

现代消费丛书


跨越消费门槛

——聚焦消费信贷

常兴华 著

KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN
KUAYUEXIAOFEIMENKAN



 经济科学出版社



中财 B0117409

现代消费丛书

跨越消费门槛

——聚焦消费信贷

045/10

常兴华 著

中央财经大学图书馆藏书

登录号 78926

分类 F830.5/188

经济科学出版社

现代消费丛书

78926

责任编辑：王欣欣

责任校对：孙 防

版式设计：代小卫

技术编辑：姬建辉

跨越消费门槛

——聚焦消费信贷

常兴华 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@public2.east.net.cn

(版权所有 翻印必究)

社址：北京海淀区万泉河路66号 邮编：100086

出版部电话：62630591 发行部电话：62568485

化学工业出版社印刷厂印刷

三河永明装订厂装订

787×1092毫米 32开 10.75印张 20000字

1999年12月第一版 1999年12月第一次印刷

印数：0001—4000册

ISBN 7-5058-1929-1/F·1383 定价：13.50元

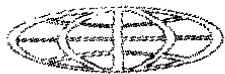
(图书出现印装问题，本社负责调换)

图书在版编目 (CIP) 数据

跨越消费门槛：聚焦消费信贷/常兴华著. —北京：
经济科学出版社，1999.12
(现代消费丛书)
ISBN 7-5058-1929-1

I. 跨… II. 常… III. 消费信用 IV. F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 50889 号



加快发展消费信贷，推进城镇住房制度改革，支持居民购买住房和大件耐用消费品；积极引导居民增加文化、娱乐、体育健身和旅游等消费，拓宽服务性消费领域。

——引自国务院总理朱镕基在九届全国人大二次会议上的《政府工作报告》



目 录

● 消费信贷：离我们越来越近 (1)

消费信贷：越来越近，越来越多 (1)

理解消费信贷的“意思” (4)

消费信贷：与老百姓的距离 (6)

● 需要知道的背景 (13)

谁妨碍了消费 (13)

消费的地位和过剩经济的出现 (28)

● 消费信贷的“依托” (41)

百姓的“钱袋” (41)

消费信贷与居民的金融资产 (52)

- **用信贷消费什么** (66)
 - 消费信贷的环境 (67)
 - 用信贷消费什么 (70)

- **观念的制约和理财的机会** (75)
 - 观念的制约 (77)
 - 消费信贷——理财的机会 (81)

- **“空白”的关键点——个人信用制度** (86)
 - “空白”的关键点 (87)
 - “信贷方便”与“信用” (91)
 - 含义与配套条件 (98)
 - 框架与尝试 (105)
 - 储蓄存款实名制：不可忽视的基础 (109)

- **信用卡：消费信贷的“桥”** (112)
 - 认识信用卡：历史与现在 (112)
 - 信用卡在我国：从无到有——重要的支付方式 (118)
 - 信用卡的作用：特约商户与银行 (122)
 - 信用卡：在消费信贷中的作用 (125)
 - 搭起这座“桥” (130)

- **银行：理性与实际** (134)
- 谁跑在前面 (136)
 - 广开思路——对个人的金融服务 (140)
 - 银行怎么办——华夏银行温州支行的启示 (154)
 - 银行：理性与实际 (159)
- **贷款买房：走在前头的消费信贷** (169)
- 个人住房贷款——“消费信贷”先行一步 (171)
 - 现在的变化 (174)
 - 发展的空间 (182)
 - 住房消费信贷的风险问题——再谈个人信用制度 (186)
 - 担保问题——尚未解决的一个“麻烦” (195)
 - 未未的路：住房金融的发展与住房消费信贷 (201)
- **汽车消费信贷：突破“瓶颈”** (208)
- “恢复性”推出——一种方向 (209)
 - 从汽车消费说起 (212)
 - 突破“瓶颈” (217)
 - 对象的选择和有效的办法 (225)
- **助学贷款：明天的梦更好** (229)
- 教育的“地位”——最有吸引力的消费信贷 (231)

国家助学贷款制度的启动 (234)

为何无人问津 (237)

借来钱去留学 (240)

●农村消费信贷：天地更广阔 (245)

农村：消费信贷的潜在市场 (245)

消费信贷如何“下乡” (247)

●他山之石 (1)：银行制度的变化与消费信贷 (255)

消费信贷的发展 (256)

信用与信用关系：银行制度的变化 (257)

美国的银行制度 (261)

英国的信贷行 (262)

日本信用协同组合和信用协同组合联合会 (263)

韩国的储蓄机构 (264)

●他山之石 (2)：美国的消费信贷 (265)

美国的消费信贷体系：途径和形式 (267)

美国的消费信贷体系：主体和融资机制 (272)

美国的住房抵押贷款 (277)

美国消费信贷的法律法规 (282)

- **消费信贷：实务与制度** (285)
 - 个人消费信贷——中国人民银行发布指导意见 (285)
 - 关于住房消费信贷的有关规定 (290)
 - 关于汽车消费信贷的一些规定 (299)
 - 个人耐用消费品消费信贷的有关规定 (308)
 - 关于国家助学贷款的有关管理规定 (315)
 - 关于住房装修贷款和家具贷款的一些规定 (318)

- **后记** (332)

消费信贷： 离我们越来越近

有报道说，个人消费贷款在国外已经极为普遍，即使是香港，个人消费贷款也已占到了银行贷款总额的50%以上，我们却只有5%，这个市场潜力是很大的。

消费信贷：越来越近，越来越多……

1999年3月，上海德荣物资公司的刘洪新，花了2000元钱，将一台价值近万元的电脑从商店搬回了家。刘洪新说，“花明天的钱，办今天的事。银行为消费者提供贷款，为我们工薪阶层带来了福音。”

卞洪春是江苏省连云港的一个农民，她贷款5万元买下一台收割机，成为当地第一个享受消费贷款的农民。像卞洪春一样，越来越多的普通百姓将可以从银行得到贷款。

另据报道说，整个1999年春夏，上海几十家大小银行在城乡竞相推出购房、装修、婚礼、助学、留学、旅游、农具、种子等消费贷款，以及电话银行、小额抵押贷款、外汇买卖、投资理财、信用卡、网络汇款、保管箱、发薪缴费等几十种金融服务。北京的工、农、中、建四大银行总行也宣布，向全国各大中城市扩大汽车、教育消费信贷。

1999年3月3日，中国人民银行发布了《关于个人消费信贷的指导意见》，要求各商业银行加大对消费信贷的支持力度。随后，各大报纸相继报道了这则消息。

这则消息一开始并未引起人们更多的注意。尤其是舆论的广泛注意。各大报纸在刊登这则消息时，都把它放在了不太显眼的位置。

而随后不久，各银行开始“行动”起来。中国工商银行、中国银行相继表态，明确表示要大力发展个人消费信贷。

中国工商银行首先在上海、天津两地推出居民大额耐用消费品信贷业务；并准备在1999年下半年向北京等30

多个城市推广。

中国银行也推出了相应的业务。中国银行还决定，1999年，中国银行的消费信贷计划安排，占全行各项新增贷款的10%；到2000年以后，每年新增消费信贷业务比重将在上年的基础上再递增1个百分点。

1999年5月26日，中国农业银行宣布全面推出个人住房、汽车、个人大额耐用消费品、农用机械、个人房屋装修、教育助学和旅游等七项个人消费贷款业务。

1999年6月1日，中国银行广东分行正式推出了学生教育贷款。1999年6月下旬，中国银行开始全面推出教育助学贷款。至此，中国银行的消费贷款业务已形成住房消费、汽车消费、教育助学、家居装修、度假旅游、大额耐用消费品和个人存单质押贷款等七大系列品种。

1999年6月28日，教育部、中国人民银行、中国工商银行等宣布：自9月1日起，将在北京、上海等8个城市的普通高校进行新的国家助学贷款制度试点，条件成熟后逐步在全国推广。

前几年就已开办的住房消费信贷，不仅发展速度加快，各项制度也趋于完善。到1998年末，四大国有商业银行个人住房贷款总额达710亿元，比年初增长了1.4倍。

1998年9月，中国人民银行下发了《汽车消费贷款管理办法》，允许国有商业银行经人民银行批准试办汽车消费信贷业务。目前，各商业银行都开办了汽车消费信贷

业务。到1999年4月底，四大商业银行汽车消费信贷总额累计14亿元。

需要注意的是，在消费信贷的发展中，中国人民银行在促进消费信贷发展上不断加大力度，不仅拓宽了消费信贷的范围，增加了不同贷款、还款方式的选择空间，而且从政策上提供了降低利率、减少首付比例和特约商户手续费等诸多优惠措施。

1999年中国人民银行货币政策委员会夏季会议提出：要努力增加居民消费信贷。

消费信贷正不断向全国范围内展开。消费信贷的种类也在不断增加。

消费信贷正方兴未艾。

消费信贷越来越多了，离我们也越来越近了。也许某一天，消费信贷将是我们每个人的生活中离不了的东西。

理解消费信贷的“意思”

北京市商业银行在推出消费信贷一个多月后，北京的一家报社在网上进行了一次调查。结果，仅有15%的被访者表示对这项业务“非常了解”或“比较了解”，66%的被访者不知道有这项贷款业务；而实际上，已有许多媒体对这项业务的开办进行了报道。

从世界范围看，消费信贷并不是个新鲜事物。在 17 世纪 20 年代的英国，就开始有了所谓的消费信用。在一些国家，消费信贷和消费是密切联系在一起的，某种程度上可以说，没有消费信贷，就没有消费。

在中国，消费信贷也有些年头了。比如在 90 年代初，上海市的个人住房金融业务就正式启动了，至今已有 20 万户居民通过贷款方式购买了住房。前几年，工商银行上海市分行以分期付款的方式探索新的金融业务。1997 年，上海又在国内率先开办了个人汽车消费贷款业务。到今天，消费信贷开展已将近 10 个年头了。

不过消费信贷好像又是一个新生事物。尤其对很多老百姓，似乎是第一次听说。

看来我们有必要弄清楚什么是消费信贷？

消费信贷也可以称为“消费信用”。颇具权威性的《辞海》给“消费信用”下的定义是：

“消费信用，是对个人消费者提供的信用。在资本主义制度下，主要有‘分期付款’和‘消费贷款’两种形式。分期付款是消费者购买货物时先取货，再分期缴款；消费贷款大多采取信用放款或抵押放款的方式，如银行小额贷款、典当及高利贷者的贷款等。在社会主义社会，也存在消费信用，如农村信用合作社向社员提供生活贷款等，但消费信用的运用范围不广。”

这个定义，显然带有浓重的历史“痕迹”。在目前，解释消费信贷，不会再戴上“资本主义”或“社会主义”

的“帽子”了。

不过从这里我们得出了对“消费信贷”的一个较为精确的解释：消费信贷就是对个人消费者提供的信贷。

结合实际情况，还可以这样解释：消费信贷是指商业企业和银行通过赊销方式，或用分期付款等方式推销耐用消费品。如为购买汽车、住房等所提供的信贷。消费信贷主要有四种方式：赊销、分期付款、信用卡和消费贷款。

通过这个解释，我们至少可以廓清一些认识。如目前的一些媒体，在对消费信贷的分析报道中，经常会有“消费信贷就是分期付款”的说法。事实上，“分期付款”只是消费信贷的一种形式。

消费信贷：与老百姓的距离

零点公司曾对京、沪、穗、沈、汉5市1542名城市居民就分期付款意向进行的一项抽样调查表明，明确表示不愿意采用这种消费方式的人占受访总体五成余，表示愿意采用的人仅占受访总体的三成。

1999年3月人民银行发布《消费信贷指导意见》后，消费信贷逐步引起众多百姓的关注。

不过真正涉入的消费者并不多。1999年5月2日中央

电视台“午间新闻”栏目，对消费信贷推出后的情况进行了报道，报道称，3月28日起北京市商业银行推出消费信贷业务以来，在17家商业企业，办成提贷的消费者总共只有30多人，贷款总额只有25万多元；每个商场平均只办成1笔~2笔，有的甚至一笔也没办成。报道说，个人消费信贷是“剃头挑子一头热”。

最近我看到了一篇文章，题目竟是《消费信贷，你和老百姓商量过了吗？》。看来，出台一个政策，必须要老百姓买账。尤其是消费信贷，最终是要让老百姓掏钱，不管是掏今天的，还是掏明天的。用某些专家的话说，消费信贷要迈过好几道“坎儿”，才能真正被大众接受。

一些商业银行刚推出消费信贷业务时，某些媒体的记者进行了几次街头随机访问，很多人对消费信贷不感兴趣，回答大都是“不习惯”、“付利息不合算”、“手续太麻烦”、“借钱买东西用的时候有压力”等等。不过，更多的人对消费信贷很不了解，有的人甚至不知道有所谓的“消费信贷”。

有人说，中国的百姓有一种根深蒂固的观念，就是不愿意借钱，特别是不愿意向银行借钱。

这也难怪老百姓。从1949年到1979年的30年间，普通百姓和国家银行之间只是一种单纯的储蓄关系，陌生感必然产生某种畏惧感。80年代以后，随着银行业务范围的日益拓宽，从代收水电费到代收交通违章罚款，银行已经越来越多地深入普通百姓的生活；不过，若想把这种关