

高等院校“十一五”规划教材·汽车类



汽车金融服务

马 钧 倪明辉 何 瑛 徐雯霞 主编

QICHEJINRONGFUWU



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

0.571
-2

高等院校“十一五”规划教材·汽车类

汽车金融服务

马 钧 倪明辉 主编
何 瑛 徐雯霞

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书共分七章,主要阐述了汽车金融服务的科学含义、历史演进和在国内外的发展现状及其发展趋势,详细阐述了汽车消费信贷的概念、种类、程序和风险防范,汽车保险的概念、种类、金额、期限、费用和业务流程,汽车置换的概念、程序和发展方向,二手车的评估和交易管理,汽车租赁的概念和租赁企业的营销管理等。本书兼顾学术性和实用性,通过具体丰富的实例剖析,形成有一定建树的理论体系,能切合教学的实际需要和专业人才培养的需求。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

汽车金融服务 / 马钧等主编. —北京:北京理工大学出版社, 2007. 8
ISBN 978 - 7 - 5640 - 1254 - 0

I. 汽… II. 马… III. 汽车 - 消费信用 - 高等学校 - 教材
IV. F830.571

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 063479 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京国马印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 17.25

字 数 / 400 千字

版 次 / 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 4000 册

定 价 / 30.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 李绍英

图书出现印装质量问题,本社负责调换

编写委员会

编委会主任：王耀斌（吉林大学）

编委会副主任：上官文斌（华南理工大学）

马 钧（同济大学）

刘玉梅（吉林大学）

齐晓杰（黑龙江工程学院）

编委（排名不分先后）：

边明远（清华大学）

徐雯霞（同济大学）

何 瑛（同济大学）

胡 宁（上海工程技术大学）

金海松（上海工程技术大学）

宋年秀（青岛理工大学）

刘瑞昌（青岛理工大学）

陈 勇（辽宁工业大学）

杨守丽（辽宁工业大学）

王海林（华南农业大学）

朱 刚（华南理工大学）

丁问司（华南理工大学）

王 春（广州大学）

赵福堂（北京理工大学）

谭德荣（山东理工大学）

曲金玉（山东理工大学）

韩加蓬（山东理工大学）

齐晓杰（黑龙江工程学院）

于春鹏（黑龙江工程学院）

倪明辉（黑龙江工程学院）

张 蕾（天津工程师范学院）

董恩国（天津工程师范学院）

迟瑞娟（中国农业大学）

庞昌乐（中国农业大学）

李真芳（中国农业大学）

李淑艳（中国农业大学）

陈 理（中国农业大学）

韩同群（湖北汽车工业学院）

陈立辉（河北师范大学）

征小梅（重庆工学院）

范钦满（淮阴工学院）

高爱云（河南科技大学）

出版说明

近几年，我国的汽车生产量和销售量迅速增大，全国汽车保有量大幅度上升，世界各知名汽车企业纷纷进入国内汽车市场，促进了国内汽车技术的发展。汽车保有量的急剧增加和汽车技术的不断更新，使得汽车运用与维修行业的车源、车种、服务对象以及维修作业形式都已发生了新的变化，以致技能型、运用型人才非常紧缺。

本套教材针对汽车专业学生教学特点的变化和新形势下教材的编写要求，面向高等院校（应用型），以服务市场为基础，以提高能力为本位，注重培养学生的综合能力，同时合理控制理论知识，丰富实例，力求突出应用型学科教材的实用性、操作性特色。

本套教材可供开设有汽车运用工程、汽车服务工程、汽车交通与运输、汽车维修等汽车相关专业的高等院校使用，也可作为成人高等教育、汽车技术培训等相关课程的培训教材。

本套教材经编委会相关老师评审，做了适当的修改，内容更具体、更实用，特推荐出版。但限于水平和经验，本套图书难免存在不足之处，敬请广大同行和读者批评指正。

丛书编委会

前言

金融行业在经济发展中的重要作用毋庸置疑，而汽车产业则多是发达国家或发展中国家的支柱产业。将汽车产业和金融结合起来，在宏观和微观上都有其重要的意义。在欧美等发达国家，汽车金融服务经过近百年的发展，目前已经成为继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，在中国则是方兴未艾，为了更好地适应国内汽车金融专业人才培养的迫切需求，我们编写出版了《汽车金融服务》这样一本帮助读者学习掌握汽车金融服务相关知识和实践技能的实用书籍。

本书融入了编者教学的实践经验和科研成果，同时研读大量相关书籍，广泛借鉴最新成果，不断探索编写出来的。内容体系更加完善，结构更为优化，力求体现理论与实践并重，注重反映汽车金融服务业最新研究成果和发展动向，每章附有案例和思考题，系统性强，能切合教学的实际需求。适用于高等院校汽车服务及汽车制造相关专业（方向）。同时也是广大汽车服务及制造相关行业从业人员的学习用书，具有推广价值。

本书由马钧、倪明辉、何瑛和徐雯霞共同主编，撰写过程中援引了部分学者的研究成果和公开发表的典型广告案例，所引部分均在书末附了参考文献，在此谨向原作者致以深深的谢意。

由于作者水平有限，时间紧迫，疏漏和不妥之处在所难免，希望读者批评指正。

编者

目 录

第一章 汽车金融服务概述	(1)
第一节 汽车金融服务的基本概念	(1)
第二节 汽车金融服务的主要机构和特点	(3)
第三节 汽车金融服务的作用和意义	(6)
第四节 汽车金融服务的历史	(11)
思考题	(17)
第二章 汽车金融服务发展现状	(18)
第一节 国外汽车金融服务发展现状	(18)
第二节 中国汽车金融服务发展现状	(25)
第三节 国内外汽车金融服务的差距	(29)
第四节 我国汽车金融服务发展中存在的问题	(32)
思考题	(37)
第三章 汽车消费信贷	(39)
第一节 汽车消费信贷的概念	(39)
第二节 汽车消费信贷的种类	(40)
第三节 汽车消费信贷的程序	(44)
第四节 我国汽车消费信贷发展中的主要问题	(53)
第五节 汽车消费信贷的风险防范	(57)
思考题	(65)
第四章 汽车保险服务	(66)
第一节 概述	(66)
第二节 汽车保险的种类	(71)
第三节 我国汽车保险的金额、期限和费用	(77)
第四节 汽车保险的业务流程	(81)
第五节 汽车保险的理赔	(88)
第六节 汽车消费贷款保证保险	(107)
思考题	(120)
第五章 汽车置换	(121)
第一节 汽车置换概述	(121)

第二节 二手车鉴定估价的基本方法	(137)
第三节 汽车置换的程序	(160)
第四节 二手车交易的管理	(176)
第五节 我国汽车置换发展方向	(186)
思考题	(188)
 第六章 汽车租赁	(189)
第一节 概述	(189)
第二节 汽车租赁企业的运营管理实务	(194)
第三节 汽车租赁企业的营销管理	(210)
思考题	(222)
 第七章 汽车金融发展趋势	(223)
第一节 国际汽车金融的发展趋势	(223)
第二节 我国汽车金融的发展趋势	(225)
第三节 加快推进我国汽车金融服务产业发展	(234)
思考题	(242)
 附录 汽车消费信贷操作性文件举例及说明	(243)
 参考文献	(265)

第一章

汽车金融服务概述

第一节 汽车金融服务的基本概念

汽车金融服务是在汽车的生产、流通与消费环节中融通资金的金融活动，主要包括资金筹集、信贷运用、抵押贴现、证券发行与交易以及相关保险、投资活动，它是汽车业与金融业相互渗透的必然结果。在当今世界，发展汽车金融服务业已经成为主流趋势。近年来，汽车产业已经成为我国经济增长的支柱性产业之一。金融作为现代经济的核心，必然成为支持汽车产业发展的重要力量，同时，汽车产业的发展也对金融业提出了新的要求。

对于汽车金融服务的定义，尚未形成统一的观点。目前主要存在以下几种定义。

(1) 美国联邦储备委员会对汽车金融公司的间接定义。

美国联邦储备委员会将汽车金融服务公司划入金融服务体系的范畴，它是从金融服务公司业务及资产组成的角度对汽车金融服务公司进行间接定义，定义为“任何一个公司（不包括银行、信用联合体、储蓄和贷款协会、合作银行及储蓄银行），如果其资产中所占比重的大部分由以下一种或多种类型的应收款组成，如销售服务应收款、家庭或个人的私人现金贷款、中短期商业信用（包括租赁）、房地产二次抵押贷款等，则该公司就称为金融服务（财务）公司”。

(2) 美国消费者银行家协会的定义。

美国消费者银行家协会（CBA, Consumer Banker Association）对汽车金融服务公司的定义是：汽车金融服务公司以个人、公司、政府和其他消费群体为对象，以其获取未来收益的能力和历史信用为依据，通过提供利率市场化的各类金融融资和金融产品以及相应的服务，实现对交通工具的购买和使用（详见 www.cbnet.org）。

该定义对汽车金融服务的对象进行了扩展，其服务对象包括个人、公司、政府和其他消费群体，强调服务对象的未来收益能力和历史信用。

(3) 福特信贷的定义。

全球汽车融资行业的领头羊福特汽车信贷公司对汽车金融的具体定义是：以专业化和资源化满足客户和经销商的需要，为经销商和客户提供金融产品和服务，包括为新车、旧车和租赁车辆提供融资以及提供批售融资、抵押融资、营运资金融资、汽车保险、库存融资保险等保险服务，同时围绕汽车销售提供金融投资服务（详见 www.ford.com.cn）。

(4) 中国银监会的定义。

中国银监会对汽车金融公司的定义是：汽车金融公司是指依据《中华人民共和国公司法》等相关法律和本办法（即《汽车金融公司管理办法》）的规定设立的，为中国境内的汽车购买者提供贷款并从事相关金融业务的非金融机构，包括中资、中外合资和外资独资的汽车金融机构。

(5) 中国首位以汽车金融工程为研究方向的博士学位获得者王再祥博士对汽车金融服务的定义。

王再祥博士在《汽车金融服务》一书中对汽车金融服务的定义是：汽车金融服务是在汽车的生产、流通与消费环节中融通资金的金融服务活动，包括为最终用户提供零售性的消费贷款或融资租赁，为经销商提供批发性的库存贷款，为各类汽车用户提供汽车保险，为汽车服务企业提供营运资金融资等活动。它具有资金量大、周转期长、资金运动相对稳定和价值增值等特点，是汽车制造业、流通业、服务维修业与金融业相互结合渗透的必然结果，并与政府有关法律、法规、政策，与金融保险等市场相互配合，是一个复杂的大系统。

(6) 王再祥博士在《汽车金融及其产业化》一文中，从汽车金融业发展的角度提出的定义。

汽车金融应该有大、中、小三个范畴。小的概念就是消费信贷，是市场开发初期，针对消费能力不足的促进方法，从目前国内政策看主要集中在这一块，国外也是由此起步。中的概念是上游向汽车产业的延伸，市场大了，消费能力增强以后，产能跟不上消费的增长时，社会资金从销售目的出发向生产厂商提供中长期融资。这标志着金融资本与产业资本的融合，不再是原来的直接从资本市场融资，而是通过消费领域以产业化金融资本来解决融资问题。而最高层次的概念是汽车产业的金融化。任何一个产业都是从实体化起步然后向资本化发展，最后实现金融化。上市就是资本化，但不够，还要全面金融化，金融产品证券化使长期投资变为可流动性，具有及时变现的能力，这才是推动整个产业的原动力。从规模、速度和操作可行性方面来看，最适合也最有永续动力的市场就是汽车消费市场。

(7) 贾新光在《国外汽车流通趋势分析及对中国的启示》中的定义。

“汽车金融服务机构对汽车消费提供贷款服务不同于一般的贷款业务，它可以在为消费者提供融资途径的同时，也为整个汽车产业各个环节服务。”他进一步指出：汽车金融服务第一位的任务并不是自身赚钱，而是促进母公司汽车产品的销售。汽车制造商最关心的是汽车产品的交换价值。汽车从工厂到销售商、再从销售商到消费者，这一过程耗费时间越短，就意味着占压在存货和应收款上的资金回流到生产商的速度越快，从而能更快地进行汽车再生产。汽车消费贷款无疑可以促进汽车消费，提高资金周转率，而且汽车金融机构还可以为汽车生产、经营活动提供资金融通。

从以上论述可以看出，每个组织机构对汽车金融服务的具体定义有所不同。如美国消费者协会的定义将汽车金融服务的对象进行了扩展；福特信贷的定义更加具有专业针对性，提出了其具体的服务内容；中国银监会的定义最具有操作指导性；王再祥博士的定义更具有理论性；而贾新光是从汽车金融机构的定位来看待。但是，他们对汽车金融服务的定义具有共性，汽车金融服务是指金融机构依托于汽车产业，并为汽车产业发展所提供的全方位的金融支持，既包括汽车消费信贷业务，也涵盖了从汽车生产、流通、消费、维护、回收等所有环节的全方位、多样化的金融服务。

第二节 汽车金融服务的主要机构和特点

一、开展汽车金融业务的主要机构

从国外从事汽车金融服务的机构来看,服务提供方主要的类型有商业银行、汽车金融服务公司、信托公司、信贷联盟、保险公司等。社会征信体系为金融服务的顺利开展提供了安全保障。

1. 商业银行

作为金融体系最重要的组成部分,商业银行在汽车金融领域扮演了重要的角色。其作用表现在:一方面是直接参与汽车信贷业务,为个人消费者或汽车厂商、汽车销售商提供融资需求;另一方面是为其他的汽车金融机构提供资金上的支持,比如汽车金融公司在自身资金周转不利的情况下可以向商业银行金融资金拆借等。20世纪60年代中期,美国商业银行提供了56%的汽车贷款,1998年年底美国商业银行的这一比例有所下降,但仍然高达35%。而在新加坡,由于新旧汽车的售价差别太大,加上政府对汽车使用年限的严格管制,新加坡商业银行则较少直接涉足汽车贷款,通常是通过向金融公司或从事汽车贷款业务的其他信贷公司提供贷款的方式间接参与汽车贷款。

随着汽车金融公司等专业性汽车金融服务公司的发展,商业银行在汽车金融服务领域的地位有所下降,但是仍然是一个重要的市场参与主体。目前,商业银行提供的汽车消费信贷服务,也是我国汽车金融服务的主要形式。

2. 汽车金融服务公司

汽车金融服务公司是办理汽车金融业务的企业,通常隶属于汽车销售的母公司,向母公司经销商及其下属零售商的库存产品提供贷款服务,并允许其经销商向消费者提供多种选择的贷款或租赁服务。设立汽车金融服务公司是推动母公司汽车销售的一种手段,由于它们与汽车制造商、经销商关系密切,具有成熟运作的经验和风险控制体系,整合资源能力更强,优势更突出。除金融服务外,从购车到售后服务,它们还可以提供一系列的全方位服务,它们可以变相打价格战,而从其他方面赚钱,银行则没有条件这样做。经过较长时间的发展,汽车金融服务公司的发展已经非常成熟完善,在北美和欧洲市场上各有其代表性的汽车金融服务公司。目前世界上三大汽车金融服务公司分别是通用、大众、福特汽车金融公司。

3. 信托公司

第二次世界大战以后,信托公司作为金融中介的职能得到了迅速的发展,其资金来源主要集中在私人储蓄存款和定期存款,资金运用则侧重于长期信贷,汽车金融服务也是目前信托公司从事的主要业务之一。近年来,信托公司的资产组合越来越趋于分散化,它们与商业银行的差别也越来越小,而且自20世纪70年代以来,这类非银行金融机构开始大力开拓新的业务领域,并采取许多措施提高其竞争力。为了绕过法律的限制,信托公司便大量持有或设立其他专业化的附属机构,如专门的汽车金融服务机构等。

4. 信贷联盟

信贷联盟最早起源于19世纪40年代的德国,它是由会员共同发起,旨在提高会员经济和社会地位,并以公平合理的利率为其会员提供金融服务的一种非盈利性信用合作组织。加

入某一信贷联盟的条件是与信贷联盟中的其他会员存在共同利益或共同点。这种共同点的范围比较宽泛,如会员是否共同从事某一特定的职业,是否在某个特定的区域内生活或工作,是否同属于某组织或协会等。当前这种会员准入资格的限制正逐渐被淡化或被取消。1998年,美国国会通过的《信贷联盟会员准入法》规定,经监管当局的批准,经联邦政府核准设立的信贷联盟可以吸收不符合原属会员准入资格者的加盟。在资金来源方面,除了会员的存款或储蓄外,信贷联盟还可以向银行其他信贷联盟筹集资金,但有最高限额或比例的限制。在信贷业务方面,信贷联盟可以对其会员发放生产信贷汽车消费信贷等,信贷联盟对会员发放贷款一般也有数额及期限上的限制条件。

如英国《1997年信贷联盟法》及《金融服务管理局规则》对英国信贷联盟对其会员发放贷款做了如下限制。

(1) 年龄限制。

信贷联盟可以吸收16岁以下未成年人不超过5 000英镑的储蓄,年龄达到16岁的未成年人可以首次成为会员,16岁至18岁的未成年人不能获得贷款。

(2) 数额限制。

资本充足率未达到18%的第一类信贷联盟对某个会员发放的贷款不得超过该会员存款额5 000英镑;对于资本充足率达到或超过8%的第二类信贷联盟,对单个会员的贷款不得超过该会员存款额10 000英镑或不高于该信贷联盟股本(一份股本相当于一英镑)的15%(以较高者为准)。

(3) 贷款期限限制。

对于第一类信贷联盟,无担保贷款期限不得超过2年,对于担保贷款,不得超过1年;对于第二类信贷联盟,无担保贷款期限不得超过有担保贷款,担保贷款期限则不得超过3年。

5. 保险公司

汽车金融是汽车服务环节必不可少的一部分,但是只要涉及“金融”,伴随的就是“风险”,所以,无论是社会管理部门还是汽车金融服务的供需双方都有规避风险的偏好。另一方面,保险公司是进行风险管理的专业商业机构,客观上哪里有风险,哪里就是保险公司生存的市场。因此,汽车金融服务领域中,保险公司是一个相对重要的参与主体。

6. 社会征信体系

“征信”一词的基本意思是征求他人或自身的信用或验证信用。征信又被称为信用调查或资信调查,有广义和狭义之分,狭义的征信是指调查或验证他人信用;而广义的征信还包括求取他人对自己的信用的含义,如求取公众的信任、提高自身道德上的评价等。对于征信体系的功能,可以这样理解,当我国的市场经济体系逐渐走向成熟,市场变为买方市场时,信用交易必将成为市场交易的主流,而作为信用交易支撑的征信制度的重要性,也将随着我国社会经济的进步、交易关系的日益错综复杂和涉及范围的日趋扩大而不断增强。具体而言,征信制度将会在这个过程中发挥以下功能:促进信用的发展,有力地支持我国扩大内需的经济政策的实现;减少或避免信用风险的发生;解决一些特殊的社会问题的作用。另外,征信制度的建立,可以促进我国法院执行难的根本解决,同时还可以起到净化市场经济环境、减少违法犯罪的功效。所以,社会征信体系对于汽车金融服务的顺利开展有着“保驾护航”的功能。

二、汽车金融服务的主要特点

(1) 汽车金融服务的业务范围及盈利模式决定其更加适合于由专业化的公司经营。

汽车金融服务领域非常广泛,不仅包括为用户提供消费信贷、租赁融资、维修融资、保险、结算等业务,而且包括为厂商提供维护销售体系、整合销售策略、提供市场信息的服务,为经销商提供存货融资、营运资金融资、设备融资、财务咨询及培训等服务,覆盖了汽车产品的售前、售中和售后的整个过程。在这个过程中,都需要专业化的服务,如产品咨询、签订购买新车或旧车合同、办理登记手续、零部件供应、维修保养、保修、索赔、新车抵押、旧车处理等,银行由于不易熟悉这些业务,做起来有一定的难度。

汽车金融的传统利润主要来自放款利息和资本成本的利差,近年来,美国汽车金融公司通过开发创新汽车金融业务,利润来源呈现出多样化特征。由于汽车产业价值链较长,其中每一环节都可能成为汽车金融服务的利润增长点。因此汽车金融服务专业化是汽车金融服务发展的一个重要特点。在美、德、日等汽车消费大国,向用户提供金融服务最多的部门往往不是银行这样的综合授信机构,而是各大汽车厂商附属的金融公司。像通用、福特、大众等汽车巨头,它们不仅拥有出色的汽车,而且拥有同样出色的汽车金融服务。

一般而言,汽车金融服务虽然在性质上和其他金融业务没有本质的不同,但由于利益动机、消费特点及风险评估的差异,往往更适合由专门的金融公司从事经营。和商业银行相比,汽车厂商附属的金融公司当然和汽车厂商的利益关联度要紧密得多。对汽车厂商附属的金融公司而言,首要的任务是卖车;但对一般的商业银行而言,介入这一领域首要的是利润。比如最近的美国经济很不景气,汽车卖不出去,这时商业银行可能就要收缩贷款,目的是减少风险。但汽车商附属的金融公司一定不会这么做,相反,它们推出了显然是亏损的零利率汽车贷款,以换来汽车销售的增长。正由于汽车商附属金融公司及其母公司利益的紧密关联,迫使它们不断改善相关的金融服务,从产品设计、风险评估到业务营运和催收系统,都已实现了高度的专业化,从而使汽车消费者能够真正享受到高效和低成本金融服务。

目前也存在着另外一种趋势,就是商业银行和专业的汽车金融公司建立合资或者战略联盟,共同开发汽车金融业务。这种模式在我国也比较常见。

(2) 汽车金融的风险管理。

汽车金融服务机构在提供相关服务的过程中,难免要遇到很多经营风险和财务风险。汽车金融服务机构面临的风险主要有:信用风险、市场风险、操作风险、流动性风险。其中,信用风险是汽车金融最重要的风险,它是指客户违约造成损失的风险,它主要决定于违约行为出现的概率、违约行为发生时尚未偿清的贷款余额的大小,以及出现违约行为时可减少损失的担保。国外金融机构利用个体贷款的预期损失和非预期损失来度量和信用风险。一方面汽车金融服务机构通过自身和制造商、经销商、消费者之间的密切关系,收集整理有关消费者的各种信息,建立信用数据库;另一方面,国外汽车金融服务机构通过付费直接向个人信用登记服务公司查询消费者信用情况。例如美国根据消费者信用信息估计个体的预期违约率、贷款的违约回收率等数据,通过内部信用风险模型来量化信用风险,并制订相应的风险管理对策。

(3) 汽车金融的融资结构及主要融资形式多样化。

汽车金融服务由于资金需求量大,使用时间长,因此对融资的依赖性很强。融资结构不

仅决定公司的治理结构，而且通过公司的资本成本从而影响公司的市场价值。最佳融资决策要求汽车金融公司在股权融资和债务融资时尽可能使加权平均资本成本最低。

目前，国外的汽车金融公司的融资形式除了股票和公司债券外，汽车金融服务信贷资产证券化已成为主流的融资技术之一。它是把具有未来现金收入流但缺乏流动性的汽车信贷资产，按一定标准进行结构性重组，设计出具有不同现金流和风险特征的证券，然后出售给具有不同投资偏好的投资者。目前，在美国所有的汽车金融服务信贷资产中，有3/4都进行了资产证券化。

(4) 汽车金融产品的开发与创新。

汽车金融产品是以汽车的价值为基础，根据不同群体的消费需求，设计出的金融工具、金融服务的总称。汽车消费属于典型的个体消费，相关的金融服务是零售金融，零售金融的一个显著特点就是单笔业务的固定交易成本随客户规模的扩大显著下降，规模越大，单位固定成本越低。因此，汽车金融有规模经济的特点，同时汽车金融服务也具有范围经济的特点。汽车消费及关联消费的内容比较丰富，而且是一个终身消费过程，汽车消费的关联性会引发相关的金融服务，国外汽车金融公司针对消费者各种个性化需求，开发出各式各样的汽车金融产品，如融资租赁、购车储蓄、投资购车等。在产品创新方面，不同金融机构和汽车制造商、销售商往往联合起来，共同推出差异化的产品，例如，汽车金融公司与保险公司联合，推出创新的车险品种；银行和汽车金融公司有时候也会联合起来提供服务，形成了相互合作和竞争的态势。这些合作和创新有利于各行业优势互补，对于降低汽车经营成本、提升汽车服务水平和汽车金融服务市场的持续发展意义深远。

■ 第三节 汽车金融服务的作用和意义

金融行业在经济发展中的重要作用毋庸置疑，而汽车产业则多是发达国家或发展中国家的支柱产业。将汽车产业与金融结合起来，在宏观上和微观上都有其重要的意义。

一、汽车金融服务的宏观作用

在宏观上，汽车金融对于国民经济具有重要的作用，主要表现在以下几个方面。

(1) 调节国民经济运行中生产与消费不平衡的矛盾。

从汽车金融最基本的职能上来说，汽车金融的产生和发展调节了国民经济运行中生产和消费不平衡的矛盾。生产力的发展加速了生产社会化和消费社会化，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人们的现实消费需求和潜在消费需求，然而社会满足这种消费需求的能力却非常有限，而汽车金融的产生调节了国民经济运行中的生产和消费不平衡的矛盾，刺激了消费。

发展汽车金融不仅能平衡汽车供需之间的矛盾，而且能解决整个生产流通消费的资金运转问题。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。

(2) 充分发挥金融体系调节资金融通的功能，提高资金的使用效率。

汽车金融的独特功能在于它能够充分发挥金融体系调节资金融通的功能,通过汽车金融机构的专业化分工,实现汽车生产领域和流通领域资金的相互分离,以改善汽车产业的资金循环。并在此基础上,进一步理顺流通领域的资金流向,更多地由专业化的汽车金融机构面对汽车消费者,开展汽车金融零售业务,由其他金融机构以购买汽车贷款支持证券或商业票据等方式,间接参与汽车金融业务,从而加快资金在汽车业与金融业之间的流转速度,降低资金风险,提高资金的使用效率,最终促进汽车业与金融业取得持续、稳定、协调发展。

(3) 汽车金融服务的发展有助于推动汽车产业结构的优化和升级。

建立完善的汽车金融体系,可以通过资产证券化、商业票据等金融工具筹集资金,对上游配件企业进行融资,支持其设备更新和技术改造,进而推动生产效率的提高和成本降低。还可以通过对下游经销商的融资,建设标准的品牌专营店,提供优质的售后服务,增强品牌竞争力促进汽车产业的融合和发展。

(4) 汽车金融服务通过乘数效应以及与其他产业的高度关联性,促进国民经济的发展。

汽车金融服务能够推动汽车产业的发展,对国民经济发展产生巨大的投资乘数效应。“乘数”是经济学中的一个基本概念。乘数理论反映了现代经济的特点,即由于国民经济各部门的相互联系,任何部门最终需求的变动都会自发地引起整个经济中产出、收入、就业等水平的变动,后者的变化量与引起这种变动的最终需求变化量之比即是乘数。由于汽车工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,决定了汽车工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。汽车金融服务对国民经济的巨大乘数效应就是通过汽车工业对相关产业的带动作用体现出来的。

首先,汽车金融服务通过汽车产业的“高价值转移性”,对制造业和其他部门实现其带动功能。汽车产业对其他产业有较高的依赖性,能对其他产业产生“高价值转移性”。汽车工业直接需求最大的主要是机械制造业、金属冶炼加工业和橡胶制品业等几个行业。正是汽车产业具有这种价值转移的特性,汽车金融才能通过为其流通、消费甚至特殊情况下的生产提供金融支持的办法,疏通汽车产业的上下游通道,避免产品的积压和库存,缩短周转时间,提高资金使用效率和利润水平,较大幅度地带动相关产业的发展,使汽车产业的“高价值转移性”得以顺利实现。

其次,汽车金融通过汽车产业与服务业的“高度关联性”,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业的“高度关联性”体现在两个方面: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。在欧美发达国家,平均购买一辆汽车的价格中,有40%左右要支付给金融、保险、法律咨询、科研设计和广告公司等与汽车相关的各种服务业,30%左右的价格归属材料、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、实业和商业服务、社会和个人服务等。

汽车金融服务利用这种“高度关联性”,一方面以其自身的发展直接推动第三产业的发展;另一方面以汽车产业为媒介,通过“价值转移”、“引致投资”和“投资乘数效应”等方式,又间接地对第三产业的发展提供有力的支持。

再次,汽车金融服务的发展对劳动力有较好的安置能力。汽车金融服务的融合发展进一

步推动了汽车行业和金融行业的发展,并通过自身行业的发展推动相关行业的发展。不论是汽车行业、金融行业还是其他相关行业,通常都具有较强的劳动力安置能力,对扩大劳动力就业发挥积极的作用。如汽车修理业、运输业、销售、管理部门、研究咨询以及汽车使用部门基本都属于劳动密集型行业,具有较强的就业吸纳能力。汽车金融还通过推动汽车制造业的发展,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安置就业人员较多的行业。

(5) 汽车金融服务的发展有助于熨平经济周期性波动对汽车产业的影响。

汽车金融服务具备“逆汽车产业周期而为”的功能。汽车产业本身是周期性波动发展的,当它处于高峰而超出产能限制时,汽车金融可以通过利率、信贷价格等方式,来控制社会的汽车信贷总量;当它处于低潮达不到产能时,汽车金融要通过放松信贷总量增加汽车贷款投放,来扩大汽车销售,起到平抑汽车产业周期的作用。汽车金融公司的此种作为和银行“顺周期”而行的做法正好相反。一些尖锐的批评认为商业银行在汽车信贷上多数做法是“锦上添花”,而非“雪中送炭”。汽车金融服务在平抑经济周期性波动方面要比银行对汽车产业更有积极的作用。

二、汽车金融服务的微观作用

在微观上,汽车金融服务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等具有重要作用。

(1) 对制造商而言,汽车金融服务是实现生产和销售资金分离的主要途径,提高了资金的使用效率。

汽车金融服务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,必须有汽车金融服务。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,提高资金的使用效率。

(2) 对经销商而言,汽车金融服务是实现批发和零售资金分离的途径,是现代汽车销售体系中一个不可缺少的基本组成部分。

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。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。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,汽车金融服务还有利于汽车生产制造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。

(3) 对消费者而言,汽车金融是汽车消费的理想方式。

汽车金融服务对于汽车用户可以提供消费信贷、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,如果以全额款购车,不仅要承担投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,更重要的是会降低消费者资金运用的机会成本。而伴随着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。正因为如此,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。

(4) 汽车金融服务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、投资理财等多项服务的金融业务,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。市场经济在对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了必备的条件,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的环境,从而促进了汽车金融规模的扩大和品种的多样化。市场经济法律制度的完善和消费信用制度的建立,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、消费的资金使用效率,增强了金融服务的优势。

三、发展汽车金融对我国的重要意义

在欧美等发达国家,汽车金融服务经过近百年的发展,目前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,平均每年以3%的速度增长。目前,在全世界每年超过1.3万亿美元的汽车销售总额中,现金销售额为30%左右,近3900亿美元,而汽车金融服务融资为1万亿美元左右,约占70%。我国个人汽车信贷近年来增长迅猛,是仅次于个人房贷的第二大个人信用市场,但目前我国的车贷率还不到买车人数的20%,远远低于全球市场70%的平均比例。发展汽车金融对我国来说有着非常重要的意义,主要表现在以下几个方面。

(1) 汽车金融服务在21世纪初期中国经济的增长中发挥支撑作用。

从一般意义上讲,汽车金融服务是工业化国家在汽车工业现代化和金融服务现代化进程中的必经之路,是市场经济发展完善和成熟的基本标志,是提高国民消费能力与水平的要求,同时也是人的生理生活对物质需求的正常延续和满足。

汽车金融服务在21世纪初期我国经济增长中发挥着支撑作用。21世纪前10年,我国经济的较高速增长主要依赖于两个基本的拉动力量:一是住房的商品化和私有化,二是私人汽车拥有率的迅速上升。但是在高速稳定增长的过程中,还将继续受到需求不足的制约,这种需求不足仍主要来自于居民消费需求不足。汽车金融服务可以在一定程度上减轻21世纪初期我国消费需求不足的矛盾。同时,在未来10年,社会投资需求不足仍将是我国经济较快增长的一个制约因素。投资需求的扩大既依赖于消费需求的变动,也取决于民间投资的增长。目前我国民间资本的规模已经很大,在积极向生产性投资方向引导的同时,需要开辟消费品市场的消费通道,而发展汽车消费、用汽车金融服务来诱导和启动庞大的个人储蓄,是支持国民经济较高速持续增长的一个动力。

(2) 汽车金融服务有助于我国在近10年间建立起“汽车消费主导型”的市场格局。