

XIAOFEI  
XINDAI ZHINAN

# 消费

# 信贷 指南

主 编 / 谢渡扬

副主编 / 胡 浩 李世谦



地震出版社

# 消费信贷指南

主 编 谢渡扬

副主编 胡 浩 李世谦

地震出版社

2000

## 图书在版编目 (CIP) 数据

消费信贷指南 / 谢渡扬主编. —北京: 地震出版社, 2000.7  
ISBN 7-5028-1801-4

I. 消... II. 谢... III. 个人—消费信用—指南  
IV. F832.479-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 65949 号

### 消费信贷指南

主 编 谢渡扬

副主编 胡 浩 李世谦

责任编辑: 张存德

责任校对: 庞娅萍

\*

地 震 出 版 社 出 版

北京民族学院南路 9 号

北京通县京安达明印刷厂印刷

全国各地新华书店经售

\*

850×1168 1/32 11.375 印张 309 千字

2000 年 7 月第一版 2000 年 7 月第一次印刷

印数: 0001—6000

ISBN 7-5028-1801-4 / F·106

(2332) 定价: 25.00 元

## 编 委 会

主 编：谢渡扬

副 主 编：胡 浩 李世谦

编委及作者：

谢渡扬 胡 浩 李世谦 吴文盛

刘瑞岩 洪 涛 常荆莎 郑柄章

李 霞 张举刚 赵莲容 高 伶

刘正谊 李利凯 张延挺 杨文珠

李维国

## 前 言

有一个故事广为流传：两个异国老太太在天堂里相遇，中国老太太感叹说：“这辈子总算攒够了钱，昨天刚刚买上自己的房子。”美国老太太也感叹说：“我也不容易，忙碌了一辈子，总算昨天才还清 30 年前买房的贷款。”

美国老太太 30 年前住上了房子，靠的是消费信贷。

消费信贷是指由专门的金融机构或企业向消费者家庭或个人提供的，为满足消费需要而发放的贷款。

消费信贷在市场经济发达的国家和地区发展较早，已经发展得较为成熟，在住房、汽车等耐用消费品以及旅游、教育等消费领域得到广泛应用。在美国，1907 年就开始用分期付款的方式进行汽车销售，经过近百年的发展，美国消费信贷总量占国内生产总值的 23%，消费信贷规模占银行贷款总额的 20%；在我国香港，消费信贷占其生产总值的 23%，消费信贷规模占银行贷款总额的 40%~50%。

20 世纪 80 年代末期，我国才开始出现现代意义上的消费信贷，在某些城市推出了汽车分期付款、个人住房贷款业务。然而，十多年来，消费信贷步履蹒跚，发展缓慢。直到 1996 年，我国经济由卖方市场转为买方市场，消费信贷的好处才开始得到政府、银行、企业和消费者的认同。（对政府部门来说，发展消费信贷，可以启动消费，扩大内需，让消费真正成为“拉动经济增长的火车头”；对银行来说，发展消费信贷可以改善资产结构，培育新的利润增长点；对企业来说，发展消费信贷，可以加快其商品周转，提高经济效益；对普通百姓来说，发展消费信贷，可以“花明天的钱，圆今天的梦”。）消费信贷开始步入正常发展的轨道。但直到

1998年，消费信贷的规模只有710亿元，占国内生产总值的比例不到1%。消费信贷潜力无限。

为鼓励消费信贷的发展，中国人民银行相继出台了一系列有关消费信贷的政策措施。特别是1999年3月下发了《关于开展个人消费信贷的指导意见》，为消费信贷的发展开启了政策绿灯。各家商业银行更加积极开拓消费信贷这块处女地，中国工商银行率先在深、沪两地推出大额耐用消费品信贷业务，中国银行作出1999年全年新增贷款10%用于消费信贷，并每年递增1%，中国建设银行将目标瞄准了住房消费信贷，中国农业银行则更着眼于农村消费信贷市场……发展消费信贷成为一股挡不住的潮流。消费信贷业务体系已经初步形成，个人住房信贷、汽车消费信贷、大额耐用消费品信贷、教育助学信贷、旅游消费信贷、家居装修信贷、小额抵押信贷等品种繁多。

虽然1999年我国消费信贷上了一个台阶，但消费信贷在我国还是一个新生事物，消费信贷发展中还面临着许许多多的问题。银行对消费信贷的反映是，风险难以把握，操作难度大，“叫好不叫座”。众多的消费者反映消费信贷是“只听楼梯响，不见人下来”。目前，理论界、政府部门在思考如何使我国的消费信贷步入健康发展的快车道？银行在思考如何防范消费信贷中的风险？企业在思考如何与银行联姻，充分利用消费信贷？消费者在思考如何办理消费信贷，“借钱圆梦”？

为适应消费信贷发展的需要，我们编写了这本《消费信贷指南》一书，献给为发展我国消费信贷出谋划策的理论工作者，银行业中为发展消费信贷孜孜不倦工作的员工，以及消费信贷的最基础的推动者——广大消费者。

全书共分九章，第一章：消费信贷产生的理论基础。从社会化大生产中消费与生产关系的角度阐述了发展消费信贷的必要性，并应用西方经济学中基本的效用理论说明了消费信贷可以使消费者实现效用最大化。第二章：消费信贷的产生与发展。介绍

了国外特别是消费信贷最发达的美国消费信贷的发展轨迹，展示了国外消费信贷的发展现状与法律制度，为我国消费信贷的发展提供了可资借鉴的经验。第三章：我国消费信贷发展的现状、存在的问题与对策。回顾了我国消费信贷的发展历程，探讨了我国发展消费信贷具备的条件、存在的主要问题与相应的对策建议。第四章：消费信贷的种类与特点。对各类消费信贷进行了一一介绍，并较为详细地介绍了我国各家商业银行当前开展的消费信贷业务，为读者提供了一幅我国消费信贷的全景图。第五章：消费信贷的法律思考。探讨了我国建立消费信贷法的必要性，勾画了消费信贷法的主要内容，对办理消费信贷的主要合同的内容以及贷款公证等进行了介绍。第六章：银行消费信贷的战略管理。从银行战略管理的高度分析了银行转变经营观念，重新建立包含消费信贷在内的新的贷款组合，界定消费信贷部门的职能。第七章：消费信贷的组织管理。介绍了通行的消费信贷定价理论与方法，消费信贷发放与回收的程序与应注意的问题。第八章：银行消费信贷的风险管理。介绍了消费信贷风险的成因、类型，消费信贷风险评价方法与风险控制，消费信贷保险，消费信贷问题贷款的确认与处理。第九章：消费者与消费信贷。从消费者的角度出发，本着实用、可操作原则，介绍了消费者如何了解消费信贷价格的高低，如何选择最佳的消费信贷品种，如何办理各类消费信贷手续等问题。

如果说现在办理消费信贷业务的银行、申请消费贷款的消费者是敢于第一个“吃螃蟹者”，那么我们国内第一本消费信贷的著作也是在第一个“吃螃蟹”。但愿我们的努力能为我国消费信贷的发展尽一份绵薄之力，则心愿足矣。

作 者

2000年2月18日

# 目 录

## 前 言

<b>第一章 消费信贷产生的理论基础</b> .....	(1)
<b>第一节 消费与生产的关系辨析</b> .....	(1)
一、消费需要、消费、消费水平及其影响因素 .....	(1)
二、消费在社会再生产中的地位和作用 .....	(7)
<b>第二节 消费与消费信贷</b> .....	(10)
一、消费结构及其变化趋势 .....	(11)
二、消费信贷是社会经济发展的内在要求 .....	(16)
<b>第三节 消费信贷的经济学分析</b> .....	(21)
一、效用最大化与无差异分析 .....	(21)
二、消费信贷与效用最大化 .....	(24)
<b>第二章 消费信贷的产生和发展</b> .....	(30)
<b>第一节 国外消费信贷的发展轨迹</b> .....	(30)
一、美国早期的信用消费 .....	(30)
二、美国战后信用消费的发展 .....	(32)
三、美国战后消费信贷迅速发展的原因 .....	(33)
<b>第二节 国外消费信贷的现状</b> .....	(35)
一、发达国家的消费信贷 .....	(35)
二、国外消费信贷的主要形式 .....	(42)
三、信用卡消费 .....	(44)
四、战后德国的汽车个人信用消费 .....	(46)
<b>第三节 国外消费信贷的法律背景、社会环境</b> .....	(47)
一、美国早期的消费信贷立法 .....	(47)
二、美国后期的法律、法规 .....	(48)



<b>第三章 我国消费信贷发展的现状、存在的问题与对策</b> .....	(54)
<b>第一节 我国开展消费信贷具备的条件</b> .....	(54)
一、GNP 的持续增长 .....	(54)
二、买方市场已基本形成 .....	(55)
三、宽松的政策环境 .....	(56)
四、居民消费观念的转变 .....	(57)
五、农村消费信贷市场潜力巨大 .....	(58)
六、金融服务领域的扩大 .....	(59)
七、科技水平的提高 .....	(59)
八、利率水平的降低 .....	(60)
<b>第二节 我国开展消费信贷的起步和发展</b> .....	(60)
一、住房消费信贷的产生与发展 .....	(61)
二、汽车消费信贷 .....	(62)
三、耐用消费品信贷 .....	(63)
四、高等教育助学信贷 .....	(64)
五、旅游消费信贷 .....	(68)
六、分期付款方式下的消费信贷 .....	(68)
七、信用卡方式下的消费信贷 .....	(69)
八、其他新的消费信贷品种 .....	(72)
<b>第三节 我国开展消费信贷存在的障碍</b> .....	(72)
一、消费者方面的障碍 .....	(73)
二、消费信贷者方面的障碍 .....	(76)
三、政策和法律方面的障碍 .....	(78)
四、消费品提供者的障碍 .....	(80)
五、中介机构方面的障碍 .....	(81)
<b>第四节 发展我国消费信贷的政策建议</b> .....	(82)
一、保持居民收入稳定增加, 刺激居民的消费 .....	(82)
二、发展消费信贷应有相关的制度保障 .....	(83)
三、发展消费信贷需要形成健全的运营机制 .....	(86)

四、建立必要的消费信贷资金供给机制 .....	(89)
五、银行与企业联手, 共同发展消费信贷业务 ..	(89)
六、培植多类型、多层次的消费信贷体系 .....	(89)
七、加强立法, 为消费信贷的发展创造良好的 制度环境 .....	(90)
<b>第四章 消费信贷的种类与特点 .....</b>	<b>(92)</b>
<b>第一节 消费信贷的类型划分 .....</b>	<b>(92)</b>
一、定期贷款和活期贷款 .....	(92)
二、短期贷款、中期贷款和长期贷款 .....	(92)
三、自营消费贷款和委托消费贷款 .....	(93)
四、信用贷款和保证贷款、抵押贷款和质押贷款 .....	(93)
五、一次偿还贷款和分期偿还贷款 .....	(95)
六、固定利率贷款和浮动利率贷款 .....	(95)
七、正常贷款、关注贷款、次级贷款、可疑贷款 和损失贷款 .....	(96)
八、住房贷款、汽车贷款、个人耐用消费品贷款、 助学贷款、旅游贷款和住房装修贷款 .....	(97)
<b>第二节 消费信贷的主要业务领域及其特点 .....</b>	<b>(97)</b>
一、个人住房消费贷款 .....	(97)
二、汽车消费贷款.....	(100)
三、个人耐用消费品贷款.....	(101)
四、助学贷款.....	(102)
五、个人旅游消费贷款.....	(104)
<b>第三节 信用卡消费贷款.....</b>	<b>(104)</b>
一、信用卡的分类.....	(104)
二、信用卡的功能.....	(110)
三、我国商业银行发行的信用卡.....	(111)
四、信用卡的申领与销户.....	(118)

五、信用卡消费贷款	(121)
<b>第五章 消费信贷的法律知识</b>	(124)
第一节 消费信贷法律依据	(124)
一、当前调整我国消费信贷关系的法律	(124)
二、制定《消费信贷法》的必要性	(125)
三、我国《消费信贷法》的调整对象	(126)
四、消费信贷法的立法原则	(127)
五、消费信贷法的主要内容	(129)
第二节 消费信贷的法律关系	(129)
一、借款合同	(130)
二、保证合同	(136)
三、抵押合同	(141)
四、质押合同	(147)
五、银企合作协议	(158)
第三节 消费信贷公证	(163)
一、贷款公证的优点	(164)
二、贷款公证的作用与效力	(165)
三、贷款公证的程序	(166)
<b>第六章 银行消费信贷的战略管理</b>	(168)
第一节 贷款组合与消费信贷	(168)
一、贷款组合	(168)
二、优化消费信贷的贷款组合	(178)
第二节 消费信贷与观念转变	(180)
一、摒弃传统的小服务观念，树立大服务观念	(180)
二、引入现代市场营销理念	(183)
第三节 消费信贷部门职能定位	(186)
一、我国消费信贷发展空间	(186)
二、贷款对象定位	(189)

三、根据各自特点确定重点服务对象和业务重点	(190)
四、按照新的银行职能重新设置职能机构	(190)
<b>第七章 消费信贷的组织管理</b>	(192)
第一节 消费信贷信用分析	(192)
一、消费者信用分析	(192)
二、消费者信用评分模型	(195)
第二节 消费信贷定价分析	(199)
一、消费信贷定价的影响因素	(199)
二、消费信贷定价策略	(201)
三、消费信贷定价方法	(209)
<b>第八章 消费信贷的风险管理</b>	(214)
第一节 消费信贷风险概述	(214)
一、消费信贷风险的概念	(214)
二、消费信贷风险的特点	(215)
三、消费信贷风险的来源	(216)
四、消费信贷的风险控制	(218)
第二节 消费信贷的风险管理	(219)
一、消费信贷风险管理的目标	(219)
二、银行消费信贷风险管理的地位与作用	(221)
三、消费信贷风险管理的基本原则与内容	(223)
四、银行消费信贷风险管理的方法	(226)
第三节 消费信贷问题贷款的确认与解决	(246)
一、银行信贷风险分类方法	(246)
二、有问题消费贷款的确认与解决	(248)
第四节 消费信贷与保险	(251)
一、国内外消费贷款保险概况	(251)
二、我国开展消费信贷保险的必要性及可能性	(252)

三、当前我国消费信贷保险存在的主要问题及 对策.....	(255)
<b>第九章 消费者与消费信贷</b> .....	(260)
<b>第一节 贷款消费值不值</b> .....	(260)
一、贷款消费的利与弊.....	(260)
二、贷款购房合算还是租房合算.....	(260)
三、贷款购房合算还是攒钱购房合算.....	(261)
四、贷款旅游还是掏钱旅游.....	(262)
<b>第二节 如何选择最佳的消费信贷品种</b> .....	(262)
一、选择消费信贷品种必须考虑的因素.....	(262)
二、选择消费信贷品种应遵循的原则.....	(268)
三、最佳消费信贷品种的选择.....	(269)
<b>第三节 如何办理消费信贷有关手续</b> .....	(271)
一、如何办理住房消费贷款.....	(271)
二、如何办理汽车消费贷款.....	(279)
三、如何办理个人耐用消费品贷款.....	(285)
四、如何申请助学贷款.....	(290)
五、如何办理旅游消费贷款.....	(299)
六、如何办理个人小额质押贷款.....	(302)
七、如何办理个人住房装修贷款.....	(304)
<b>附 录</b> .....	(308)
一、关于颁布《个人住房贷款管理办法》的通知 .....	(308)
附件：《个人住房贷款管理办法》.....	(309)
加大信贷支持，促进住房消费.....	(315)
—— 中国人民银行有关负责人就颁布 《个人住房贷款管理办法》答记者问.....	(315)
二、关于印发《关于开展个人消费信贷的指导意见》 的通知.....	(318)

附件：《关于开展个人消费信贷的指导意见》	(319)
三、国务院办公厅转发中国人民银行等部门《关于国家助学贷款管理规定（试行）》的通知	(322)
附件：《关于国家助学贷款的管理规定（试行）》	(322)
四、关于下发《汽车消费贷款管理办法》的通知	(327)
附件：《汽车消费贷款管理办法（试点办法）》	(328)
五、关于下发《银行卡业务管理办法》的通知	(332)
附件：《银行卡业务管理办法》	(333)

# 第一章 消费信贷产生的理论基础

消费信贷，顾名思义，即为消费或消费者提供的信贷。的确，消费信贷是由专门的金融机构或企业向消费者个人或居民家庭提供的，为满足其取得消费资料需要的信贷。消费信贷既是以商品货币经济为基础，又是商品经济发展到一定阶段必然出现的产物，体现经济发展的内在要求。

## 第一节 消费与生产的关系辨析

### 一、消费需要、消费、消费水平及其影响因素

#### (一) 消费需要、消费与消费水平的含义

消费是基于人的需要产生的经济行为。人类的生存和发展依赖于一定的物质和文化条件，首先，人要活着，就必须满足其生理消耗的需要，而人要进行生存基础上的活动，还需要更多更高级的物质资料等条件，人的以满足个人生存和发展为直接目的的需要称之为消费需要。用辩证和历史的目光来看，人类的需要是无止境的，又是分层次的，低层次的需要或称为欲望得到满足后，人会有更高层次的需要。

现代著名的心理学家，美国人马斯洛曾提出的“需求层次论”被人们广为接受。他指出，人的需要分为五个层次，即：第一，生理需要，包括衣、食、住等方面的生存要求；第二，安全需要，指免遭危险和威胁；第三，与人交往的社交需要，它是指人需要归宿感，希望从属于某一团体或组织，得到团体或组织内其他人的友谊和互助；第四，自尊需要，即人的自尊心、荣誉感

等的需要，又称为受人尊重的需要；第五，自我实现的需要，指个人获得成就的欲望和个人抱负的需要，即常言的实现个人价值需要。马斯洛还认为，人处于不同阶段会以不同层次的需要为主要追求目标，而较低层次需要得到满足后，人才追求较高层次需要。对此，有些学者不以为然，他们提出，出于人所处的环境和志向不同等原因，不同的人对需求层次可以跨越，在一定程度上，当其低层次需要尚未得到满足时，他仍会追求高层次需要的满足。例如，一个贫困的读书人往往在任何时候都将自尊和个人实现的需要看得比生理的需要更重要。

恩格斯将人们的消费需要分为生存需要、享受需要、发展需要三个层次。在一定的生产力发展水平下，人们总是最先满足基本的生存需要，随着人们经济收入的不断增加和社会进步，便会追求和力争满足高层次的享受和发展需要。消费需要由简单到复杂，由低层次向高层次的变化，反过来又反映出社会经济不断发展和消费质量不断提高。

消费的同义词有消耗、耗费等，是指使用一定的物质资料或劳务的经济活动，按其目的和对象不同，又分为生产性消费和生活性消费。前者是以生产新产品为目的消耗各种生产要素的过程，这不是我们本章乃至本书讨论的消费。我们在此主要分析的是生活性消费，又叫个人消费（简称消费）。为了满足个人生活需要而消耗一定物质资料或劳务的过程或行为就称这为消费。应该说，消费需要和消费是两个既有联系又有区别的概念，消费需要主要针对人们的愿望或欲望而言的，德国经济学家哥森称之为想要而得不到的感觉，后者是指这些欲望被满足的过程或行为；消费是由消费需要引起的，但由于受到个人的收入水平等诸多因素的限制，不是所有的消费需要均能得到满足，被满足的只是一部分甚至一小部分；影响二者的因素是不尽相同的。

消费最原始和最直接的动因是人类生存和发展的消费需要，它体现为人类社会永恒的范畴，不仅如此，消费所需要的条件或



环境以及不同的人的消费差异等又无不与一定社会生产关系密切相关。所以，消费具有两重性：道德消费具有自然属性，它是个自然过程，体现人通过从自然界获取的物质资料直接或经过加工用于满足其生理和心理的需要，这一点与社会性质无关，也就是说，人类不管在什么社会形态下都得消费才能维持生存和发展，例如，人们无论在什么社会形态下，消费食物首先都是因对食物的养分需要引起的，这反映消费的自然过程属性；另一方面，人作为消费主体，其消费活动总是同提供可消费物的人发生各种关系，即消费活动是在一定社会的生产关系下进行的，不能离开社会孤立存在，由于人类的消费活动所处的生产关系不同，包括所有制、人与人之间的地位、分配方式等的不同，人们的消费观念、消费要求、消费性质、消费质量和消费方式等等会有很大的不同。在私有制的奴隶社会、封建社会和资本主义社会中，奴隶主、地主和资本家的消费同奴隶、农民和雇佣劳动者的消费差异不仅仅是数量和质量上的。从社会总体经济运行及其所反映的生产关系看，他们的消费来源、消费目的、消费性质均截然不同。即使在同一社会的不同阶段，由于生产关系的具体形式即所谓经济体制的不同，消费方式和消费水平等也有明显差异，在计划经济体制下，凭票供应的配给制在具有平均分配特点的基础上使以家庭或个人为单位的消费在数量和质量上可能差别很小，消费的方式也大体相同，而市场经济体制下以掌握货币选票的数量多少决定获得的商品劳务的数量和质量，则收入不同、用同一收入赡养的人数不同，消费的方式迥然有别。这说明在消费的自然过程属性的背后，消费所具有的反映生产关系的社会属性，在一定的环境下，消费的社会属性会成为决定消费需求能否被满足和在多大程度上主要方面。

消费需求被满足的程序是我们通常所说的消费水平。狭义的消费水平常常只注重人均消费品或劳务的数量，在商品货币经济中，它常通过人均消费额或消费支出额等指标反映；如果以实物