



21世纪高等学校教材

普通高等教育“十一·五”汽车类专业(方向)规划教材

汽车金融服务

主 编 何忱予
副主编 顾 方



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



21世纪高等学校教材

普通高等教育“十一五”汽车类专业(方向)规划教材

汽车服务工程

- | | |
|---------------|---------|
| ◇ 汽车技术法规与法律服务 | 张开旺 庄继德 |
| ◇ 汽车服务工程导论 | 张国方 |
| ◇ 汽车的售后服务 | 马 钧 |
| ◇ 汽车服务企业管理 | 卢 燕 |
| ◇ 汽车商品国际贸易 | 宫焕久 |
| ◆ 汽车金融服务 | 何忱予 |
| ◇ 机动车辆保险 | 张庆洪 |
| ◇ 旧机动车贸易 | 陈永革 |
| ◇ 汽车电子商务 | 吴泗宗 |
| ◇ 汽车营销 | 苑玉凤 |
| ◇ 汽车物流 | 高 利 |
| ◇ 汽车市场调研与分析 | 徐向阳 |
| ◇ 汽车检测与故障诊断 | 刘文霞 |
| ◇ 汽车养护与美容 | 夏怀成 |
| ◇ 现代汽车概论 | 韩宗奇 |
| ◇ 汽车文化 | 刘少康 |

ISBN 7-111-18676-1



9 787111 186762 >

● ISBN 7-111-18676-1/U·925(课)

● 封面设计 / 电脑制作 : 王伟光

地址: 北京市百万庄大街22号

邮政编码: 100037

联系电话: (010) 68326294

网址: <http://www.cmpbook.com>

E-mail: online@cmpbook.com

定价: 28.00 元

21 世纪高等学校教材

普通高等教育“十一五”汽车类专业（方向）规划教材

汽车金融服务

主 编 何忱予
副主编 顾 方
参 编 朱祖宁 孙元菁
刘 巍 何运舟
宋志培
主 审 陈永革



机械工业出版社

本书主要介绍汽车金融服务各个领域的基本工作流程和操作实务,以培养学生的实际动手能力为基本出发点,有较强的实用性。其内容全面涉及汽车金融服务领域的各个分支,包括汽车金融服务的概念、国内外汽车金融服务业概况、汽车消费信贷、汽车保险服务、汽车租赁、汽车置换等内容。

本书可作为汽车服务工程专业(方向)本科生教材,也可作为汽车类其他专业的选修课教材,同时也可供从事汽车金融服务领域的相关人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车金融服务/何忱予主编. —北京:机械工业出版社, 2006.5

21世纪高等学校教材·普通高等教育“十一五”汽车类专业(方向)规划教材

ISBN 7-111-18676-1

I. 汽… II. 何 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(2006)第019637号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:赵秉宁 冯春生 责任编辑:冯春生 版式设计:张世琴

责任校对:刘志文 封面设计:王伟光 责任印制:洪汉军

北京原创阳光印务有限公司印刷厂印刷

2006年4月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·19.25印张·473千字

定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68326294

编辑热线(010)88379711

封面无防伪标均为盗版

普通高等教育汽车类专业（方向）
教材编审委员会

主任：	北京理工大学	林逸
副主任：	黑龙江工程学院	齐晓杰
	湖北汽车工业学院	陶健民
	扬州大学	陈靖芯
	西华大学	黄海波
	机械工业出版社	邓海平
委员：	吉林大学	方泳龙
	吉林大学	刘玉梅
	北京航空航天大学	高峰
	同济大学	陈永革
	上海交通大学	喻凡
	上海大学	何忱予
	哈尔滨理工大学	徐雳
	武汉理工大学	张国方
	山东理工大学	邹广德
	山东交通学院	李祥贵
	燕山大学	韩宗奇
	长沙理工大学	张新
	青岛理工大学	卢燕
	河南科技大学	张文春
	南京工程学院	贺曙新
	淮阴工学院	刘远伟
秘书：	机械工业出版社	赵爱宁
	机械工业出版社	冯春生

序

汽车被称为“改革世界的机器”。由于汽车工业具有很强的产业关联度，因而被视为一个国家经济发展水平的重要标志。近10年来，我国汽车工业快速而稳步发展，汽车产量年均增长15%，是同期世界汽车产量增长量的10倍。汽车工业正在成为拉动我国经济增长的发动机。汽车工业的繁荣，使汽车及其相关产业的人才需求量大幅度增长。与此相应地，作为人才培养主要基地的汽车工业高等教育也得到了长足发展。据不完全统计，迄今全国开办汽车类专业的高等院校已达百余所。

从未来发展趋势看，打造我国自主品牌，开发核心技术是我国汽车工业的必然选择，但当前我国汽车工业还处在以技术引进、加工制造为主的阶段，这就要求在人才培养时既要具有前瞻性，又要与我国实际情况相结合。要在注重培养具有自主开发能力的研究型人才的同时，大力培养知识、能力、素质结构具有鲜明的“理论基础扎实，专业知识面广，实距能力强，综合素质高，有较强的科技运用、推广、转换能力”特点的应用型人才。这也意味着对我国高等教育的办学体制、机制、模式和人才培养理念等提出了全新的要求。

为了满足新形势下对汽车类高等工程技术人才培养的需求，在中国机械工业教育协会机械工程及自动化学科教学委员会车辆工程学科组的领导下，成立了教材编审委员会，组织制定了多个系列的普通高等教育规划教材。其中，为了解决高等教育应用型人才培养中教材短缺、滞后等问题，组织编写了“普通高等教育‘十一五’汽车类专业（方向）规划教材”。

本系列教材在学科体系上适应普通高等院校培养应用型人才的需求；在内容上注重介绍新技术和新工艺，强调实用性和工程概念，减少理论推导；在教学上强调加强实践环节。此外，本系列教材将力求做到：

- 1) 全面性。目前本系列教材包括汽车设计与制造、汽车运用与维修、汽车服务工程、物流工程等专业方向，今后还将扩展专业领域，更全面地涵盖汽车类专业方向。

- 2) 完整性。对于每一个专业方向，今后还将继续根据行业变化对教学提出的要求填平补齐，使之更加完善。

- 3) 优质性。在教材编审委员会的领导下，继续优化每一本教材的规划、编审、出版和修订过程，让教材的生产过程逐步实现优质和高效。

4) 服务性。根据需要,为教材配备 CAI 课件和教学辅助教材,召开新教材讲习班,在相应网站开设研讨专栏等。

相信本系列教材的出版将对我国汽车类专业的高等教育产生积极的影响,为我国汽车行业应用型人才培模式作出有益的探索。由于我国汽车工业还处于快速发展阶段,对人才不断提出新的要求,这也就决定了高等教育的人才培养模式和教材建设也处于不断变革之中。我们衷心希望更多的高等院校加入本系列教材建设的队伍中来,使教材体系更加完善,以更好地为高等教育培养汽车专业人才服务。

中国汽车工程学会 常务理事
中国机械工业教育协会
车辆工程学科 副主任
林 逸

前 言

中国跨入 21 世纪之后，国民经济持续、快速发展，城镇居民收入迅速增加，汽车正以惊人的速度进入千家万户。私人消费已成为汽车市场的主要因素，成为拉动我国汽车产业快速发展的强劲动力。为满足日益增长的汽车消费的需要，近年来我国的汽车金融服务业在服务领域、服务理念、经营方式等方面都产生了一系列深刻的变革。随着服务范围的扩大，服务方式的改变，服务标准的提高，市场对汽车金融从业人员在专业知识的广度、深度等方面提出了更高的要求。为此，我们组织了上海大学、上海汽车工业（集团）总公司、中国工商银行上海市分行等单位中长期从事汽车金融服务的专家编写了这本《汽车金融服务》。

本书较为深入地探讨了当今汽车金融服务业的几个主要业务范畴。本着“理论够用、突出实务”的精神，系统地介绍了各种汽车金融服务业务的具体内容和操作实务，有较强的科学性、系统性和实用性。

本书可作为汽车服务工程专业（方向）本科生教材，也可作为汽车类其他专业的选修课教材，同时也适合于用作汽车服务行业职业培训的培训教材，或作为汽车金融服务从业人员的业务参考书。

本书由上海大学何忱予副教授任主编，顾方博士任副主编。参加编写的人员及各自负责编写的章节如下：何忱予负责全书统稿并编写第一、四章；顾方编写第五章；朱祖宁编写第七章；孙元菁编写第二章；刘巍编写第三章；何运舟编写第六章；宋志培编写第八章。

同济大学陈永革教授担任本书主审，并提出了宝贵的修改意见，在此表示衷心的感谢。中国工商银行上海市分行的黄静霓同志对教材的编写给予了支持和帮助，在此表示诚挚的谢意。

由于时间仓促，书中错误及不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

目 录

序	
前言	
第一章 概述	1
第一节 汽车金融服务的基本概念	1
第二节 汽车金融服务的功能及意义	10
第三节 汽车金融服务的特点	15
第四节 汽车金融服务的环 境分析	17
思考题	21
第二章 国外汽车金融服务业	22
第一节 国外汽车金融服务业的现状	22
第二节 国外汽车金融服务业的特点	29
第三节 国外汽车金融服务的发 展趋势	34
思考题	35
第三章 国内汽车金融服务业	36
第一节 国内汽车金融服务业概况	36
第二节 国内汽车金融服务发展中存在 的问题	40
第三节 中外汽车金融服务比较分析	44
思考题	48
第四章 汽车消费信贷	49
第一节 汽车消费信贷的概念与形式	49
第二节 汽车消费信贷实务	55
第三节 汽车消费信贷操作性文件举例 及说明	65
第四节 汽车消费信贷的风险防范	85
第五节 案例：亚飞汽车消费信贷和个 人信用管理的实践	89
思考题	92
第五章 汽车保险服务	93
第一节 汽车保险概述	93
第二节 汽车保险的种类	102
第三节 机动车辆保险的业务流程	109
第四节 汽车保险理赔	117
第五节 机动车辆消费贷款保证保险	132
第六节 机动车辆保险实务与案例	142
思考题	148
第六章 汽车租赁	149
第一节 汽车租赁基础知识	149
第二节 汽车租赁企业的运营管 理实务	156
第三节 汽车租赁企业的营销管理	173
思考题	179
第七章 汽车置换服务	180
第一节 汽车置换概述	180
第二节 汽车置换体系	187
第三节 旧车鉴定估价的基本方法	202
第四节 汽车置换实务	213
第五节 汽车置换中的手续办理	220
思考题	235
第八章 建立我国的汽车金融服 务体系	236
第一节 我国开展汽车金融服务的迫切 性和已具备的条件	236
第二节 外资汽车金融服务的优势和 不足	239
第三节 我国专业化汽车金融机构的模 式探讨	242
第四节 加快推进我国汽车金融服务的 策略思考	245
思考题	254
附录	255
附录 A 《汽车金融公司管理办法》 (2003 年 10 月 3 日起施行)	255
附录 B 《汽车贷款管理办法》(2004 年 10 月 1 日起施行)	260
附录 C 《机动车辆保险条款(全国)》 (保监发[2000]16 号)	263
附录 D 《机动车登记规定》	287
参考文献	297

第一章 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销售、使用过程中，由汽车金融服务机构向消费者或经销商提供的融资及其他金融服务，其内容包括对用户的汽车消费信贷及对经销商的库存融资和融资租赁等。汽车金融服务经过近百年的发展，在国外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，每年的平均增长率在3%左右。目前在全世界每年的汽车销售总额中，现金销售额为30%左右，汽车金融服务融资约占70%。

一、汽车金融服务的定义

1. 美国消费者银行家协会（Consumer Banker Association，简称CBA）的定义

美国消费者银行家协会对汽车金融公司的定义是：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（见www.cbanet.org）。

2. 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（见www.ford.com.cn）。

3. 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（指《汽车金融公司管理办法》——笔者注）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。

4. 本书对汽车金融服务的定义

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消费贷款或融资租赁，为经销商提供批发性库存贷款，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。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，它是汽车制造业、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，以及与金融保险等市场的相互配合，是一个复杂的大系统。

二、与汽车金融服务有关的各种因素

在上述几种定义的描述下，汽车金融活动就是在汽车生产、流通、消费的各个环节中所

涉及到的资金融通的方式、路径,即资金在汽车领域是如何流动的。从广义上讲,汽车金融应该包括汽车金融资金在融通中所涉及的几个关键要素,即汽车金融机构(资金供应者)、汽车金融工具(融通媒介)、汽车金融市场(融通场所)、汽车供应者及汽车需求者。汽车金融应该是这几大要素所组成的一个完整的系统。当前一些对汽车金融的研究主要集中于对汽车需求者(个人)的汽车金融支持上,即金融是如何支持居民购买汽车的,而没有对汽车供应者(汽车生产商)的资金需求、资金融通模式进行系统研究,即使有对汽车生产商的资金需求进行的研究,也是与个人汽车金融分割开来的。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,又应该有汽车供应者;作为资金供应者,既应该有银行等金融机构,又应该有资本市场上的广大投资者,还应该有汽车投资基金等新的资金来源。

三、关于汽车金融服务范围的确定

从汽车业的发展过程看,需要金融服务的不仅是购买汽车的消费者,也来自汽车经销商和汽车制造商。他们对金融服务内容的要求,也不仅仅限于资金的融通,还包括减少汽车制造厂的风险、提高用户购买力以及使汽车制造商、经销商、用户在金融业的牵线下,保持长期稳定的关系等。从这方面来说,金融机构是“一手托三家”。由于以上原因,中国人民银行在2002年10月21日发布的《汽车金融机构管理办法》(征求意见稿)中参照西方国家的经验,提出了汽车金融机构的概念。从服务上来看汽车金融机构涵盖了汽车售前、售中、售后的全过程,除了提供汽车信贷服务以外,还包括以担保方式向金融机构借款,购车储蓄、融资租赁、汽车消费保险、信用卡、汽车旅游信贷等业务,可以说是以汽车信贷为中心的专业银行。具体来说,《汽车金融机构管理办法》中规定汽车金融机构可从事下列部分或全部汽车金融业务:发行公司债券及商业票据;以担保方式向金融机构借款;接受股东单位和贷款购车企业3个月以上期限的存款;办理汽车经销商采购车辆贷款和营运设备贷款;提供购车贷款和汽车租赁业务;为贷款购车提供担保;与前述购车融资活动相关的代理业务;经中国人民银行批准的其他业务。

四、汽车金融服务的内容

汽车金融服务的内容涉及范围甚广,在我国常见的有以下几种。

1. 汽车消费信贷服务

消费信贷是由金融机构向消费者提供资金,用以满足消费需求的一种信贷方式。消费信贷的贷款对象是个人,贷款用途是用于消费,目的是提高消费者即期消费水平,合理安排消费者终生消费水平。

汽车消费贷款是对申请购买汽车的借款人发放的人民币担保贷款;是银行或汽车财务公司向购买者一次性支付车款所需的资金提供担保贷款,并联合保险、公证机构为购车者提供保险和公证。贷款的个人要具有稳定的职业和经济收入或易于变现的资产,足以按期偿还贷款本息;贷款的法人和其他经济组织要具有偿还贷款的能力。贷款期限最长不超过5年。一般,法人借款期限最长不超过3年,自然人最长不超过5年。如果消费者所购车辆是用于出租营运、汽车租赁、客货运输等经营用途的,最长期限不能超过2年。

汽车消费信贷可以极大地把汽车消费者的潜在需求转化为现实需求。人们把汽车消费信

贷称之为汽车产业发展的催化剂,其多样灵活的金融产品和便捷的服务手段有利于汽车市场的不断开拓。同时,它也能给汽车金融服务业带来丰厚的利润。有资料表明,2000年通用汽车金融服务公司的利润占通用汽车公司总利润的36%,福特汽车金融服务的收入也大致占到整个福特汽车公司收入的20%以上。因此,汽车消费信贷不管对汽车制造商,还是对金融服务商均是一块十分诱人的“大奶酪”。对汽车制造商而言,汽车消费信贷最大的效能是开拓汽车销售市场;对汽车金融服务商而言,汽车消费信贷最大的效能则是获取利润。

对购车者来说,需求欲望产生以后是否能够变为现实的购买力,最重要的条件之一就是存在不存在支付能力。对于汽车这种价格相对较高的耐用消费品来说,“汽车消费信贷”正是购车者最期盼的服务项目。数据显示,全球有70%的私人用车都是通过贷款购买的,美国更是高达80%。目前,全球一年的汽车金融服务进行的融资金额达到1万亿美元,且每年以3%~4%的速度在增长。根据中国人民银行调统司提供的数据,截止2002年12月31日,金融机构汽车消费贷款余额已达1149.92亿元,到2003年10月底,全国汽车消费贷款余额已达1815亿元。汽车消费贷款正在成为推动我国汽车消费的重要手段。

同时,汽车消费信贷是汽车企业重要的“战略后勤”。汽车生产企业的生命线在于生产的实物产品能够得到消费者的认同,并在较短的时间里实现销售,贷款回笼。在企业中,它属于企业市场营销的范畴,若把企业市场营销战略称之为“企业战略主体”,那么,为实现企业营销战略的一系列相关的重要服务活动就可以称之为“战略后勤”。随着经济全球化的进程加快,人们消费水平的迅速提高,市场竞争的日益加剧,人们对企业的要求越来越苛刻,已不满足仅仅是价廉物美的产品,而且要求提供良好的服务。企业市场营销已扩展到服务营销领域,企业营销活动的成败不单纯依靠销售能力,在很大程度上还取决于“战略后勤”的保障程度。汽车消费信贷恰恰在汽车企业的战略后勤中扮演着十分重要的角色。国外大汽车公司为了开拓中国汽车市场,首先在“战略后勤”上下功夫。据悉,通用、福特、大众等公司的金融服务公司已纷纷申请在中国开展汽车消费信贷业务。从企业营销战略的角度,最理想的模式是拥有自己的汽车金融服务公司,在企业总战略的指导下,为本企业的产品销售活动最大限度地做好战略后勤,为本企业的产品培育和开拓市场。

在我国,汽车金融服务集中体现在消费信贷上。目前,国内汽车消费信贷主要存在三种形式:制造商贷款、经销商贷款和“经销商—银行—保险”三方贷款。

由于中国目前还缺乏个人信贷记录系统及存在银企职责难分、法制不健全等原因,造成了汽车贷款的风险较高,致使汽车金融服务离期望的目标还很遥远。

2. 汽车保险服务

汽车保险始于19世纪末,它目前已发展成为最重要的险种之一。在这一保险中,保险人负责赔偿被保险人因自然灾害和意外事故而蒙受汽车车辆的损失,以及对第三者应承担的经济责任。汽车保险作为一种社会保障功能,为保障遇险人的基本生活和生产的继续进行以及维护社会稳定起到了无法替代的作用,所以备受广大汽车用户的青睐。汽车保险是财产保险中的主要险种,它已成为发达国家的一大产业,被各国政府所重视。据日本的资料显示,从20世纪的六七十年代至今,汽车的保有量增长了4倍,而汽车保险费收入却增长了11倍,汽车保险的增长速度远高于汽车保有量的增长。

2003年,中国轿车的产量首次突破200万辆,销量超过了197万辆,首次超过法国成为世界第四大汽车生产大国。2005年达到了575.82万辆,成为仅次于美国的世界第二大汽车

市场。在中国，汽车保险是财产保险的第一大险种，财产险的60%是汽车保险。由于我国机动车辆保险具有相对的强制性，机动车辆保险作为我国财产保险的支柱业务，其保险费收入从20世纪80年代以来一直位居财产险业务榜首。据统计，2001年，全国机动车辆保险费收入共422.1亿元，占整个财产险保费收入的61.6%。众所周知，即使在汽车人均拥有量较高的发达国家，机动车辆保险费占全部财产保险业务的比例也大致为20%左右。目前我国还不是汽车大国，机动车辆保费占全部财产保险业务如此之高的比例在全世界都是罕见的，这说明目前我国汽车保险业尚不成熟也不完善。

随着我国汽车产业的高速发展，汽车保险作为汽车产业链上的重要一环也必然随之快速发展。

汽车保险的险种主要有以下几种：

(1) 第三者责任险 保险车辆因意外事故，致使他人遭受人身伤亡或财产的直接损失，保险公司依照保险合同的有关规定给予赔偿。这里强调的是“他人”，也就是第三方。保险公司所负的保险责任在保险合同中是这样规定的：被保险人允许的合格驾驶员在使用保险车辆过程中发生意外事故，致使第三人遭受人身伤亡或财产的直接损毁，保险公司依照《道路交通事故处理办法》和保险合同的规定给予赔偿。

(2) 全车盗抢险 是指保险车辆全车被盗窃、被抢夺，经公安刑侦部门立案证实，满3个月未查明下落，或保险车辆在被盗窃、被抢劫、被抢夺期间受到损坏，或车上零部件及附属设备丢失需要修复的合理费用，保险公司负责赔偿。

(3) 车上责任险 指投保了本项保险的机动车辆在使用过程中，发生意外事故，致使保险车辆上所载货物遭受直接损毁和车上人员的人身伤亡，依法应由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司在保险单所载明的该保险赔偿额内计算赔偿。

(4) 无过失责任险 指投保了本项保险的车辆在使用中，因与非机动车辆、行人发生交通事故，造成对方人员伤亡和财产直接损毁，保险车辆一方无过失，且被保险人拒绝赔偿未果，对被保险人已经支付给对方而无法追回的费用，保险公司负责给予赔偿。

(5) 车载货物掉落责任险 指投保了本项保险的机动车辆在使用中，所载货物从车上掉下致使第三者遭受人身伤亡或财产的直接损毁，依法应由被保险人承担的经济赔偿责任，保险公司负责赔偿。

(6) 玻璃单独破碎险 指投保了本项保险的机动车辆在停放或使用过程中，发生本车玻璃单独破碎，保险公司按实际损失进行赔偿。

(7) 车辆停驶损失险 指投保了本项保险的机动车辆在使用过程中，因遭受自然灾害或意外事故，造成车身损毁，致使车辆停驶造成的损失，保险公司按照与被保险人约定的赔偿天数和日赔偿额进行赔付。

(8) 自然损失险 指投保了本项保险的机动车辆在使用过程中，因本车电路、线路、燃油系统发生故障及运载货物自身起火燃烧，造成保险车辆的损失，保险公司负责赔偿。

(9) 新增加设备损失险 指投保了本项保险的机动车辆在使用过程中，因自然灾害或意外事故造成车上新增设备的直接损毁，保险公司负责赔偿。

(10) 不计免赔特约保险 指办理了本项特约保险的机动车辆发生事故、损失险及第三者责任险事故造成赔偿，对其在符合赔偿规定的金额内按责任应承担的免赔金额，保险公司负责赔偿。

3. 汽车租赁服务

租赁,通常是指将商品所有权从使用权中分开,出租人(Lessor)拥有资产所有权,承租人(Lessee)拥有资产使用权,承租人与出租人双方订立租赁合同,以交换使用权利。根据定价结构,租赁可以分为融资租赁(Finance Lease)和经营性租赁(Operating Lease)。这里主要是介绍经营性租赁。

汽车的经营性租赁(下简称汽车租赁)是指汽车消费者通过与汽车销售者之间签订各种形式的付费合同,以在约定时间内获得汽车的使用权为目的,经营者通过提供车辆功能、税费、保险、维修、配件等服务实现投资增值的一种实物租赁形式。汽车租赁业的核心思想是资源共享,服务社会。按租赁时间可分为长期租赁和短期租赁两种形式。长期租赁,是租赁企业与用户签订长期(一般以年计算)租赁合同,按长期租赁期间发生的费用(通常包括车辆价格、维修保养费、各种税费开支、保险费及利息等)扣除预计剩存价后,按合同月数平均收取租赁费用,并提供汽车功能、税费、保险维修及配件等综合服务的租赁形式。短期租赁,是租赁企业根据用户要求签订合同,为用户提供短期汽车租赁服务(一般以小时、日、月计取短期租赁费),解决用户在租赁期内与之相关的各项服务要求的租赁形式。

另外,有些租赁用户在租用时间超过一定年限后,也可以通过适当的价格取得车辆所有权。所以,汽车租赁本身也蕴含着潜在的销售行为。

在西方各主要汽车大国,汽车租赁业已有很长的历史,从1918年至今,经过近一个世纪的发展和竞争,在众多的汽车租赁公司中,已经形成了赫兹、阿维斯、巴基特、欧洲汽车和福乐斯等国际汽车租赁业的巨头。2000年,全世界汽车租赁营业收入达到1000亿美元,涉足汽车租赁业务的公司为5000多家。目前,世界汽车租赁市场总规模达到了1100亿美元,年平均增长速度30%,远远高于其他服务行业。

从国外的发展情况来看,汽车租赁业务的发展非常迅速。以美国为例,一年在各地销售的轿车和货车中,有大约1/4进入了租赁市场。主要的汽车厂商用租赁方式销售的汽车数量,占其总产量的30%以上。在加利福尼亚许多家庭中,有50%的新车是租来的。

在日本,半数以上的汽车生产企业都开展了汽车租赁业务,且租赁业务的规模逐年上升,汽车厂商对这项业务的发展持相当乐观的态度。他们认为,开展汽车租赁业务对汽车生产企业、汽车销售商、汽车租赁公司和租车者都十分有利。日本每年的汽车租赁销售规模为200多万辆,约占全国新汽车销售量的15%。

德国汽车租赁业的运营车辆总数为250万辆左右;法国1997年以租赁方式使用汽车的人占法国总人口的7%。

2003年,我国持驾照人数已达4000多万,而且这个数字每年都在增加,但我国汽车保有量约为1400多万辆,这使得相当一部分人的用车需求得不到满足。而汽车租赁因为具有使用快捷、高效、负担低、灵活方便等特点,很大程度上解决了有照无车者的用车问题。

由于租车可以少占资金,节约人力,免去多项杂费和驾驶员工资,所以不少经营者也是汽车租赁业的固定客户。

随着改革的深入,国有企业的上下班通勤车制度将实行改革,而行政机关的公务用车制度的改革已先行一步。这种用车制度的改革,不仅为国家节约了大量的费用,而且给汽车租赁业的发展注入了活力,带来了机遇。从1989年我国成立第一家汽车租赁企业至今,全国已有汽车租赁企业3000余家,租赁车辆5万辆,年营业收入30亿元。

因为资源共享的属性,汽车租赁服务在提高车辆使用效率、缓解财政控制购买与企业用车之间的矛盾和控制社会车辆总量方面也发挥着很大的作用,这在很大程度上提高了整个社会资源的利用效率,有着很强的社会效应。

汽车租赁业对厂商也存在着显著的市场效应。因为厂商可以通过对汽车租赁市场的介入和占领增加品牌的认知度,扩大市场占有率,从而把潜在市场转变为现实需求。而且它与汽车厂商及保险公司的相互促进与合作,也大大加快了相关产业的发展。由于汽车租赁特殊的市场作用,现在已经被国内外汽车生产企业所广泛采用,成为扩大销售、争取用户的重要手段。

4. 汽车置换服务

汽车置换,从狭义上说,就是以旧换新,经销商通过二手车的收购与新车的对等销售获取利益。

广义的汽车置换,则是指在以旧换新业务的基础上,同时还兼容二手车整新、跟踪服务、二手车再销售乃至折抵分期付款等项目的一系列业务组合,从而使之成为一种有机而独立的营销方式。

以美国为例,1997年美国新车销量不足1500万辆,而二手车销量却高达1850万辆,2000年已突破1900万辆的大关。二手车作为替代产品,已经对新车销售构成威胁。国内各地的旧车市场虽然起步较晚,但目前的交易规模已经相当可观,狭义置换业务也得到长足的发展。而广义的置换业务在目前国内市场则处于萌芽状态,亟待必要的关心与扶持。

2004年,我国汽车保有量在2800~3100万辆左右,汽车年产量达到507万辆,这必然会形成一个庞大的旧车市场。以上海为例,目前的旧车交易量在12万辆左右,但其中以置换形式获得的不足2万辆。全国目前建有各类旧车交易市场近400余家,年旧车交易量在80万辆左右,交易额超过200亿元,故旧车置换大有可为。

当前,中国汽车市场完成了从卖方市场到买方市场的转变,已基本形成生产能力大于销售能力,而销售能力又大于现实市场需求的态势。与此相应的是,各大汽车厂商彼此之间的竞争趋于白热化。自1997年下半年以来,国内轿车市场呈现多元化全面竞争态势,竞争形式变化多样,从贯穿于整车、配件两大市场的价格战,到愈演愈烈的产品战、广告战、新闻战,以及目前激战正酣的服务战,各轿车厂商均在有限的市场增幅中争夺最大的市场发展空间。在此基础上,销售方式也层出不穷,厂商希望藉此刺激需求,打出一片新天地。

各大汽车厂商普遍认为,当前轿车进入家庭的关键问题是相对较高的新车价格与相对低下的消费能力的矛盾。于是,置换业务便应运而生了。开展汽车置换业务可以加快经济发达地区的车辆更新速度,同时刺激经济欠发达地区对车辆的需求,是满足特定消费市场,进一步提高市场占有率的重要手段,而且,作为置换业务商品之一的二手车可以在某种程度上调和和高车价与低收入之间的矛盾,使其成为轿车真正进入家庭的前奏曲。

地域经济差异使不同地区商品消费水平不同,一辆在经济发达城市淘汰下来的二手车在经济欠发达地区可能成为炙手可热的抢手货。两地的消费水平不同导致同样商品在不同消费群当中具有不同的消费剩余,这种消费剩余的差异直接导致地区间供求关系的转化与价差。在置换市场形成以前,有大批的俗称“黄牛”的自由捐客充当沟通二手车供求双方的中间人,而且收入颇丰,在某些市场甚至形成“黄牛”行会,这固然说明旧车市场有待加强管理疏导,同时也说明了这一市场具有广阔的发展潜力。1997年下半年,以国内第一家专业汽

车置换公司——上海汽车工业机动车置换有限公司的成立为标志，中国的汽车置换业务正式登台亮相了。

大汽车生产厂商为提高各自市场占有率，对置换业务给予政策扶持，汽车置换业务在中国市场诞生的那一刻起，就是作为整车新车市场的一个辅助市场和竞争手段。从根本上讲，当前置换的主要任务还是加快车辆更新周期，刺激新车消费，这和国外的“二手车”市场的经营宗旨是有所区别的，因而具有现阶段鲜明的中国特色。但从另一方面讲，各大汽车厂商为扶持这一新兴市场，也给予了重点照顾。无论是车辆供应品种、资金配套、储运分流，还是其他相关的广告宣传，厂商给予的关怀可谓“无微不至”。这也是置换业务能在竞争日趋白热化的汽车市场获得生存并在短时间内打开局面的一个重要原因。

相关业务利润丰厚是置换业务产生的重要原因之一，除了后援公司的支持以外，汽车置换业务自身就有很大的盈利因素，且不论信息不均衡所产生的地区车价差，单旧车交易与新车置换过程中收取的手续费、交易费等各种费用也会给从业者带来丰厚的利润，更何况随着业务的发展，置换业务将不再满足于旧车收购后的简单再销售，而是着眼于车辆收购、整新、办证一条龙服务。如此，随着置换规模的形成，其所产生的利润将更为可观。

由于置换业务的重点市场主要有两处，即车辆保有量相对大的经济发达城市与相对经济落后但旧车需求量大的经济欠发达地区。因此，应迅速建立行业协会来规划和促进置换销售网络的建设。同时要迅速健全旧车置换的有关法律和法规，使置换市场交易操作规范化、有序化、简便化。还应积极向国外先进交易方式学习，如引进电视拍卖会 and 电脑网上交易等方式，从而做到置换业务的公平、公开、公正和高效。

无可否认的是，经营质量和管理水平是未来置换业务领域竞争中真正的决定因素。从本质上讲，置换业务真正存在的必要是因为客户提供了服务，以服务为中心开展置换工作，并不断进行深入挖掘和改进。例如，向客户提供所需要的销售信息或即时行情、不断丰富可置换车辆品种、实行旧车的零公里运输、对商品购买者进行跟踪服务与满意度调查、普及汽车使用知识与置换流程、加强买卖双方情感沟通等，这些举措对树立置换业务形象具有重要意义，“以服务为工作中心”的观念只有成为交易双方的共识时才能改善企业形象，才能奠定企业长久发展的基础。

总之，置换业务是汽车市场激烈竞争和市场需求多样化的必然产物。作为一个方兴未艾的新生事物，它在前进道路上有诸多挑战，但我们有理由对它的未来报以最热切的期望。

五、汽车金融服务的历史和现状

在汽车产业及金融服务体系较为成熟的欧美国家，汽车金融服务是一个广泛的概念，主要是指与汽车有关的金融服务，包括为最终用户提供的零售性消费贷款、为经销商提供的批发性库存贷款，以及为汽车维修服务的硬件设施投资建厂等。从金额上看，零售性消费贷款占整个汽车融资额的75%以上，且其利润远大于批发性贷款，是汽车融资业务的主导。

提供汽车融资的金融机构主要是商业银行和各大汽车集团下的财务公司。商业银行受理最终用户或经销商的贷款申请，一般不与特定的车款车型挂钩，对借款人在何处购车也没有限制。由于汽车产业是一个技术性很强的行业，融资机构进行融资评估需要掌握较高的专业知识，对产品有较深入的了解，这是银行较难做到的；同时银行并非为处理二手车、库存车的专业机构，因此银行并不是汽车融资的主要提供者。汽车厂商自己组建的财务公

司,虽然只为自己的汽车品牌服务,但由于用户购车一般是直接找到汽车经销商,选购、筹款、付款或过户等所有的手续都在一地一次完成,给消费者带来极大的方便,因此由汽车制造商组建自己的财务公司,为自己的品牌汽车量身定做金融服务产品才是国际上的主流做法。主要汽车厂商的财务公司,如通用汽车的 GMAC,福特汽车的 FORD CREDIT,标志—雪铁龙的 BNAQUEPSA PSA FINANCE 等,都建有自成体系的一套生产、销售及售后服务模式,构建起了独立的汽车金融服务体系,极大地推动了汽车制造业和金融服务业的发展。20 世纪 30 年代,德国大众集团首先推出了针对该公司生产的“甲壳虫”汽车购车储蓄计划,向“甲壳虫”汽车的未来消费者募集资金,这被业界公认为开辟了汽车金融服务向社会融资的先河。而世界上第一家真正的汽车金融服务公司是美国通用汽车公司于 1919 年设立的通用汽车票据承兑公司,该公司专门承兑或贴现通用汽车经销商的应收账款。现在,汽车金融公司已遍布全球,其中最大的三家分别是通用票据承兑公司、福特信贷公司、大众汽车金融服务公司。

根据国外的资料统计,全球有 70% 的私人用车都是通过贷款购买的。可见汽车金融服务对汽车销售的增长起到了助推器的作用。而目前中国汽车销售中最多有 25% 是通过融资贷款进行的,这一数据大大低于 70% 的世界平均水平,这反映出我国汽车金融无论在规模上,还是在服务上都还处于一个很低的水平。据估计,到 2005 年,中国将有 4200 万个家庭具备汽车消费能力,而目前只有 700 万个家庭达到这个购买水平。正是由于潜在的中国汽车市场的巨大利益诱惑才使得跨国汽车金融服务公司急于想进入中国,而中国加入 WTO 后更加快了跨国公司进入的步伐,而目前国内的汽车金融服务起步较晚,水平较低,还无法与跨国公司抗衡,因而跨国汽车金融公司一旦进入,其优势是可想而知的。在这种形势下,我国的汽车金融服务业将何去何从呢?中国加入 WTO 以前,对国内汽车金融的保护是通过设置进入门槛达到的,但众所周知的是,落后的产业仅通过保护是无法形成竞争力的,只有在适度开放的基础上,通过不断地学习和达到溢出效应,才能造就出优秀的国有汽车金融服务公司。

自从有了专门的汽车金融机构后,汽车制造环节和销售环节的资金得以分离,使得汽车销售空前增长。之后,银行也开始介入这一领域,并和汽车制造商的财务公司形成相互竞争的局面。随着市场的扩张和竞争的加剧,汽车金融公司逐渐显示出竞争优势。随着金融管制的放松,这类金融机构通过直接发行商业票据和公司债券融资,解决了其资金来源不足这一大难题。而 20 世纪 90 年代以来,由于合并重组、获利减少、坏账增加、汽车租赁残值风险上升等因素,不少银行逐渐退出这一市场,甚至包括花旗、美洲银行这样的世界大银行,也基本退出或收缩了汽车金融业务,汽车金融公司在这一市场的主体地位得到进一步增强。

从发达国家的情况来看,专业的汽车金融公司比商业银行具有更明显的竞争优势,原因主要有以下三点:

(1) 和母公司利益紧密相关 典型的汽车金融公司是汽车制造商附属的财务公司,与母公司的利益“血肉相连”,因此能够保证对汽车业连续稳定的金融支持。汽车行业是典型的资金密集型规模经济行业,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有可能收缩在这一领域的金融服务,这将对汽车业的规模经济效益构成严重影响。而作为汽车制造商附属的汽车金融机构最