



新思维经济人丛书

# 消费信贷 运作指南

XIAOFEI XINDAI YUNZUO ZHINAN

主编 于 璐 詹 蕾 ● 四川大学出版社



## 前 言

中国经济已经基本实现了由卖方市场到买方市场的过渡,有效需求不足成为中国经济的焦点问题,在此背景下,消费信贷作为一种崭新的消费方式和信贷渠道,引起了政府、银行、企业和居民个人的多方关注。但是,消费信贷在中国毕竟刚刚起步,人们特别是广大消费者对于其运作过程、操作方式以及相关理论的认识都还相当模糊,从而使消费信贷的全面推行遇到一定障碍。本书正是立足于使消费信贷能够得到广泛接受和普遍认同这一基本思路,特为广大消费者以及从事消费信贷工作的人员而编著的一本具有一定特色的运作指南。

本书从分析消费信贷的起源及若干基本理论开始,在归纳和总结发达国家消费信贷先进经验的基础上,着重介绍了当前中国消费信贷业务的几种主要形式,包括:个人住房贷款、汽车消费贷款、个人耐用消费品贷款、个人助学贷款、个人住房装修贷款等,并对其具体操作过程及相关注意事项进行了重点分析,最后在提出完善各项保障措施的基础上,规划出消费信贷的发展前

景。

全书共七章,其中:第一、四章由于璐、张宏执笔;第二、六章由肖丕楚执笔;第三章由刘志慧执笔;第五、七章由詹蕾执笔。全书写作大纲由于璐、詹蕾总体设计,共同讨论而成,并由于璐、詹蕾负责全书的统纂、修改和定稿。本书在写作过程中得到了四川大学经济学院朱方明教授的关心和帮助,并提出了宝贵的写作意见,我们在此表示衷心感谢。

由于作者水平有限,加之时间紧迫,书中的疏漏乃至错误在所难免,恳请广大读者批评指正,并致谢忱。

作 者

2000年7月15日

# 目 录

第1章 旋风刮起来：消费信贷的兴起·····	(1)
1.1 过剩经济条件下消费需求的新特点·····	(2)
1.2 消费信贷是传统消费观念的大突破·····	(10)
第2章 指点迷津：消费信贷的庐山真面目·····	(14)
2.1 消费信贷的内涵·····	(14)
2.1.1 消费信贷的基本要素·····	(15)
2.1.2 提高对消费信贷的认识·····	(19)
2.2 消费信贷的分类及特征·····	(24)
2.2.1 按贷款用途对消费信贷进行分类·····	(24)
2.2.2 按信用方式和信用工具对消费信贷进行 分类·····	(30)
2.2.3 按提供贷款期限的长短对消费信贷进行 分类·····	(33)
2.3 消费信贷的主体·····	(35)
2.3.1 建立完善的个人信用制度·····	(37)
2.3.2 消费信贷的主体分析·····	(41)
2.4 消费信贷与生产信贷·····	(43)
2.4.1 生产信贷：商品消费的源泉·····	(44)
2.4.2 消费信贷：商品生产的推进器·····	(46)
2.4.3 消费信贷和生产信贷：鱼和熊掌的关系·····	(48)

第3章 购房梦圆：个人住房贷款	(50)
3.1 个人住房贷款概述	(51)
3.1.1 个人住房贷款诞生的背景	(51)
3.1.2 个人住房贷款的涵义	(56)
3.1.3 个人住房贷款的对象及申请条件	(57)
3.1.4 个人住房贷款的种类	(58)
3.1.5 个人住房贷款的额度、期限与利率	(65)
3.1.6 怎样申请个人住房贷款	(66)
3.1.7 怎样偿还个人住房贷款	(69)
3.1.8 借款合同的变更	(74)
3.1.9 借款合同违约情况的处置	(76)
3.2 个人住房贷款发展的新趋势	(79)
3.2.1 当前个人住房贷款的不足之处	(79)
3.2.2 加快住房抵押贷款证券化的进程	(87)
3.2.3 发展组合贷款的前景	(96)
3.2.4 保险业涉足住房消费信贷的可行性	(103)
3.2.5 住房抵押贷款还贷新思路	(113)
3.3 组合贷款案例分析	(115)
3.4 住房贷款：消费信贷之首选	(126)
第4章 众望所归：发展消费信贷的多种选择	(129)
4.1 汽车消费贷款	(129)
4.1.1 汽车消费贷款产生的背景	(129)
4.1.2 什么是汽车消费贷款	(131)
4.1.3 申请汽车消费贷款的条件	(133)
4.1.4 汽车消费贷款的额度、期限与利率	(134)
4.1.5 申请汽车消费贷款的程序	(136)

- 
- 4.1.6 汽车消费贷款的担保方式 ..... (140)
  - 4.1.7 怎样偿还汽车消费贷款 ..... (145)
  - 4.1.8 汽车消费贷款的违约处理 ..... (147)
  - 4.1.9 汽车消费贷款发展前景展望 ..... (149)
  - 4.2 个人耐用消费品贷款 ..... (152)
    - 4.2.1 个人耐用消费品贷款产生的背景 ..... (152)
    - 4.2.2 什么是个人耐用消费品贷款 ..... (154)
    - 4.2.3 申请个人耐用消费品贷款的条件 ..... (155)
    - 4.2.4 个人耐用消费品贷款的额度、期限与利率.....  
..... (156)
    - 4.2.5 申请个人耐用消费品贷款的程序 ..... (157)
    - 4.2.6 个人耐用消费品贷款的担保方式 ..... (159)
    - 4.2.7 怎样偿还个人耐用消费品贷款 ..... (162)
    - 4.2.8 个人耐用消费品贷款的违约与纠纷处理 ... (166)
    - 4.2.9 个人耐用消费品贷款发展前景展望 ..... (168)
  - 4.3 个人助学贷款 ..... (172)
    - 4.3.1 个人助学贷款产生的背景 ..... (172)
    - 4.3.2 什么是个人助学贷款 ..... (175)
    - 4.3.3 申请个人助学贷款的条件 ..... (177)
    - 4.3.4 个人助学贷款的额度、期限与利率 ..... (179)
    - 4.3.5 申请个人助学贷款的程序 ..... (180)
    - 4.3.6 个人助学贷款的担保方式 ..... (184)
    - 4.3.7 怎样偿还个人助学贷款 ..... (185)
    - 4.3.8 个人助学贷款的违约与纠纷处理 ..... (187)
    - 4.3.9 个人助学贷款发展前景展望 ..... (189)
  - 4.4 个人住房装修贷款 ..... (192)

4.4.1	个人住房装修贷款产生的背景	(192)
4.4.2	什么是个人住房装修贷款	(193)
4.4.3	申请个人住房装修贷款的条件	(194)
4.4.4	个人住房装修贷款的额度、期限 与利率	(194)
4.4.5	申请个人住房装修贷款的程序	(195)
4.4.6	个人住房装修贷款的担保方式	(197)
4.4.7	怎样偿还个人住房装修贷款	(199)
4.4.8	个人住房装修贷款的违约与纠纷处理	(201)
4.4.9	个人住房装修贷款发展前景展望	(203)
4.5	汽车消费贷款案例	(204)
4.6	个人耐用消费品贷款案例	(208)
<b>第5章</b>	<b>多轮驱动：全面推进消费信贷的发展</b>	<b>(212)</b>
5.1	发展消费信贷的基础条件	(213)
5.2	实施消费信贷的重点选择	(223)
5.3	鼓励消费信贷的政策措施	(230)
5.4	消费信贷发展的制度保障	(234)
5.5	推进消费信贷的配套改革	(239)
<b>第6章</b>	<b>他山之石：发达国家发展消费信贷的经验</b>	<b>(243)</b>
6.1	美国的模式：全面优异	(243)
6.2	欧洲的经验：突出重点	(254)
6.3	日本及亚洲“四小龙”的启示	(260)
<b>第7章</b>	<b>敢问路在何方：消费信贷的展望</b>	<b>(266)</b>
7.1	今天，羞答答的玫瑰静悄悄地开	(267)
7.2	消费信贷，我们准备好了！	(271)
7.3	消费信贷，我们准备好了吗？	(277)

---

7.4 明天, 止渴何须再望梅 .....	(286)
-----------------------	-------

**附录**

附录 1. 《中国人民银行关于开展个人消费信贷的 指导意见》 .....	(293)
附录 2. 《中国建设银行个人耐用消费品贷款 申请书》 .....	(297)
附录 3. 《中国建设银行汽车消费贷款申请书 (自然人)》 .....	(300)
附录 4. 《中国建设银行汽车消费贷款申请书 (法人)》 .....	(301)
附录 5. 《中国建设银行个人助学贷款申请书》 .....	(302)
附录 6. 《中国建设银行个人住房装修贷款 申请书》 .....	(303)
附录 7. 《中国建设银行个人消费借款合同》 .....	(304)
附录 8. 《中国建设银行(个人消费借款) 抵押合同》 .....	(315)
附录 9. 《中国建设银行(个人消费借款) 质押合同》 .....	(322)
附录 10. 《中国建设银行(个人消费借款) 保证合同》 .....	(329)
附录 11. 《汽车消费借款合同》 .....	(334)
附录 12. 《中国人民银行助学贷款管理办法》 .....	(341)



# 第 1 章

## 旋风刮起来： 消费信贷的兴起

改革开放以前，在当时特定历史时期下，我国采取了粗放式的经济增长方式，片面追求经济发展的高速度，把产值、产量的增长作为经济增长的首要任务，一味地追求高积累，却忽视了广大人民的消费水平的提高。那时，不仅人们的收入水平很低，而且生活质量也不高，经济生活中种种短缺和不便现象十分严重。

改革开放后，国家大力发展生产力，重视人民生活的改善，不仅市场上的商品日渐增加、种类繁多，而且城乡居民收入水平也大幅度提高。消费者在经历了长期的消费压抑和物质匮乏之后，眼界大开，消费需求急剧扩张，从而形成了大规模的排浪式的集中消费热潮，使得市场上商品普遍供不应求，我国仍处在短缺经济时代。

但是，进入 20 世纪 90 年代以后，随着我国经济持续、稳定、高速的增长，企业的生产规模的不断扩张和生产能力的迅速提高，以及经济体制逐步由计划经济向市场经济的转变和经

济增长方式由粗放型向集约型的转变，我国已成为一个工业经济大国，市场上的商品日渐丰富并逐步呈现了供大于求的特征。据内贸部信息中心统计，1999年上半年市场上605种主要商品中，供过于求的多达437种，比1998年下半年又增加了38.4%，今后还将有继续扩大的趋势。另外，除工业品供过于求的比重继续增加外，农副土特产品和农业生产资料供过于求的比重也有所上升，买方市场的特征愈发明显。可以说，目前绝大多数消费品已由卖方市场向买方市场转变，从而使我国国民经济运行也发生了历史性的巨大转折——从以前的短缺经济时代完全转向了消费产品严重过剩时期。在这个过剩经济时代，我国的消费需求也呈现出同以往完全不同的特征。

## 1.1 过剩经济条件下消费需求的新特点

### 1. 有效需求不足已成为当前消费需求的主要特征

进入90年代，虽然我国经济增长速度一直保持在比较高的水平，企业的生产能力不断增强，人们的生活质量和生活水平不断提高，但是城镇居民的边际消费倾向仍在不断地降低，边际储蓄倾向仍在不断地升高。据测算，城镇居民的短期边际消费倾向由80年代的0.885下降到90年代的0.795，长期边际消费倾向由0.9812下降到目前的0.8548；相反其短期边际储蓄倾向则由80年代的0.115上升到90年代的0.205，长期边际储蓄倾向由0.0188上升到0.1452。所以说，虽然我国城乡居民的储蓄存款从1978年到1998年以年均35%的速

度递增，但是同期社会消费品零售总额年均增长不到20%，若扣除物价因素，实际平均增长更是不到10%。即使1996年以来，中央银行连续7次降息，1999年又恢复对储蓄存款征收利息税，仍没有引起居民储蓄的减少和消费的增长。2000年第一季度的统计资料也显示，在国民经济增长速度达到8.1%的基础上，社会消费零售总额仍只同比增长了10.4%。

与此同时，工商企业的存货却在不断地累积：“八五”时期，工业产成品库存量每年以30%的幅度在增长，超过同期工业生产增长幅度至少10个百分点。其中，1995年工业产成品库存量竟然猛增了约40%，4倍于国民生产总值的增速。“九五”期间，全国乡以上的工业企业、商业、乡镇及合资企业库存产成品总值竟已超过3万亿元。与此相适应，全国有相当一部分产业生产能力严重过剩，如棉纺、毛纺生产能力闲置1/3，彩电生产能力过剩1/2，电冰箱、洗衣机生产能力闲置1/3，自行车、手表、酿造、制革、造纸等传统行业剩余生产能力都在40%以上，空调器、影碟机的生产能力过剩竟高达60%。随着这些产业生产能力的大量过剩，市场价格持续走低，1997年9月以来商品零售物价已呈连续负增长，通货紧缩已开始出现，买方市场的特征愈加明显。

按理说，买方市场的到来应该是我国市场经济开始走向成熟的标志之一，当一个国家国民经济总量达到一定水平之后，买方市场就成为经济运行的常态。在这种买方市场下，市场需求减弱，经济增长速度放慢，是价值规律作用的客观现象，但是我国买方市场出现的时机比较特殊，所引起的消费需求不足也有其特殊原因，即现阶段影响居民消费需求的除了居民收入增幅下降，预期消费支出增加，传统的消费习惯难以改变等需

求方面的因素外，还有供给方面的原因。正是短缺经济条件下重复建设、盲目生产、粗放经营，才导致许多企业生产出的产品质量差、技术含量低，不能提供适销对路的产品，才导致供给结构与需求结构脱节，造成产品供过于求，最终导致有效需求严重不足。

## 2. 消费结构发生了巨大的变化，但消费结构的进一步升级也遇到了一定的困难

居民的消费结构是指居民的各类消费支出在消费支出总额中所占的比重及相互关系。一般说来，居民的消费结构是随着经济发展而不断变化的，其变动的一般规律就是从生存需要到发展需要再到享受需要。

进入 90 年代以来，随着人民生活水平的提高，消费结构发生了明显的变化，即：一方面城市居民消费从基本的吃、穿、用转向以居住条件改善、通讯和交通为主要内容的住、行类消费；另一方面从简单的商品性消费转向了包括各种服务在内的复杂性的商品消费，如餐饮、医疗保健、教育、娱乐、旅游、家庭服务等；再一方面从大量的普遍性的商品消费转向了注重选择、追求时尚的个性化消费，商品的质量、品牌、款式、包装和售后服务越来越受到重视，质量意识、品牌意识不断增强。总之，居民的消费已经开始从低层次的生存需要向高层次的发展需要、享受需要转变。

随着消费结构的变化，我国的恩格尔系数<sup>①</sup>也在逐渐地降低，目前已降至45.5%，有的比较发达的沿海城市的恩格尔系数已接近西方发达国家的30%。

但是，从目前的情况来看，尽管我国居民消费结构有了很大改变，但消费结构的进一步升级将会遇到一定的困难，与小康型的消费结构仍有一定的差异。

例如，我国居民用于食品支出的比重仍然偏高，用于其他支出，如房屋、教育、文化、旅游、娱乐、健康保健、交通等支出的比重仍然偏低。据国外专家测算，当一个国家的恩格尔系数在40%~50%之间时，住房消费应占家庭全部消费支出的15%左右才是比较合理的消费结构，而我国目前这个数字仅为3%。可见我国居民的消费结构虽然发生了很大的变化，但是消费内容明显单一，消费领域仍较狭窄。

又如，我国产业结构与消费结构的发展出现断层与结构性错位，给消费结构的进一步升级造成了很大的困难。根据经济规律，消费结构形成需求结构，需求结构的变化刺激产业结构升级。所以说，随着人们收入的不断提高，消费结构中先是需要温饱，从而促进粮食加工工业和纺织业的发展；然后是需要居住环境的改善，从而刺激住宅业的发展；接着需要生活方便，从而刺激一些耐用消费品工业的发展；再后是追求生活的享受，从而刺激服务业的发展……一直按照这个规律发展下去，使人们生活水平不断提高，国民经济也不断向前发展。但

---

<sup>①</sup> 食物支出在消费者总支出中所占的比重，是根据恩格尔定律得出的相对数，故名恩格尔系数，其数值一般在0与1之间。它是反映消费者收入水平或一国富裕程度的一个重要指标。系数越高，消费者个人收入越低或一国越穷。反之，系数越低，则消费者个人收入越高或一国越富裕。联合国依据恩格尔系数划分贫困与富裕的档次是：系数在59%以上者为绝对贫困；50%~59%为勉强度日，40%~49%为小康；30%~39%为富裕，30%以下为最富裕。

是，目前我国产业结构与消费结构的发展并没有按照这个规律进行变动，而是发生了断档或错位。如一方面某些产业、行业，像纺织、轻工、家用电器等大多数工业生产部门出现生产过剩，产品大量积压，开工不足；而另一方面某些产业、行业的供给却又相对不足，像电子信息产业、高附加值的高新技术产业、高效生态农业等，这些都造成了消费结构升级的困难。

### 3. 城乡二元消费结构仍然存在，高低收入者消费差距、城乡消费差距进一步扩大

90年代以来，虽然城乡居民生活均有不同程度的改变，但是由于传统的二元经济结构造成城乡经济发展不平衡，从而导致城乡消费水平的巨大差异。1998年全国农民人均纯收入2246元，城镇居民为5560元，是农民的2.5倍。从社会消费品零售总额来看，占总人口70%多的农村社会消费品零售总额仅占30%。从城乡储蓄来看，城镇比例高达82%，城乡储蓄比也逐年拉大，差距极为悬殊。从消费结构看，城镇恩格尔系数已降至46.6%，居民生活水平基本达到小康水平；而农村恩格尔系数从1985年到1998年基本在56.33%~58.8%之间徘徊，居高不下，尚处在温饱阶段，从而限制了农村购买力的转移和提高，致使大量消费品过剩。从耐用消费品百户拥有量上看，城镇家电产品已趋于饱和，普遍进入更新换代时期；而农村耐用消费品拥有量则很低，1997年底农村每百户彩电、冰箱、洗衣机的平均拥有量分别只有27.32台、8.94台、21.87台，尚不及城市80年代中期水平。从当前的经济形势来看，今后城乡居民收入差距有进一步扩大的趋势。

从城镇内部来看，随着各项改革的推进以及收入分配政策的调整，居民收入差距也将明显扩大。据统计，1989年我国

城镇居民中最富有的 1/5 家庭的收入占全部收入的 29.38%，最贫困的 1/5 家庭的收入占全部收入的 11.65%；到了 1994 年前者的比重达到 44.96%，后者的比重则降至 6.04%，贫富差距大幅度拉大。目前，我国城镇居民人均生活费收入在 5 000 元以下的占 70%，这种收入分配模式中的巨大断层造成了购买力的悬殊，直接导致了消费断层。

#### 4. 消费需求不断分化，多层次格局日益明显

由于城市和农村内部居民收入水平差距拉大和买方市场的出现，又由于消费领域内出现了不同收入层次和不同文化背景的消费条件各异的消费群体，使居民的消费需求不断分化，80 年代形成的排浪式热点消费也难复存在，代之而起的是消费的分散化、层次化、多元化，从而形成了新的消费格局，出现了高、中、低三个档次的消费群体。部分高收入者以其高层次消费领导着社会消费的趋势，中等收入者是消费的主力军，而低收入者则正处在基本消费需求尚待满足的阶段。

具体来看，高收入群体中，住房、汽车消费支出占其收入的主要部分，他们追求的是宽敞、明亮、舒适的居住环境，追求的是快节奏的现代生活，因此住房、汽车消费的升温带动了建材、建筑、家具、室内装饰、机械装备制造、维修、交通、通讯、旅游等相关产业的大发展。中等收入群体中，其家用电器如电视机、冰箱、洗衣机等进入更新换代周期，同时空调器、微波炉、家庭影院等家电产品及电脑、手机等信息类、通信类产品的普及率上升，他们的消费支出多半集中在这些方面。低收入群体中大部分还处于温饱阶段，生活比较困难，消费支出也只能集中在吃、穿、用等方面的支出上，由于购买力

的限制而难以向其他消费品转移。

正是因为我国消费品市场逐步完成从卖方市场向买方市场的转变，国民经济从原来的产品短缺经济时代进入了产品过剩经济时期，因此，扩大内需已成为当前宏观经济调控的主要任务之一，更成为我国经济发展的基本立足点和长期战略选择。

扩大内需，可以从扩大投资需求和扩大消费需求两方面入手。然而，从1998年起虽然政府通过积极的货币政策和财政政策有效地扩张了投资需求，但并没有引起消费需求的扩张（据统计仅拉动消费增长6%，消费品市场依然偏淡），投资需求拉动消费需求的传导机制受到了阻碍。这是由于政府推出的诸多改革措施，改变了消费者的收入预期和支出预期，从而使消费倾向明显减弱。根据投资乘数原理<sup>①</sup>，政府增加支出是通过乘数效应来达到对国民经济的刺激作用的，乘数大小和边际消费倾向有关，边际消费倾向越大，则乘数就越大，反之则越小。现在的问题是，当前居民边际消费倾向持续下降，使得投资乘数作用持续减弱。可见，扩张投资需求对刺激消费需求的作用有限，为进一步扩大内需，还有赖于刺激消费需求。

其实，从社会再生产的周期来看，投资需求只是中间需求，消费需求才是最终需求。只有消费才是社会再生产的终点和新的起点。在社会总需求结构中，最终消费一般占到60%以上，是三大需求中份额最大的部分，它对经济增长的贡献率也最高，只有消费需求才是经济增长真正的和持久的推动力量。据统计，日本居民消费对国民经济增长的贡献率达66.4%，韩国为64.8%，美国为68%，而我国仅为50%。因

---

<sup>①</sup> 投资乘数原理：投资增减引起国民收入增减并不是等额的，而是倍数地起作用。



此，要保证经济增长的有效性、稳定性和持久性，必须启动消费需求，扩大消费需求。

而消费需求的有效扩张在一定程度上要借助国家消费政策的支持，即通过制定消费价格政策、消费信贷政策和消费税收政策，来影响消费经济环境，调节消费市场，进而影响生产者和消费者的消费。其中，消费信贷是与商品经济较发达的阶段相关的。近代商品和近代消费制度发展的实践证明：在社会经济发展到一定阶段，政府可以通过消费信贷引导消费者的支出取向，有意识地加速或延缓消费的社会实现。当社会处在一种生产过剩或需求相对不足时，可以通过消费信贷这一有效途径来加速消费的社会实现。而消费信贷应用的基本条件：买方市场的形成，经济环境较为宽松，经济运行处于常规状态，社会总供给与总需求在结构上相适应，在总量上供给略大于需求，我国目前的情况基本符合这种条件。因为经过80年代的高速增长和90年代的积累准备，我国人均GNP<sup>①</sup>已突破1000美元，居民的消费结构正处在升级阶段。但是由于缺乏必要的信贷支持，居民消费完全建立在自我积累的基础上，消费者在实现购买前的储蓄时间过长，从而出现生产能力与消费能力之间的巨大差距，造成产品大量积压和生产能力过剩，导致社会再生产循环不畅，经济发展受阻。因此，当前如何采取合理的消费政策尤其是消费信贷政策，对突破居民消费结构升级的“瓶颈”就显得尤为重要。据测算，如果政府通过发展消费信贷，把消费信贷占消费的比重提高到10%，就可以推动经济增长4个百分点。针对我国当前的消费结构状况以及当前消费

<sup>①</sup> GNP为国民生产总值的英文缩写，即Gross National Product。国民生产总值是指在一定时期内（一般为一年），全部由本国拥有的生产要素产出的最终产品和劳务的市场价值，GNP=GDP（国内生产总值）+国外净要素收入。