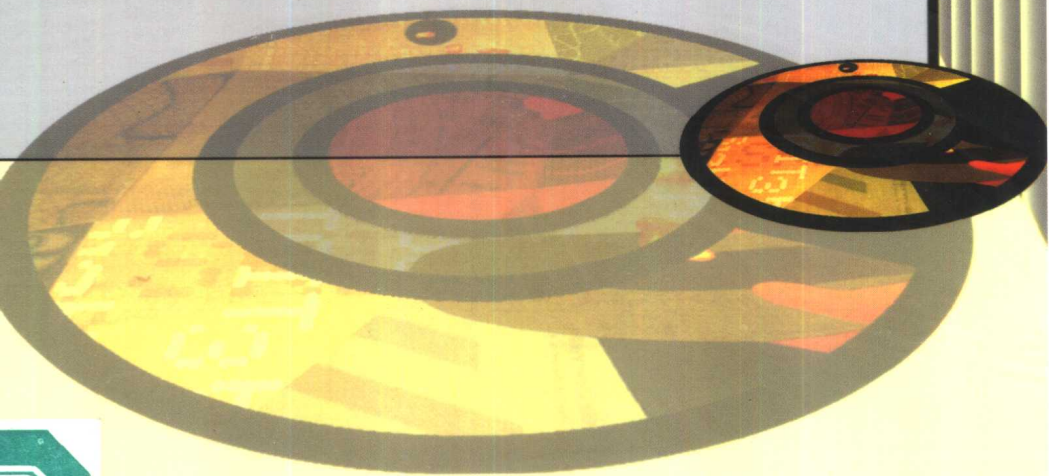



消费信贷

栗勤 / 著



 中国审计出版社

消费信贷

· 1 ·



消费信贷

栗勤著

中国审计出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费信贷/粟 勤 著. - 北京:中国审计出版社,2001.1

ISBN 7-0064-956-3

I.消… II.粟… III.消费信用-基本知识-中国 IV.
F832.479

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 80909 号

消费信贷

粟 勤 著

出 版	中国审计出版社
地 址	北京市西城区北礼士路 54 号 邮政编码 100044
发行经销	新华书店总店北京发行所发行 各地新华书店经销
制版照排	世纪风云图文制作中心
印 刷	北京市白帆印刷厂版 次 2001 年 1 月北京第 1 版
开 本	850×1168 1/32 印 次 2001 年 1 月第 1 次印刷
印 张	8.625 印 数 1-5000 册
字 数	208 千字 定 价 16.00 元
书 号	ISBN 7-80064-956-3/F·663

版权所有 侵权必究

前 言

开展消费信贷,对于启动消费品市场、拉动内需、促进经济增长,以及改善商业银行的资产结构、提高资产质量、开拓全方位的个人金融服务,迎接“入世”的挑战,具有十分重要的现实意义。这已经成为人们的共识。

自1999年3月中国人民银行发出《关于开展个人消费信贷的指导意见》以来,至今已有一年多的时间。尽管各商业银行先后推出了个人住房抵押贷款等多种贷款品种,但消费信贷始终未能象想像的那样“火爆”起来。消费信贷在我国仍处于初步探索阶段,究竟应该怎样开展消费信贷业务,根据经济发展的不同阶段和市场需求的变化推出“适销对路”消费信贷品种?怎样建立完善的个人信用制度,约束借款人的违约行为?怎样提高商业银行的服务意识,积极推销消费信贷产品,以吸引更多的消费者前来申请贷款?怎样以尽可能短的时间、尽可能高的质量完成消费信贷的调查与评估?怎样建立消费信贷,尤其是个人住房抵押贷款的信用保险与担保机制,控制消费信贷的信用风险?怎样开发消费信贷二级市场,以降低流动性风险?怎样加强市场监管、规范市场行为,保护消费者的合法权益?……这些已成为摆在政府机构和商业银行面前最迫切的任务之一。

本书全面、系统地介绍了以美国为主的西方发达国家消费信贷市场的运作,包括现代消费信贷在美国的产生和发展的过程、消费信贷的种类和具体操作、消费信贷的管理与分析、调查与评估、消费信贷立法和市场监管等等,内容详尽、资料丰富。本书在总结和借鉴西方发达国家消费信贷发展的经验和教训的基础上,探讨

建立符合我国市场经济特点的消费信贷制度的思路。本书的主要特点有：

一、关注当前的热点问题,以翔实的资料和深入的论述探讨消费信贷市场的近期发展特征、住房抵押贷款担保证券与证券化、80年代以来美国消费者破产案件的上升与消费者的债务负担等问题。

二、对西方发达国家商业银行和其他金融机构的消费信贷业务进行了详细的介绍,如消费信贷计划的推销手段、消费信贷成本与利润的分析、贷款品种的设计和价格的制定、消费信贷的调查内容与途径、消费信贷的评估方法、逾期贷款的催款周期与催款手段等,具有很强的操作性。这对于我国商业银行加强消费信贷业务的管理、提高服务效率有着现实的指导意义。

三、总结西方发达国家开展消费信贷的经验和教训,并结合我国的实际,为进一步发展我国的消费信贷业务提出建议。

四、本书可为广大消费者了解和合理使用消费信贷提供咨询,为商业银行开展消费信贷提供借鉴,也可以作为研究机构从事研究和财经类院校相关课程进行教学的参考资料,并为各政府机构制定有关消费信贷的政策提供建议等。

作者

2000.10 于北京

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 消费信贷的含义与分类.....	(1)
第二节 消费信贷的作用与供求.....	(5)
第二章 现代消费信贷的产生和发展	(14)
第一节 现代消费信贷的产生	(14)
第二节 现代消费信贷的发展	(26)
第三章 中、短期消费信贷(非住房抵押贷款)	(42)
第一节 零售商业信贷	(43)
第二节 商业银行提供的中、短期零售银行信贷.....	(52)
第三节 其他金融机构提供的中、短期零售银行信贷.....	(59)
第四节 信用卡贷款	(66)
第四章 个人住房抵押贷款(上)	(77)
第一节 个人住房抵押贷款概述	(78)
第二节 个人住房抵押贷款的种类	(93)
第三节 个人住房抵押贷款一级市场的运作.....	(102)
第五章 个人住房抵押贷款(下)	(112)
第一节 个人住房抵押贷款二级市场的运作.....	(112)
第二节 个人住房抵押贷款担保证券与证券化.....	(123)
第三节 个人住房权益贷款.....	(135)
第六章 消费信贷立法	(143)
第一节 消费信贷立法的目的	(144)
第二节 保护消费者合法权益的立法	(150)
第七章 消费信贷的管理与分析	(166)
第一节 消费信贷的管理过程.....	(167)

第二节	消费信贷的分析与产品设计	(175)
第八章	消费信贷的调查与评估	(186)
第一节	消费信贷的调查	(187)
第二节	消费信贷报告机构	(199)
第三节	消费信贷的评估与决策	(205)
第九章	消费信贷的催款与消费者破产	(219)
第一节	消费信贷的催款	(219)
第二节	消费者破产与个人破产法	(232)
第三节	消费者破产与消费者的债务负担	(237)
第十章	消费信贷在中国的发展	(248)
	主要参考文献	(266)

第一章 导 论

消费信贷是商业银行、金融公司、信用社等金融机构和零售商向消费者发放的用于购买最终商品和服务的贷款,是消费者在资金不足的情况下,以贷款来购买消费用品的一种特殊的消费方式。消费信贷的产生有效地解决了消费者的购买欲望与现实购买能力之间的矛盾,使消费者将未来的收入转化为现在的收入,在满足了消费欲望,提高了生活质量,方便了购物的同时,也促进了消费需求的增长。

本章首先探讨消费信贷的概念和分类,然后简要分析消费信贷的作用与消费信贷的供求。

第一节 消费信贷的含义与分类

一、消费信贷的含义

消费信贷是零售商、金融机构等贷款提供者向消费者发放的主要用于购买最终商品和服务的贷款。与其他形式的贷款相比,它有两个显著的特点:首先,消费信贷的贷款对象是个人和家庭,用法律术语来说,是“自然人”,而不是各类企业、机构等“法人”。其次,从贷款用途来看,消费信贷是用于购买供个人和家庭使用的各类消费品,这与向企业发放的用于生产和销售的信贷有着本质的区别。

以贷款对象和贷款用途来区分消费信贷与其他形式的信贷,

在实际中会遇到一些问题。比如,向农户发放的贷款可能用于消费,也可能用于农业生产,或二者兼而有之,这两种不同用途之间的贷款额是很难区分的。其他部门,如向个体经营者发放的贷款,也存在同样的问题。实际上,消费信贷的用途虽主要是最终商品和服务的消费,但不完全局限于此,它可以用于缴纳个人税收、投资于房地产或用于债务重组等。因此,广义的消费信贷就包括向个人和家庭发放的全部贷款。

根据美国联邦储备委员会的统计分类,消费信贷被定义为“通过正常的商业渠道发放的用于购买供个人消费的商品和劳务或者用于偿还由此原因而产生的债务的中、短期信贷”^①。此定义包含几乎了所有消费信贷提供者向消费者所发放的贷款,但却没有将个人住房抵押贷款包括进来。这主要是因为这种贷款不仅期限长,数额远远超过了中、短期消费信贷,而且其市场需求、竞争环境和法律要求不同,贷款程序也复杂得多。不过,从理论上讲,个人住房抵押贷款无疑应归入消费信贷中。这是因为购买住房是一种最基本的消费行为,尽管它也能给人们带来可观投资收益,但人们首先是为了家庭消费而买房,一般情况下,只有在家庭住房消费得到满足的情况下,才考虑投资买房;更重要的是人们常常以个人住房作抵押来申请购买其他商品和服务的贷款。80年代以来,在美国盛行的消费信贷新品种——住房净值贷款就是一个典型的例子。

本书将要探讨的消费信贷是指向消费者个人和家庭提供的主要用于购买商品和服务的各类贷款,包括个人住房抵押贷款和非个人住房抵押贷款。

^① 美国联邦储备委员会:金融与货币统计,1941—1970年,华盛顿地区,1976年。

二、消费信贷的分类

根据不同的分类标准,消费信贷大致可以分为以下几类:

(一)根据消费信贷提供者的不同,可以分为零售商业信贷和零售银行信贷。商业零售信贷是由零售商等向消费者提供的用于购买商品,主要是耐用消费品的贷款;银行信贷也叫现金贷款,是由银行和其他金融机构提供的用于购买各种消费品或其他用途的贷款。

(二)从消费信贷的用途来看,可以分为商品信贷,即购买各种商品如住房、汽车、电脑等耐用消费品和非耐用消费品的贷款;服务信贷,即用于支付诸如旅游、教育、医疗、婚庆等服务费用的贷款;以及其他用途(如个人债务重组)的贷款。

(三)根据贷款的担保情况来划分,可以分为信用贷款和担保贷款。信用贷款是消费信贷提供者完全基于消费者的信用而发放的贷款,借款人仅仅提供一种书面的还款承诺就可以获得贷款。而担保贷款除了这种书面承诺外,还需要由借款人提供某种还款保证才能获得贷款。这些保证有由第三者担保或某种财产担保两种。前者也叫“保证贷款”(guaranteed loan),由个人或机构等保证人在借款人违约时替其承担偿还贷款的责任;后者由借款人将其财产作为担保来申请贷款,当借款人不能履行还款义务的时候,贷款人有权按照贷款合同和担保协议的规定收回担保品用于抵偿贷款。根据担保品的种类,担保贷款又可以分为以住房、汽车等为担保品的抵押贷款和以银行存单、债券等为担保品的质押贷款两种。

(四)根据还款方式的不同,可以分为分期付款信贷(即贷款的本金和利息分多次还清)和一次还清贷款。在分期付款信贷中又可分为分期付款协议和循环信贷两种,前者是消费者与贷款机构就使用贷款购买某种特定的商品而签定的协议,协议允许消费者分期偿还贷款本息,若还需使用贷款,则必须重新申请,还清贷款

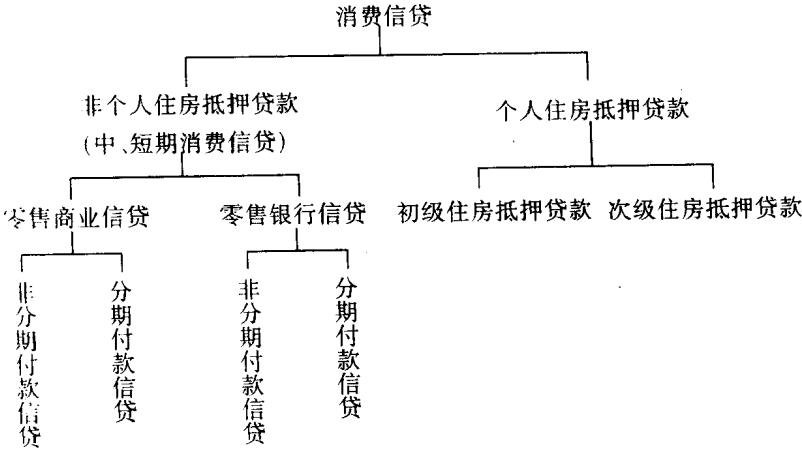
后协议就终止,是一种一次申请,一次使用的信贷。而循环信贷是一次申请,多次使用的信贷,在一定的期限内,消费者可以在贷款机构批准的信用额度内多次使用贷款,并在规定的期限内分多次偿还贷款,如信用卡透支、个人信贷额度等均属于此类。

(五)根据贷款期限来划分,可以分为中、短期消费信贷和长期住房抵押贷款。前者的贷款期限一般比较短,大都在五年到七年以内,最长的十年,而后者大都十年以上,一般为在二十年至三十年。

由于个人住房抵押贷款的特殊性,一般将其单独统计。其他非个人住房抵押贷款绝大部分的期限比较短,故在本书中通称为中、短期消费信贷。

以下是消费信贷的一个简单分类示意图。

图一11 消费信贷分类示意图



第二节 现代消费信贷的作用与供求

一、现代消费信贷的作用

在现代社会,消费信贷已经成为人们生活中不可缺少的一部分。对于消费信贷的使用者而言,现代消费信贷的作用主要表现在以下三个方面:

(一)尽快提高生活水平、提前满足享受高质量生活的愿望

当消费者解决了基本的温饱后,追求高质量的生活就成为每一个消费者的最大愿望。然而不论是购买汽车、住房或者家用电器,还是接受高等教育、出国旅游等,都需要一大笔的开支,对于大部分消费者来说,靠目前的收入是难以实现的。如果没有消费信贷,消费者只能暂时地压抑自己的购买欲望,到积累了足够的储蓄以后再买,这对于对于工薪阶层来说,可能需要等待相当长的时间。消费信贷可以将消费者未来的收入转化为现在的收入,使消费者提前购买所需要的商品和服务,从而尽快提高生活质量。

(二)帮助消费者解燃眉之急

即在消费者个人或家庭遭遇意外事故时,帮助消费者解决现金不足的问题,及时度过危机。这一功能被称做消费信贷的安全阀功能(safety - valve function)。很多消费者平时都把多余的现金存进银行或买了股票、债券,家里并没有足够的现金,一旦遇上预料不到的事情,如生病住院、失业、家庭财产损失等,急需要用钱的时候,家中的现金会很快被耗尽。这时,消费信贷就可以帮助消费者解燃眉之急,通过满足消费者的即期现金需求,使消费者顺利地度过危机。

(三)提供了一种安全、方便消费方式

消费信贷的第三个作用在于它使消费者购物消费更加方便和安全,不论是购买商品,还是支付服务费用,也不论是在国内消费

还是出国旅游,消费者都不再需要随身带大量的现金,只需要一张小小的信用卡就足矣。而信用卡,或类似循环账户贷款的偿还时间也常常是与消费者得到收入的时间挂钩的,这也最大限度地方便了贷款的偿还。

由此看来,只要加以合理地利用,消费信贷就能尽快提高消费者的生活水平,帮助消费者提前实现自己的梦想。

二、消费信贷需求的理论探讨

(一)有关消费信贷需求的理论

对消费信贷需求的分析最初来源于费雪(Fisher, I.)的利息理论。1930年,费雪在其出版的名著“利息论”(the theory of interest)中,首次分析了消费者对于现在消费和未来消费的时间偏好,并对消费者将全部财富在现在和未来消费中的分配进行了初步的探讨^①。1958年西斯勒弗(Hirshleifer, J.)、1964年加斯特(Juster, F. T.)和夏(Shay, R. P.)分别对费雪的模型进行了扩展。根据这一扩展后的模型,耐用消费品被假定能够为消费者提供一系列的服务,与租用这些消费品相比,购买这些消费品能够使消费者在使用期内节约一定的时间和租金。在给定消费者目前与将来消费偏好的情况下,消费者会愿意购买耐用消费品。当目前的收入不够时,消费者就会申请贷款来满足购买欲望,以提高效用水平^②。可见,消费者是在选择一种跨时期消费的最佳模式时而产生了对消费信贷的需求。

西方经济学中的消费函数理论将消费需求与收入水平联系起来,这从另一个角度为我们提供了解释消费信贷需求的启示。这

^① 《利息论》,纽约,麦克米兰出版社,1961年版。

^② 参见西斯勒弗J.:“论最佳投资决策”,《政治经济学杂志》1958年,第66期,8月,P.329-352和加斯特F.T.与夏R.P.:“消费者对融资率的敏感程度:一次经验与分析的调查”,纽约,哥伦比亚大学,1964年出版。

方面最著名的理论要数弗兰科·莫迪格利安尼(Franco Modigliani)的“生命周期假说”^①和米尔顿·弗里德曼(Milton Friedman)的“持久性收入假说”^②。“生命周期假说”的核心思想是:每个家庭都根据其一生的预期收入来作出消费决策,其消费水平取决于消费者在整个生命周期内的收入水平和他们所拥有的财产。而“持久性收入假说”则把持久性收入与暂时性收入区分开来,它认为:为了实现效用的最大化,理性的消费者会根据长期中可获得的持久性收入水平来安排他们的消费支出,收入的暂时变动在不影响持久性收入的情况下,是不会影响消费支出的。这两个消费函数理论都持有一个共同的观点,即消费者是根据他们一生中预期获得的长期收入水平和所积累的财产来安排一生的消费支出的,他们一般更愿意在一生中保持平稳的消费水平,而不愿意消费出现大起大落。消费者在高收入的预期下,消费支出也必然会比较高。如果他们当前的收入不能满足全部消费需求,他们就会申请贷款来维持应有的消费水平;如果消费者的收入出现暂时地下降,他们也会使用贷款,以保证正常的消费支出不因收入的暂时下降而减少。由此看来,消费者对消费信贷的需求是为了保持正常的消费水平而解决暂时性的资金不足问题。

(二)消费信贷需求的本质及产生的条件

由于申请和使用消费信贷的目的主要是为了购买最终商品和服务,因此,从根本上说,对消费信贷的需求就来源于购买商品和服务的需求,可以说它是由此而派生出来的一种需求,即“派生需求”或“引致需求”。从理论上来看,需求的生产应该具备两个条件:购买欲望和购买能力。对于消费信贷的需求来说,购买欲望是指在消费者有了购买某种商品或服务需要的基础上而产生的使用

^① “储蓄的生命周期假说,财富的需求和资本的供给”,《社会研究》,1996年第33卷,第2期。

^② 《消费函数理论》,纽约,普林斯顿大学出版社,1957年出版。

消费信贷的欲望。这种欲望的产生在绝大部分情况下是因为消费者的购买能力有限,目前还无法满足自己的消费欲望,而不得不求助于消费信贷来实现自己的梦想(也有不少消费者在有足够的支付能力的情况下,仍然使用信用卡购物,这主要是出于方便考虑。在美国,使用信用卡购物的消费者中有相当一部分在免息期内就偿还了全部购物款)。而购买能力是指消费信贷的还本付息的能力。虽然消费者目前没有足够的支付能力,但有足够的预期收入,完全具备在将来一定的时间内偿还贷款本息的能力。

消费信贷的购买欲望和购买能力这两个条件对于消费信贷需求的产生是缺一不可的。没有足够的预期收入和资产,不能顺利偿还贷款本息的消费者不可能产生对消费信贷的需求;但即使消费者有还本付息的能力,如果他不愿意使用贷款提前消费,而宁愿慢慢储蓄推迟消费,对消费信贷的需求也是不可能形成的。很明显,对消费信贷的偏好与消费者对负债消费的态度有关。在不同的社会、文化背景下,消费者对负债消费的态度是截然不同的。在西方国家,尤其是美国,消费者把消费信贷看做是可以接受的消费方式,是追求高质量生活,进入主流社会的“门票”而加以积极的利用;而在崇尚“勤俭持家”的东方国家,大部分消费者将消费信贷看做“寅吃卯粮”而加以排斥。不过,应该看到的是,对负债消费的态度不是一成不变的。社会的进步、经济和金融市场的发展会使消费者的观念和对负债消费的态度发生很大的变化。在激烈竞争的消费信贷市场上,消费信贷提供者积极的营销策略也会对此生产相当大的影响。

三、影响消费信贷需求的因素

综上所述,对消费信贷的需求派生于对商品和服务的需求,它的产生必须具备购买欲望和购买能力两个条件。因此,任何直接或间接地影响消费信贷的购买欲望和购买能力(如消费者的收入、

职业及其稳定性、国家和地区的经济发展等因素都会对消费信贷的需求产生影响。在此值得逐一分析的主要有：消费信贷的价格、消费者应该缴纳的税收和消费者所处生命周期的具体阶段。

（一）消费信贷的价格

消费信贷的价格是反映消费信贷借款成本的重要指标，它衡量消费者使用一定数量的贷款所必须支付的各种费用，包括利息支出和其他相关的费用（如信贷调查费、信用卡的交易费、年费等）。很明显，在其他条件不变时，消费信贷的价格与消费信贷需求是成反方向变化的，即消费信贷的价格越高，消费者的借款成本就越大，债务负担就越重，其借款需求就会越低，反之，借款需求就越高。

（二）税收

消费者要缴纳的税收从两个方面影响消费信贷的需求。一方面，个人所得税会降低消费者现在和未来的可支配收入，从而影响到消费需求以及消费信贷的需求；另一方面消费信贷利息能否从应税所得中扣除，也直接影响到消费者的债务负担。80年代初以前，美国的税法允许消费者将其为消费信贷所支付的利息从应税所得中扣除，这对刺激消费信贷的需求产生了积极的影响。80年代中期以后，除个人住房抵押贷款的利息外，其他所有中、短期消费信贷利息一律不能再抵扣应缴纳的税款，这使一部分消费者对中、短期消费信贷的需求下降，对个人住房抵押贷款的需求上升，在很大程度上推动了个人住房抵押贷款，尤其是个人住房净值贷款发展。

（三）消费者所处生命周期的不同阶段

“生命周期理论”认为：消费者在一生中的不同时期的收入水平、消费行为和储蓄行为是不同的，因此，他对消费信贷的需求也会有所不同。一个消费者从他年满18岁开始单独申请贷款到他生命的终结，其收入和消费行为一般要经历以下五个阶段：