居民消费观念的转变。长期以来,中国社会所奉行并信守保守的消费观使中国消费者在观念上形成了以节俭为核心的消费观正逐渐被改变。尤其是“80后”超前消费意识的崛起,他们大多都是独生子女,家庭条件优越,造成了

① 理特公司. 汽车金融: 中国汽车产业的下一个增长点 [R]. 2009.

② 中国统计年鉴 2010.

“80后”花钱没有节制，挣多少花多少，很少考虑为将来而储蓄，敢于“花明天的钱，圆今天的梦”。这种消费观念促成了中国传统的“自我积累型”向“信贷支持型”转变，为汽车金融服务的进一步开展提供了良好的机会。

(3) 中国的政策、制度也朝着鼓励汽车金融方向发展。对比近几年中国银监会发布的关于汽车金融的政策、法规来看，对中国的汽车金融态度无论从经营主体、业务范围、融资渠道等都逐步从严走向宽、从紧走向松，从抑制走向鼓励。2003年颁布的《汽车金融公司管理办法》规定，企业的融资渠道仅限于：接受境内股东单位3个月以上期限的存款、向金融机构借款，业务范围包括：提供购车贷款业务、办理汽车经销商采购车辆贷款和营运设备贷款、转让和出售汽车贷款应收款业务、为贷款购车提供担保等，同时还规定汽车金融公司不得设立分支机构和同一企业法人不得投资一个以上的汽车金融公司；而2008年的《汽车金融公司管理办法》将融资渠道扩展到接受境外股东及其所在集团在华全资子公司和境内股东3个月（含）以上定期存款、经批准，发行金融债券、从事同业拆借；在业务范围上也增加了汽车融资租赁业务、办理租赁汽车残值变卖及处理业务、从事与购车融资活动相关的咨询、代理业务。从新旧《汽车金融公司管理办法》，我们可以看出对汽车金融的政策正在朝着适应汽车金融发展需要的方向逐步放宽。

9.2 中国汽车金融业发展概况

9.2.1 中国汽车金融业发展的环境

1. 汽车金融业的宏观经济环境

汽车金融的宏观环境就是汽车金融服务所处的大环境，这个大环境直接影响着汽车金融服务的发展。宏观经济环境的变化是一把双刃剑，一方面可能给汽车金融服务带来新的市场机会；另一方面，也可能对汽车金融服务造成新的危险。

(1) 经济环境。目前，中国汽车产业正在蓬勃发展，汽车行业已经步入了快速稳定增长期。整个行业在经历了2002年的爆发，2005年的恢复性调整以后，自2006年以来已经步入一个长达5~8年（可能更长）的稳定快速增长期。近两

年,中国产销两旺,据中国汽车工业协会统计数据,2010年中国汽车产销双双超过1 800万辆,分别是1 826.47万辆和1 806.19万辆,位居全球第一,同比分别增长32.44%和32.37%。而中国在1998年,民用汽车的保有量还不足1 500万辆。如此一来,为中国汽车金融市场提供了庞大的市场需求空间。

(2) 人文、社会环境。从中国的传统观念看,“量入为出,勤俭节约”,先存钱,再消费的传统消费的观念在中国人民心中根深蒂固。再加上对未来收入预期的不确定性,让大多数人选择把钱存入银行防范未来的风险。在这种观念的影响下,普通的老百姓一时还难以接受借钱消费的超前消费观念。消费者的这种消费观念不利于汽车信贷的发展,不利于汽车金融公司的业务的发展。这就需要汽车企业和金融公司通过各种努力来改变消费者的传统消费观念,刺激信贷消费的积极性。

与发达国家近百年的汽车金融历程比,中国汽车金融才经历了10多年的时间。而且就汽车金融公司在中国的数量来看,覆盖面较窄,主要分布在北京、上海等大城市。所以,中国消费者对汽车金融并不熟悉,有的消费者虽然听说,但对汽车金融服务的具体内容却不知道。因此,有必要对中国消费者进行这方面知识的宣传,让更多的消费者了解并使用汽车金融服务。

(3) 政策环境。完善的法律制度是汽车金融公司稳定经营的重要保障,也是汽车金融机构盈利的基础。央行于1998年颁布了《汽车消费贷款管理办法》,这为中国的汽车贷款业务的发展奠定了基础。随着汽车金融业务的扩展,2003年中国出台了《汽车金融公司管理办法》,成为中国第一部规范汽车金融公司等非金融机构的法规。对汽车金融公司的设立、业务范围及法律责任都做出了明确的规定,为中国汽车金融的健康发展打下了良好的政策基础。

经过几年的发展,苛刻的准入条件和单一的业务等限制一直阻碍着中国汽车金融的快速发展,因此中国进一步放宽了汽车金融的政策环境。2008年允许汽车金融公司可以发行金融债券,2009年发布了《汽车产业调整和振兴规划》和《关于促进汽车消费的意见》,指出“促进汽车消费信贷模式的多元化,推动信贷资产证券化规范发展,支持汽车金融公司发行金融债券”、“稳步发展汽车消费贷款保证保险业务,推动保险机构与汽车消费信贷机构进一步加强合作”,这些都为汽车金融公司的进一步发展创造了更好的政策环境。尽管如此,但是由于