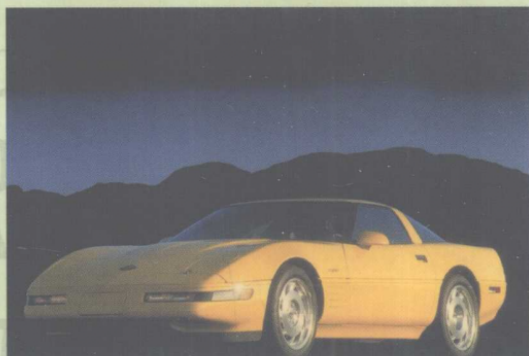


MANUAL OF AUTO CONSUMER CREDIT

中国第一本关于汽车消费信贷的实用手册



汽车消费信贷手册

顾问 于光远
主编 郭基元

中国商业出版社

责任编辑 刘树林

MANUAL OF AUTO CONSUMER CREDIT

谨以此书奉献给所有关注
汽车消费信贷的人们!

ISBN 7-5044-3984-3



9 787504 439840 >

ISBN 7-5044-3984-3

U · 20 定价: 21.80 元

汽车消费信贷手册

顾 问 于光远

主 编 郭基元

副主编 贾海茂

编 者 吴晓辉 谢 元 方仲友
曹 毅 胡丝羽

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车消费信贷手册 / 郭基元主编. — 北京: 中国商业出版社, 1999.10

ISBN 7-5044-3984-3

I. 汽… II. 郭… III. 汽车-商业信用-基本知识-中国
IV. F832.42-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 66530 号

责任编辑: 刘树林

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺 1 号)
新华书店总店北京发行所经销
北京地大彩印厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 9.375 印张 235 千字
1999 年 10 月第 1 版 1999 年 10 月第 1 次印刷

定价: 21.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

内容简介

《汽车消费信贷手册》

作为一部专用工具书，是为那些与汽车消费信贷有关的金融业、保险业、汽车生产厂家、经销商、汽车消费者等提供的操作指南和培训教材。全书由理论篇、实践篇、操作篇和经验篇四部分内容组成，并附有大量的操作性表格和国家有关消费信贷的政策性文件汇编、名词解释、主要车型介绍及有关消费信贷词语的中英文对照方面的内容。本书从汽车消费信贷的实际操作出发，突出实用性、专业性、综合性和知识性，深入浅出、通俗易懂，使读者可随时带着问题查找，立见成效。

封面设计：麦普广告

TEL：010-62027626

做好汽車消費信託是擴大
內需、繁榮市場、發展經濟
的一個有效措施

于光遠



一九九九年
十月二十日

编者的话

当前国民经济发展正面临着来自方方面面的机遇和挑战。消费信贷作为一揽子宏观政策中的重要内容之一，开始进入到中国经济生活中。然而，九八年以来刚刚进入中国的消费信贷，虽然从无到有，有了一点点探索，但因时间短暂尚不完善，尤其是由于人们对消费信贷的认知程度还比较低，人们对实施消费信贷信心不足，接受热情不高，再加之由于政策不配套而导致的手续繁杂、交易成本较高等原因，发展速度非常缓慢。

自1994年以来，北京亚飞汽车连锁总店经过艰苦创业，在组建了全国最大的汽车特许连锁经营网络的基础上，又开始实施以汽车消费信贷为主题的发展战略。1998年以来，亚飞无锡分店率先推出了卖者贷款（又称卖方信贷）业务。继此之后，1999年北京亚飞汽车连锁总店又推出了买者贷款（又称买方信贷）业务。到2000年，北京亚飞汽车连锁总店将在全国所有加盟店中全面推开消费信贷业务，这将对我国消费信贷的发展起到推波助澜的作用。

俗话说“万事开头难”，而且开好头更难，但万事总要有有人开头。亚飞人在历经了几年的艰辛努力之后，终于在理顺银行、保险、工商、公安、经销商、消费者几者关系的基础上，形成了汽车消费信贷的全新运作模式，在此将其奉献给所有对汽车消费信贷关注的人们。消费者透过这本《手册》可以全面地了解汽车消费信贷，分享消费信贷带给您的实惠和提前消费带给您其乐无穷的享受；经销商透过这本《手册》，可以把握实施汽车消费信贷的要领和操作程序，寻找促销的新的切入点；银行和保险业透过这本《手册》，可以在有序的运作中，将风险化解，实现经济效益。

《手册》作为消费信贷在中国的首编读本，其问世的意义远远超出了书中所汇编的内容，它表明中国经济的发展又向市场经济迈进了一步。

本书特聘请著名经济学家于光远为顾问，在我们编写过程中还得到了国内各界人士对本书、本企业、本人的大力支持，在此深表感谢。

郭基元

1999年10月于北京

目 录

理论篇

什么是消费信贷	(3)
消费信贷的类型	(4)
消费信贷的对象	(6)
消费信贷的形式	(6)
消费贷款与企业贷款的区别	(7)
消费信贷政策取向	(8)
推广消费信贷的意义	(12)

实践篇

消费信贷在国外	(17)
美国的消费信贷	(22)
国内消费信贷现状	(28)
如何启动消费信贷市场	(32)
消费信贷：社会各界关注的热点	(39)
汽车消费信贷——目前我国消费信贷的侧重点	(47)
消费信贷：经济增长和中国消费革命的助动器	(74)
消费信贷前景广阔	(77)

操作篇

消费信贷的抵押与担保	(85)
------------------	------

消费信贷的管理要点·····	(88)
汽车消费信贷工作各参与单位职责·····	(90)
经销商汽车消费信贷工作内设部门职责·····	(91)
经销商汽车消费信贷业务流程图·····	(92)
汽车消费信贷购车合同办理公证程序·····	(94)
办理汽车消费信贷保险及机动车辆保险的程序·····	(94)
汽车消费贷款银行审批程序·····	(96)
汽车消费信贷工作操作性文件说明·····	(97)
一、购车须知·····	(97)
二、购车常识·····	(99)
三、汽车消费信贷实际操作问答·····	(101)
四、消费信贷购车价格明细表·····	(106)
五、消费信贷购车费用明细表·····	(113)
六、汽车分期付款销售计算表·····	(119)
七、客户须提供资料明细表·····	(120)
八、客户登记表·····	(121)
九、消费信贷购车初、复审意见表·····	(121)
十、消费信贷购车申请表·····	(123)
十一、消费信贷购车资格审核调查表·····	(124)
十二、银行汽车消费贷款申请书·····	(126)
十三、车辆验收交接单·····	(128)
十四、购车合同书暨同意书、担保书·····	(128)
十五、办理经济事务公证申请表·····	(134)
十六、公证处接洽笔录·····	(134)
十七、车辆险投保单·····	(135)
十八、机动车辆分期付款售车信用保险投保单·····	(137)
十九、机动车辆分期付款售车信用保险问询表·····	(138)
二十、汽车消费信贷保险公司所需客户材料·····	(138)

二十一、汽车消费信贷银行终审所需材料	(139)
二十二、个人消费贷款保证合同	(140)
二十三、委托付款授权书	(142)
二十四、委托收款通知书	(144)
二十五、个人消费贷款借款合同	(145)
二十六、个人消费贷款审批表	(149)
二十七、使用发票须知	(150)
二十八、车辆出门证	(152)
二十九、汽车上牌流程	(152)
三十、经销商建立的客户档案文件	(153)
三十一、客户档案登记表	(155)
三十二、客户材料传递程序	(157)
三十三、分期付款售车业务细则	(160)

经验篇

北京市商业银行、北京亚飞汽车连锁总店联合开展汽车消费 贷款业务的成功探索	(169)
无锡亚飞汽车（商业大厦）连锁店汽车消费信贷成功经验	(174)
汽车消费信贷业务展示——经销商全程担保模式	(177)
机动车辆消费贷款保险从信用保险到保证保险	(183)
一种全新的银企结合消费信贷模式 ——云南汽车交易市场推出汽车分期付款购车方式	(184)
发挥公证职能作用 保证经济活动有序进行	(187)
银企合作 走向新世纪 圆您轿车梦 ——“桑塔纳汽车消费贷款”操作办法	(193)

附录一：汽车消费信贷有关文件汇编

1. 中国人民银行 银发(99)73号文件	(197)
2. 北京市商业银行汽车消费贷款试行办法	(201)
3. 中国人民保险公司 保财发(98)177号文件	(209)
4. 机动车辆消费贷款保证保险条款及实务规程	(215)
5. 机动车辆消费贷款保证保险业务经营管理暂行规定	(232)
6. 中国太平洋保险公司分期付款购车合同履行保险条款 ...	(241)
7. 中国人民保险公司机动车辆保险条款、费率解释及有关文件	(251)

附录二：贷款购车车型介绍	(268)
---------------------------	--------------

附录三：消费信贷有关词语中英文对照	(281)
--------------------------------	--------------

理 论 篇

什么是消费信贷

（一）消费信贷概念

消费信贷又称消费贷款、消费者放款，是指金融机构对消费者个人发放的用于购买耐用消费品或支付其他费用的贷款，通俗地说，就是用明天的钱来享受今天的生活。

金融机构是指以银行为代表的各种融资服务机构；消费者个人既包括以家庭为单位的消费群体又包括以个人为单位的消费主体；耐用消费品或其他费用支出是指用于购买那些具有较高价值的、不易被低价值商品所替代的、并有较充足商品供应能力和具有普及趋势的生活消费品，以及用于教育、医疗、旅游等生活消费方面的较高价值费用的支付。

总之，消费信贷必须是由金融机构为满足消费者上述方面消费需求而提供的货币贷款。

（二）消费信贷的起源

消费信贷在第二次世界大战后得到普遍推广。当时，西方国家社会生产力水平迅速提高，而消费者受收入水平的限制，消费需求增长滞后于生产的发展，生产与销售的矛盾十分突出。与此同时，银行垄断组织的信誉和实力已十分强大，需要寻找更加有效的资金运用途径，把贷款从生产领域扩大到消费领域，以增加利润收入。美国的消费信贷历史最早，1929年已达71亿美元，到1987年消费信贷的未清偿总额已达6130亿美元，58年间增长了85倍，平均每个国民使用的消费信贷额为2000多美元，几乎到了无人不负债的程度。

（三）实施消费信贷的条件

欧美国家启动消费信贷的历史表明，实施消费信贷需要具备一

定的条件：

其一，买方市场的形成，使消费品供应充足，这是实施消费信贷的物质基础和前提条件；其二，受消费收入水平的限制，消费增长速度滞后于生产增长速度，人们对未来预期消费的提前实现有一定的需求，这是实施消费信贷的必要条件；其三，金融业发展成熟，银行实力强大，信誉高，通过放款追求利息收入，实现资本生息成为金融资本发展的趋势，这是实施消费信贷的保证条件。

消费信贷的类型

消费信贷一般可以划分为三类：即分期偿还贷款、信用卡贷款及其他周转限额贷款、一次性偿还贷款。

（一）分期偿还贷款

分期偿还贷款是以分期偿还本金和利息为特征的贷款。它要求借款者（消费者个人）在贷款到期之前，分期支付本金和利息。多数情况下，消费者申请分期偿还贷款的目的主要是用于购买耐用消费品，如汽车贷款、住房贷款等。分期偿还贷款的贷款数额，一般比较小，有的也可能较大，这取决于贷款用途。如消费者用于购买飞机、轮船的贷款就有可能超过 100 万元。分期偿还贷款的期限通常是 2~5 年，并且按月偿还贷款。分期偿还贷款若是抵押贷款，一般以贷款所购耐用消费品为抵押对象。

依借款者取得贷款的途径不同，分期偿还贷款又分为直接贷款和间接贷款。直接贷款，就是借款者直接向银行申请贷款，并直接从银行取得贷款，也称买者贷款。如某人为购买汽车向银行借款时，他必须直接向银行提出借款申请，并提供支持性的个人财务资料。银行信贷员审查这些资料，据以判断是否给予贷款。与直接贷款不同，借款者还可以向零售商（汽车交易商、房地产交易商）提出借款申请，与零售商商定贷款条件，然后由零售商将已商定贷款