



汽车金融与保险

QICHE JINRONG YU BAOXIAN

主 编 马晓春 尹继辉



东北林业大学出版社

汽车金融与保险

主 编 马晓春 尹继辉

东北林业大学出版社

• 哈尔滨 •

版权专有 侵权必究

举报电话：0451-82113295

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车金融与保险 / 马晓春, 尹继辉主编. — 哈尔滨 : 东北林业大学出版社, 2014. 10

(东北林业大学优秀教材丛书)

ISBN 978-7-5674-0510-3

I. ①汽… II. ①马…②尹… III. ①汽车-金融-高等学校-教材
②汽车保险-中国-高等学校-教材 IV. ①F830.571②F840.63③F842.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 249332 号

责任编辑: 赵 侠

封面设计: 乔鑫鑫

出版发行: 东北林业大学出版社

(哈尔滨市香坊区哈平六道街 6 号 邮编: 150040)

印 装: 哈尔滨市石桥印务有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16

印 张: 17.75

字 数: 318 千字

版 次: 2014 年 10 月第 1 版

印 次: 2014 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

序 言

随着我国汽车保有量的迅速增加，社会迫切需要汽车金融服务人员，从事汽车售后市场的服务。对于这些人来说不仅要了解服务领域、服务理念、经营管理等各个方面的理念和知识，还有服务质量和服务意识等方面都提出了更高的要求。对此高等学校应义不容辞地担负具有专业知识应用型人才的培养任务。

编者结合多年的教学经验和科学实践，收集和整理了国内外相关资料，在前人工作和原有校内讲义的基础上重新编写了这本教材。

本书详细探讨了当今汽车金融服务业的几个主要业务范畴，系统地介绍了各种汽车金融服务业务人员业务的具体内容和操作实务，具体地讲述了汽车保险方面的知识，有较强的科学性和实用性。

本书由东北林业大学马晓春副教授、尹继辉博士任主编。全书共分十一章，编写分工如下：第二章至第九章由马晓春编写；第一章、第十章、和第十一章由尹继辉编写，全书由东北林业大学储江伟教授任主审。

由于时间有限，书中错误及不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

2014 年 1 月

内容简介

《汽车金融与保险》是东北林业大学出版基金选定教材，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。

全书共分十一章，其内容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、汽车保险、汽车消费信贷、汽车租赁、汽车置换等内容，并且重点阐述了汽车保险理赔方面的工作流程和操作实务。

本书是汽车服务工程专业本科生教材，也可作为汽车金融服务领域的相关人员培训教材。

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 汽车金融服务功能及意义	(10)
第三节 汽车金融服务的特点	(17)
第二章 汽车保险	(20)
第一节 汽车保险的发展史	(20)
第二节 汽车保险的种类	(27)
第三节 汽车保险合同	(29)
第三章 汽车损失险	(42)
第一节 我国的车辆损失险	(42)
第二节 附加险	(49)
第三节 新增加的附加险	(54)
第四节 案例分析	(56)
第四章 汽车责任险	(65)
第一节 我国的第三者责任险	(65)
第二节 附加险	(70)
第三节 新增加的附加险	(72)
第四节 案例分析	(75)
第五章 机动车交通事故责任强制保险	(81)
第一节 概述	(81)
第二节 交通事故责任强制保险的条款内容	(83)
第三节 案例分析	(99)
第六章 汽车承保实务	(101)
第一节 投保实务	(101)
第二节 核保实务	(111)
第三节 缮制与签发单证	(119)
第四节 续保与批改	(121)

第五节 承保计算	(123)
第七章 汽车理赔实务	(127)
第一节 概述	(127)
第二节 汽车保险理赔的处理程序	(128)
第三节 汽车保险理赔的赔款计算	(133)
第八章 汽车保险的查勘	(157)
第一节 现场查勘的基本知识	(157)
第二节 现场查勘的工作	(163)
第三节 典型交通事故的现场勘察重点	(173)
第四节 特例介绍——追尾事故的查勘	(178)
第九章 汽车消费信贷的保险	(184)
第一节 汽车消费贷款的概念及特点	(184)
第二节 汽车消费信贷的保险	(198)
第十章 汽车置换服务	(203)
第一节 汽车置换概述	(203)
第二节 汽车置换实务	(212)
第三节 汽车置换中的手续办理	(221)
第十一章 汽车租赁	(240)
第一节 汽车租赁基础知识	(240)
第二节 汽车租赁企业的运营管理实务	(249)
第三节 汽车租赁企业的营销管理	(270)
参考文献	(278)

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.chanet.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。汽车金融作为一个体系，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，也有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

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。

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购车者本人是否具有支付能力。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查统计司提供的数据，截至2002年12月31日，金融机构汽车消费贷款余额已达1 149.92亿元，到2003年10月底，全国汽车消费贷款余额已达1 815亿元。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”。

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，且由于银企职责难分、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。据日本的数据显示，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，全国机动车辆保险保费收入共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。

3. 汽车租赁服务

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，并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%。

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 3 000 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，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。

以美国为例，1997 年美国新车销量不足 1 500 万辆，而二手车销量却高达 1 850 万辆，2000 年已突破 1 900 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。

2013 年，我国汽车保有量在 1.37 亿辆，汽车年产量达到 2 211.68 万辆，这必然会形成一个庞大的旧车市场。全国目前建有各类旧车交易市场近 1 400 余家，年旧车交易量在超过 500 万辆左右，交易额超过 3 000 亿元，故旧车置换市场大有可为。

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高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。

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价差,单凭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、翻新、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。

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 FORDCREDIT,标致-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。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,通过不断的学习达到溢出效应,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主要的目的是帮助母公司销售汽车。在经济不景气时,它们不但不会减少服务,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。一个典型的例子就是,“9·11”事件之后,为了促进汽车销售的增长,通用福特等专业汽车金融公司在国际市场上已经以零利率开展汽车信贷业务。母公司会把汽车销售中应得的利润,补贴到汽车金融公司中。也就是说,汽车贷款可以不赚钱,可以从销售汽车的利润中得到补偿。

(2) 经营的专业化程度高。与银行相比,专业化是汽车金融公司的“杀手锏”。在风险控制方面,专业的汽车金融公司能够针对汽车消费的特点,开发出专门的风险评估模型、抵押登记管理系统、催收系统、不良债权处理系统等。在业务营运方面,汽车金融公司从金融产品设计开发、销售和售后服务等,都有一套标准化的业务操作系统。这种独立的、标准化的金融服务,不仅大大节省了交易费用,而且大大提高了交易效率,从而获取了规模经济优势。

(3) 提供多样化的综合服务。广义的汽车金融服务不仅覆盖了汽车售前、售中和售后的全过程,并延伸到汽车消费的相关领域。汽车金融公司除了提供购车贷款外,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,银行的服务则比较单一,仅局限于汽车贷款。事实

上,购买汽车是一次性行为,但汽车消费则属于经常性行为。汽车金融公司将金融服务延伸到汽车消费领域,既增加了金融服务的收益,又有利于经常监控客户风险。

我国汽车金融服务是从20世纪90年代中后期出现的,现处于刚起步阶段。从我国的实际情况来看,服务主体和服务内容的单一化是我国现阶段汽车金融服务存在的主要问题。

在1998年亚洲金融危机后,为刺激国内消费需求,商业银行开始开展汽车消费信贷业务。几年来汽车信贷发展突飞猛进,从1998年的4亿元汽车贷款额起,到2003年10月底车贷余额已达到1815亿元。目前提供汽车金融服务的机构主要有:商业银行、汽车经销商与汽车生产企业的财务公司。由于我国汽车生产企业的财务公司规模不够,服务对象限于母公司,其专业化优势难以得到规模经济优势的配合,无法对整个汽车生产行业提供足够的金融支持,而且其主要作用是为企业集团提供技术改造,为新产品开发 and 产品销售提供中、长期融资,作为消费购买融资的只是其中的很小一部分。商业银行是提供汽车金融服务的主要机构,大约占全部汽车贷款额的95%。在提供的汽车金融服务的方式中传统的借贷方式仍占主流,服务范围仅限于汽车售前环节,对汽车经销商和消费者提供消费信贷,与汽车售中、售后消费相关的其他领域如汽车维修、保险、加油等还未能涉及。

尽管我国汽车金融发展迅速,汽车消费信贷快速增长,但由于我国提供的汽车金融服务相对于国外汽车金融上百年的历史尚处于幼稚阶段,除了上述的服务主体单一,商业银行是主要汽车金融服务者,导致汽车信贷风险相对集中,服务内容乏善可陈,远不能达到汽车业对金融服务的要求外,更严重的问题在于:伴随汽车信贷额直线上升,坏账问题也日益严重,由于贷款标的物自身的特点以及整个金融环境不健全,我国汽车贷款的风险一直居高不下。

当2003年8月底汽车贷款余额达到1400亿元、贷款购车比例达到20%时,越来越多的人发现,信用的缺失加上汽车的不断降价,汽车消费信贷业务蕴藏的风险开始凸现出来:购车不还款、虚假的个人贷款、经销商骗贷……据统计车贷不良比率在有些地区已经达到50%,过高的车贷履约险赔付比率使处于车贷风险链末端的保险公司不堪重负,纷纷退出车贷市场,有人形象地将汽车信贷称作“一朵带刺的玫瑰”。对整个汽车金融市场而言,能否降低并控制汽车信贷风险已经成为其能否健康发展的关键。所有这些都揭示出我国现行的以商业银行为主的汽车金融模式存在许多难以克服的问题。

结合西方发达国家的经验,服务主体和服务内容的单一化显然不能适应我国汽车金融服务专业化发展的要求。汽车信贷并不能完全代表汽车金融,它只是汽车金融服务的一部分。从金融服务方式看,汽车金融服务机构除了提供信贷服务之外,还包括融资性租赁、购车储蓄、汽车消费保险、信用卡等。也就是说,汽车金融的服务将渗透整个汽车工业从制造到销售,直至最后的车辆报废的每个环节中。从这个意义上讲,中国还没有真正的汽车金融服务。

现有的汽车金融服务格局和模式限制了我国汽车金融服务效率的提高。首先,作为汽车金融服务的主要提供者,商业银行与汽车制造商的利益并不完全一致。商业银行提供汽车消费贷款的主要目的是为追求信贷差获取利润。这种业务对于银行来说,与其他的贷款业务没有本质的区别。当经济不景气的时候,汽车消费会下降,而银行此时会由于还款风险的增大而逐步减少放贷规模,这与汽车制造商的目标不一致。另外,由于汽车信贷只是银行业务的一种,商业银行不可能像专业汽车金融公司那样采取高度的专业化经营,这样使汽车金融服务的效率得不到较快提高。其次,服务提供主体主要是商业银行,造成了风险向银行集中。为争夺客户,商业银行纷纷降低购车贷款的门槛。随着购车贷款门槛的降低,还款的风险也在不断增加。面对还款风险的增加,很多保险公司不得不减少或终止车贷险业务,这样商业银行就成为风险的主要承担者,由此造成了银行的不良贷款增加。最后,以购车贷款为主要内容的金融服务无法对汽车制造商提供实质性的支持。汽车金融服务是汽车制造商价值链延伸的重要部分,它的一个重要作用是促使生产资金和销售资金完全分离,实现专业化分工。而购车贷款是面对消费者,汽车经销商得不到资金的支持,从而无法扩大销售规模。这使汽车制造商不得不考虑将一部分生产资金用于帮助经销商扩大销售。

第二节 汽车金融服务的功能及意义

一、汽车金融服务的功能

在金融服务行业中,汽车金融服务业是一个相对独立的金融行业。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。汽车等家庭耐用消费品生产的发展,带动了电子工业、材料工业等社会产业结构和技术结构体系的变革,并强烈地刺激着人们的现实消费需求和潜在消费需求。然而,社会满