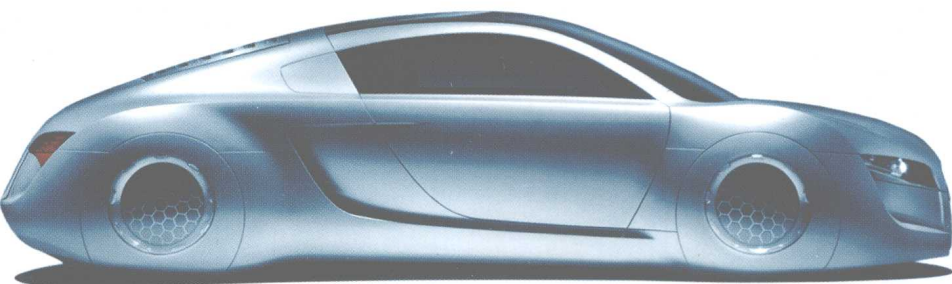
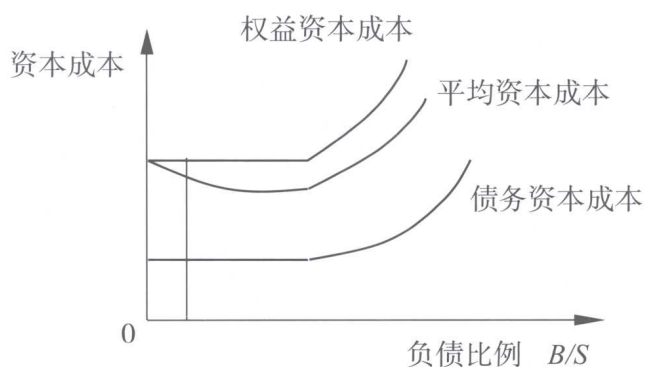


普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

汽车金融

QICHE JINRONG

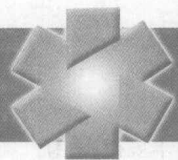
◎ 强添纲 孙凤英 主 编



QICHE FUWU GONGCHENG



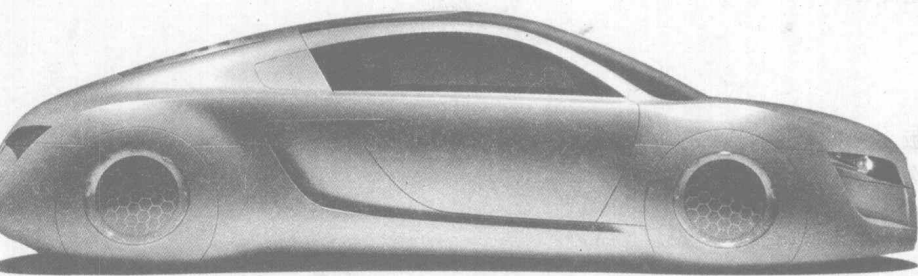
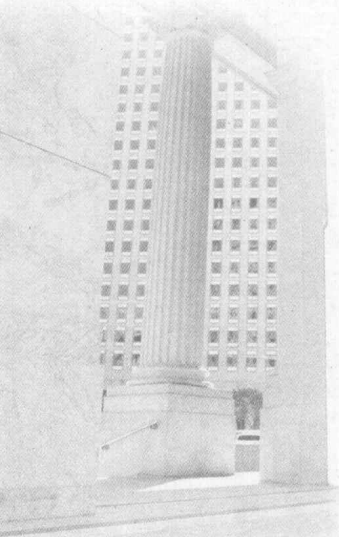
人民交通出版社
China Communications Press



普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

汽车金融

◎ 强添纲 孙凤英 主 编



人民交通出版社
China Communications Press

内 容 提 要

本书共分八章,主要阐述了汽车金融的科学含义、国内外汽车金融的发展历史和基本运作规律;系统地介绍了汽车金融公司及其融资的基本理论;详细阐述了汽车消费信贷的概念、种类、风险防范、法律实务,汽车保险与理赔;介绍了汽车文化、汽车租赁、汽车置换、汽车维护修理等其他汽车金融赢利模式。本书兼顾学术性和实用性,有较强的针对性,切合教学的实际需要和专业人才培养的需求。

本书是高等院校汽车服务工程、车辆工程、交通运输、金融与保险类专业的教材;也可作为汽车金融公司、汽车经销商、保险公司从业人员的培训用书;同时还可以作为广大汽车消费者及其他对汽车、信贷和保险感兴趣的读者了解汽车金融知识的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车金融/强添纲,孙凤英主编.—北京:人民交通出版社,2009.3

ISBN 978-7-114-07662-6

I. 汽… II. ①强… ②孙… III. 汽车—金融 IV. F830.571 F840.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第033188号

普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

书 名: 汽车金融

著 作 者: 强添纲 孙凤英

策划编辑: 智景安

文字编辑: 富砚博

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010) 59757969, 59757973

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京交通印务实业公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 9

字 数: 209千

版 次: 2009年3月第1版

印 次: 2009年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-07662-6

印 数: 0001~3000册

定 价: 18.00元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)

进入 21 世纪以来,伴随国家汽车产业发展政策的调整,我国汽车产业进入健康、持续、快速发展的轨道。在汽车工业大发展的同时,汽车消费主体日益多元化,广大消费者对高质量汽车服务的渴求日益凸显,汽车厂商围绕提升服务质量的竞争业已展开,市场竞争从产品、广告层面提升到服务层面,这些发展和变化直接催生并推进了一个新兴产业——汽车服务业的发展与壮大。

当前,我国的汽车服务业正呈现出“发展快、空间大、变化深”的特点。“发展快”是与汽车工业本身的发展和社会汽车保有量的快速增长相伴而来的。“空间大”是因为我国的汽车普及率尚不够高,每千人拥有的汽车数量还不及世界平均水平的 1/3,汽车服务市场尚有很大的发展潜力,汽车服务业将是一个比汽车工业本身更庞大的产业。“变化深”一方面是因为汽车后市场空前繁荣、蓬勃发展,大大拉长和拓宽了汽车产业链。汽车技术服务、金融服务、销售服务、物流服务、文化服务等新兴的业务领域和服务项目层出不穷;另一方面是因为汽车服务的新兴经营理念不断涌现,汽车服务的方式正在改变传统的业务分离、各自独立、效率低下的模式;向服务主体多元化、经营连锁化、运作规范化、业务集成化、品牌专业化、技术先进化、手段信息化、竞争国际化的方向发展。特别是我国加入 WTO 以后,对汽车产业相关的保护政策均已到期,汽车服务业实现全面开放,国际汽车服务商快速进入,以上变化必将进一步促进汽车服务业向纵深发展。

汽车工业和汽车服务业的发展,使得汽车厂商和服务商对高素质的汽车服务人才的需求比以往任何时候都更为迫切,汽车服务业将人才竞争视作企业竞争制胜的关键要素。在这种背景下,全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)顺应时代的呼唤,组织全国高校汽车服务工程专业的知名教授,编写了汽车服务工程专业规划教材。

本套教材总结了全国高校汽车服务工程专业的教学经验,注重以本科学生就业为导向,以培养综合能力为本位。教材内容符合汽车服务工程专业教学改革精神,适应我国汽车服务行业对高素质综合人才的需求,具有以下特点:

1. 本套教材是根据全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会审定的教

材编写大纲而编写,全面介绍了各门课程的相关理论、技术及管理知识,符合各门课程在教学计划中的地位和作用。教材取材合适,要求恰当,深度适宜,篇幅符合各类院校的要求。

2. 教材内容努力做到由浅入深、循序渐进,并处理好重点与一般的关系;符合认知规律,便于学习;条理清晰,文字规范,语言流畅,图文配合适当。

3. 教材努力贯彻理论联系实际的原则。教材在系统介绍汽车服务工程专业的科学理论与管理应用经验的同时,引用了大量国内外的最新科研成果和具有代表性的典型例证,分析了发展过程中存在的问题,教材内容具有与本学科发展相适应的科学水平。

4. 教材的知识体系完整,应用管理经验先进,逻辑推理严谨,完全可以满足汽车服务行业对综合性应用人才的培养要求。

《汽车金融》是汽车服务工程专业规划教材之一。其编写原则是:基于汽车金融对主要业务知识的需求,以培养应用型汽车金融人才为目标,坚持理论与实务并重的原则,注意反映汽车金融服务业最新研究成果和发展动向,既保证理论体系的完整性,又切合教学的实际需求。

《汽车金融》教材由东北林业大学强添纲教授和孙凤英教授担任主编。参加本教材编写工作的有:强添纲(第一章、第二章、第四章)、武慧荣(第五章)、刘庆国(第六章)、孙凤英(第七章)、王宪斌(第三章、第八章)。强添纲教授对全书进行了统稿。本书在编写过程中,参考了部分学者的研究成果和公开发表的论著,在此谨向原作者致以崇敬的谢意。

本书是高等院校汽车服务工程、车辆工程、交通运输、金融与保险类专业的教材;也可作为汽车金融公司、汽车经销商、汽车保险公司从业人员的培训用书;同时还可以作为广大汽车消费者及其他对汽车、信贷和保险感兴趣的读者了解汽车金融知识的参考书。

由于时间仓促,本套教材定有许多不足之处,敬请广大读者和同仁使用后批评指正,以便教材再版时修正。

全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)

2009年2月

常用符号

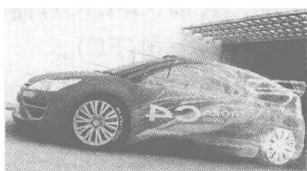
- A ——资产总额。
 B ——可转换债券的普通债券价值。
 D_1 ——下一年每股股利。
EBIT——息税前利润。
EPS——每股净收益。
 F_F ——股票的筹资费用率。
 G ——股利增长率。
 I ——利息总额。
 K_F ——普通股资金成本。
 K_S ——留存收益的成本。
 $N(d_1, d_2)$ ——标准正态分布变量的累积概率分布函数。
 n ——发行在外普通股股数。
 P ——可转换债券的票面价值。
 P_0 ——每股股票的发行价格。
 P_1 ——买入期权的价格。
 P_2 ——股票的现行的市场价格。
 PD ——优先股股息。
 R ——留存收益比例。
 R_1 ——销售净利润率。
 R_2 ——负债/股东权益。
 R_F ——无风险报酬率。
 R_i ——可转换债券的各年的利息收入。
 R_M ——平均风险必要报酬率。
 r_1 ——贴现率。
 r ——无风险利率。
 S ——销售额。
 S_0 ——基期销售额。
 ΔS ——销售额的增加量。
 T ——期权的到期日。
 t ——现在的时间。
 t_1 ——企业所得税税率。
 β ——该公司的风险系数。
 σ ——股票的价格波动率。

目 录		
	Mulu	

第一章 汽车金融概论	1
第一节 汽车产业与金融业的关系	1
第二节 汽车金融的概念、特点和作用	4
第三节 汽车金融体系	9
第四节 国内外汽车金融业的发展历史和现状	13
第二章 汽车金融公司	18
第一节 汽车金融公司定义	18
第二节 汽车金融公司与其他汽车金融服务机构的比较分析	22
第三节 汽车金融公司的赢利模式	24
第四节 汽车金融产品的开发与销售	27
第三章 汽车金融公司的融资	33
第一节 汽车金融公司的资本结构	33
第二节 债务筹资分析	37
第三节 股权筹资分析	45
第四章 汽车消费信贷	50
第一节 汽车消费信贷的概念及特点	50
第二节 国内外汽车消费信贷发展历史及现状	53
第三节 汽车消费信贷的主要方式	57
第四节 汽车消费信贷风险根源及风险降低途径	61
第五章 我国汽车消费信贷操作实务	67
第一节 以银行为主体的汽车消费信贷操作实务	67
第二节 以经销商为主体的汽车消费信贷操作实务	86
第三节 以汽车金融公司为主体的汽车消费信贷操作实务	88
第六章 汽车消费信贷法律实务	91
第一节 概述	91
第二节 汽车所有权的转移	92
第三节 汽车消费信贷的其他法律问题	96



第七章 汽车保险	101
第一节 汽车保险	101
第二节 汽车保险的承保	105
第三节 汽车保险的理赔	108
第四节 汽车保险的风险管理	114
第八章 其他汽车金融盈利模式	123
第一节 汽车文化营销	123
第二节 汽车租赁	125
第三节 汽车置换服务	129
第四节 汽车维护修理	131
参考文献	133



第一章 汽车金融概论

汽车金融学是一门介于汽车产业经济学、货币银行学、保险学和投资学等学科之间的边缘学科。它是以这些学科的基本理论和基本方法为基础,逐步独立和发展起来的,是专门研究汽车金融活动的方法和规律的科学。它的研究对象是货币资本在汽车生产、交换、消费及服务领域的配置方式与配置效率。

第一节 汽车产业与金融业的关系

汽车产业是汽车工业的升级。汽车工业的概念较为封闭和狭小,主要突出的是整车及零部件的制造环节,而“汽车产业”则把发展的内核扩展到整个汽车产业价值链,不仅包括制造环节,还涉及汽车的销售、服务等环节。金融是指货币资金的融通,包括与货币流通和信用有关的一切经济活动。金融的基本职能是为经济的运行筹集资金和分配资金,它是通过金融市场或金融中介直接或间接地将资金从供给方转移给需求方。

从产业的性质看,汽车产业价值链中的汽车制造环节属于第二产业,产业价值链中的销售、服务等环节属于第三产业。因此,汽车产业既是一个技术密集型产业,也是一个资金密集型产业。汽车产业的高技术含量和规模化生产决定了它从融资到生产、销售及售后服务,都离不开金融资本和金融服务。而金融业是服务业,属于第三产业,其经营的本质是为相关产业提供资金,并在此基础上寻求自身发展。这种产业之间的相互依赖性决定了汽车产业和金融业之间的必然联系,主要体现在以下两个方面:

一、汽车产业的发展需要金融业的支持

1. 汽车生产、销售融通资金需要金融业的支持

通过专业的金融配套服务,对各个环节提供及时周到的资金融通,可以有效地疏通汽车生产、销售、消费、服务等各个环节,从而有效地化解供求矛盾。由于现代汽车生产是规模化和大批量的流水线生产,故产能的增加是跳跃性的,而社会满足这种产能的消费需求却是渐次提升的,在市场上形成了生产有余,卖者有货,买者无钱的局面。通过金融手段可以调剂社会消费资金,使其在“时间上继起、数量上达到平衡、供给上充分”。汽车经销商可以用与汽车有关的各项汇票、本票申请票据融资,获得低成本的流动资金,还可以申请抵押贷款获得资金支持。汽车消费者可以更快、更优惠地获得购车贷款。通过金融服务消费者虽然增加了汽车消费的相关支出,但同时大大减少了一次性支出的现金流量,因此不致因汽车消费而失去资产的其他盈利机会,使汽车消费的机会成本大大下降。通用汽车为了推动其汽车的销售,克服当时银行不愿向还属于奢侈品的汽车发放消费贷款的障碍,成立了通用汽车票



据承兑公司(GMAC),而福特为了给其流水线大规模生产的汽车寻找销路,稍后也成立了福特信贷公司(FC)。

金融服务机构资金的大部分来自消费者的储蓄,它应该而且也可以在汽车的生产性信贷和汽车的消费性信贷之间作适当的分配,以调节和保证社会消费基金与社会生产基金之间的平衡。

2. 汽车产业资金使用效率的提高需要金融业的帮助

开放金融市场能有效地从社会各个角落中吸收游资和闲散资金,形成根据货币供求状况在各部门、各地区之间重新分配资金的机制。金融业提高汽车产业资金使用效率的作用,主要体现在对汽车生产制造企业、汽车经销商、汽车维修服务商、汽车消费者的作用上。

金融为汽车产业创造价值提供了强大支持。在汽车产业发展各个阶段,金融业为汽车产业注入了大量的资金,使汽车产业不断创造出真实的价值。由于汽车产业规模较大,在规模经济效应下,金融对汽车产业的支持规模逐步扩大,为汽车产业创造庞大的价值规模提供了强大的支持。从这一点上说,金融的强大供给是汽车产业蓬勃发展的关键因素。

汽车产业是一个显著体现规模化的产业,是典型的资本密集、技术密集、高投入高产出和规模经济效益递增的产业,一般具有较高的资产收益率。汽车产业对资金的需求量非常大,客观上需要自己的融资机构,因此国外的汽车金融公司发展很快。因为汽车金融公司对汽车制造商、汽车经销商和汽车消费者都是非常有利的,所以国外称品牌汽车的制造商、经销商和金融服务为紧密结合、互相促进的“铁三角”。

发展汽车金融服务可以解决汽车生产、流通和消费中的资金需求,使生产资金与销售领域的资金占用分离,使资金的投向和使用环节明朗化,有助于资金合理使用,提高资金使用效率。开展汽车融资可以减少汽车生产企业应收账款和呆账。在国外,汽车制造商将产品配送给经销商,为了避免长期占用资金,制造商一般对经销商仅有两个月的赊销期,在两个月内经销商还款是免息的。经销商为了解决采购资金不足的问题,利用汽车金融公司提现便成为有效手段:它可以利用与制造商之间的商业汇票到汽车金融公司兑换现金(当然,到银行去兑换也可以,但由于银行的审查非常严格,而汽车金融公司由于更了解各汽车经销商的信用状况,审查程序相对简便)。在这种机制下,汽车制造商由于经销商贷款的及时到位而保证了生产经营的顺利进行,双方都不需要占用很多的资金。经销商也不会因为消费者采用信贷方式购车而带来资金压力。经销商可以将消费者签署的贷款合同交给汽车金融公司,金融公司凭此合同将车款一次性打入经销商账户,消费者只要向金融公司慢慢还款就可以了。汽车金融公司在资金层面解决了制造商、经销商和消费者三者的矛盾,可谓“一手活三家”,有力地促进了汽车产业的发展。

3. 金融服务可以为汽车产业带来新的利润增长点

对汽车制造商而言,由于增加了汽车销售而增加了盈利;对经销商而言,可以从三个方面增加盈利:①汽车销售量增加带来的利润;②库存资金占用减少、周转加快而增加的盈利;③从金融机构获得的佣金收入。

通过开展汽车融资销售,汽车产品从生产环节转移到流通环节后,生产企业即可收回货款,不用考虑应收账款和呆账风险,可在新产品的研发上投入更多的精力和财力,进而提高整个汽车产业的技术水平和产品开发能力。在汽车产业进入微利时代后,与汽车有关的金融服务不单纯是促进汽车销售,它本身就是重要的盈利手段,汽车金融服务已经是汽车产业链上的重要一环。

4. 金融服务有利于汽车产业的整合

资金是重要的生产要素,在趋利性作用下资金的流动具有自发增加的倾向。这样,在整个汽车产业中,由于资金是最活跃、最有渗透力的要素,在金融市场的作用下,汽车产业能按市场规律配置资源,优势企业可在资本的支持下完成对行业的整合,如20世纪的美国在资本的作用下汽车生产企业由200家整合到主要的3家(通用、福特、克莱斯勒)。

二、金融业的发展需要在汽车产业开拓业务

汽车金融是金融业的重要组成部分,开拓汽车金融对金融繁荣与发展具有举足轻重的作用。纵观国内外汽车产业与金融业的发展历史,大体上存在这样一种趋势:什么时期一个国家或地区的汽车产业兴旺发达,这一时期的金融业必然兴旺发达,反之亦然。金融业与汽车产业是相互影响,相互促进的,汽车产业的发展对金融业的影响主要表现在:

1. 金融业的发展需要在汽车产业安排资产业务

金融业的稳步发展,需要实行多元资产战略,体现金融业经营管理的资产分散化原则的要求。通过汽车消费信贷可扭转金融业融资主体单一的局面,提高银行贷款对象素质,扩大资金供给,提高资金使用效率。金融机构提供汽车消费贷款,一是有利于以贷引存,优化存款增长;二是有利于增强银行服务功能,扩大社会影响,提高知名度和竞争力;三是有利于调整信贷结构,分散和控制贷款风险;四是有利于促进中间业务的发展,增加银行收入;五是有利于扩大消费需求,引导居民消费行为,促进消费结构的合理化。所以,金融机构有从事汽车消费信贷的积极性。目前,中国只有不到20%的汽车是通过贷款方式购买的,而在其他国家,汽车金融产品的平均市场渗透率达到了70%。据预测,到2015年,中国的汽车新增贷款额将是5000亿元左右,如果考虑到旧机动车市场,容量将会更大,故汽车金融服务将会是我国金融业的一个新的利润增长点。因此,汽车金融服务对于金融服务商是一块十分诱人的“大奶酪”。

2. 为汽车产业提供的金融服务丰富了金融产品

为汽车产业提供的金融服务已是欧美等发达国家的第二大个人金融服务项目,是一个规模大、发展成熟的产业,有着多样化的汽车金融产品。如价格浮动式汽车金融产品、投资理财式汽车金融产品、以旧换新式汽车金融产品、公务用车式汽车金融产品等。与股票、债券、银行存款等大众化的金融商品相比,汽车金融产品是一种较为复杂的金融商品,它是围绕汽车销售而展开的。随着消费者爱好的多样性和易变性的不断提高,对汽车金融产品的需求也呈多样化趋势。各金融机构为满足消费者的多样化需求,必然会想方设法开发新的汽车金融产品。因此,发展汽车金融服务业,可以大大丰富金融市场的金融产品。

3. 金融结算工具在汽车产业的流通和消费领域得到进一步应用和推广

随着汽车产业的蓬勃发展,金融业介入汽车产业领域的范围逐渐扩大,居民个人通过办理抵押贷款来购买汽车得到进一步推广。为了方便款项结算,个人采用支票和银行本票办理结算已经成为可能,为支票和银行本票的扩大应用提供了外部条件。另外,有的银行还利用信用卡办理汽车消费贷款手续,建立分期付款、分期还款的自动转账支付系统,也为信用卡的业务内容推广起到了积极作用,为银行拓展了结算服务领域。

以上分析表明,汽车产业与金融业相互融合是现代社会经济发展的必然要求,两者是一种相互促进、相互依赖、共同发展的关系。

第二节 汽车金融的概念、特点和作用

汽车金融是依托并促进汽车产业发展的金融业务。国外汽车金融发展已经有近百年的历史,其发展水平已经相当完善,汽车金融已成为位居房地产金融之后的第二大个人金融服务项目,是一个规模大、发展成熟的产业,每年的平均增长率为3%左右。目前,在全世界每年的汽车销售总额中,现金销售额在30%左右,汽车金融服务融资约占70%。当今世界,整个汽车产业的价值链已经发生了根本性的变化,金融服务成为最有价值的环节之一。未来的汽车市场将不再是单纯车型的竞争,而是围绕金融服务展开的竞争。竞争的结果将决定未来汽车市场的格局。

一、汽车金融的概念

汽车金融是在汽车的生产、销售、维修服务及消费者购买过程中,通过货币流动和信用渠道所进行的筹资、融资及相关金融服务的一系列金融活动的总称。换一句话说,汽车金融是指资金在汽车领域如何流动的。其基本任务是运用多种金融方式和金融工具筹集和融通资金,支持汽车生产、流通、维修服务和消费,促进汽车再生产过程中的资金良性循环,保障汽车再生产过程的顺利进行。它是汽车制造业、流通业、维修服务业与金融业相互结合渗透的必然结果,涉及政府法律、政策行为以及金融保险等市场的相互配合,是一个复杂的交叉子系统。

汽车金融是在汽车生产、销售、使用过程中,由金融及非金融机构向汽车生产、流通及消费环节提供的融资及其他金融服务,包括对生产商、经销商提供的短期融资、库存融资和对用户提供的消费信贷或融资租赁等,是汽车生产、流通、消费的各个环节中所涉及的资金融通的方式、路径,包括从资金供给者到资金需求者的资金流通渠道。

汽车金融的含义可以分为两个层次:第一层次是针对汽车制造商、零部件企业的传统金融业务。如各类长、短期贷款、委托贷款、银行承兑汇票融资贴现、保函、保理业务等金融产品,为汽车整车及零部件生产企业进行项目融资和营运资金融通等服务;以及由保险公司提供财产险、机器损坏险、产品责任险、运输险等保险服务。第二个层次是针对流通和消费环节提供的金融服务,主要是汽车消费信贷、融资租赁、经销商库存融资、营运设备融资等零售业务。

汽车金融作为一个完整的整体,其资金融通应是一个全方位的资金融通过程,作为汽车金融领域的资金需求者,既应该有汽车需求者,也应该有汽车供应者;作为资金供应者,既应该有银行等金融机构,也应该有资本市场上的广大投资者,还应该由汽车投资基金等新的资金来源。

汽车金融服务主要是在汽车的生产、流通、购买与维修服务等消费环节中融通资金的金融活动,包括资金筹集、信贷运用、抵押贴现、证券发行和交易,以及相关保险、投资活动,具有资金量大、周转期长、资金运动相对稳定和价值增值性等特点。汽车金融服务机构包括商业银行、信贷联盟、信托公司等金融机构,也包括汽车金融服务公司等非金融机构等。汽车金融服务模式包括分期付款销售方式、融资租赁方式、汽车销售融资公司的再融资方式、信托租赁方式等几种主要的形式。

二、汽车金融的特点

从以上对汽车金融的概念介绍可以看出,汽车金融有别于我国传统意义上的汽车消费信贷,它包含了汽车消费信贷,含义更为广泛。它为消费者提供全方位的服务,一方面大大分散了银行对汽车消费信贷的风险;另一方面提供汽车金融服务的组织可以从中获得良好的收益,消费者本身也享受到了全面周到的服务。汽车金融具有以下几个突出特点:

1. 促进汽车销售

在欧美发展成熟的汽车金融市场中,汽车金融服务公司成为汽车金融服务的主角,并且和母公司利益密切相关。典型的汽车金融服务公司是附属于汽车制造商的,与其母公司利益息息相关。因此,能够保证汽车金融服务公司对汽车产业连续、稳定的支持。汽车产业是典型的资金密集型规模产业,当大量投资形成大批量生产能力时,必须通过强有力的金融服务才能形成相应速度的需求增长。同时,汽车产业又是一个受经济周期影响很大的行业,在经济不景气时,由于缺乏直接的利益关联,银行为了减少风险,很可能收缩在这一领域的金融服务。而作为汽车制造商附属的汽车金融公司,最主要的目的是帮助母公司销售汽车,在经济不景气时,不但不会减少汽车金融服务,相反,可能会推出显然是亏损的零利率汽车贷款,以换来汽车销售的增长。

2. 存在规模效益

汽车产业规模越大,所取得的经济利润也越大。目前,随着汽车市场竞争程度的加剧,汽车产业的利润越来越向服务领域转移。2001年全球汽车商(含生产、销售、服务)实现的总利润大约为8000亿美元,其中一半的利润来自与汽车服务有关的市场,这远远高于汽车工业本身的销售利润,汽车服务市场被经济学家们称为汽车产业链上最大的利润“奶酪”。当年,通用和福特的汽车信贷公司,仅汽车金融服务带来的利润就占据这两大集团全部利润的36%,由此可见一斑。汽车产业是典型的资金密集型规模经济行业,当大量投资转化为大批量生产能力时,必须通过强有力的金融服务才能形成相应需求增长速度,否则生产能力的闲置将导致大量的投资浪费,制约汽车工业的发展。然而,金融服务属于典型的零售金融业务,必须有一定的客户规模才能盈利。所以,不仅汽车产业的发展必须以连续稳定的市场需求、一定的规模作保证,相应的金融服务也要有一定的规模,这样,才能产生规模效益,实现预期的目标。

3. 服务内容多样化

广义的汽车金融服务机构不仅覆盖了汽车售前、售中、售后的全过程,并延伸到汽车消费的相关领域。汽车金融服务机构除了提供汽车金融贷款外,还包括提供融资租赁、购车储蓄、汽车消费保险、信用卡等服务。相比之下,银行的服务比较单一,仅局限于汽车金融贷款,而购买汽车是一次性的行为,但汽车消费属于经常性行为。汽车金融服务机构将服务延伸到消费领域,既增加了金融服务的收益,又有利于经常监控客户风险。通用汽车金融公司的核心业务是购车贷款,这一业务侧重于为通过通用汽车特许经销商出售的汽车提供服务。公司向通用汽车经销商们提供他们所需的资金,用以维持一定的汽车库存,并且提供给零售客户多种多样的方式,方便客户购买或租赁各类新、旧汽车。

4. 经营管理专业化

在风险控制方面,专业汽车金融服务机构能够根据汽车消费特点,开发出专门的风险评估模型、抵押登记管理系统、催收系统及不良债权处理系统等。在业务营运方面,汽车金融

服务机构对金融产品设计开发、销售和售后服务等,都有一套标准化的操作系统。汽车金融公司作为附属于汽车制造企业的专业化服务公司,可以通过汽车制造商和经销商的营销网络,与客户进行接触和沟通,提供量体裁衣式的专业化服务。汽车产品非常复杂,售前、售中、售后都需要专业的服务,如产品咨询、签订购车合同、办理登记手续、零部件供应、维护修理、保修、索赔、新车抵押等,汽车金融公司可以克服银行由于不熟悉这些业务,而带来的种种缺陷。这种独立的、标准化的金融服务,不仅大大节省了交易费用,而且大幅提高了交易效率,从而获得了规模经济效益,同时给消费者带来了便利。

5. 资金来源多样化

汽车金融服务机构的发起设立方式,决定了其资金的来源。除银行以外,目前西方国家的政府规定,汽车金融服务机构不能吸收社会公众的存款,其资金来源除资本金和正常利润留存外,主要依靠资本市场和银行信贷。但是“依附型”汽车金融服务公司,还有可能从母公司那里获得资金的融通与支持。一般来讲,较小的汽车金融服务公司除资本金外,融资方式主要为银行信贷和其他金融财务公司借款。大型汽车金融服务公司由于有较高的信用评级,资产规模较大,资本运作的能力和手段的优势较多,还可以通过投资银行或者自己发行商业票据、债券融资,以及将汽车信贷资产证券化来获取资金。

三、汽车金融的作用

汽车金融的主要职能是为汽车生产、流通和消费等环节筹集和分配资金,同时,提供有关汽车项目资金结算、咨询、项目评估、汽车租赁和代理保险等中介服务,具体来说汽车金融具有以下几方面的作用。

1. 调节国民经济运行中三大矛盾

市场经济是发达的商品经济。在市场经济条件下,汽车金融在经济运行中起着十分重要的作用,同其他消费信用一道,越来越被作为刺激消费和固定资产加速折旧,调节经济运行中供需不平衡矛盾,保持经济平稳运行的手段。具体来讲,它是通过调节汽车工业生产与汽车消费矛盾来实现上述作用的。

1) 调节汽车生产与消费的矛盾

汽车金融的产生和发展,是同调节生产与消费矛盾的实际需要分不开的。由于社会生产力的发展,加速了生产社会化和消费社会化。在产品结构变化中,价值高的汽车等家庭耐用消费品生产的发展,引起电子工业、材料工业的发展并带动整个产业结构和技术结构体系的变革。这种变革,强烈地刺激着人们的现实消费需求和潜在消费需求。正如马克思所说:“以提高和发展生产力为基础来生产剩余价值,要求生产出新的消费;要求在流通内部扩大消费范围。”然而,社会满足这种汽车消费需求的能力却是十分有限,在市场上形成了生产有余,卖者有货,买者无钱的局面。如何调剂社会消费资金,使其在“时间上继起、数量上平衡、供给上充分”,就成为汽车金融的基本职能。

2) 调节汽车产业资金周转的矛盾

从信用关系本身来说,作为在汽车消费领域发挥职能作用的汽车金融,同汽车生产和汽车流通领域中的信用关系,有同步发展的客观要求,这是商品货币关系内在矛盾发展的必然趋势。汽车金融的兴起,是汽车工业为了自身的发展,要求信用工具不仅在生产流通领域中发挥作用,而且要在消费领域中发挥作用的体现;同时也是工商信贷的发展,刺激了汽车生产的扩张,扩大了这些产品在流通中的规模,加速了工商资金周转的表现;也是解决由于受



到现金交易方式限制,生产、流通和消费资金之间的周转速度相脱节问题的有力措施;还是保持社会生产和再生产的诸环节不仅在实物形态上,而且在价值形态上的协调平衡发展的必然要求。

3) 调节汽车消费信贷需求和储蓄供给的矛盾

从汽车金融自身运转和循环来看,汽车金融的信贷(需求)和储蓄(供给)之间存在内在的互相转化的必然性。汽车金融服务机构资金的大部分来自消费者的储蓄,同样,它应该而且也可以在汽车的生产性信贷和汽车的消费性信贷之间作适当的分配,以调节和保证社会消费基金与社会生产基金之间的平衡。如果信用资金全部用于汽车生产信贷,即生产性信贷,而不适用于汽车消费信贷,实际上就抑制了汽车的消费,不利于消费的增长,也最终不利于汽车生产的发展。正是因为有了汽车金融服务这个工具,满足了消费者用未来的支付能力提前购买汽车这种价值大的耐用消费品,实现了信贷(需求)和储蓄(供给)之间的互相转化。

2. 推动汽车产业和其他相关产业的协调发展

汽车金融服务作为金融部门专门服务于汽车消费,是有着特殊指向性的新兴行业,其对国民经济的拉动作用,必须依附于所服务产业的功能释放与发挥。由于汽车产业具有“中间投入比重大、价值转移比重大、投资量大、规模经济要求高、与国民经济的很多部门联系密切”等特点,决定了汽车产业的发展既依赖于很多产业部门,又对国民经济的发展具有很大的带动作用。汽车金融对国民经济的巨大带动作用就是通过汽车产业对相关产业的带动作用体现出来的。其具体表现是:

1) 汽车金融对汽车工业有“高价值转移性”,对制造业和其他部门实现其带动功能

汽车工业对其他产业有较高的依赖性,能对其他产业产生“高价值转移”。由于自身的增加值率远远低于整个制造业的增加值率,约70%的产值是通过消耗其他部门产品形成的。美国和日本汽车工业的增加值率不足30%,德国和法国汽车工业的增加值率也只有30%左右。而这些国家中其他制造业部门的增加值率一般为40%~50%。也就是说发达国家汽车工业对主要相关工业投入的拉动作用约为一倍,而法国的数字还达到1.5倍左右。汽车工业拉动作用较大的工业部门主要是钢铁、电子、机械、塑料、橡胶制品、有色金属、纺织服装、制革玻璃、化学工业、电力工业等,其中需求比重最大的是前6类工业。中国汽车工业的增加值率相对较低,1997年为22%,2004年为23%,这样中间投入的比重更高,约有两倍多的工业增加值,对上游产业产生的需求更大。这些上游产业主要是林业、金属采选冶炼加工业、纺织业、皮革制品业、石油加工业、化学制造业、橡胶塑料制品业、机械制造业、电子电气通信设备、仪器仪表等。其中汽车工业直接需求最大的主要是机械制造业、黑色金属冶炼加工业和橡胶制品业三个行业。

2) 汽车金融对汽车产业有“高度关联和带动性”,带动第三产业的发展

国民经济中的第三产业和作为第二产业的汽车制造业的“高度关联性”体现在两方面:一是在汽车产品的最终价值分配中,第三产业占有较高的比例。欧美发达国家平均购买一辆汽车的价格中,大概有40%左右要支付给金融、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业。30%左右的价值才是归属材料、机械等其他与汽车产业有关的制造业;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,后者占前者的比重约为30%~80%。也就是说,汽车工业的一定投入,可以导致主要相关服务业增加30%~80%的投入。这里的主要相关服务业包括批发和零售贸易、储运、商业服务、社会和个人服务等。汽车金融利用这种“高度关联特性”,一方面以其自身的发展直接推动第三产业的发

展,另一方面以汽车工业为媒介,通过“价值转移”、“引导投资”和“投资倍增效应”等方式,又间接对第三产业的发展提供有力的支持。

3) 汽车金融对就业有“高安置性”,对扩大劳动力就业发挥积极作用

汽车金融所惠及的相关服务部门一般具有很强的直接就业安置能力,如汽车修理、运输业、销售、管理部门、研究咨询以及汽车使用部门等,基本都属于劳动密集型行业,具有较强的就业吸纳功能。主要汽车生产国和消费国的数据表明,汽车服务业的就业人数自 20 世纪 80 年代以来大幅度增长,就业比重明显提高。汽车服务业与汽车制造业的就业比例,1994 年美国达到 1.01,日本为 0.71,德国为 0.66,法国为 0.43。韩国 1980 年为 0.63,到 1992 年上升到 1.46,其中汽车服务业的就业占总就业的比重由 0.25 上升到 0.49。

以上国家汽车服务业的就业数据,是从投入产出角度计算的,只涉及与汽车产业密切相关的服务部门,而没有包括全部的服务部门的就业数据,如道路建设、政府机关等。根据德国汽车工业协会的计算,1997 年德国汽车产业的总就业人数达到 500 万人,其中汽车销售、服务等就业为 335 万人,汽车服务业的就业人数为汽车工业直接就业人数的 6.5 倍。中国在 1997 年汽车服务业的就业人数达到 1726.5 万人,与汽车工业直接就业人数之比高达 9.52 倍。所以,发展汽车金融服务能够较快地增加就业岗位,有利于劳动力的安置与转移。

汽车金融还通过推动汽车制造业发展,创造间接就业机会。虽然汽车制造部门的就业吸纳能力没有汽车服务业强,但它也是第二产业部门在安置就业方面较多的行业。1997 年德国汽车产业 500 万总就业人口中,汽车工业的直接就业人数为 67 万人,配套工业行业的间接就业人数为 98 万人。中国 1997 年与汽车工业相关的主要上游产业的全部就业人数为 273 万人,与汽车工业直接就业人数之比为 1.5 倍。通过上述数据可以看到,发展汽车金融对于扩大就业具有重要的现实意义。

3. 促进微观经济的发展

汽车金融对微观经济的作用,主要体现在对汽车生产制造企业、汽车经销商、汽车消费者和汽车金融服务市场的作用上。对制造商而言,汽车金融是实现生产和销售资金分离的主要途径;对经销商而言,汽车金融则是现代汽车销售体系中一个不可缺少的基本手段;对汽车营运机构而言,汽车金融是其扩大经营的有力依托;对消费者而言汽车金融是汽车消费的理想方式。其具体作用如下:

1) 汽车金融对汽车厂商可以起到维护销售体系、整合销售策略、提供市场信息的作用

对汽车制造企业来讲,企业要实现生产和销售资金的相互分离,必须有汽车金融和汽车金融服务公司。没有汽车金融,生产资金将被固定于经销商的库存和客户的应收账款之中,导致销售数量越多,生产资金越发枯竭。有了汽车金融服务,就会大大改善生产企业和经销商的资金运用状况,提高资金使用效率。

2) 汽车金融对汽车经销商可以起到提供存货融资、营运资金融资、设备融资的作用

对于汽车销售商来讲,只有借助于汽车金融和汽车金融服务公司,才能实现批发和零售资金的相互分离。批发资金是用于经销商库存周转的短期资金,零售资金是用于客户融资的中长期资金,两者性质不同。通过对经销商的库存融资和对客户的消费信贷,可以促进汽车销售过程中批发资金和零售资金的相互分离,从而便于进行资金管理和风险控制,提高资金收益率。同时,汽车金融还有利于汽车生产制造企业和汽车销售企业开辟多种融资渠道,如商业信用、金融授信,即通过专门的金融机构(汽车金融服务公司)向社会筹集资金用于汽车金融服务,直接融资和间接融资等。

3)汽车金融对于汽车用户可以起到提供消费信贷、租赁融资、维修融资、保险等业务

高折旧率是汽车消费的一个重要特点,如果以全款购车,不仅要承担投资回报率大于贷款利率的损失,而且要承担高折旧率的损失。因此,对消费者而言,汽车信贷不仅是解决支付能力不足的问题,更重要的是降低消费者资金运用的机会成本。正因如此,发达国家通常以金融方式消费汽车,并且金融消费中融资租赁的比重一般较高。而伴随汽车生产技术的发展,汽车的重置价值不断降低,进一步加速了汽车的折旧过程。这样,汽车消费的高折旧特点无疑大大拓展了对相关金融服务的市场需求。

4)汽车金融的发展能够完善个人金融服务体系

以信用经济为特征的市场经济,拥有高度发达的金融服务体系。在这个金融服务体系中,个人金融服务和公司与法人金融服务共同构成了其基本组成部分。个人金融服务是指专门为个人提供融资、信用贷款、投资理财等服务的金融业务,包括房地产金融、汽车金融、教育金融等。个人金融在整个金融服务体系中越来越重要,处于一个新兴发展的时期。汽车金融服务在个人金融中占有重要的地位,目前是仅次于房地产金融的一项金融服务。市场经济在为汽车金融服务发展提出要求的同时,也为汽车金融服务的发展造就必备的条件,表现为市场经济所创造出的巨大的国民财富和迅速增加的国民收入,为汽车金融服务的发展提供了坚实的物质基础和良好稳定环境,从而促进了汽车金融规模的扩大和品种的多样化。市场经济的完善法律和消费信用制度,保障了汽车金融服务交易双方的正当权益,促进了汽车金融服务的健康发展。在市场经济条件下,消费者的信用消费信心增强,对未来预期消费的提前实现有较大的需求,也有利于汽车金融服务的发展。

总之,汽车金融服务提高了汽车生产、服务、消费行业的资金使用效率,增强了金融服务的优势。

第三节 汽车金融体系

一、汽车金融市场体系

在现代经济社会中,汽车产业广泛而活跃的融资活动,必须通过金融市场才能进行汽车生产和消费所需资金的筹集与融通。汽车金融市场,是指围绕汽车行业需要的一系列金融服务而形成的投融资关系。汽车金融市场是金融市场在汽车生产、流通、维修服务和消费领域的子市场和细分化市场。

1. 汽车金融市场的构成要素

汽车金融市场由下列三个基本要素组成。

1)融资主体——资金的供给者及需求者

资金供给者及需求者即为汽车金融市场上资金商品的买卖双方,是汽车金融市场最为基本的要素,包括家庭和企业。个人和家庭通过参加汽车存款或者购买汽车金融市场上的有价证券而成为汽车金融市场的资金供给者,或者为购买、修理汽车向汽车金融机构申请贷款而成为资金的需求者。同时,企业将生产经营过程中暂闲置的资金存入汽车金融机构或购买各种汽车消费有价证券从而成为资金的供给者,为了汽车的生产、销售、售后服务向银行申请贷款以及在金融市场上发行债券而成为资金的需求者。

2)融资中介