

我国汽车金融现状及发展对策

金融学院 梁万泉

一、汽车金融的定义及赢利模式

汽车金融是主要在汽车的生产、流通、购买与消费环节中融通资金的金融活动,包括资金筹集、信贷运用、抵押贴现、证券发行和交易,以及相关保险、投资活动,具有资金量大、周转期长、资金运动相对稳定和价值增值性等特点。它是汽车制造、流通业、服务维修与金融业相互结合渗透的必然结果。

汽车金融是在汽车的生产、销售等环节中融通资金的活动,其业务可以分为三大类:集团业务(出租车公司的租赁融资等)、经销商代理商业务(为经销商提供存货融资、营运资金融资、设备融资等服务)、个人业务(为用户提供消费信贷、保险等业务)。汽车金融公司在汽车销售价值链中提供金融服务取得赢利。整个汽车生产和销售价值链分为5个环节,分别是制造环节、经销商(进口商)环节、保险租赁和信贷环节、购买(使用)环节以及售后服务环节。除了制造环节外,其他环节都涉及对金融服务的需求。尤其是第三个环节(保险租赁和信贷环节)是汽车金融公司的主要业务重心和收入来源。

在我国,汽车金融服务的主要内容是汽车消费信贷业务,该业务的主体主要涉及银行、汽车经销商、汽车集团财务公司以及其他非银行金融机构。按照各主体在信贷业务过程中所承担职责及与消费者关联度的不同,目前国内汽车消费信贷赢利运作模式可以分为3种:以银行为主体的直接赢利模式,以销售商为主体的间接赢利模式和以非银行金融机构为主体的直接赢利模式。

(一)以银行为主体的直接赢利模式

以银行为主体的直接赢利模式是指银行直接面向客户开展业务,是各个业务流程的运作中心,例如,银行委托律师进行用户资信调查、评价,并直接与用户签订信贷协议等,要求用户到指定的保险公司买保险,到指定的经销商处买车,相关风险也主要由银行和保险公司承担。该模式可以充分发挥银行资金雄厚、网络广泛、资金成本较低的优势。但银行直接面对用户,工作量会大大增加,另外银行还要去做资金运作之外的其他很多工作,如全面和及时了解车产品本身的性能、配置、价格、经销商及其服务等方面的情况,这样势必加大相应的人力、财力的投入。由于汽车市场变化很快,汽车生产企业或商业企业的竞争和市场策略也在不断调整,但是银行对这种变化的反应往

往滞后,从而影响金融产品的适应性,影响服务质量。在目前汽车消费信贷规模还不是很大的情况下,这种运作模式还能适应,但随着汽车信贷业务量的不断增加,这种模式将遇到极大的挑战。

(二)以销售商为主体的间接赢利模式

以销售商为主体的间接赢利模式是指,由经销商直接面对客户,与用户签订贷款协议,销售商通过收取车价2%~4%的手续费,完成对用户的信用调查与评价,办理有关保险和登记手续,并以经销商自身资产为用户承担保证责任,为用户办理贷款手续,代银行向用户收取还款。该模式的最大的特点是方便用户,实现对用户的一门式服务。与此相对应,信贷风险也主要由经销商和保险公司承担。由于经销商对市场最了解,对汽车产品和服务反应最直接也最及时,所以他们能够根据市场变化,推出更合适的金融服务。由于放贷标准存在差异,该模式更有利于扩大贷款范围,从而起到培育市场、稳定销售网络、锁定用户群体的作用。但是,经销商的资金来源和自身资产规模有限,资金成本较高,而且信贷业务也并非其主业,在信贷业务上经验相对缺乏,因此该模式只适用一定范围。

(三)以非银行金融机构为主体的直接赢利模式

以非银行机构为主体的直接赢利模式与银行的直接赢利模式运作基本一致,但是放贷主体通常是汽车集团所属的汽车财务公司,即由汽车财务公司行使放贷主体职能,业务范围基本只针对本集团的汽车产品,经营风险由汽车财务公司和保险公司承担。以汽车金融公司为主体的汽车消费信贷模式是世界上通行的运作模式。汽车金融公司有效地连接汽车生产企业、商业企业和银行,并以金融为其主业,可以将银行和企业的优势较好地联系在一起。

二、我国发展汽车金融的必要性

汽车金融业的出现是现代社会汽车产业与金融产业快速发展、相互渗透的必然结果。我国的汽车产业作为国民经济的支柱产业近年来发展迅速,我国已经成为继美国、日本之后的世界第三大汽车生产国和仅次于美国的第二大汽车消费国。我国汽车消费市场的繁荣迫切需要汽车金融的支持。

(一)汽车金融可以大力促进汽车工业的发展

目前,全球私人用车的70%是通过贷款购买的,而这一比例在美国更高,参见图1。目前,贷款购车已成为美国汽车消费的主要方式。2008年,美国汽车金融公司贷款占汽车销售额比重已达到近70%,如加上银行贷款,贷款购车比例在90%以上。发达国家信用体系相对完善,且信贷环境较为宽松,在金融危机前,欧美居民均可方便地通过信贷购车,从而大大促进了汽车消费贷款的发展。由于汽车贷款的高度发达,贷款余额的增长与汽车销量的增长呈现极高的正相关性。即便是在经济并不算发达的

印度,汽车贷款比例也达到60%,而我国汽车消费贷款大约只占汽车消费的20%左右。汽车金融快速发展推动汽车销量稳定增长。汽车金融的快速发展使得现阶段买不起车的消费者能够通过分期付款等方式购车,这意味着将越来越多三五年之后的需求透支到当期释放,有利于当年汽车销量的稳定增长。汽车是一种技术性比较强的产品,对汽车做价值评估需要比较专业的机构,因此,汽车厂商自己建立金融公司才能同时为消费者提供技术和贷款,从而促进汽车工业的快速发展。

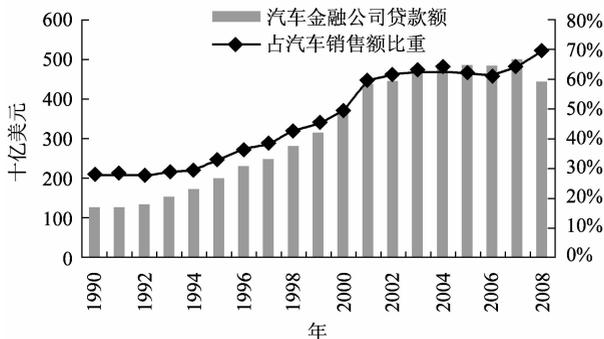


图1 美国汽车金融公司贷款占销售额比重

资料来源:美联储,CEIC。

(二) 汽车金融已成为发达国家汽车集团赢利的重要来源

从国外大型车企的经验来看,金融业务收入占汽车销售收入比重呈不断上升趋势,比例约在5%~15%之间,而近年来由于整车业务赢利稳定性较低,汽车金融贡献赢利占比更高,各大车企汽车金融业务赢利一般占到其销售收入比重的1.5个百分点左右。成熟的汽车金融为国外汽车行业销量和利润增长助力,汽车金融业务已成为汽车公司赢利的主要来源之一。同样,我国的汽车金融业务有望成为汽车公司又一赢利增长点。目前从赢利层面来看,汽车金融业务赢利占汽车公司销售收入比重不到0.3%,具备较大提升空间。

(三) 汽车金融对拉动国民经济功不可没

近年来,汽车产业逐渐成为我国的支柱产业,成为推动国民经济发展的重要力量。汽车工业的发展会带动许多其他相关产业的同步发展,上游产业有钢铁、化工等行业,下游产业有汽车服务业,再如电子、能源、橡胶等行业都会受到汽车产业的联动影响。所以汽车金融的发展在促进汽车产业发展的同时,会带动许多相关产业的发展,联动的产业链发展必将大大促进国民经济的发展。与此同时,我国汽车金融具备较大发展空间。根据公安部统计的新车上牌量,购车时使用贷款的比例不到10%。如此低的贷款比例不仅远低于欧、美、日等地区及国家,也低于俄罗斯、巴西和印度,我国汽车金

融具备较大发展空间。

我国汽车金融步入快速发展期。随着边际消费倾向更高且更适应信用消费的80后逐步开始工作,贷款购车需求在未来三五年有望快速提升,而专业汽车金融公司较快的发展及其融资渠道打开使得汽车金融快速发展成为可能。预计往后8年其增长率将达到20%,到2016年汽车信贷规模将达到约5000亿元,届时汽车金融公司总赢利有望达到39亿元。

(四)与国外汽车厂商竞争的需要

入世以来,许多国外知名汽车品牌陆续在中国建立金融公司,如通用、丰田、大众等,它们纷纷以此方式来支持自己品牌的汽车在中国的销售。合资品牌汽车一直以来都是中国汽车销售市场的主导者,相关汽车金融公司的建立更加为其品牌汽车销售挖掘了潜力。我国自有品牌汽车原本在技术上就与合资品牌汽车存在相当大的差距,再加上其金融公司提供的购车便利及优惠,只会使更多的消费者选择购买合资品牌的汽车。所以面对国外知名汽车厂商的挑战,我们必须加快建立独立的汽车金融公司,改变外资在华垄断汽车金融业的局面。

三、我国汽车金融业现状

中国汽车金融于1998年破冰,当年贷款余额4亿元,此后以年均200%以上的速度迅猛增长。截至2009年年底,中国汽车金融公司总资产达到430.6亿元,继2008年首次实现全行业整体扭亏为盈后,行业继续保持良好发展态势。主要的汽车金融公司有:上汽通用汽车金融公司、大众汽车(中国)金融服务公司、丰田汽车金融(中国)有限公司、福特汽车金融有限责任公司、戴·克服务集团汽车金融公司、东风标致雪铁龙汽车金融有限公司、沃尔沃汽车金融公司、现代汽车(金融)服务公司、东风日产汽车金融公司、中外合资丰田汽车(中国)金融服务公司、菲亚特汽车金融有限责任公司、梅赛德斯—奔驰汽车金融有限公司、奇瑞徽商汽车金融有限公司(中外合资)。我国汽车金融的发展经历了从诞生、几近夭折、爆发、振荡到稳步发展的几个阶段。

(一)萌芽阶段(1995年~1998年9月)

我国汽车金融起步于1995年。当时国内汽车消费处于一个相对低迷的时期,为了有效刺激汽车消费需求的增长,一些汽车生产厂商联合部分国有商业银行,在一定范围和规模之内,尝试性地开展了汽车消费信贷业务。这一时期的汽车生产厂商是这一时期汽车信贷市场发展的主要推动者,购车人主要是公务用车者,私人购车者很少,基本都是全额付款。受传统消费观念影响,汽车信贷尚未被国人所广泛接受和认可。由于缺少相应经验和有效的风险控制手段,暴露了严重问题,以至于中国人民银行曾于1996年9月下令停办汽车信贷业务。

（二）爆发阶段（1998年10月~2003年年中）

央行继1998年9月出台《汽车消费贷款管理办法》之后,1999年4月又出台了《关于开展个人消费信贷的指导意见》。至此,汽车信贷业务已成为国有商业银行改善信贷结构、优化信贷资产质量的重要途径。与此同时,国内私人汽车消费逐步升温,北京、广州、成都、杭州等城市,私人购车比例已超过50%。两种因素共振引发了汽车消费“井喷”。保险公司的车贷险业务也迅速开展。截至2003年年底,在新增的私用车中有近1/3都是贷款购车。这一阶段,汽车消费信贷呈几何速度增长,从1998年的4亿元起步,1999年新增25亿元,2000年新增157亿元,2001年新增234亿元(信贷余额为436亿元),2002年新增716亿元(信贷余额为945亿元),直至2003年新增超过800亿元,全年达到了2000亿元以上的规模。汽车消费信贷占整个汽车消费总量的比例大幅度提高,由1999年的1%左右迅速升至2001年的15%。银行、保险公司、汽车经销商、生产厂家四方合作,成为推动汽车消费信贷高速发展的主流做法。汽车消费信贷主体由国有商业银行扩展到股份制商业银行。保险公司在整个汽车信贷市场的作用和影响达到巅峰。银行不断降低贷款利率和首付比例,延长贷款年限,放宽贷款条件和范围,风险控制环节弱化,潜在风险不断积聚。

（三）调整阶段（2003年年中~2004年8月）

由于车价不断降低,征信体系不健全,出现了大量坏账。因此,从2004年2月份开始,全国各大银行的汽车消费信贷业务开始急剧萎缩,由商业银行主导的从商业银行、保险公司、汽车生产商和销售商到汽车消费者的“四人转”汽车金融服务业模式瓦解,国内汽车金融服务业进入冬天。特别是严重依赖消费信贷的中重型商用车市场销售受到巨大打击,汽车消费信贷占整个汽车消费总量比例下降,由2001年的15%下降至2004年的8%。

（四）稳步发展阶段（2004年8月以后）

2004年8月18日,中国首家汽车金融公司——上海通用汽车金融有限责任公司在上海开业,这是一个具有里程碑意义的日子,标志着中国汽车金融业开始向汽车金融服务公司主导的专业化转换。随后又有福特、丰田、大众汽车金融服务公司相继成立。在这个阶段,保险公司在整个汽车消费信贷市场的作用日趋淡化,专业汽车信贷服务企业开始出现。中国汽车消费信贷开始向专业化、规模化方向发展。

四、我国汽车金融面临的主要困境

我国汽车金融发展到今天,经历了一波三折的过程,目前仍面临许多困难,主要有以下几点:

第一,融资渠道和资金运作成本过高,赢利渠道窄。2008年发布的《汽车金融公司管理办法》虽然增加了汽车金融服务公司的业务范围,但这与发达国家汽车金

融公司的多种融资渠道相比仍然有一定距离。例如,国外汽车金融公司可以遵循利益最大化原则,自由在金融市场融资,可以通过资本市场的股权融资,也可以在货币市场进行同业拆借融资。而在国内,汽车金融公司的门槛很高,至少要有5亿元的注册资金,还有80亿元的资产、连续三年的持续赢利等限制。另外,不能从事商业银行的绝大部分业务,从其母公司获得的资金支持也非常有限,以及汽车信贷属于风险较大的业务等问题,导致目前我国汽车金融公司资金运作成本较高,削弱了汽车金融公司专业化的优势。在融资方面,按照《汽车金融公司管理办法》对国内汽车金融公司的规定,只有动用本公司的资本金、吸收境内股东3个月以上的存款、向银行借款三条途径。向银行借款,就比银行的成本高很多,根本没有成本优势;吸纳股东存款只是解决暂时的流动性问题;动用股本,从根本上难以实现规模扩大、借钱生钱的经营效果。

第二,信用体系不够健全。不完善的信用体系和社会保障体系使汽车金融业发展缓慢。完善的信用体系和社会保障体系是汽车金融业发展的一个重要基础。目前个人信用体系在中国还没有建立起来,客户资信信息难以取得。汽车金融机构对汽车消费信贷申请者的信用评价主要依据其家庭财产和经济收入状况,然而申请者提供的资信证明材料的真实性和准确性又难以得到核查和证实。由于缺乏一个完整、系统和合理的个人信用体系,放贷者无法准确完整地掌握贷款者的完整信息,增加了放贷者的放贷风险,导致信用评估成本过高、信贷门槛过高、信贷手续烦琐,不仅难以提高风险防范的效率,而且也增加了成本,加大了经营风险,控制了放贷数量,抑制了汽车消费信贷规模的扩大,制约着汽车金融服务的健康发展。

第三,汽车金融人才匮乏。汽车金融是一个专业化的领域,只有既熟悉金融又熟悉汽车的复合型的专业人才,才能在汽车金融服务公司的经营中有效掌握风险,从而使我国汽车金融产业得到更快的发展。但是,从我国的现状看来,这样的专业汽车金融人才十分匮乏,而且我国没有实行有效的汽车金融公司高级管理人员的考核制度。人才的匮乏在一定程度上也阻碍了汽车金融的快速发展。

第四,汽车金融的客户群集中,导致风险过高。调查表明,汽车金融的消费群的年龄大多处于25岁与29岁之间,因为这个年龄层人员的事业正处于爬坡期,并且思想开放,预期收入比较高。29岁以上的客户群,在购买汽车的时候都可以一次性交齐车款;而25岁以下的年轻人,没有经济基础,事业还未起步,没有进行贷款的条件。汽车金融的客户群集中使得汽车金融的业务无法做大。贷款客户的高集中度,使得造成坏账、呆账的比例很高,恶意逃贷情况严重。尤其是一些商用车用户,一旦车辆、业务或者人出现意外,根本没有继续提供月供的可能性。一些地区的车贷险平均赔付率高达136%,个别公司甚至达到400%。

五、我国汽车金融的发展对策

针对我国汽车金融的发展现状,本文对我国汽车金融提出以下五项建议:

(一) 适度放松政策性限制,大力支持汽车金融的发展

首先,应该借鉴国外的先进经验,有针对性地提出新的政策,适度放松对汽车金融服务公司在融资、业务和电子化等方面的限制,以适应国际化的标准,实现其专业化、规范化,进而实现整个汽车产业链的利润结构的调整,为汽车金融服务公司的赢利产生更大的作用。例如,在资金来源方面,专业性汽车金融公司可接受汽车经销商采购车辆贷款保证金和承租人汽车租赁保证金,并可通过发行金融债券、从事同业拆借和向金融机构借款等筹资。

其次,研究探索汽车融资租赁业务,建立和完善集团汽车后产业衍生体系。

最后,将汽车信贷与保险相结合。专业化汽车保险业务协同汽车信贷全力支持集团产品销售,实施汽车信贷与汽车保险的整合运作,建立集团汽车后产业衍生板块,提升集团综合竞争实力。通过资产管理业务搭建保险资金的专业化运作平台,建立保险资金多元化运作模式,实现保险资金效益最大化。

此外,还可以考虑为汽车企业集团财务有限公司开展汽车信贷资产证券化等给予政策支持。

(二) 健全汽车金融的风险控制机制

汽车金融的各种风险包括信用风险、利率风险和操作风险等。针对汽车金融的特点需要建立科学合理的风险指标体系,新《汽车金融公司管理办法》中规定资本充足率不低于8%,核心资本充足率不低于4%,对单一借款人的授信余额不得超过资本净额的15%,对单一集团客户的授信余额不得超过资本净额的50%,对单一股东及其关联方的授信余额不得超过该股东在汽车金融公司的出资额,自用固定资产比例不得超过资本净额的40%。这些指标虽然有利于汽车金融公司的风险控制,但是还需要制订切实可行的岗位责任制,进行定期检查与监督,加强贷前信用风险管理,建立贷款风险预警机制,加强贷后违约风险管理,随时监测贷款人的还款能力和还款意愿。

(三) 加快全国车辆联网工作,杜绝逃废债现象的发生

目前各金融主体都将借款人借款所购车辆作为抵押物,一旦借款人无力偿还或有能力拒不偿还,均通过协商或通过法律诉讼手段处置抵押车辆。但是,由于我国公安交通车辆管理部门的车辆管理和登记系统尚未实现全国联网,给骗贷行为提供了可乘之机,不法分子克隆车辆资料进行一车两地登记上牌,致使抵押的法律手续虚假。同时,由于车辆登记信息不能联网共享,逃债人一旦将抵押车辆处置到异地,债权人将无法查询车辆,更无法执行和处置抵押车辆。建议国家车辆管理部门加快车辆管理信息系统建设,实现全国车辆联网查询和信息共享功能,并研究建立失信车主车辆状态的监测和跟踪服务体系,为防范化解汽车消费信贷的风险和进一步加强我国个人车辆管

理提供一个良好的技术网络平台;同时,也建议公安部尽快规范各地车辆管理部门的车辆抵押工作和收费标准,以解决部分地区车辆抵押办理效率慢、服务质量差和收费标准不统一的问题。

(四)引进和培养汽车金融高端人才

汽车金融公司要解决当前汽车金融专业人才匮乏的现状,就需要采取自行培养、与高校联合培养以及国外引进等方式培养出既熟悉金融、又熟悉汽车,并且具备实际操作经验的专业人才。不仅可以在高校增设汽车金融专业,也可以充分利用现有资源,加强对现有从业人员的培训和考核,使其提高专业技能。

(五)建立健全的信用体系

健全我国的个人信用体系,对汽车金融公司的发展起着至关重要的作用。汽车金融是否发展以及能否较快发展,很大程度上取决于信用体系是否完善。由于贷款者和提供贷款者之间信息不对称,就可能存在逆向选择和道德风险,而建立完善的个人信用体系就可以很好地解决这一问题。只有建立起良好的社会和个人信用保障体系,才能促使我国汽车金融业务繁荣发展。

推进社会信用体系主要应做到这几点:①整顿并规范市场经济秩序;②建立完善的征信机构体系、信用查询系统和评价机构体系;③培育企业和个人信用调查与评价中介机构,建立起企业和个人信用记录档案;④健全和完善信用监管体系和相关法律法规。应建立完善的个人信用体系,可以为每位居民建立一份资信档案,其中记录该人所有的信用记录;由专门的信用评估机构为每位居民的信用进行评估,以供提供贷款者参考。另外,如果有第三方担保机构担保的话,不仅可以扩大汽车消费信贷的总规模,也可以降低汽车信贷的风险。

参考文献

[1]于颖. 中国汽车金融服务发展中面临的问题与对策[J]. 东北大学学报, 2006(7).

[2]何忱予. 汽车金融服务[M]. 北京:机械工业出版社, 2006.

[3]王再祥. 汽车金融[M]. 北京:中国金融出版社, 2004.

[4]王晓杉. 加快我国汽车金融公司发展已成当务之急[J]. 汽车工业研究, 2009(6).

[5]喻平. 汽车企业运用汽车金融的模式选择[J]. 上海汽车, 2004(1).

[6]何忱予. 汽车金融服务[M]. 北京:机械工业出版社, 2006.

[7]陶冶. 浅析我国汽车金融服务业[J]. 中国流通经济, 2007(12).

[8]李全民. 对新《汽车金融公司管理办法》的解读[J]. 产业经济报道, 2008(15).