

高职高专金融专业规划教材

GAOZHI GAOZHUAN JINRONG ZHUANYE GUIHUA JIAOCAI

汽车信贷与保险

QICHE XINDAI YU BAOXIAN

张晓华 主编

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



高职高专金融专业规划教材

汽车信贷与保险

主 编 张晓华

副主编 蒋 华 戴庆九

参 编 王富饶 孙晓芳 张淑华 周 宇



机械工业出版社

本书根据高职高专人才培养要求,结合编者多年的教学经验,聘请业内资深人士,介绍了汽车信贷与保险的基础知识。本书内容分成信贷与保险两部分,在介绍信贷与保险基本原理的基础之上,重点介绍了汽车信贷和汽车保险。全书根据我国汽车信贷与汽车保险实务,详尽阐述了汽车信贷模式、汽车信贷操作、汽车信贷风险以及汽车保险的险种、保险费率、保险承保、保险理赔、定损方法、现场查勘技术等实用汽车保险知识,同时结合汽车消费信贷还介绍了目前国内通行的汽车消费信贷保证保险的有关规定。为了便于教学,体现新的教学方法,创造条件引导学生积极思考、主动参与,本书在编写过程中采用了案例引导模式,同时还有针对性地在正文中插入案例和资料,每章前有学习目的,章后有丰富的习题和实训项目,以强化学生对知识的理解和把握,增强学生的实际业务能力。

本书可作为高职高专金融与保险类、汽车类、交通运输类专业教材,也可作为汽车经销商、汽车金融公司、保险公司从业人员的培训用书,同时还可以作为广大的汽车消费者和保户及其他对汽车、信贷和保险感兴趣的读者了解汽车信贷与保险知识的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车信贷与保险/张晓华主编. —北京:机械工业出版社,
2008.1

高职高专金融专业规划教材

ISBN 978-7-111-23217-9

I. 汽... II. 张... III. ① 汽车—消费信用—高等学校:
技术学校—教材 ② 汽车保险—高等学校:技术学校—
教材 IV. F830.571 F840.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 001324 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:孔文梅

责任编辑:孔文梅

封面设计:鞠 杨

责任印制:李 妍

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2008 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

169mm×239mm·10.125 印张·394 千字

标准书号:ISBN 978-7-111-23217-9

定价:25.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 68354423

封面无防伪标均为盗版

前 言

近几年,随着我国国民经济的快速发展,汽车产业发展迅速,据有关资料显示,2006年,我国销售了700多万辆各类汽车,目前汽车工业已经毫无疑问成为了中国国民经济发展的支柱产业。2006年,我国成为仅次于美国的全球第二大新车市场。然而,目前我国汽车保有量每千人不到30辆,与世界平均每千人120辆相差甚远,我国汽车市场发展潜力巨大,特别是私人汽车消费,在未来20年将持续高速增长。目前,在美国、德国等主要发达国家,消费信贷购车比例已达到购车总量的70%,发展中国家如印度也达到了55%。而我国这一比例仅为10%。随着我国经济的快速增长和人民生活水平的逐步提高,汽车消费信贷发展潜力巨大。与此同时,随着汽车保有量的迅速增加,由于汽车交通事故引发的负面影响也日益凸现出来。我国是世界上道路交通事故死亡人数最多的国家之一,据不完全统计,每年车祸死亡人数超过8万人,伤20万人左右,直接经济损失近20多亿元。而抵御交通事故损失最好的办法就是通过保险转移和分散风险,弥补损失。

本书的主要内容就是介绍汽车信贷与汽车保险的相关知识。本书注重实际业务操作,从实用的角度出发,理论联系实际,提高学生的实践技能。

本书主要有以下几方面的特点:

第一,内容新颖,紧贴实际。本书在编写过程中,紧跟汽车信贷与保险实际业务,内容新颖。尤其是汽车保险部分,由于我国在2006年7月1日开始实施机动车交通事故责任强制保险,机动车商业保险基本条款也相应作了调整,2007年4月1日保监会推出了新版行业条款,本书全部按照2007版车险条款和费率规章进行介绍,同时由于交强险的实施,现场查勘、赔款理算等环节都有很大的变化,所以在编写上突出一个“新”字,对全新的汽车保险进行了全面系统的介绍。

第二,突出应用性,加强理论联系实际。汽车信贷与保险是一门实务性很强的学科,所以我们在编写过程中,特别聘请了业内专家进行指导,并参与到具体的编写工作中来。我们的写作宗旨就是本书既可以作为学校教材使用,又可以作为业务人员的培训教材。同时也是为了配合培养应用型人才的特点,本书在结构、体例和编写风格上进行了改革,采用了案例教学法,即先引入案例,后补充总结,再扩展与思考,在重点内容与环节上有针对性地插入案例或者资料,便于学生深刻理解和灵活掌握,提高学生学习的自主性和积极性。

第三,以能力本位的职业教育思想为指导,以重视提高学生的职业能力为主。在每章设定的学习目标中,都分解成了能力目标和知识目标两大类。通过职业分析确定综合能力作为学习的目标,根据一定的能力分析确定能力标准,将能力标准转换为知识内容,每章最后都以框图的形式总结了知识点,使能力的开发和知识的掌握有机地结合起来。课后附有复习思考题和实训项目,可以强化学生能力水平的培养。

本教材由辽宁省交通高等专科学校张晓华任主编,同时特别聘请了中国人民保险有限公司大连分公司蒋华、辽宁奥通汽车销售服务有限公司戴庆九任副主编,王富饶、孙晓芳、张淑华、周宇参编。编写分工如下:张晓华编写第三章、第七章和第十章,蒋华编写第九章,戴庆九编写第一章,王富饶编写第五章,孙晓芳编写第六章,张淑华编写第二章和第八章,周宇编写第四章。

本教材配有电子教案,凡使用本书作为教材的教师或学校可向出版社索取,电子邮箱:cmptgaozhi@sina.com,咨询电话:010-88379375。

在编写过程中,我们借鉴了国内外有关的文献资料、论著和教材,引用了相关研究成果,并得到汽车保险和汽车销售业内资深人士的具体指点和帮助,在此,我们表示最诚挚的感谢!同时也感谢机械工业出版社对我们的大力支持和帮助!由于时间及资料所限,加之编者水平有限和工作中可能的疏漏,本书难免存在不足和不当之处,恳请专家、读者批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 汽车消费信贷概述	1
第一节 信贷与消费信贷	2
第二节 汽车消费信贷	8
第三节 汽车消费信贷模式	13
本章小结	24
复习思考题	24
实训项目	25

第二章 汽车消费信贷操作及 赢利模式	27
第一节 汽车消费信贷的 中心环节	28
第二节 汽车消费信贷的程序	30
第三节 分期付款售车的操作	38
第四节 第三方全程担保 售车的操作	41
第五节 汽车消费信贷公司 服务赢利模式	48
本章小结	58
复习思考题	58
实训项目	59

第三章 汽车消费信贷风险管理	60
第一节 汽车消费信贷风险概述	61
第二节 汽车消费信贷风险管理	69
本章小结	79
复习思考题	79
实训项目	80

第四章 汽车保险概述	81
第一节 风险与保险	82

第二节 汽车保险的含义、 特征与作用	92
第三节 汽车保险的起源和发展	95
本章小结	100
复习思考题	100
实训项目	100

第五章 汽车保险原则	101
第一节 最大诚信原则	102
第二节 保险利益原则	109
第三节 损失补偿原则	113
第四节 近因原则	121
本章小结	125
复习思考题	125
实训项目	127

第六章 汽车保险合同	128
第一节 汽车保险合同的 特征和内容	129
第二节 汽车保险合同的 订立与效力	137
第三节 汽车保险合同的 变更和终止	142
第四节 汽车保险合同的 解释与争议的处理	144
本章小结	149
复习思考题	150
实训项目	150

第七章 汽车保险	152
第一节 汽车损失险	153

第二节 汽车责任险	169	第九章 汽车承保实务	236
第三节 附加保险	185	第一节 保险展业	237
第四节 汽车保险费率	197	第二节 投保实务	243
本章小结	209	第三节 核保	250
复习思考题	210	本章小结	265
实训项目	211	复习思考题	265
第八章 汽车消费信贷与		实训项目	266
分期付款的保险	212	第十章 汽车理赔实务	268
第一节 汽车消费贷款保证保险	213	第一节 汽车理赔工作概述	269
第二节 汽车消费贷款保证		第二节 汽车交通事故鉴定	
保险实务	218	与查勘	282
第三节 机动车辆分期付款		第三节 汽车保险定损与理算	300
售车信用保险	231	本章小结	315
本章小结	234	复习思考题	315
复习思考题	234	实训项目	317
实训项目	235	参考文献	318

第一章 汽车消费信贷概述

学习目标

能力目标

- 能够阐述汽车消费信贷业务的优点、推广汽车消费信贷业务。
- 能够向客户解释汽车消费信贷两种主要模式的区别。

知识目标

- 了解消费信贷的种类。
- 理解汽车消费信贷的含义与特征。
- 掌握汽车消费信贷的两种主要模式。
- 掌握汽车消费信贷的还款方式。

引号案例

贷款买车的故事

陈先生，四十岁，事业有成，是一位高知分子。凭着他的“知本”在这十几年来积累了一些财富。目前，他在广州拥有商品房两套。一天，陈先生如往常一样来到银行的理财中心办理对私业务，但这次陈先生有些烦躁不安。经细心地为他“诊断”后，他终于说出了这段时间的经济情况。陈先生今年年中又在番禺丽江花园购置了一套“小别墅”，据陈先生说，以他目前的上班距离，往返于广州番禺两地坐公交车需要一小时左右，况且不是直达家门口，致使上班一族的他“想居却步”。买车的梦想他曾有过，而且也跑了不少车行，最近他看中了一辆“蓝鸟二型”，这也就是他心结产生的原因。

银行明确了陈先生的“病情”后，就为陈先生作出以下治疗方案：首先，建议陈先生选择汽车消费贷款的方式来解决资金的困境，然后详细地为他计算所要负担的利息和月供款，若做七成五年汽车按揭贷款，首期只需付8万元，按年息6.03%计算，每万元月供款193.47元，每月需要供款3869.40元，以陈先生目前的经济收入，是较轻松的。陈先生听完为他设计的供车方案后，高兴地说：“你说得对，我为何不趁自己有工作能力时，享受生活的同时，再用自己的资产创造其他的经济效益呢？”最后，银行为陈先生提供了汽车的购买、保险、公证等手续一条龙服务。

住房、汽车和教育是最适合信贷消费的前三种对象，调查显示汽车成为超过教育的第二种最适合信贷消费的对象。随着学历和收入水平的提高，有更多的人

将汽车纳入信贷消费的适用对象,特别是月收入超过3 000元的被访者,认为汽车最适合信贷消费的比例迅速上升,并逐渐超越住房而成为信贷消费的第一适合对象,显示出汽车信贷消费市场的巨大潜力和空间。

在这一章的学习中,我们将从信贷入手,逐步了解消费信贷、汽车消费信贷,并对汽车消费信贷的含义和特征、汽车消费信贷的模式与还款方式等作重点介绍。

第一节 信贷与消费信贷

一、信贷的含义与特征

(一) 信贷的含义

信贷是一种借贷行为。它是指以偿还本金和支付利息为条件的特殊价值运动。从经济内容看,货币持有者把货币借给他人使用,于约定的时间内收回,并收取一定的利息作为借出货币代价的一种债权债务关系。

信贷属于与商品经济紧密相连的经济范畴,它是商品生产和货币流通发展到一定阶段的产物。信贷关系是在商品货币关系基础上产生的,它反映了商品生产者之间的经济关系,它为商品货币经济所共有。

信贷产生的最基本前提条件是私有制条件下社会分工和大量剩余产品的出现。只有社会分工,劳动者才占有具有不同使用价值的产品或商品;只有剩余产品和交换行为的出现,才会不同使用价值的产品或商品所有者之间出现交换和借贷行为。从历史上看,家庭和私有制的产生创造了“借”与“还”的概念。以货币为媒介的商品流通的发展,使商品的买卖在时间和空间上发生分离。商品的价值通过货币来表现,使价值可以独立于使用价值之外,为信贷交换提供了可能。货币的支付手段的发展,使商品让渡同商品价值的实现在时间上分离。这种分离意味着商品的卖者先让渡商品,然后才得到商品价值的支付,商品的买者只是作为未来货币的代表而赊购商品,形成了卖者作为债权人和买者作为债务人的债权债务关系,这就是信贷的产生。由此可见,信贷产生的基础是商品生产和货币流通,它是商品经济发展的产物。

最初的信贷形式是实物信贷。它是由于商品生产者生产过程中因生产周期不一致或在交换过程中因需求的不一致而出现的一种简单信贷关系。这种信贷关系是偶然的和短暂的,而且具有预付的性质,常常通过口头承诺的方式达成。随着商品生产和货币流通的进一步发展,货币信贷和信贷制度也逐渐发展和完善起

来。借贷的方式也从最初的民间信贷发展为以银行信贷为主,多种信贷方式并存的信贷模式。

(二) 信贷的特征

信贷是一种以还本付息为条件的价值运动的特殊形式,不论其存在的社会形态有何不同,或以何种具体的形式出现,其基本特征都是一样的。

1. 信贷是一种借贷行为

在贷款活动中,至少有两个当事人,即货币的贷出者和借入者,其中货币的贷出者成为债权人,而借入者则成为债务人,从而形成债权债务关系,这种关系就是信贷关系。

2. 信贷具有偿还性

偿还性是指借款人要按约定的借款期限、借款数额偿还贷款。偿还还是信贷的内在要求,不要求还款的不能称其为贷款,而是拨款、赠款。信贷的偿还性是信贷的本质特征。银行发放贷款是暂时转让贷款的使用权,而保留所有权,是两权分离的资金运动,这与非信贷形式的资金运动有着本质的区别。

3. 信贷具有增值性

增值性是指借款人在偿还贷款时要按约定的利率支付利息,连同贷款本金同时归还贷款人。收回贷款本息的数额要高于贷出时贷款的数额,这就是信贷的增值性。

在商品经济条件下,经营信贷业务与从事其他经济活动一样,都是为了获取一定的经济效益。银行在经营信贷业务时,要耗费一定的费用,如果贷款不收取利息,这些费用就得不到补偿,经营活动也就要停止,因此收取利息也就成为贷款活动的内在要求。有些国家的银行贷款不收利息,中国也发放过无息贷款,但这只是一种特例,并不反映信贷的本质特征。

二、消费信贷的含义与特征

(一) 消费信贷的含义

消费信贷又称消费贷款,是企业、银行和其他金融机构向消费者个人提供的直接用于生活消费的信用。

我国现阶段的消费信贷主要是指我国商业银行为拉动经济增长,促进企业存量商品销售,配合国家产业调整、产品政策,提高国民素质、改善生活质量、推动社会全面进步而向消费者提供的信贷。我国消费信贷虽然是以消费者偿还本金和付息为条件的借贷行为,但商业银行资金使用权的让渡并不以获取利息差额为唯一目的,它已经成为政府宏观调控经济的手段之一。

（二）消费信贷的特征

消费信贷和商业银行的其他工商企业贷款比较有如下特点：

1. 利率水平高

消费信贷被银行家们视为有利可图的“刚性”利率贷款。就是说，它的定价大大高于它的融资成本。这是因为它的合约利率不象现在的大部分商业贷款一样可以浮动，而是在贷款期间不随着市场条件的变化而变化。这种固定利率锁定了银行的收益。在贷款期间，如果银行筹资成本上升并且超过了银行利息收益，银行该笔消费信贷就暴露在利率风险之下。同时，通常较高的利率用以补偿消费信贷较高的成本和较高的违约风险。

2. 成本费用高

从会计成本角度讲，个人贷款是银行所有贷款中成本最高的贷款。每笔贷款金额小，但其固定成本并不低，如银行固定资产折旧及设施费用、人员工资费用、调查费用等个人贷款单位成本要高于企业贷款。因此个人贷款的发展与开拓是以银行规模效益和提高机构功能为前提的一种业务。

3. 违约风险大

消费信贷是商业银行贷款中风险最高的贷款。因为个人和家庭的财务状况可能受疾病、失业、事故或灾害等多方面影响而急剧变化，消费信贷的违约风险通常高出商业贷款几倍。

4. 利率敏感性低

也就是借款人缺乏利率弹性。相关调查表明，消费者对利率变化并不敏感。消费者更关注贷款协议中每月付款额多少。利率水平、利率变动通常不是消费者考虑的重要因素，消费者是否借款或者借多少款的决定因素是受教育程度和收入水平，以及对生活质量的追求和贷款所带来的效用。

5. 规模变动呈周期性

美国联邦储备银行对消费信贷的研究表明，消费信贷具有较高的经济周期敏感性。在经济扩张时期，消费者对未来的收入预期比较乐观，敢于花钱，个人贷款增长比较快；相反，在经济衰退时期，随着失业率上升，很多人和家庭对未来的收入预期变得比较悲观，消费信贷就会明显减少。消费信贷规模的不稳定性也是商业银行给消费信贷制定高利率的一个重要原因。

三、消费信贷的作用

消费贷款的发展对社会经济发展具有积极的作用，主要表现在如下几个方面：

1. 消费贷款是调节生产与消费的有力杠杆

消费贷款对生产与消费有促进作用,消费量的扩大也推动了商品销售市场的扩大,引发新的消费需求,导致新产品的诞生,为新产品打开市场开辟道路。还能通过生产消费品的工业生产的发展,推动生产原料、机械等行业的发展。通过消费贷款投向和投量的变化,引导消费,改变消费结构,从而引导生产并改变生产结构。

2. 消费贷款通过购买力的提前实现来平衡和调节消费

消费贷款将一部分将来才能实现的商品价值提前到当前实现,促进了社会商品资金的转化,加速了社会资金的周转。同时,消费贷款能对个人的消费起平衡调节作用,通过分期分批地付款,可减轻消费者在某一个阶段的压力。

3. 消费贷款能调节社会总供给与总需求的矛盾

消费贷款是促使社会购买力实现的加速器,促进了社会消费的实现,如果是市场上适用适销、有保值价值、有实际消费价值的消费品,必然受人们欢迎,则意味着市场趋旺,即使人们借钱也会去消费。因此,在客观上起到了调节社会总供给与总需求的矛盾,促进社会经济平衡发展的作用。

4. 抑制“高利贷”的活动范围

民间消费信贷常与“高利贷”相联系,商业银行开办消费信贷业务,客观上抑制了“高利贷”活动的市场。

【小资料】 消费信贷在发达国家的发展

在商品经济比较发达的国家,每年有成千上万的消费者通过消费信贷提高了物质生活水平,增加了享受闲暇的机会,商人也利用消费信贷取得了更多的利润。二次大战后,消费信贷在发达国家得到了极大的发展,目前国外消费信贷在经济生活中占有一定比例,如美国、加拿大的消费信贷占银行贷款的比例分别约为 1/5 和 1/3。德国 1/2 的家庭有债务,法国 1/2 的家庭有债务,1/4 的家庭靠贷款买房;美国 70%、德国 60%、日本 50% 的汽车销售通过贷款完成;美国每年有 6 000 万户家庭用信用卡消费,累计债务 4 000 亿美元。消费信贷迅速发展的原因主要有以下几个:

(1) 收入水平的大幅度提高。消费信贷的普及和发展有两个前提条件:一是消费者收入远远大于现期支出,且有能力支付贷款;二是消费者预期收入高于现期收入。以上条件至少要满足一个,否则消费信贷难以开展。二次大战后 20 年是西方国家迅速发展的时期,这段时间为消费信贷的发展创造了有利条件。

(2) 消费观念的转变。信贷消费不再被人们看作是无能的表现,已经成为人们日常生活中不可缺少的一部分。通过信贷消费,人们可以提前享受所购买商品

带来的好处,使生活提前改善;另一方面,消费信贷也被认为是家庭理财的一种方式,人们通过比较现金购买与信用购买之间的成本和收益,从中选择最适合自己的消费方式。

(3)科技发展对消费信贷的促进作用。科技的发展尤其是计算机技术的应用,使消费发生了划时代的变化。更重要的是,新技术向消费信贷领域延伸,产生了许多消费信贷的新方法、新产品,例如,自动取款机(ATM)、销售点终端机(POS)等的使用,使消费信贷不再受地点限制。

(4)金融机构的参与。尤其是商业银行的参与使消费信贷的资金基础雄厚,并成为消费信贷的主导者。它一方面利用在账户处理上的优势与商家合作,解决了商家在开展信用业务时繁琐的账户处理;另一方面有强大的资金作为后盾,有能力承担消费信贷中的风险。同时,商业银行利用自己的优势,不断推出消费信贷新品种,消费者可以用信用方式支付各种费用,如打官司、看病,甚至可以用消费信贷支付学费和向政府交税。

(5)个人信用制度的建立和法律的完善。二次大战后,美国制定了大量的法律来规范消费信贷,以保障借贷双方的合法权益。1969年通过的《贷款求实法》,1971年通过的《公平信用报告法》等法案,为消费信贷的发展提供了良好的制度保障。

四、消费信贷的种类

(一)消费信贷的分类

消费信贷的种类很多,为了解各种消费信贷的特性,可以从不同的角度进行分类。其分类的方法有以下几种:

1. 按消费信贷的用途分类

根据消费信贷的用途不同,消费信贷可以分为:①商品信贷(比如住房贷款、汽车贷款、其他耐用消费品贷款等);②服务信贷(比如旅游贷款、教育贷款、医疗贷款等)。

2. 按消费信贷提供者分类

根据消费信贷提供者的不同,消费信贷可以分为:①商业信贷或零售信贷(也就是由零售商向消费者提供的信贷);②银行信贷或现金信贷(也就是由银行和其他金融机构提供的信贷)。

3. 按贷款和还款方式分类

根据贷款和还款方式的不同,消费信贷可以分为:①循环信贷(一次申请、多次使用的信贷,如信用卡及其他周转限额贷款);②分期付款信贷(贷款的本

金和利息分多次还清);③一次还清贷款。

(二) 我国消费信贷的主要种类

从我国目前最主要的消费形式看,消费贷款主要有个人住房贷款、担保贷款、个人定期储蓄存单小额抵押贷款。

1. 个人住房贷款

个人住房贷款是指对个人发放的用于购买、建造和修缮自住住房的贷款。对个人发放用于购买自住住房的贷款,应符合以下条件:借款人的住房购买价格基本符合贷款银行或其委托的房地产估价师所评估的价值;借款人购房首期付款不低于所购买的住房价格的规定比例;借款人具有稳定的可以用于按期偿还住房贷款本息的收入。

2. 担保贷款

担保贷款包括保证贷款、抵押贷款和质押贷款。在消费贷款中通常采用抵押贷款和质押贷款。

(1) 抵押贷款。抵押贷款是指按《中华人民共和国担保法》规定的抵押方式以借款人或第三人的财产作为抵押物发放的贷款。抵押是由债务人或者第三人提供一定的财产,用来担保合同履行的民事法律行为。《担保法》规定,抵押是指债务人或者第三人转移对法律规定的可作为抵押物的财产的占有,将该财产作为债权的担保。当债务人不履行债务时,债权人有权按照法律规定以该财产折价或者以拍卖、变卖该财产的价款用于还款。

(2) 按揭贷款。按揭是英文“Mortgage”的音译,是抵押贷款的一个分类,它是指借款人在购买耐用消费品时,支付首期规定的价款后,按揭人将所购消费品的产权转让给按揭收益人(通常指提供贷款的银行)作为还款保证,由贷款银行代其垫付其余购货款,在银行贷款垫付期间,该消费品的所有权(权益)作为履行债务担保抵押给贷款银行,在按揭人还清全部贷款本息后,按揭收益人立即将所涉及的消费品的所有权(权益)移归按揭人所有。现在商品房和汽车消费贷款主要采用按揭的方法。

(3) 质押贷款。质押贷款是指按《中华人民共和国担保法》规定的质押方式以借款人或第三人的动产或权利作为质押物发放贷款。质押包括动产质押和权利质押。动产质押是指债务人或者第三人将其动产移交债权人占有,将该动产作为债权的担保。债务人不履行债务时,债权人有权依照法律规定以该动产折价或者拍卖、变卖该动产的价款用于还款。

3. 分期付款

分期付款是分期偿还本金和利息的贷款,在多数情况下,客户借款是用于购

买耐用消费品、汽车或支付临时费用,并按月分期偿还贷款。这种贷款的数额决定于贷款的用途。分期偿还贷款的期限通常在两年至五年之间。大多数这种贷款都是具有担保的。

分期付款在信贷契约中的三个重要内容:① 首期支付款;② 契约期限;③ 利息与费用。购买者和贷款者往往都关心首付款的比例,首付款比例高将意味着安全程度高。

分期付款可以是直接贷款,也可以是间接贷款。直接贷款是由银行和资金的最终使用者直接商定的贷款。向银行借款用于购买汽车的个人必须正式提出借款申请,并提供支持性的个人财务资料。信贷员在审查这些资料后,批准借款或拒绝借款申请。间接贷款是银行通过那些零售商向顾客提供融资的贷款。零售商(比如汽车交易商)承办借款申请,与消费者商定借款条件,并将借款协议交给银行。如果贷款获得批准,银行就按照事先商定的条件向零售商购买贷款。现在银行购买贷款的具体形式往往是购买零售商的票据。近年来,间接贷款的方式已占贷款总额的 50% 以上,我国的分期付款也主要是采取这种形式。

第二节 汽车消费信贷

一、汽车消费信贷的产生和发展

汽车消费信贷是产生得比较晚的一种消费信贷形式。在美国,1850 年,家庭主妇就能用消费信贷购买缝纫机,后来消费信贷又流行于家具行业。汽车产业的发展催生了汽车消费信贷。1916 年,美国一辆轿车的价格相当于一个普通工薪族半年的收入,当第一批汽车购买者开始出售他们的旧车而购买者需要购买二手车时,汽车信贷就开始产生了。同时,新车的购买者同样需要财务上的支持,所以出现了第三方财务公司。到 1924 年,美国 75% 的汽车都是通过分期付款方式购买的。汽车消费信贷于 20 世纪 20 年代被推行后,经历了一个长期的增长过程。纵观国外汽车消费信贷的百年发展历史实践,这项业务基本经历了起步阶段(1908—1929)、低谷阶段(1930—1946)、发展阶段(1950—1990)和成熟阶段(1990 至今),这四个阶段体现了汽车消费信贷的一般发展规律。

(一) 美国汽车消费信贷与汽车业的发展

汽车消费信贷起源于美国 1907 年私人汽车购买中的分期付款方式,到 1919 年,福特汽车公司 65% 的汽车是通过分期付款方式销售出去的。目前美国汽车销售额中 70% 靠分期付款方式实现,并且在美国商业银行的消费信贷中,汽车贷款占有相当重要的地位,其信贷额仅次于信用卡,居第 2 位,见表 1-1。

表 1-1 美国商业银行向个人提供的消费信贷分类

(单位: 亿美元)		
类 别	1972 年	1997 年
汽车信贷	208	1 522
信用卡或个人信贷额度	74	2 177
其他个人信贷	370	1 513

注: 不包括住房抵押贷款。

美国汽车消费之所以迅速增长,在很大程度上归功于消费信贷。20 世纪初,在汽车大批量生产以前,由于价格十分昂贵,因而汽车只是少数富人的消费对象,是典型的奢侈品。随着福特发明的汽车装配线的采用,汽车的生产成本大幅度降低,美国汽车的产量也从 1900 年的 4 200 辆猛增到 1913 年的 46.2 万辆和 1929 年的 535.8 万辆。大批量的生产需要巨大的市场来支撑,必须想办法使汽车由少数人消费的商品变成普通百姓都能够买得起的消费品,美国的汽车经销商除了降低价格外,还向购买汽车的消费者提供分期付款信贷,以刺激消费,扩大市场。从 1910 年首笔汽车分期付款信贷发放开始,汽车的分期信贷额不断上升,始终同汽车产量保持着正相关的关系,见图 1-1。从图中可以看出,美国汽车金融业对汽车产业的发展有很大的推动作用,汽车增长的曲线始终围绕着汽车金融发展的曲线上下波动,消费信贷支撑着美国汽车业的发展。目前美国已成为世界上消费信贷最发达的国家,截止 2005 年 1 月,消费信贷余额是 21 289 亿美元,消费信贷的主要提供者是商业银行,其次是财务公司,其占有 16.11% 的市场份额。财务公司的市场份额从 20 世纪 80 年代末开始因通用汽车承兑公司、克勒汽车信用公司、通用电气资本公司及福特信用公司的大力扩张而大幅上升。

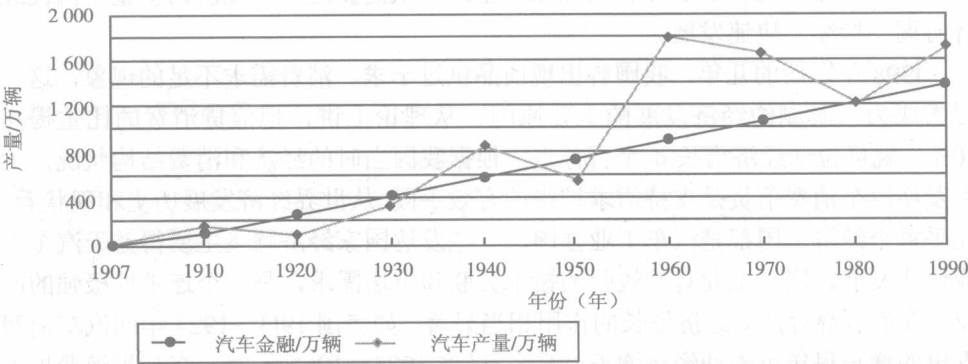


图 1-1 美国汽车增长与汽车金融关系图

（二）日本汽车消费信贷与其汽车业的发展

日本几大著名的汽车公司如丰田、日产等在 20 世纪 20、30 年代才成立。当时，汽车作为高价商品，消费对象主要是少数高收入者和政府部门，到了 50 年代后期，汽车的分期付款得到普及。1950 年日本仅生产汽车 3.2 万辆，占世界汽车总产量的 0.3%，日本政府借鉴美国的经验，于 1955 年通产省公布了发展民用车的计划，提出要为本国公民生产整车质量为 400kg，时速 100km，乘 2~4 人，排气量 350~500ml，成本在 15 万日元左右的汽车；1960 年汽车产量猛增到 76 万辆，占世界汽车总产量的 4.61%；1961 年颁布实施《分期付款贩卖法》，从法律上对公民购车进行金融信贷支持，使汽车消费信贷方式成为日本汽车消费的主要方式，带动了汽车工业的超常规发展。1970 年日本汽车产量达到 530.4 万辆，占世界汽车总产量的 18.1%，同期美国所占份额降到 28.12%，日本汽车产量超过德国，为世界第二，与此相对应，日本加入发达国家行列，并成为世界第二经济强国，这一成就在很大程度上归功于汽车业的巨大成功；到 1980 年，日本汽车产量第一次超过了美国，达到 1 104.2 万辆，占世界份额的 28.78%，同期美国仅占 21.03%，日本在世界经济中的地位不断增强。纵观日本汽车业发展，不难看出，信贷业对日本汽车业发展的促进作用十分明显。

二、汽车消费信贷的作用

开办汽车消费信贷业务是世界各国通行的一种做法。它不仅可以缓解汽车消费者的资金压力，而且为汽车生产企业提供了巨大的资金支持，加快了企业生产资金的流动。目前发达国家汽车消费信贷（分期付款）十分普及，对汽车工业起到了非常重要的作用。汽车工业是高投入高产出的企业，其发展水平是一个国家综合国力的体现，能够带动几十个相关行业的发展。因此，汽车消费信贷对我国的汽车工业乃至国民经济的发展具有深远的意义。其表现有如下几个方面：

（1）汽车消费信贷引导社会需求、生产，从而促进工业经济乃至整个国民经济协调、持续、快速发展。

1998 年之后的几年，我国曾出现商品供过于求、消费需求不足的现象，这一因素成为当时制约经济发展的主要原因。从理论上讲，把信贷消费的比重提高 10%，就可拉动经济增长 4 个百分点。根据我国当时的经济和消费结构状况，大力发展汽车消费信贷是支持需求扩张的有效手段。从世界经济发展历史和现状看，几乎每个经济大国都是汽车工业强国，一些发达国家经济腾飞主要得益于汽车工业快速发展。汽车工业有着较强的技术关联和市场需求，是一个连带性极强的产业。汽车消费对推动经济增长的作用相当显著，如美国 1913~1923 年间汽车消费支出的增长每年可推动经济增长 0.6%，日本 1925~1965 年间，汽车类消费扩大每年就可推动经济增长 0.3%。事实证明，发展汽车消费贷款这一决策，对我国扩