

金融人員

黃景泰 著

消費者貸款

必修12堂課



課程名稱	學分
☒ Class 1. 消費者貸款的定義及特性	3
☒ Class 2. 消費者貸款的種類	2
☒ Class 3. 消費者貸款審核要領暨信用評分制度	3
☒ Class 4. 消費者貸款申請書之設計	3
☒ Class 5. 消費者貸款案件之受理及徵信查詢	2



金融人員 消費者貸款

黃景泰 著

必修12堂課



課程名稱	學分
☒ Class 1. 消費者貸款的定義及特性	3
☒ Class 2. 消費者貸款的種類	2
☒ Class 3. 消費者貸款審核要領暨信用評分制度	3
☒ Class 4. 消費者貸款申請書之設計	3
☒ Class 5. 消費者貸款案件之受理及徵信查詢	2

BANK

102016787

ISBN 978-986-5943-45-5 (平裝)

●●作者序●●

我從民國七十年左右開始接觸消費者貸款，除承辦過消費者貸款申請案件，也主導過消費者貸款業務相關作業規定及推展體系的建立；另帶領過很多同仁一起推展消費者貸款，並有幸能在台灣金融研訓院及一些銀行講授「消費者貸款」的相關課程。這樣前後二十多年，讓我對消費者貸款業務有一些領悟，也有很深的感情，並且樂在其中，惟唯一遺憾沒有一本較完整的消費者貸款訓練書籍，供消費者貸款從業人員使用。這次台灣金融研訓院基於豐富金融叢書的使命要我寫這本書，雖長久以來我也想將我的經驗傳承，惟消費者貸款業務領域廣大，而個人所學有限，原本不敢從命，但想到若能藉由本書拋磚引玉，廣獲諸位先進不斷指正豐潤，或許未來會出現一本較完整的消費者貸款訓練書籍，因此也就大膽提筆，惟深盼諸位先進不吝指正。

本書得以出版，除要感謝台灣金融研訓院外，還要感謝很多長官的提攜、指導、包容與支持。首先要感謝「合作金庫銀行」總經理陳安雄先生對我的提攜與指導，讓我能承接他在台灣金融研訓院講授的「消費者貸款」相關課程，透過教學相長，讓我領悟了許多消費者貸款的原理原則；另外要感謝「聯邦銀行」董事長李憲章先生、總經理林鴻聯先生及「誠泰銀行」董事長林誠一先生、總經理莊信義先生等對我的包容與支持，讓我能在這兩家銀行帶領很多優秀的同仁一起推展消費者

貸款，充實了我很多實戰經驗；還有要感謝「新光銀行」董事長李增昌先生及總經理賴進淵先生，兩位長官不但讓「新光銀行」完全承續了「誠泰銀行」的消費者貸款業務，並且更充實擴大，讓我雖然離開了消費者貸款的工作領域，但還是能一直有機會學習、觀摩更多的消費者貸款業務。

最後，還要感謝過去與我在消費者貸款領域一起打拼的所有同仁，由於你們的努力及智慧，讓我學到很多推展消費者貸款的方法，對我寫這本書有很大的幫助；本書可謂大家經驗共享的結晶，也希望能對消費者貸款從業人員有所助益。

黃景泰 謹識

2013.10

●●●目錄●●●

●●●第 1 課

消費者貸款的定義及特性	1
-------------------	---

前 言 2

第 1 節 消費者貸款的定義 3

第 2 節 消費者貸款的特性 4

第 3 節 影響消費者貸款需求的幾項因素 9

●●●第 2 課

消費者貸款的種類	15
----------------	----

前 言 16

第 1 節 按償還方式分類 17

第 2 節 按受理方式分類 19

第 3 節 按產品別分類 25

●●●第 3 課

消費者貸款審核要領暨信用評分制度	35
------------------------	----

前 言 36

第 1 節 穩定性因素之評估分析 37

第 2 節 償還能力之評估分析 43

第 3 節 償還意願之評估分析 45

第 4 節 債權保障之評估分析 46

第 5 節 信用評分制度 47

●●●●第 4 課

消費者貸款申請書之設計53

前 言 54

第 1 節 申請人的基本資料 56

第 2 節 申請人的居住資料 59

第 3 節 申請人的職業資料 63

第 4 節 申請人的其他相關資料 64

第 5 節 案件來源及受理方式 66

●●●●第 5 課

消費者貸款案件之受理及徵信查詢69

前 言 70

第 1 節 案件來源及受理 71

第 2 節 檢核貸款申請書內容及相關證件 74

第 3 節 申請人各項資料之徵信查詢 77

第 4 節 交叉確認 91

第 5 節 實地徵信 94

●●●●第 6 課

房屋貸款97

前 言 98

第 1 節 房屋貸款的定義及種類 99

第 2 節 房屋貸款的推展方式及審核要領 105

第 3 節 房屋之鑑價 109

第 4 節 撥款及貸放後管理 115

●●●●第 7 課

汽車貸款127

前 言 128

第 1 節 汽車貸款的定義及種類 129

第 2 節 汽車貸款的推展方式 134

第 3 節 汽車貸款的審核與鑑價 137

第 4 節 簽約及撥款 144

●●●●第 8 課

小額信用貸款153

前 言 154

第 1 節 小額信用貸款的定義及種類 155

第 2 節 小額信用貸款的審核要領 163

●●●●第 9 課

現金卡業務167

前 言 168

第 1 節 現金卡業務的定義及特性 169

第 2 節 現金卡與一般循環貸款不同之處 172

第 3 節 貸放後管理 179

第 4 節 辦理現金卡業務應注意事項 182

●●●●第 10 課

信用卡業務187

前 言 188

第 1 節 信用卡業務簡介 189

第 2 節 信用額度的授予 193

第 3 節 循環信用與預借現金 199

第 4 節 其他特殊卡片 201

第 5 節 信用卡業務的風險管理 204

●●●●第 11 課

如何成為銀行優秀的消費者貸款AO211

前 言 212

第 1 節 消費者貸款 AO 的定義及職責 212

第 2 節 不斷充實推展業務的知能 217

第 3 節 建立業務員的心態 220

第 4 節 有效的行銷方法 222

第 5 節 持續以三個「用心」推展消費者貸款 225

●●●●第 12 課

銀行要如何成功推展消費者貸款231

前 言 232

第 1 節 領導階層的認同 233

第 2 節 行員的承辦能力 236

第 3 節 行員的推展意願 238

第 4 節 產品研發 245

第 5 節 電腦系統 246

第1課

消費者貸款的定義及特性

課程名稱

☒	Class 1. 消費者貸款的定義及特性	學分 3
☒	Class 2. 消費者貸款的種類	2
☒	Class 3. 消費者貸款審核要領暨信用評分制度	3
☒	Class 4. 消費者貸款申請書之設計	3
☒	Class 5. 消費者貸款案件之受理及徵信查詢	2

BANK

前言

消費者貸款，就字義言，係指個人因為消費（消費者）而有融資需求所辦理的貸款，例如個人因為購買房屋而辦理的購屋貸款、或個人因為購買汽車而辦理的購車貸款等。惟雖依字義，消費者貸款應為使用於消費的貸款，但實務上有些消費者貸款，銀行並無法限定其只能使用於消費，例如小額信用貸款，銀行無法控管借款人將貸款使用於消費或投資週轉。因此，有些銀行將個人辦理的貸款，無論其貸款使用於消費、投資週轉或其他，皆統稱為「個人貸款」，不以「消費者貸款」名之。

本書所述之各種消費者貸款，有些亦非使用於消費，惟仍以「消費者貸款」名之，其緣由除與主管機關所定義之消費者貸款一致外，另旨在強調所述之貸款無論是否使用於消費，皆仍應視為使用於消費，不具自償性，因此審核時，應重視借款人未來有無穩定的償還來源。茲依此立論，就消費者貸款的定義、特性及影響消費者貸款需求的幾項因素分述於以下各節。



第 1 節

消費者貸款的定義

消費者貸款是指個人為購買消費性財貨或勞務，或為投資理財、週轉的目的，而向金融機構或企業要求融資支付的一種貸款。一般可分為直接貸款及間接貸款兩種：

- 直接貸款：係指金融機構直接對具有行為能力之自然人所提供的消費者貸款。
- 間接貸款：係指消費者（購買者）經由向經銷商辦理分期付款，而間接自金融機構取得之貸款。例如耐久性消費財之經銷商對購買者提供分期付款，然後該經銷商持與購買者簽訂的「分期付款銷售合約」或持購買者簽發的「分期付款票據」向金融機構辦理貸款，以支應提供購買者分期付款所需的資金；即消費者向經銷商辦理的貸款（分期付款），係間接由金融機構提供的資金支應。

依據財政部 74.7.24 所頒「加強推動銀行辦理消費者貸款要點」對消費者貸款所下定義為：「本要點所稱消費者貸款，係指對於房屋購買及修繕、耐久性消費品（包括汽車）、子女教育及其他個人小額之貸款」。

依據中華民國銀行商業同業公會全國聯合會 89.1.7 所頒布之「會員授信準則」對消費者貸款所下定義為：「所謂消費者

貸款，謂會員以協助個人資產、投資、理財週轉、消費及其他支出為目的，而辦理之融資業務。消費者貸款係寄望以借款人之薪資、利息、投資或其他所得扣除生活支出後所餘之資金，作為其還款來源。」

依據財政部 91.7.9 臺財融（一）字第 091801173 號函之規定：「銀行法第三十二條所稱之消費者貸款係指對於房屋修繕、耐久性消費品（包括汽車）、支付學費及其他個人之小額貸款，及信用卡循環信用」。

綜合以上所述，舉凡以「個人」為貸款對象之房屋貸款（購屋、修繕、理財週轉）、汽車貸款（購買新車或中古車、週轉）、耐久性消費財貸款、小額信用貸款、現金卡貸款、信用卡衍生之授信業務等皆屬消費者貸款。

● 第 2 節 ●

消費者貸款的特性

一、每戶貸款金額小

消費者貸款對象係以個人為主體，並以個人或家庭的消費為融資目的，因此每戶貸款金額相較於一般個人或企業戶之貸款為小，目前（2013 年）國內的消費者貸款平均每戶貸款金

額，房屋貸款約 450 萬元，汽車貸款及小額信用貸款各約 70 萬元，現金卡貸款每戶原則不超過 30 萬元，信用卡的信用額度則平均每卡低於 30 萬元，不像一般個人或企業戶貸款每戶動輒千萬元甚至幾億元，因此為達成相同金額的業績，消費者貸款必須較一般個人或企業戶貸款承作更多的戶數。

二、不具自償性

消費者貸款，無論借款人表明的貸款用途為何（消費或其他投資週轉），原則上都應視其所貸資金的流轉型態為「消費」而非「生產」，無法經由「資產變換（例如企業戶以所貸得資金購買原料變為存貨，存貨售出轉為應收帳款，應收帳款收回換成現金，然後償還貸款）」的過程償還貸款，不具自償性，這是銀行辦理消費者貸款必須嚴守的基本觀念。即此項貸款，既不具自償性，則須依賴借款人每月薪資及其他穩定性所得所構成的持續性現金流量以資償還，因此消費者貸款的風險評估，首重借款人有無「穩定性償還來源」的分析。

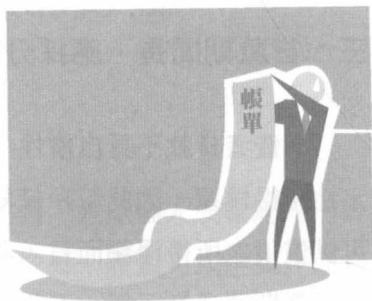
三、貸款期間長，應採分期償還

消費者貸款不具自償性，須依賴借款人每月薪資及其他穩定性所得償還，因此每戶貸款金額雖小，但相對於借款人每月可供償債之所得淨額而言，非短期內所能償還，所以通常消費者貸款期間多為三年、五年、甚或七年、十年。貸款期間長則

相對期間風險長，因此就償還來源及期間風險考量，消費者貸款應採分期償還。

四、還款壓力大，貸款餘額不易攀升

消費者貸款多採分期償還，撥貸後每月即有一定的還款金額，而累積每月的撥貸金額愈多，每月的還款金額就會愈多，因此銀行每月的撥貸金額若維持同一金額，則消費者貸款餘額的每月淨增加額（當月撥貸金額減去還款金額）就會愈來愈少，一直到增加額為零，即每月所撥貸的金額僅夠應付當月的還款金額，此時銀行的消費者貸款餘額就無法再增加。例如銀行每月消費者貸款的撥貸金額都為 1 億元，貸款期間皆為三年並分三十六期按月平均攤還本息，若全部借款人皆僅每月依約分期償還（沒有提前清償），則三年後（每月撥貸 1 億元，三年總共撥貸 36 億元），銀行的消費者貸款餘額會達到最高的 21 億元左右，但爾後每月撥貸的 1 億元就僅夠應付每月的還款金額，即銀行的消費者貸款餘額無法再增加，而若有借款人提前清償，銀行的消費者貸款餘額會未到 21 億元就無法再增加。此時，銀行必須增加每月的撥貸金額，貸款餘額才會再增加，當然爾後每月的還款金額也會跟著增加。



五、徵信不易辦理，授信風險高

消費者貸款的貸款對象為個人，而個人多半無法提供足夠的資料，證明其財力及還款能力，因此若無報稅所得證明，銀行也必須接受申請人提供的薪轉存摺、薪資單、任職機構開立的薪資證明、自行開立的收入證明（自營事業主）或其他收入證明等來認定其財力。此外，消費者貸款必須大量承作，銀行對每位申請人提供的財力證明及其他個人資料，也無法有太多的時間去辦理徵信調查，因此在資料有限，時間也不充裕的情況下，消費者貸款的徵信不易辦理，授信風險高。

六、貸款族群分類，差異化辦理

由於消費者貸款的徵信不易辦理，而且不同客戶族群的貸款需求亦有明顯差異，因此消費者貸款多採「族群分類」方式辦理，即將相同屬性的客戶族群予以歸類，對於風險較低的優質族群採取較簡易的方式辦理徵信，及依族群不同的貸款需求分別訂定不同的產品推展辦理；即依據各族群不同的風險程度及貸款需求訂定不同的辦理程序及差異化的貸放條件，例如不同的訂價、不同的貸放金額（成數）、不同的徵信方式與文件的徵提等，使得好的客戶族群受到尊重，風險高的客戶，則嚴謹控管，而銀行也能有很明確的推展方向，例如只推展國內一千大企業員工的小額信用貸款。

七、須仰賴基層行員持續推展

消費者貸款必須大量承作，且要達到相當的業務量，方能顯出成效，因此銀行無法僅靠少數的主管人員推展，就能達成所需的業務量，它必須仰賴眾多的基層行員一同推展才有希望，而且必須能讓基層行員持續保有高昂的推展意願才有可能達成目標；而要讓基層行員持續保有高昂的推展意願，是無法僅就責任及道義的要求去維繫的，銀行必須建立一套能讓認真的行員得到獎勵，偷懶者受到懲罰的有效機制才行。此項特性，過去有很多銀行都未注意到，以致高層雖有心推動，但一直無法顯出成效，最後都無功而返。

八、辦理成本較其他貸款高，融資費率相對亦應高

消費者貸款相較於其他（一般個人或企業戶）貸款，每戶金額小，戶數多，因此除個人徵信不易辦理風險高外，就相同業績金額，消費者貸款的承作成本（須承作較多案件）及貸放後的管理成本（帳務處理及催繳等）也較其他貸款高。因此，為反映風險及各項作業成本，消費者貸款的利率應較其他貸款相對提高或加收手續費。

九、逾放須整體考量

消費者貸款相較於其他貸款，每戶金額小，戶數多，就相