

银行消费信贷业务 与风险控制

YINHANG XIAOFEI XINDAI YEWU

YU FENGXIAN FANGKONG


主编 季爱东



中国金融出版社

银行消费信贷业务与风险防控

季爱东 主编

 中国金融出版社

责任编辑：张 铁

责任校对：张京文

责任印制：尹小平

图书在版编目 (CIP) 数据

银行消费信贷业务与风险防控 (Yinhang Xiaofei Xindai Yewu yu Fengxian Fangkong) / 季爱东主编. —北京: 中国金融出版社, 2007.8

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4470 - 2

I. 银… II. 季… III. 个人—消费信用—风险管理—研究—中国
IV. F832.479

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 113856 号

出版

发行 **中国金融出版社**

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010)63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com> (010)63286832, 63365686(传真)

读者服务部 (010)66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 三河市利兴印刷有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 19

字数 298 千

版次 2007 年 10 月第 1 版

印次 2007 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—4090

定价 38.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4470 - 2/F.4030

如出现印装错误本社负责调换 联系电话(010)63263947

前言

消费信贷是由金融机构向消费者发放的，用于购买消费品或支出其他费用的一种信贷方式，目的是提高消费者的即期消费水平，有利于消费者合理安排终生消费。目前，在美国、欧盟等国家和地区，消费信贷在整个银行信贷额度中所占的比重一般为 20%~40%，有的甚至高达 60%。借贷消费已经成为许多国家居民的一个重要的消费选择。消费信贷在中国发展的时间不长，但是对改善商业银行的资产结构和资产质量，提高人民的生活水平，推动中国经济的高速发展发挥了重要作用。

近年来，我国银行业在完善公司法人治理结构、健全内控制度、创新金融工具、转换经营机制、建立健全考评办法等方面取得了显著成绩，有力地推动了消费信贷业务的规范发展。银行消费信贷业务在品种结构、服务水准、经营规模、风险控制等方面都在不断完善和提高。例如，个人贷款系列产品已经涵盖个人消费、理财、投资、经营领域的各项需求，能够为客户提供优质、高效的全程服务。与此同时，商业银行逐步形成以住房贷款为主体，由汽车消费贷款、综合消费贷款、助学贷款等多种贷款品种组成的综合贷款体系，并且达到规模化经营的水平。截至 2006 年末，我国个人消费贷款余额已达 2.4 万亿元。此外，各家商业银行还注重消费信贷

品牌建设，根据自身业务发展的特点，对贷款品种不断整合，停办或合并了一些不被市场认知或设计欠合理的贷款品种，逐步形成了各自的品牌，如工商银行的“幸福贷款”个人消费贷款系列品牌；农业银行的个人住房贷款“金钥匙”品牌、建设银行个人住房贷款系列产品为主的“乐得家”品牌、交通银行的“圆梦宝”品牌等。

2007年4月11日，中国人民银行行长周小川在湖南考察时指出：金融业要按照中央经济工作会议要求，根据消费热点、群体的差异性，大力创新金融服务、产品、工具，积极发展消费金融业务；要积极发展住房消费信贷、汽车消费信贷、信用卡等重点领域的金融服务。^①这说明大力发展消费信贷仍将是我国扩大内需、刺激经济增长的政策选择。放眼未来，我们认为中国消费信贷业务还会有长足发展，消费信贷规模将会继续扩大，消费信贷市场的结构将会进一步改善，呈现出多层次、多主体、多品种蓬勃发展的局面。

但是，在商业银行纷纷依据市场需求和监管机关要求开拓消费信贷业务市场、加快消费信贷业务产品创新、改进消费信贷业务服务手段的同时，其中隐含的风险同样不可忽视。回顾过去多年来我国消费信贷发展的历程，我们发现：由于我国有关法律法规尚不健全，监管政策滞后，银行推出的一些新的服务手段和方式没有充足的法律或政策依据；同时，我国信用法制还不健全，个人消费信贷业务相关配套机制尚不完善，个人信用制度处于初步发展阶段；加之消费信贷产

^① 周小川：《中国的金融业要调投资 促消费 减顺差》，中国经济网，<http://www.zqirw.com/News/2007412/Main/139440836700.html>。

品多是复合型的，存在复杂的法律关系，其风险往往也是多样性的。因此，在深入研究我国现行法律和政策环境的基础上，分析消费信贷业务发展的制约因素，探讨消费信贷业务面临的法律风险问题和控制对策，对指导我国商业银行依法合规地开展消费信贷业务和加快消费信贷业务创新具有积极的现实意义。

本书共分七章。在认真分析商业银行消费信贷业务发展的现状和深入研究相关法律法规及监管规章的基础上，重点对住房消费信贷业务、汽车消费信贷业务、助学贷款业务等个人消费信贷业务的运作进行了分析，从银行法律专业角度揭示了业务中存在的风险，提出了控制风险的对策及在我国及时进行消费信贷立法的重要性和必要性。

本书作者均具有比较丰富的银行业务和法律工作管理与实践经验，其中部分作者具有博士学位和高级专业技术职称。本书重视业务与交易的法律结构分析，注重法律问题与法律风险的选择性分析，在对业务操作规则和法律问题的阐释方面，兼顾银行管理人员、业务人员和法律人员的知识结构和实际需求，在读者层面具有较宽的兼容性。我们相信，本书的出版将对商业银行管理人员、业务人员和法律人员正确识别和判断消费信贷业务中的各种风险，恰当掌握各类风险控制措施，进而推动银行消费信贷业务健康发展有所裨益。不妥之处，敬请指正。

季爱东

二〇〇七年四月十五日

目录

| | |
|-----------------------------------|---------|
| 第一章 商业银行个人消费信贷业务发展概述 | (1) |
| 第一节 商业银行个人消费信贷业务的概念 | (1) |
| 第二节 发达国家和地区商业银行个人消费信贷业务发展概况 | (4) |
| 第三节 国内商业银行个人消费信贷业务发展概况 | (12) |
| 第四节 我国商业银行个人消费信贷的基本业务品种 | (20) |
| 第二章 个人住房贷款及其风险防范 | (29) |
| 第一节 个人住房贷款概述 | (29) |
| 第二节 个人住房贷款操作规程 | (31) |
| 第三节 个人住房贷款的风险分析 | (47) |
| 第四节 商业银行防范个人住房贷款风险的对策 | (73) |
| 第三章 汽车消费贷款及其风险防范 | (88) |
| 第一节 汽车消费贷款业务概述 | (88) |
| 第二节 汽车消费贷款业务操作规定及程序 | (93) |
| 第三节 汽车消费贷款业务的运行模式及其分析 | (96) |
| 第四节 汽车消费贷款业务中存在的主要法律风险 | (101) |
| 第五节 汽车消费贷款业务中应关注的几个法律问题 | (110) |
| 第六节 商业银行防范汽车消费贷款风险对策研究 | (114) |
| 第四章 助学贷款及其风险防范 | (118) |
| 第一节 助学贷款概述 | (118) |
| 第二节 助学贷款的操作规程 | (128) |
| 第三节 助学贷款的风险分析 | (138) |

| | | |
|------------|-------------------------------|--------------|
| 第四节 | 商业银行防范助学贷款风险的对策 | (149) |
| 第五章 | 其他个人消费贷款及其风险防范 | (161) |
| 第一节 | 其他个人消费贷款概述 | (161) |
| 第二节 | 其他个人消费贷款的操作规程 | (171) |
| 第三节 | 其他个人消费贷款的风险分析及防范 | (184) |
| 第六章 | 个人信用评估与消费贷款 | (207) |
| 第一节 | 个人信用调查 | (207) |
| 第二节 | 个人信用评分 | (211) |
| 第三节 | 个人信贷客户信用资料及其分析 | (221) |
| 第四节 | 我国个人信用体系建设对消费信贷风险防控的影响 | (233) |
| 第七章 | 我国消费信贷法制存在的问题及对策 | (246) |
| 第一节 | 我国消费信贷法制概况 | (246) |
| 第二节 | 我国消费信贷中的主要法律问题与风险 | (261) |
| 第三节 | 金融机构防范消费信贷法律风险的对策 | (265) |
| 第四节 | 境外消费信贷立法经验及其启示 | (268) |
| 第五节 | 完善我国消费信贷立法体系的建议 | (290) |
| 后 记 | | (295) |

第一章

商业银行个人消费信贷业务发展概述

第一节 商业银行个人消费信贷业务的概念

消费信贷是商业企业、银行或其他金融机构通过契约形式向消费者提供的，主要用于消费者购买耐用消费品，如房屋、汽车、家具、家电和各种服务的一种融资信用。消费信贷不仅包括银行贷款融资，也包括赊销、分期付款等销售形式。消费信贷的产生和存在是社会生产发展和人们消费结构变化相互作用的结果。消费信贷在一定程度上可以缓和消费者有限的购买力与不断提高的生活需求之间的矛盾，对开拓销售市场、促进生产和流通有积极作用。发展消费信贷是扩大内需、促进经济发展的重要举措。

商业银行个人消费信贷是以银行业金融机构为贷款人，以自然人个人为借款人，按照银行的经营管理规定，借、贷双方签订借款合同，按约定由贷款人向借款人提供贷款，以帮助借款人支付个人或家庭购买消费品或支付其他与个人消费相关的费用，借款人到期返还本金并支付利息的一种信贷业务；同时也是借助商业银行的信贷支持，以消费者的信用及未来购买力为放款基础，旨在通过信用方式超前预支远期消费能力，刺激或满足个人即期消费需求的一种银行资产业务。实践中常常会出现一些与个人消费信贷相联系的概念，有必要加以比较和分析说明。

一、个人消费信贷与个人信贷

在商业银行，个人消费信贷目前更多地表述为“个人信贷”。部分政策文件区分个人信贷和个人消费贷款，而银行内部往往也把“个人消费贷款”和“个人信贷”都简称为“个贷”。实际上很难对

两者作严格的区分。分别来看，“个人信贷”更多地着眼于借贷合同关系的一方主体是银行，而另一方主体是“个人”，从而区别于银行公司客户、机构客户的信贷业务，是以主体特征为标准进行贷款分类的结果。消费信贷更多地强调此类贷款的经济用途，其理论基础在于把经济循环过程分为“生产、交换、分配和消费”等环节，消费信贷支持的对象为生活消费环节和领域，从而有别于投资于生产、流通和生产消费环节的其他贷款。消费信贷的出现意味着银行对于消费品的信贷支持重点已经从制造领域转向流通领域。个人消费信贷业务是针对个人同时又是针对消费环节甚至是特定消费品设计的信贷品种。应当说“个人信贷”和“个人消费信贷”两种称谓反映的是两种不同的分类方法，个人消费信贷强调的是经济用途，而个人信贷侧重的则是法律表征，界定是否属于“消费贷款”的意义更多地在于其经济学价值。从加强信贷管理，防范控制风险的角度强调贷款必须按约定用途使用这是必要的，但由于货币作为一般等价物在法律上属于最典型的种类物，在借款人实际占有贷款货币之后，贷款银行即很难进行用途上的严格限定。更兼社会生活的多面性，类似于个人购买的汽车等用品，在很多情况下很难区分其是“商用”还是“自用”。本书所要述及的个人经营贷款、个人再就业贷款、个人创业贷款等也已经超出了生活消费领域和生活消费环节，但由于这些贷款目前在银行业贷款规模中所占的比重很小，尚处在试验阶段，有待国家政策和理论研究下一步跟进，在此，暂且不作深入细分，一并继续按消费贷款对待。

二、消费信贷与“消费借贷”、“消费者合同”

我国自唐、宋时起，法律即有个人消费借贷的规定，当时的法律对“借”与“贷”作了区分，“借”指使用借贷，而“贷”指消费借贷。当时把不付息的使用借贷称为负债，把付息的消费借贷称为出举。德国、日本的民法分别规定有“使用借贷”、“消费借贷”和“租赁”三个相关法律概念。按照中国台湾著名法学家史尚宽的解释，“消费借贷谓当事人约定一方移转金钱或其他代替物之所有权于他方，而他方以种类、品质、数量相同之物返还之契约。”“与金融

业者间之消费借贷”当然也属消费借贷这一类。^①

我国内地现行法律没有像台湾地区“民法”那样规定消费借贷，我们所谓的消费信贷与这里的“消费借贷”也非同一概念，但其以标的物所有权是否移转于借用人作为标准区分使用借贷和消费借贷的理论，对于我们识别和研究借款合同的法律特征具有借鉴意义。日常经济实践活动中，“借”、“贷”除作为会计记账中的记账符号，根据习惯和规则有固定含义外，一般人员对何者为借出、何者为借入并无确切的定义。为了统一，本书遵照我国现行法律和金融部门的习惯，把提供消费信用的银行一律称做贷款人，把申请取得对其消费行为的支持的另一方，统称为借款人。

从文义上看，个人消费信贷与另一个法律概念“消费者合同”十分接近。所谓消费者合同，是指合同当事人的一方是消费者，另一方是经营者的合同。这里的消费者也指为生活消费的需要而购买商品或者接受服务的自然人。经营者是指以营利为目的，从事生产、销售或者提供服务的自然人、法人及其他经济组织。确定是否属于消费者合同的意义在于，消费者与经营者之间缔结的合同会因保护消费者的特别规定而使其内容及法律效果与普通法律相比有特别之处。按照立法指导思想，合同当事人一方为消费者场合，应当优先考虑对消费者利益的特殊保护，亦即对生产者或经营者一方的合同自由予以某种程度的限制。比如，合同违约损害赔偿遵循的一般原则是补偿性原则，而对于消费者合同，在遵循补偿性原则的同时，作为例外，有可能执行我国《消费者权益保护法》第四十九条规定的双倍赔偿的惩罚性赔偿标准。我国《合同法》第一百一十三条第二款规定：“经营者对消费者提供商品或者服务有欺诈行为的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定承担损害赔偿责任。”国外部分国家对消费信贷制度的设定已具有保护普通消费者，以维持“公平交易”的鲜明价值倾向。

我国没有单独的消费者合同法，消费者合同应当适用《合同法》和《消费者权益保护法》。同时，《消费者权益保护法》中关于消费者合同的规定作为《合同法》的特别法，在适用上处于优先地位。我国司法实践也有可能认定个人消费信贷行为具有消费者合同性质。

^① 史尚宽：《债法各论》，261~290页，中国政法大学出版社，2000。

认识到这一点，对于规范经营行为，谨慎规避法律风险，是十分重要的。

第二节 发达国家和地区商业银行个人 消费信贷业务发展概况

发达国家和地区的消费信贷市场对正在发展中的我国消费信贷有一定的借鉴作用。世界各国由于社会经济状况和历史文化差异，个人消费信贷虽然在运行机制和发展原因方面有着共同的特征，但一般均具有极为鲜明的个性。

一、美国的消费信贷

(一) 美国消费信贷的发展及立法概况

美国是消费信贷最为发达的国家，消费信贷发展早、规模大、市场成熟度高，消费信贷市场的广度和深度都已达到较高水平。美国首次提出消费信贷概念和最早颁布关于消费信贷的法律都在 1916 年。第一次世界大战后，消费信贷在美国广泛兴起。在 20 世纪 20 年代，消费信贷的迅速发展，对美国引进大批量生产载客汽车的生产线起了促进作用。在 20 世纪 30 年代早期的大萧条时期，消费信贷被证明是可靠而又有收益的。此时，有些观察家认为，分期付款信贷确实有助于经济稳定，但应加以规范。1949 年，美国消费信贷余额达到 155 亿美元。在 20 世纪 50 年代的 10 年间，美国消费信贷总额增长了 291%，达到 451 亿美元。早在 20 世纪 40 年代就雄居消费信贷市场份额之首的美国商业银行的市场占有率到 50 年代末达到了 41.4%。1969 年，美国制定和实施的《消费信贷保护法案》不仅对贷款者规定了信息公开等方面的条件，而且还允许和鼓励贷款机构开发新的消费信贷产品，并在更长的时期内提供更大规模的贷款。20 世纪 80 年代以后，美国社会、人文、法律监管环境以及经济、技术条件所发生的巨大变化也直接影响到美国的消费信贷市场，美国商业银行的消费信贷业务转入低潮，直到 1993 年初，才出现恢复性增长。20 世纪 90 年代美国消费信贷业务最突出的变化是信用卡业务的迅速发展。在 1995 年间，工商贷款上升 6%，其他消费信贷增长了 19%，而信用卡仅在 1995 年一年间就增长了 77%。

美国联邦政府制定有《消费信贷保护法案》(Consumer Credit Protection Act)和《平等信贷机会法》(Equal Credit Opportunity Act)。两个法令认定消费信贷是向自然人提供的,并由自然人承担融资费用,用于个人、家庭消费类型的购买物品、服务并用于私人用途的交易的资金融通。《1974年统一消费信贷法典》界定“消费贷款”是指由专门从事放贷业务的放贷人提供,债务人是个人而非组织,债务最初发生于个人、家庭、同居一家的人或农业目的,或者债务最初不是由于农业目的而产生,而以土地的权益作担保,债务采取分期付款方式偿还或者存在融资费用,融资金额不超过25 000美元。“消费信贷销售”是指商品、劳务或土地上的销售。在这种销售中,信贷是基于销售信贷卡或是由专门从事此类信贷交易的销售商提供,购买者是个人,而不是组织。购买这种商品、劳务或土地上的权益的最初目的必须是为了满足个人、家庭、同居一家的人或农业的需要,而且必须以分期付款方式偿还或者必须存在融资费用。在商品或劳务的销售中,融资金额不超过25 000美元。

根据以上法律规定,消费信贷主要包括分期还款性质的消费贷款、一次还清的消费贷款、信用卡贷款(透支)、房屋净值抵押授信额度、个人无抵押授信额度、购买汽车(游艇、飞机、娱乐器材)等用途的贷款、假期旅游的贷款、购买其他服务和消费耐用品的贷款、学生助学贷款和住房贷款(含家庭住宅修缮贷款、二次房屋抵押或住房证券贷款)。还有两项常用的消费贷款:用于购买第一幢家庭住宅的抵押贷款和租赁项目的贷款。

由于住房抵押贷款在市场需求、经营环境及法律要求方面较其他消费性贷款有很大差异,因此,一般是由非银行的专门的贷款机构来办理。租赁业务通常由银行的消费信贷部门来办理,但租赁业务所受的法规监管方式与其他消费贷款不同。

(二) 美国消费信贷的实践及其立法特点

1. 消费信贷法配套有完善的法律制度体系。消费信贷法主要调整三种信用关系:一是金融机构与消费者之间的贷款信用关系。这种信用是一种银行信用,具体表现为用于个人或家庭目的的个人贷款、透支信贷等。二是销售商与消费者之间的销售信用关系。这种信用关系是一种商业信用关系,具体表现为分期付款销售、耐用消费品的租赁等。三是消费者、金融机构与销售者三者之间的信用关

系，通常叫做“债务人—债权人—供应商协议关系”，具体表现为限制性贷款、循环费用账户、支票交易等。为了规制消费信贷行为，促进其健康发展，不断完善相关法律制度体系，对消费信贷的担保条款、消费者违约行为的处罚、贷款人贷款性的限定等方面进行了法律上的规定，使消费信贷市场能够在低成本、高效率的框架内健康地运行。

2. 为减少贷款过度发放而导致银行风险加大，合理限制贷款规模。为防止银行和消费者因不真实的信用报告而遭受损害，美国国会于1970年通过了《公平信用报告法》，要求信用报告机构发布准确的信用消息，违反本法的信用报告机构应赔偿受害人因此遭受的实际损失。随着消费信贷业务风险的显现，1980年，美国制定了《消费信贷限制计划》，从法律上对银行的贷款行为加以限定，迫使银行不得不对其政策及贷款组合进行修正。此联邦计划的初衷是限制过高的消费贷款需求，特别是信用卡等无担保贷款业务的过度扩张，防止因贷款过度发放而导致银行风险加大。

3. 突出保护消费者合法权益的原则。消费信贷法的很多内容都体现着保护消费者权益的立法理念。如防止使用欺诈和高压手段签订消费信贷合同，限制消费信贷合同中的违约金条款，强调消费信贷商品信息披露的真实性。1969年《消费信贷保护法案》和《1974年统一消费信贷法典》均明确规定了债权人必须公开的事项。美国《诚实贷款法》规定，债权人或安排信贷交易的人在实际提供信贷之前，对有关事项必须公开。需公开的信息，可以在合同中、在购买者签署的负债文件中或在一份独立的文件中向消费者公开。与未结清账户、循环费用账户不同，消费者信贷销售有特殊的公布要求。债权人必须公开的事项有以下十项：所购买商品或劳务的现金价；首次付款额；现金价和首次付款额的差额；虽不属于融资费的一部分，但包括在所提供的信贷数额之内的所有单独列项的其他费用；融资总额（即第三项和第四项之和）；融资费用额；融资费用必须用“年利率”表示，除非融资费用不超过5美元，融资总额不超过75美元；计划偿还债务的付款次数、数额和合理的日期或付款次数、数额和合理的日期或付款期间；如果有违约费用，也必须公开；如果作为销售的结果或与提供的信贷相关联，债权人要求有财产作物权担保，该财产必须鉴定清楚。

《诚实贷款法》的另一个重要规定，就是某些交易可以被撤销。为充分保护一般消费者，规定消费者在合同签订后的“冷却期”内有权撤回合同。在“冷却期”内，消费者没有行使撤回权，合同才生效。美国《诚实贷款法》规定某些交易可以被撤销。消费者可以在声明的期间里，选择终止交易。每个销售者或债权人必须向债务人提供两份通知副本，通知包含有债务人取消交易的权利。通知必须打印在独立声明的一边，必须明确表明引起债务人撤回权的是哪一项交易。法案甚至对打印的规格和语言的精确，都作了明确规定。债务人必须被准确告知他运用撤销权所产生的结果。在《诚实贷款法》的条款中，撤销条款的规定，对保护消费者具有重要意义，影响极为深远。这些内容已经成为各国消费信贷立法的共同内容，体现了现代消费信贷法律的发展趋势。

4. 保障金融机构合法权益。美国消费信贷法律在保护消费者权益的同时，为了防止银行消费信贷风险，制定了一系列的法律法规来保护银行利益，从法律上对消费信贷业务的具体操作给予了限制和保障，以减少由此所造成的不良贷款，从而有效地避免银行业的信贷危机，较好地均衡了金融机构和消费者的利益。

5. 完备的个人信用征信制度。对消费人的信用调查是消费信贷业务的重要组成部分。贷款人最关心的是如何以合理的投入获得真实的申请人信用资料。信用调查一般采用两种方法：一是直接询问法，即贷款人通过直接联系申请人的雇主、现有债权人或其他可证实和可提供相关情况的人来了解申请人的还款意愿和偿债能力；二是依靠专门搜集和保管申请人的信用资料，并通过出售这些资料获取收入的商业性信贷报告机构。美国消费信贷制度的一个重要特征是存在商业性信贷报告机构。这些报告机构多数都是隶属于个人或公司的营利性组织。信贷报告机构有两种类型：一种是调查性的信贷报告公司，主要为一般的商业公司和保险公司服务，调查内容包括消费者性格、声誉、生活方式及其他个人特性；另一种是消费信贷报告机构，主要有三家：Experian 信息服务公司、Trans 联合公司和 Equifax 公司。消费信贷报告机构已有一百多年的历史，目前保存有美国 1.9 亿个消费者的信用信息和 1 500 万加拿大人的个人信用信息。该公司把近 2 亿人的信用资料开发成 39 种信息产品，供金融机构有偿使用。其中最著名的个人信用信息产品有：“个人信用风险评

级系统”、“个人信用行销支援系统”、“逾催系统”、“收集系统”、“警讯系统”、“信用信息管理系统”、“个人综合信用系统”、“信用卡信息系统”，等等。以上系统均可为上网登记的金融机构提供不间断在线查询服务，并按照信用公司的特殊计量标准收费。

二、英国的消费信贷

英国的消费贷款主要有：房屋抵押贷款、个人贷款、信用卡、透支等。房屋抵押贷款主要包括资本偿还式房屋抵押贷款、人寿保险型房屋抵押贷款、养老金式房屋抵押贷款和个人储蓄账户式房屋抵押贷款等形式，期限最长为25年，贷款金额一般为主要借款人工资的三倍加附属借款人的工资，执行利率可采用浮动利率、固定利率或最高上限利率任何一种。要求贷款申请人要参加人寿保险和房屋保险并在贷款发放之日生效。

《1974年消费信贷法案》规定了英国消费信贷业务在从业执照、广告和推销、订立合法协议方面的法律准则。该法案于1984年7月31日通过，1985年5月20日起法案全部生效。该法案放弃了销售信贷与贷款信用的两种分法，而以机构为基础进行放贷立法，试图覆盖所有形式的消费信贷。该法案采用列举方式规定了不属于该法案调整的内容，包括与公司签订的合同、超过15 000英镑的合同（此金额是指所借的货币，不包括信贷成本和利息）、低于30英镑的合同、抵押贷款、要求偿还次数不多于4次的债务人—债权人—供应商合同、利息收费很低的合同。牌照制度对提供信用贷款、商品房出租信贷及其辅助业务等一切贷款业务提出了严格的约束条件。规定从事消费信贷业务机构必须持有“公平交易办公室”总裁颁发的从业执照。

法案重申了广告的真实原则，要求放贷人在广告中提供最低限度的信息，特别是放贷人必须表明有效的信用成本。规定银行在消费信贷业务的宣传上禁止推销一切金额超过25 000英镑的贷款品种，包括信用卡的信用额度。

法案要求借、贷双方必须订立消费信贷协议，内容必须包括贷款额度、期限、利息率和偿还条件等条款。赋予消费者对在家里或在消费者工作场所所订立的处于指定期间的各种合同的撤销权。如果协商中存在口头抱怨，或者消费者是在放贷人通常工作场所以外

签订的合同，法案规定了一个“冷却期”。这种合同叫做可撤销合同。合同签订后七天之内，放贷人必须在第二份合同副本里通知消费者他有撤回权。收到第二份合同副本后五天内，债务人可以用书面形式撤回合同，信贷合同因而被撤销。如果在取消前消费者支付了第一期款项，他可以收回他的货币。以土地作抵押的信贷协议可以在未实施前取消。这些规则对小额的合同和低利率合同不适用。英国《1974年消费信贷法案》对其他国家的立法产生过一定影响，欧共体议会1986年颁布的《消费信贷指令》，就是以它为基础的。

三、法国的消费信贷

法国银行业的消费信贷业务始于1960年，在此之后，其消费信贷业务与其他西方国家一样发展迅速。消费信贷不再只是商家促销商品的手段，而是成为一种扩展消费和生产活动的有效经济手段。2004年，法国居民家庭消费支出中的10%来自贷款，2005年，消费贷款额在这一基础上再增长近8%。在平常年份，法国消费贷款额年增幅通常在3%左右。2005年，法国家庭贷款消费增长迅速，表明贷款消费已成为法国人的重要生活方式之一。

为防止利用消费信贷进行投机，立法部门对消费信贷的基本概念和存在形式进行了严格界定。在法国，消费信贷是指由银行、金融机构或特定的专门机构向个人提供用于日常消费或购买耐用品的一种贷款或类似的支付方式。只有满足当事人、期限和额度三个基本条件的贷款才能称之为消费信贷。消费信贷当事人只能是放款者和消费者。放款人可以是信贷机构、销售商，可以是自然人，也可以是法人。借款人一定是消费者，但消费者不一定是自然人，也可以是与业务无关的消费行为的法人。消费信贷的支付期限必须在3个月以上。

法国消费信贷的主要形式有个人借款和签订契约两种，前者指以个人身份在信贷机构申请贷款的方式，包括私人借款、发放贷款、周期性贷款等形式，后者包括租卖契约和销售契约方式。

四、日本的消费信贷

日本自20世纪60年代初期即实现了消费信贷业务的规范化和制度化。在日本，消费信贷有合作式和非合作式两种。合作式消费信