



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定



扫描二维码
共享立体资源

汽车金融服务

(第二版)

工作页式教材

中国汽车工程学会汽车应用与服务分会组织编写

汽车金融服务

(第二版)

总主编

陈永革

主编

何忱予

王红国

总主编 陈永革
主编 何忱予 王红国

北京出版集团
北京出版社

北京出版集团
北京出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车金融服务 / 何忱予, 王红国主编. —2 版. —
北京: 北京出版社, 2020.9

高职十二五规划教材: 2014 版

ISBN 978-7-200-16011-6

I. ①汽… II. ①何… ②王… III. ①汽车—金融—
高等职业教育—教材 IV. ① F830.571 ② F840.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 209219 号

汽车金融服务 (第二版)

QICHE JINRONG FUWU (DI-ER BAN)

主 编: 何忱予 王红国

出 版: 北京出版集团
北京出版社

地 址: 北京北三环中路 6 号

邮 编: 100120

网 址: www.bph.com.cn

总 发 行: 北京出版集团

经 销: 新华书店

印 刷: 定州启航印刷有限公司

版 印 次: 2020 年 9 月第 2 版 2020 年 9 月第 1 次印刷

成品尺寸: 185 毫米 × 260 毫米

印 张: 15

字 数: 288 千字

书 号: ISBN 978-7-200-16011-6

定 价: 45.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572162 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

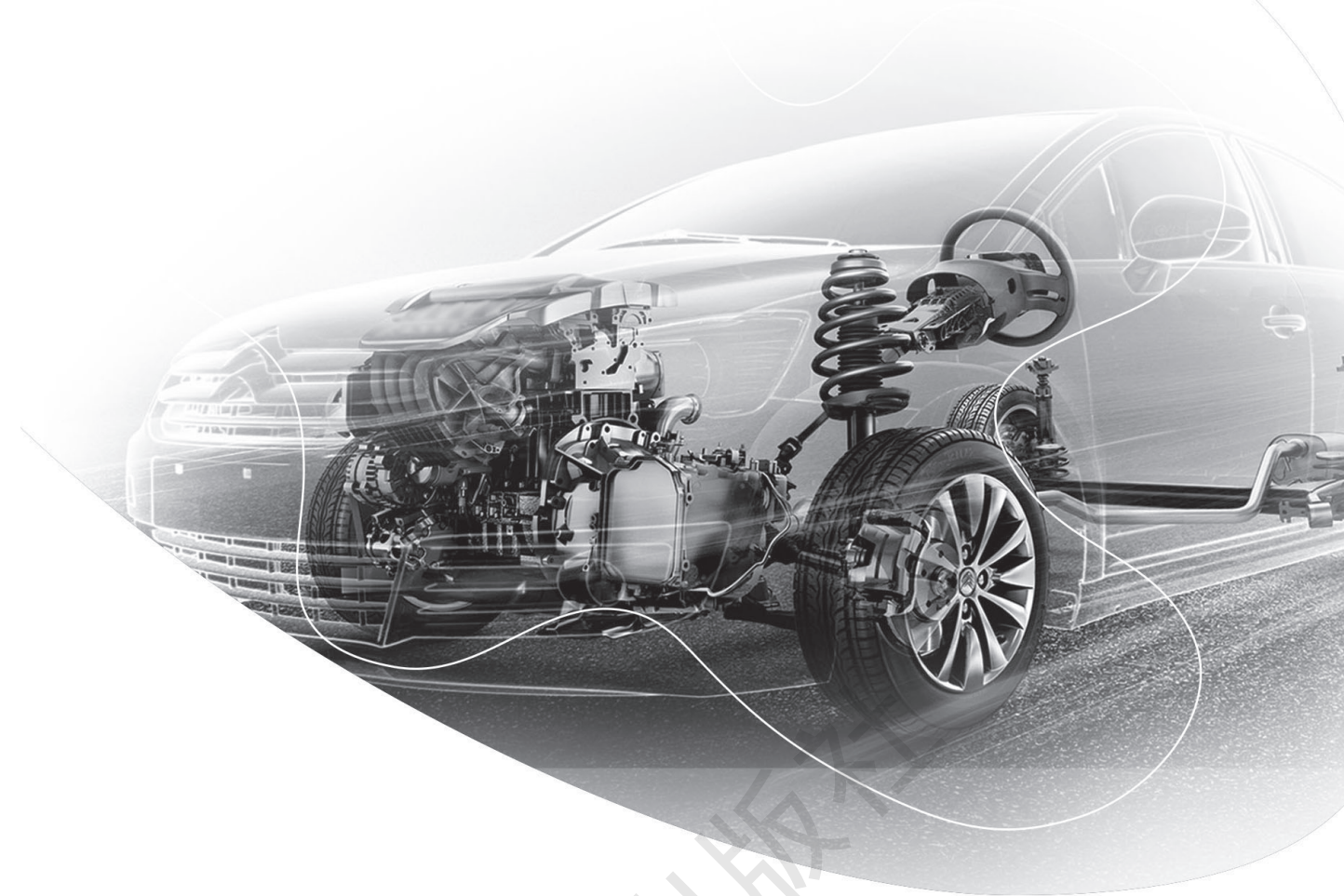
质量监督电话: 010-82685218 010-58572162 010-58572393

学习工作页

学习单元一 汽车金融服务的认知	2
学习任务一 汽车金融服务含义与作用的认知	2
学习任务二 汽车金融服务环境与现状的认知	6
学习单元二 汽车消费信贷业务的操作	11
学习任务一 汽车消费信贷基本概念与工作流程的认知	11
学习任务二 汽车消费信贷操作性文件的填写	16
学习任务三 汽车消费信贷利息的计算与还款方式的选择	20
学习单元三 汽车保险业务流程与理赔的认知	25
学习任务一 汽车保险业务流程的认知	25
学习任务二 汽车保险理赔的认知	30
学习单元四 汽车租赁的实务操作	35
学习任务一 汽车租赁企业的业务描述	35
学习任务二 汽车租赁价格的确定	40
学习任务三 汽车租赁企业的经营管理	44
学习单元五 汽车置换的实务操作	49
学习任务一 汽车置换业务的流程描述	49
学习任务二 旧机动车的鉴定估价	53
学习任务三 汽车置换中的手续办理	58

学习参考

学习单元一 汽车金融服务的认知	64
学习任务一 汽车金融服务含义与作用的认知	64
学习任务二 汽车金融服务环境与现状的认知	74
学习单元二 汽车消费信贷业务的操作	80
学习任务一 汽车消费信贷基本概念与工作流程的认知	80
学习任务二 汽车消费信贷操作性文件的填写	99
学习任务三 汽车消费信贷利息的计算与还款方式的选择	114
学习单元三 汽车保险业务流程与理赔的认知	120
学习任务一 汽车保险业务流程的认知	120
学习任务二 汽车保险理赔的认知	136
学习单元四 汽车租赁的实务操作	158
学习任务一 汽车租赁企业的业务描述	158
学习任务二 汽车租赁价格的确定	167
学习任务三 汽车租赁企业的经营管理	170
学习单元五 汽车置换的实务操作	183
学习任务一 汽车置换业务的流程描述	183
学习任务二 旧机动车的鉴定估价	188
学习任务三 汽车置换中的手续办理	205
附 录	219
附录一 汽车金融公司管理办法	219
附录二 汽车贷款管理办法	224
参考文献	228



学习工作页

发展汽车金融服务业是促进我国汽车业和金融业良性互动的有效途径。通过本单元的学习，学生能够概括汽车金融服务的含义与作用，能够界定汽车金融服务的主要内容和特点，能够分析汽车金融服务的宏观环境与微观环境。同时，学生通过主动学习与工作内容相关的政策与专业知识，能培养职业敏感，做到灵活运用，并实现团队合作。

学习任务一 汽车金融服务含义与作用的认知

任务描述

新学期的第一节课，汽车技术服务与营销专业的学生跟随老师来到了本市某汽车交易市场参观学习。当看到一家汽车经销商正在帮助一位购车顾客办理汽车消费信贷手续时，一名学生惊叹道：“原来买车也能跟买房一样用贷款呀！”交易市场的汪经理笑了笑说：“这是汽车金融服务，但它远不止车贷。同学们，我来考考大家，你们说说什么是汽车金融服务，它还有其他的形式吗？它又给我们带来了什么？”

学习目标

1. 能够正确讲解汽车金融服务的含义与作用。
2. 能够界定汽车金融服务的主要内容和特点。
3. 会运用现代信息搜集方法获取汽车金融服务的相关政策法规知识与最新资讯。
4. 能够合理运用小组合作学习法，开展团队合作，完成此次任务。

学习准备

一、知识准备

1. 汽车金融服务的基本概念。(查阅学习参考“学习单元一学习任务一”)
2. 汽车金融服务的功能与特点。(查阅学习参考“学习单元一学习任务一”)

找出任务描述中的汽车金融服务的基本概念、功能与特点、主要内容,查阅学习参考和相关参考资料,对应整理出完成此次任务所需要的知识点与技能点。

知识点	1.
	2.
	3.
	4.
技能点	1.
	2.

二、工作场所

一体化教室。

三、工作器材

计算机等信息搜集设备;与学习任务相关的文字、图片、视频等资料。

计划与实施

一、明确任务

1. 分组学习汽车金融服务的含义与作用的知识。
2. 分组学习汽车金融服务的主要内容与功能的知识。
3. 分组进行汽车金融服务发展概况调研。各小组将学习成果以调查报告的形式进行汇报展示,并接受小组内部及小组间的评价以及指导教师的评价反馈。

二、制订计划

根据工作任务全班学生每4人为一组,各小组讨论制订出完成任务的计划方案,明确小组人员分工及任务安排。

三、做出决策

各小组讨论其计划方案的可实施性并确定最终的任务完成方案,制订详细的人员分工与实施步骤方案,必要时请教师指导修正。

四、实施计划

1. 小组成员查阅学习参考,利用计算机等信息搜集设备,学习汽车金融服务的含义与作用,汽车金融服务的主要内容与功能等知识。在教师的引导下分组,以小组为单位学习相关知识,并完成下列任务。

(1) 阐述汽车金融服务的含义和特点。

(2) 填写下列表格。

汽车金融服务的主要内容及各项服务的功能

主要内容	功 能

2. 选取某一汽车金融服务的工作情境,各小组成员团队合作,分角色扮演汽车金融服务的工作人员与客户,感受任务描述中的汽车金融服务工作氛围。在教师的引导下,完成下列任务。

(1) 概括汽车金融服务的范围。

(2) 总结汽车金融服务从业人员需要具备的素质与技能。

3. 组内设置一名记录员,对任务完成过程全程跟踪记录;一名摄像员,在展示过程中进行图片拍摄记录;一名观察员负责撰写本小组的工作总结,评价组员的工作表现。

五、检查控制

组内观察员进行组内工作过程控制与沟通协调;教师在学生任务实施过程中,对各小组学生所体现的专业能力、方法能力和社会能力进行过程记录,必要时进行指导和帮助。

六、评价反馈

教师设计考核评价表,组织各小组学生根据任务完成情况进行自评与互评;教师

对各小组任务完成情况进行点评与激励。



评价与反馈

一、学习效果评价

(一) 知识考查

1. 多项选择题

汽车金融服务的主要内容有()。

- A. 汽车消费信贷服务
- B. 汽车保险服务
- C. 汽车租赁服务
- D. 汽车置换服务

2. 判断题

汽车金融机构只能为个人消费者提供汽车信贷服务。()

3. 思考题

汽车金融服务的产生与发展给汽车行业带来了哪些影响?

(二) 技能考查

各小组通过进入汽车交易市场、汽车经销、银行、保险等企业进行访谈、观摩、调查,完成对汽车金融服务发展概况的调查。各小组对调研资料进行分析归纳,形成调查报告进行汇报。

学生实践记录表

班级		小组编号	
姓名		学号	
实践项目	我国汽车金融服务发展概况调查		
调查的主要目的			
调查的主要方式			
调查的主要对象			
调查的流程			
调查的主要内容			
调查的过程记录			
调查的结论			
自我评价	良好 <input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 <input type="checkbox"/>		
教师评价	良好 <input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 <input type="checkbox"/> 教师姓名: _____ 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成学习任务后,各小组进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写学习自评总结,提交PPT演示文稿,并推选代表在总评会上宣讲,其他小组进行相互点评,最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确,能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实,语言规范;任务报告结构完整,观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动,态度认真,遵守教学秩序			
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握,具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					

学习任务二 汽车金融服务环境与现状的认知

任务描述

春节过后,本市某汽车金融服务公司为满足新一年的业务拓展的需要,拟招聘一名汽车金融业务员,本校汽车技术服务与营销专业的几名应届毕业生参加了招聘考试。面试时业务部的张经理出了一道分析题,题目要求“分析汽车金融服务行业主要受到哪些环境因素的影响?你能否对汽车金融服务行业的现状和发展谈谈自己的看法与设想?”如果你是参加此次面试的毕业生,你准备如何作答?

学习目标

1. 能够进行汽车金融服务的宏观环境与微观环境分析。
2. 能够概括汽车金融服务的历史与现状。
3. 会运用现代信息搜集方法获取汽车金融服务的相关政策法规知识与最新资讯。
4. 能够合理运用小组合作学习法，开展团队合作，完成此次任务。



学习准备

一、知识准备

1. 汽车金融服务的环境。（查阅学习参考“学习单元一学习任务二”）
2. 国内外汽车金融服务业的现状。（查阅学习参考“学习单元一学习任务二”）

找出任务描述中的汽车金融服务的宏观环境与微观环境，国内外汽车金融服务业的现状，查阅学习参考和相关参考资料，对应整理出完成此次任务所需要的知识点与技能点。

知识点	1.
	2.
技能点	

二、工作场所

一体化教室。

三、工作器材

计算机等信息搜集设备；与学习任务相关的文字、图片、视频等资料。



计划与实施

一、明确任务

1. 分组学习汽车金融服务的环境。
2. 分组学习国内外汽车金融服务业的现状。
3. 分组进行汽车金融服务环境调研。各小组将学习成果以调查报告的形式进行汇报展示，并接受小组内部及小组间的评价以及指导教师的评价反馈。

二、制订计划

根据工作任务全班学生每4人为一组,各小组讨论制订出完成任务的计划方案,明确小组人员分工及任务安排。

三、做出决策

各小组讨论其计划方案的可实施性并确定最终的任务完成方案,制订详细的人员分工与实施步骤方案,必要时请教师指导修正。

四、实施计划

1.小组成员查阅学习参考,利用计算机等信息搜集设备,学习汽车金融服务的宏观环境与微观环境等知识。在教师的引导下分组,以小组为单位学习相关知识,并完成下列任务。

(1)汽车金融服务受宏观环境中哪些因素的影响?

(2)影响汽车金融服务机构的微观环境有哪些?

2.小组成员学习国内外汽车金融服务业的现状的相关知识。在教师的引导下,完成下列任务。

(1)阐述国内汽车金融服务业发展的现状与存在的问题。

(2)填写下列表格。

国内汽车金融服务机构的比较

机构	优势	劣势
汽车经销商		
汽车生产企业的财务公司		
商业银行		

3.组内设置一名记录员,对任务完成过程全程跟踪记录;一名摄像员,在展示过程中进行图片拍摄记录;一名观察员负责撰写本小组的工作总结,评价组员的工作表现。

五、检查控制

组内观察员进行组内工作过程控制与沟通协调;教师在学生任务实施过程中,对

各小组学生所体现的专业能力、方法能力和社会能力进行过程记录，必要时进行指导和帮助。

六、评价反馈

教师设计考核评价表，组织各小组学生根据任务完成情况进行自评与互评；教师对各小组任务完成情况进行点评与激励。



评价与反馈

一、学习效果评价

(一) 知识考查

1. 单项选择题

“量入为出，勤俭节约”与“花明天的钱，办今天的事”的消费观念体现的是（ ）对汽车金融服务的影响。

- A. 信用环境
- B. 法律环境
- C. 金融环境
- D. 社会文化环境

2. 多项选择题

国外提供汽车金融服务的机构主要有（ ）。

- A. 信贷联盟
- B. 信托公司
- C. 汽车金融服务公司
- D. 中央银行

3. 思考题

(1) 对汽车金融服务行业的现状和发展谈谈你自己的看法与设想。

(2) 倘若你有志于从事汽车金融服务工作，哪些知识是你必须掌握的？你会给自己制订一个怎样的学习计划？

(二) 技能考查

各小组通过进入汽车交易市场、汽车经销、银行、保险等企业进行访谈、观摩、调查，选取汽车金融服务宏观环境或微观环境中某一个具体的因素进行深入调研。各小组对调研资料进行分析归纳，形成调查报告进行汇报。

学生实践记录表

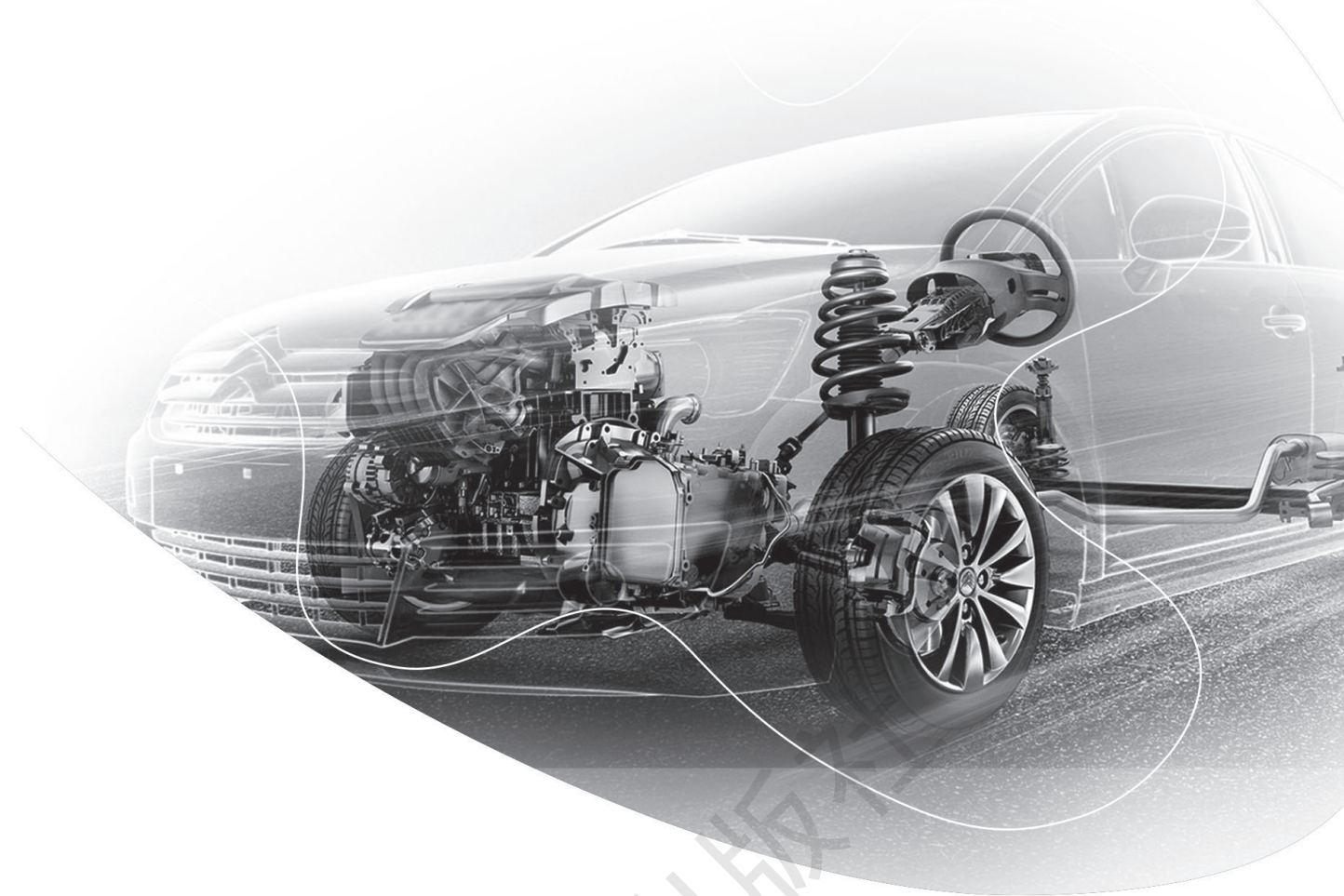
班级		小组编号	
姓名		学号	
实践项目	我国汽车金融服务环境调研		
调查的主要目的			
调查的主要方式			
调查的主要对象			
调查的流程			
调查的主要内容			
调查的过程记录			
调查的结论			
自我评价	良好 <input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 <input type="checkbox"/>		
教师评价	良好 <input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 <input type="checkbox"/> 教师姓名: _____ 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成学习任务后,各小组进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写学习自评总结,提交PPT演示文稿,并推选代表在总评会上宣讲,其他小组进行相互点评,最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确,能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实,语言规范;任务报告结构完整,观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动,态度认真,遵守教学秩序			
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握,具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					



学习参考

学习任务一 汽车金融服务含义与作用的认知



相关知识



汽车金融

一、汽车金融服务的基本概念

(一) 汽车金融服务的定义

汽车金融服务是指在汽车的生产、流通与消费环节中融通资金的金融服务活动。它主要包括：为最终用户提供零售性消费贷款或融资租赁，为经销商提供批发性库存贷款，为各类汽车用户提供汽车保险，为汽车服务企业提供营运资金融资等活动，具有资金量大、周转期长、资金运动相对稳定和价值增值等特点。它是汽车制造业、流通业、服务维修业与金融业相互结合渗透的必然结果，并与政府有关法律、法规、政策，以及与金融保险等市场相互配合，是一个相对复杂的系统。

(二) 与汽车金融服务有关的各种因素

汽车金融活动就是在汽车生产、流通、消费的各个环节中所涉及的资金融通的方式、路径，即资金在汽车领域是如何流动的。从广义上讲，汽车金融应该包括汽车金融资金在融通中所涉及的几个关键要素，即汽车金融机构（资金供应者）、汽车金融工具（融通媒介）、汽车金融市场（融通场所）、汽车供应者及汽车需求者。汽车金融应该是这几大要素所组成的一个完整的系统。

(三) 汽车金融服务的内容

汽车金融服务的内容涉及范围甚广，在我国常见的有以下几种：

1. 汽车消费信贷服务

消费信贷是指金融机构为购买消费品的客户提供的一种信贷业务。它以消费者未来的购买力为放款基础，旨在通过信贷方式预支远期消费能力，来刺激或满足个人即期消费需求。个人消费信贷通常按偿还形式划分为分期付款和非分期付款两大类。分期付款一般按周、月偿还贷款款项。非分期付款即在规定的期限内一次性还清贷款。我国各类金融机构大力拓展消费信贷业务，已经开办的消费贷款种类主要有住房贷款、

汽车贷款、家电等耐用消费品贷款和助学贷款等。目前在商业银行贷款结构中，消费信贷的比例明显上升，对促进消费、拉动经济增长起到了积极作用。

汽车消费贷款是对申请购买汽车的借款人发放的人民币担保贷款；是商业银行、城乡信用社、汽车财务公司及获准经营汽车贷款业务的非银行金融机构向购买者一次性支付车款所需的资金提供担保贷款，并联合保险、公证机构为购车者提供保险和公证。贷款的个人要具有稳定的职业和经济收入或易于变现的资产，足以按期偿还贷款本息；贷款的法人和其他经济组织要具有偿还贷款的能力。汽车贷款的贷款期限（含展期）不得超过5年，其中，二手车贷款的贷款期限（含展期）不得超过3年，经销商汽车贷款的贷款期限不得超过1年。汽车消费信贷可以极大地把汽车消费者的潜在需求转化为现实需求。人们把汽车消费信贷称之为汽车产业发展的催化剂，其多样灵活的金融产品和便捷的服务手段有利于汽车市场的不断开拓。同时，它也能给汽车金融服务业带来丰厚的利润。梅赛德斯—奔驰汽车金融有限公司首席财务官燕凌云表示，汽车的价值链里面，包括生产销售、售后服务、金融服务、二手车四块，在这个价值链里面，生产销售占30%、售后服务占30%、金融服务占30%、二手车占10%。也就是说，在汽车的价值链里面，有30%的价值是由汽车金融产生的，汽车金融在这个汽车价值链里面是有非常大的作用的。因此，汽车消费信贷不管对汽车制造商，还是对金融服务商均是一块十分诱人的“大奶酪”。对汽车制造商而言，汽车消费信贷最大的效能是开拓汽车销售市场，对汽车金融服务商而言，汽车消费信贷最大的效能则是获取利润。

同时，汽车消费信贷是汽车企业重要的“战略后勤”。汽车生产企业的生命线在于生产的实物产品能够得到消费者的认同，并在较短的时间内实现销售，贷款回笼。在企业中，它属于企业市场营销的范畴，若我们把企业市场营销战略称为“企业战略主体”的话，那么，为实现企业营销战略的一系列相关的重要服务活动就可以称为“战略后勤”。从企业营销战略的角度看，最理想的模式是拥有自己的汽车金融服务公司，在企业总战略的指导下，为本企业的产品销售活动最大限度地做好战略后勤，为本企业的产品培育和开拓市场。

在我国，汽车金融服务集中体现在消费信贷上。目前，国内汽车消费信贷主要存在三种形式：制造商贷款、经销商贷款和“经销商—银行—保险”三方贷款。

由于我国目前个人信贷记录系统不完善以及存在银企职责难分、法制不健全等原因，造成了汽车贷款的风险较高，致使汽车金融服务离期望的目标还很遥远。

2. 汽车租赁服务

租赁是以支付（或收取）租金的形式取得（或让出）一项资产的使用权的经营业务。租赁有两个基本的当事人，即出租方和承租方。所谓出租方即指将其所拥有的资产出租给他人使用的单位或个人；所谓承租方即指从他人手中租用资产的单位或个人。



汽车保险服务

租赁一般是通过契约的形式来实现的。租赁契约即指规定出租人在一定的时期内将资产的使用权转让给承租人的一种协议,即租约。租赁按与租赁资产所有权有关的风险和报酬的归属分为经营性租赁和融资性租赁两种形式。

(1) 汽车经营性租赁。

汽车经营性租赁是指汽车消费者通过与汽车销售者之间签订各种形式的付费合同,以在约定时间内获得汽车的使用权为目的,经营者通过提供车辆功能、税费、保险、维修、配件等服务实现投资增值的一种实物租赁形式。汽车租赁业的核心思想是资源共享,服务社会。按租赁时间长短可分为长期租赁和短期租赁两种形式。长期租赁,是租赁企业与用户签订长期(一般以年计算)租赁合同,按长期租赁期间发生的费用(通常包括车辆价格、维修保养费、各种税费开支、保险费及利息等)扣除预计剩存价后,按合同月数平均收取租赁费用,并提供汽车功能、税费、保险、维修及配件等综合服务的租赁形式。短期租赁,是租赁企业根据用户要求签订合同,为用户提供短期汽车租赁服务(一般以小时、日、月计取短期租赁费),解决用户在租赁期内与之相关的各项服务要求的租赁形式。

(2) 汽车融资性租赁。

融资性租赁又称金融租赁或财务租赁,是指出租人根据承租人对供货人和租赁标的物的选择,由出租人向供货人购买租赁标的物,然后租给承租人使用。融资性租赁的主要特征是:由于租赁物件的所有权只是出租人为了控制承租人偿还租金的风险而采取的一种形式所有权,在合同结束时最终有可能转移给承租人,因此租赁物件的购买由承租人选择,维修保养也由承租人负责,出租人只提供金融服务。租金计算原则是:出租人以租赁物件的购买价格为基础,按承租人占用出租人资金的时间为计算依据,根据双方商定的利率计算租金。它实质上是依附于传统租赁上的金融交易,是一种特殊的金融工具。资产的所有权最终可以转移,也可以不转移。客户提出融资租赁要求,租赁公司作为金融平台提供客户指定车辆,同时客户只需按照合同按月交付租金,即可享用高级汽车服务。其工作流程为:通过与银行和加盟商的资金融合,向汽车厂商购买客户指定汽车,加以保险公司配合,满足客户的购车需求,并收取租金以回报银行和加盟商。汽车融资租赁业务是一种促进汽车生产、销售和刺激汽车消费的有效金融工具。

在租赁期内租赁车辆的所有权属于租赁公司所有,承租人拥有租赁车辆的使用权。租期届满、租金支付完毕并且承租人根据融资租赁合同的规定履行完全部义务后,根据合同约定,租赁车辆可以退还给租赁公司,也可将租赁车辆所有权转归承租人所有。融资性租赁属于表外融资,不体现在企业财务报表的负债项目中,不影响企业的资信状况。这对需要多渠道融资的中小企业而言是非常有利的。

从国外的发展情况来看,汽车租赁业务的发展非常迅速。以美国为例,一年在各地销售的轿车和货车中,有大约 1/4 进入了租赁市场。汽车厂商用租赁方式销售的汽车数量,占其总产量的 30% 以上。在加利福尼亚许多家庭中,有 50% 的新车是租来的。

截至 2017 年年底,我国持驾照人数已达 3 亿,而且这个数字每年都在增加,同年我国汽车保有量为 2.29 亿辆,这使得相当一部分人的用车需求得不到满足。而汽车租赁因为具有使用快捷、高效、负担低、灵活方便等特点,很大程度上解决了有照无车者的用车问题。

由于租车可以少占资金,节约人力,免去多项杂费和驾驶员工资,所以不少经营者也是汽车租赁业的固定客户。

因为资源共享的属性,汽车租赁服务在提高车辆使用效率,缓解财政控制购买与企业用车之间的矛盾和控制社会车辆总量方面也发挥着很大的作用,这在很大程度上提高了整个社会资源的利用效率,有着很强的社会效应。

汽车租赁业对汽车厂商也存在着显著的市场效应。因为汽车厂商可以通过对汽车租赁市场的介入和占领,增加品牌的认知度,扩大市场占有率,从而把潜在市场转变为现实需求。与汽车厂商及保险公司的相互促进与合作,也大大加快了相关产业发展。由于汽车租赁特殊的市场作用,现在已经被国内外汽车生产企业所广泛采用,成为扩大销售、争取用户的重要手段。

3. 汽车置换服务

汽车置换,从狭义上说,就是以旧换新,经销商通过二手车的收购与新车的对等销售获取利益;从广义上说,则是指在以旧换新业务的基础上,同时还兼容二手车整新、跟踪服务、二手车再销售乃至折抵分期付款等项目的一系列业务组合,从而使之成为一种有机而独立的营销方式。

在发达国家,二手车的交易量是新车的 1.5~3 倍,其活跃程度已明显超越新车。2017 年,美国新车的年平均销量为 1 725 万辆,而二手车的年销量却高达 4 100 万辆以上,基本上是新车的 2~3 倍。二手车作为替代产品,已经对新车销售构成威胁。我国的旧车市场虽然起步较晚,但目前的交易规模已经相当可观,狭义置换业务得到长足的发展。而广义的置换业务目前在国内市场则处于萌芽状态,亟须必要的关心与扶持。

2017 年我国民用汽车保有量为 21 743 万辆,2011 年全国汽车产量达 2 901.5 万辆,这必然形成一个庞大的旧车市场。2017 年全国二手车交易量为 1 240.09 万辆,全国建有各类旧车交易市场 1 068 余家,交易额超过 8 092.72 亿元。故旧车置换大有可为。

当前,我国汽车市场完成了从卖方市场到买方市场的转变,已基本形成生产能力大于销售能力,而销售能力又大于现实市场需求的态势。相应地,各大汽车厂商彼此之间的竞争趋于白热化。在此基础上,销售方式也层出不穷,厂商希望借此刺激需求,打出一片新天地。

一方面,各大汽车生产厂商为提高各自的市场占有率,对置换业务给予政策扶持,汽车置换业务在中国市场诞生的那一刻起,就是作为整合新车市场的一个辅助市场和竞争手段而存在的。从根本上讲,当前置换的主要任务还是加快车辆更新周期,刺激新车消费。这和国外的“二手车”市场的经营宗旨是有所区别的,因而具有现阶段鲜

明的中国特色。但从另一方面讲,各大汽车厂商为扶持这一新兴市场,也给予了重点照顾。无论是车辆供应品种、资金配套、储运分流还是其他相关的广告宣传,厂商给予的关怀可谓“无微不至”。这也是置换业务能在竞争日趋白热化的汽车市场获得生存并在短时间内打开局面的一个重要原因。

相关业务利润丰厚是置换业务产生的重要原因之一,除了后援公司的支持以外,汽车置换业务自身就有很大的盈利因素,且不论信息不均衡所产生的地区车价差,单从旧车交易与新车置换过程中收取的手续费、交易费等各种费用也会给从业者带来丰厚的利润,更何况随着业务的发展,置换业务将不再满足于旧车收购后的简单再销售,而是着眼于车辆收购、整新、办证一条龙服务。如此,随着置换规模的形成,其所产生的利润将更为可观。

总之,置换业务是汽车市场激烈竞争和市场需求多样化的必然产物。作为一个方兴未艾的新生事物,它在前进的道路上有诸多挑战,道路是坎坷的,前途是光明的。

二、汽车金融服务的功能与特点

(一) 汽车金融服务的功能

在金融服务行业中,汽车金融服务业是一个相对独立的金融行业。汽车金融的产生和发展,是同调节生产与消费矛盾的实际需要分不开的。社会生产力的发展加速了生产社会化和消费社会化。汽车等家庭耐用消费品生产的发展,带动了电子工业、材料工业等社会产业结构和技术结构体系的变革,并强烈地刺激着人们的现实消费需求和潜在消费需求。然而,社会满足这种汽车消费能力却十分有限,在市场上形成了生产有余、卖者有货、买者无钱的局面。如何调剂社会消费资金,使其在时间上延续、数量上平衡、供给上充分,是汽车金融服务业在国民经济中的基本职能。汽车金融服务的主要宏观功能有:

1. 平衡供需矛盾

市场经济是发达的商品经济。在市场经济条件下,汽车金融在经济运行中起着十分重要的作用,同其他消费信用一起被作为刺激消费和固定资产加速折旧、调节经济运行中供需不平衡矛盾、保持经济平稳运行的手段。具体来讲,它是通过调节汽车工业生产与汽车消费矛盾来实现上述作用的。

(1) 汽车金融服务本质上属于一种金融创新,即用现代金融原理创造性地解决经济生活中的问题,成功地化解了消费者即期消费和即期收入不对称的矛盾,从而用消费者未来的预期收入来解决当前消费的难题。由于汽车金融服务的协助,经销商可以更加成功地销售汽车产品、回笼现金;银行也增加了利息收入,获得了未来相对稳定的收入来源;消费者用少量的钱和支付利息的代价满足了即期消费的需求,从而实现了效用最大化。

(2) 汽车产业为了自身的发展,要求金融业不仅在生产流通领域中发挥作用,而且要在消费领域中发挥作用。金融信贷的发展扩大了汽车的市场流通规模,加速了资

金周转，必然会刺激汽车生产的扩张。按照商品货币关系内在矛盾发展的必然规律，作为在汽车消费领域发挥重要作用的汽车金融，同样会在汽车生产和汽车流通中发挥重要作用。

(3) 从汽车金融自身运转和循环来看，汽车金融的信贷（需求）和储蓄（供给）之间存在着内在互相转化的必然性。汽车金融服务机构资金大部分来自消费者的储蓄，同样，它应该而且也可以在汽车的生产性信贷和汽车的消费性信贷之间做适当的分配，以调节和保证社会消费基金与社会生产基金之间的平衡。

2. 促进汽车产业的发展

汽车金融服务是为汽车产品生产、消费和流通提供金融支持的一种服务模式。它可以有效疏通汽车产业的上、下游通道，减少产品的积压和库存，缩短资金周转时间，提高资金使用效率和利润水平。同时，汽车金融还有利于汽车生产制造和汽车销售企业开辟多种融资渠道，如商业信用、金融授信，即通过专门的金融机构（汽车金融服务公司）采用直接融资和间接融资等方式向社会筹集资金用于汽车产业，从而较大幅度地促进汽车产业的发展。

3. 具备乘数效应

汽车金融能够推动汽车产业的发展，对国民经济发展产生巨大的投资乘数效应。

“乘数”（Multiplier）是经济学中的一个基本概念。乘数理论反映了现代经济的特点，即由于国民经济各部门的相互联系，任何部门最终需求的变动都会自发地引起整个经济中产出、收入、就业等水平的变动，后者的变化量与引起这种变动的最终需求变化量之比即是乘数。西方学者弗莱彻（Fletcher）和斯尼（Snee）鉴定了六种乘数：产出乘数、销售乘数或交易乘数、收入乘数、就业乘数、政府收入乘数和进口乘数，各种乘数具有内在的联系。汽车金融服务作为金融部门专门服务于汽车消费、有着特殊指向性的新兴行业，其对国民经济的拉动作用必须依附于所服务产业的功能释放与发挥。汽车工业具有的中间投入比重大、价值转移比重大、投资量大、规模经济要求高、与国民经济的很多部门联系密切等特点，决定了汽车工业的发展既依赖于很多产业部门，又对国民经济的发展具有很大的带动作用。汽车金融服务的乘数效应主要体现在以下几个方面：

(1) 汽车金融服务业的“高度关联性”，带动第三产业的发展。国民经济中的第三产业和作为第二产业的汽车业的“高度关联性”体现在两个方面：一是在汽车产品的最终价值分配中，第三产业占有较高的比例；二是汽车产业的投入对第三产业的投入有较大的带动作用，后者占前者的比重为30%~80%。也就是说，汽车工业的一定投入，可以导致主要相关服务业增加30%~80%的投入。这里的主要相关服务业包括汽车销售贸易、储运、汽车租赁和汽车保险、汽车配件销售、汽车维修等。

汽车金融利用这种“高度关联性”，一方面以其自身的发展直接推动第三产业的发展，另一方面以汽车产业为媒介，通过“价值转移”“引导投资”“投资乘数效应”等方式，又间接对第三产业的发展提供有力的支持。

(2) 汽车金融服务业的“高价值转移性”，对其他部门具有带动功能。汽车产业与其他产业之间有较高的依赖性，能对其他产业产生“高价值转移”。正是汽车产业具有这种价值转移的特性，汽车金融才能通过为其流通、消费甚至特殊情况下的生产提供金融支持的办法，疏通汽车产业的下游通道，避免产品的积压和库存，实现销售，从而较大幅度地带动汽车维修、汽车美容、汽车改装等相关产业的发展，使汽车产业的“高价值转移性”得以顺利实现。

(3) 汽车金融通过自身以及汽车产业在就业方面的较强安置能力，对扩大就业发挥积极的作用。汽车金融所惠及的相关服务部门一般具有很强的直接就业安置能力，如汽车修理业、运输业、销售、管理部门、研究咨询，以及汽车使用部门，基本都属于劳动密集型行业，具有较强的就业吸纳功能。目前全国与汽车相关产业的就业人数，已经占到了社会就业总人数的 1/6，从发展趋势看，随着汽车产业的发展，汽车职工人数占全国城镇人数的比重越来越大，每增加 1 个汽车产业生产人员可增加 10 个相关人员就业。

由此可见，发展汽车金融服务能够较快地增加就业，有利于劳动力的安置与转移，具有重要的现实意义。

(二) 我国开展汽车金融服务的现实意义

汽车金融服务是依托并促进汽车产业发展的金融服务。目前，在我国发展汽车金融服务具有重要的现实意义。

从一般意义上讲，汽车金融服务是工业化国家在汽车工业现代化和金融服务现代化进程中的必经之路，是市场经济发展完善和成熟的基本标志，是提高国民消费能力与水平的应有之义，同时也是人的生理活动对物质需求的正常延续和满足。

1. 汽车金融服务在 21 世纪初期中国经济的增长中发挥着支撑作用

私人汽车拥有率的迅速上升是中国经济的较高速增长的拉动力量。但是需求不足仍将是中国经济较快增长的一个制约因素。这种需求不足仍将主要来自居民消费需求不足。汽车金融服务可以在一定程度上减轻 21 世纪初期中国消费需求不足的矛盾。同时，投资需求的扩大既依赖于消费需求的变动，也取决于民间投资的增长。目前中国民间资本的规模已经很大，在积极向生产性投资方向引导的同时，需要开辟消费品市场的消费通道，而发展汽车消费，用汽车金融服务来诱导和启动庞大的个人储蓄，是支持国民经济较高速持续增长的一个动力。

从现在到 2028 年，是中国产业结构调整 and 升级的一个重要时期。一是要进一步调整三大产业的结构关系，尤其是工业与服务业的关系。二是工业结构的升级，主要是加快技术密集产业和高新技术产业的发展。这方面的进展直接影响着中国经济持续增长的基础和后劲。汽车金融服务业是为汽车产业服务的，是有利于国家产业结构调整 and 升级的行业。

2. 汽车金融服务有助于我国在近 10 年间建立“汽车消费主导型”的市场格局，成为拉动经济增长的重要动力

按照国民经济发展的自身规律和中国经济发展的实际情况，从 21 世纪开始，中国进入一个汽车消费的高速增长时期。2000—2009 年汽车拥有量的年均增长速度高于 20%，其中私人汽车拥有量的高速增长起主要作用。正是私人汽车需求的高速增长带动了整个汽车需求的较高速增长。2011—2020 年，汽车需求增长会进一步呈现超常规的高速度和加速度。中国已经进入一个汽车消费高速增长的时期。

汽车金融服务在中国的兴起，将对这个过程的演进起着有力的促进作用。因为要让汽车需求变为现实，建立“汽车消费主导型”的市场格局，将私人汽车需求引导释放出来，成为拉动经济和内需高速增长的重要动力，必须依靠汽车金融服务这个手段和工具。

3. 汽车金融服务有助于引导庞大的国内私人储蓄的分流，形成对国民经济支柱产业的投资控制能力

发展汽车产业需要大量的投资，尤其在国际汽车工业竞争很激烈的情况下更是这样。同时发展汽车产业还需要一系列的配套条件，包括交通基础设施的建设，也需要大规模的固定资产投资。中国的总储蓄率和总投资率远远高于欧美发达国家，也明显高于作为亚洲强国的日本和韩国。因此，中国对汽车产业的投资潜力具有较强的国际竞争力。但是，潜在的投资能力向现实的生产能力转化，要受到许多制度和条件的制约，其中一个重要方面是有没有以及如何发挥和利用好国内储蓄，使其转化为对汽车产业和整个国民经济投资的一套制度和办法。发展实践证明，汽车金融服务正是这样一套行之有效的办法。发展汽车金融服务业，可以充分发挥其分流储蓄、引导消费、最终形成对国民经济的巨大投资能力和对国民经济支柱产业的投资控制能力。

4. 汽车金融服务有助于用好汽车存量资产，使其发挥更大的经济效益

汽车工业是经济规模要求较高的资本密集型产业，一个国家发展汽车工业需要汽车制造产业和与之配套的工业基础。虽然我国的汽车工业已经形成了一个较好的发展基础，是目前国民经济中有效存量资产较多的一个产业，但同时存在着生产能力分散、设备技术较落后、难以形成规模经济等问题。除来自制度层面的问题外，没有一个良好的专业化的金融服务体系也是一个重要原因。在我国发展汽车金融服务，一方面可以合理地聚集全社会的资金与财力，为启动存量汽车资产提供必要的配套资金；另一方面通过启动汽车消费市场，疏通汽车消费出口，回笼社会资金，使已经形成的生产能力充分发挥出来。

5. 汽车金融服务有助于消除“汽车需求增长区域性倾斜”问题

“汽车需求增长区域性倾斜”是指汽车消费增长与汽车消费能力增长不成比例，汽车消费能力增长慢于汽车消费增长。在汽车消费发展的历史上，出现这种不成比例的区域性倾斜，一个重要的原因是“汽车金融抑制”。从全国的情况来看，虽然机动车拥有量最多的省区仍主要集中在东部，但西部和中部有一些省区的汽车拥有量也很高

（如四川），而东部却有一些经济发达省区的汽车拥有量较低（如江苏和福建）或很低（如上海），这说明私人汽车需求除与各省区的地理状况、经济收入和其他经济问题有关外，政策上的不鼓励倾向，最终体现在汽车金融服务的滞后和使用汽车金融服务的非经济性上。



拓展知识



汽车金融服务的特点

一、关于汽车金融服务范围的确定

从汽车业的发展过程看，需要金融服务的不仅是购买汽车的消费者，还包括汽车经销商和汽车制造商；他们对金融服务内容的要求，也不仅仅限于资金的融通，还包括减少汽车制造厂的风险，提高用户购买力，使汽车制造商、经销商、用户在金融业的牵线下，保持长期稳定的关系等。从这方面来说，金融机构是“一手托三家”。由于以上原因，中国银行业监督管理委员会发布了《汽车金融公司管理办法》，办法中规定：

经中国银监会批准，汽车金融公司可从事下列部分或全部人民币业务：

- （1）接受境外股东及其所在集团在华全资子公司和境内股东3个月（含）以上定期存款；
- （2）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；
- （3）经批准，发行金融债券；
- （4）从事同业拆借；
- （5）向金融机构借款；
- （6）提供购车贷款业务；
- （7）提供汽车经销商采购车辆贷款和营运设备贷款，包括展示厅建设贷款和零配件贷款以及及维修设备贷款等；
- （8）提供汽车融资租赁业务（售后回租业务除外）；
- （9）向金融机构出售或回购汽车贷款应收款和汽车融资租赁应收款业务；
- （10）办理租赁汽车残值变卖及处理业务；
- （11）从事与购车融资活动相关的咨询、代理业务；
- （12）经批准，从事与汽车金融业务相关的金融机构股权投资业务；
- （13）经中国银监会批准的其他业务。

从服务上来看汽车金融机构涵盖了汽车售前、售中、售后的全过程，除了提供汽车信贷服务以外，还包括以担保方式向金融机构借款、购车储蓄、融资租赁、汽车消费保险、信用卡、汽车旅游信贷等业务。可以说汽车金融机构是以汽车信贷为中心的专业银行。

二、汽车金融服务的具体作用

对制造商而言，汽车金融服务是实现生产和销售资金分离的主要途径；对经销商而言，汽车金融服务则是现代汽车销售体系中一个不可缺少的基本手段；对汽车营运机构而言，汽车金融服务是其扩大经营的有力依托；对消费者而言，汽车金融服务是汽车消费的理想方式。汽车金融服务在微观经济中的具体作用有：

1. 汽车金融服务对汽车生产商起到促进销售、加快资金流转的作用

生产商要实现生产和销售资金的相互分离，必须有汽车金融服务的支持。否则，生产资金容易凝结于库存或客户的应收账款中，导致销售数量越多，生产资金越发枯竭。而有效地利用汽车金融服务，就会大大改善生产企业资金运营效率，提高企业的经济效益。

2. 汽车金融服务可帮助汽车销售商实现批发和零售环节资金的相互分离

批发资金是用于经销商库存周转的短期资金，零售资金是用于客户融资的中长期资金，二者性质不同，对经销商的库存融资和对客户的消费信贷，可以促进汽车销售过程中批发资金和零售资金的相互分离，有利于汽车销售商开辟多种融资渠道，促销产品、扩大市场占有率。

3. 汽车金融服务可以帮助汽车消费者实现提前消费

汽车金融服务提供消费信贷、租赁融资、维修融资、保险等业务，解决支付能力不足的问题，降低消费者资金运用的机会成本。同时还可以享受到维修、咨询等汽车金融服务的一些附加服务。

4. 汽车金融服务扩大了汽车消费规模

高折旧率是汽车消费的一个重要特点，伴随汽车生产技术的发展，汽车的重置价值不断降低，进一步加速了汽车的折旧过程。因此，对消费者而言，汽车信贷不仅是解决支付能力不足的问题，更重要的是降低消费者资金运用的机会成本。正因为如此，发达国家的消费者通常会利用金融服务的方式消费汽车，并且其融资租赁的比重一般较高。因为在高折旧率的情况下融资租赁的机会成本最低，汽车消费的高折旧特点无疑使消费者加大了对汽车金融服务的依赖程度，因而完善的汽车金融服务体系可有效地扩大汽车消费规模。

5. 汽车金融的发展能够拓展个人消费信贷方式，完善金融服务体系

汽车金融业发展不足，制约了个人汽车消费。我国通过消费信贷方式实现的整车销售，不到新车销售的25%，远远低于欧美国家60%~80%的比例。而且汽车金融服务具有丰厚的利润，目前发达国家的统计数据显示，汽车金融所赚取的利润占整个汽车链的30%以上，超过汽车制造本身。汽车金融服务的规模不断扩大，无疑为储蓄资金找到一个高收益出口。因此，汽车金融业的发展将拓展我国个人消费信贷方式，也将进一步完善我国经济金融服务体系。

学习任务二 汽车金融服务环境与现状的认知



相关知识

一、汽车金融服务的环境

汽车金融服务的环境可分为微观环境和宏观环境两个层次。微观环境就是和企业紧密联系、直接影响企业为顾客服务的能力和效率的各种参与者,包括企业本身、资金的来源与规模、营业网点、顾客、竞争者等。宏观环境则是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量,主要有经济、金融、政治、法律、社会文化等。

(一) 汽车金融服务的宏观环境

对汽车金融服务的宏观环境分析,也就是对汽车金融服务公司所处大环境的一个综合的分析。主要包括以下几点:

1. 经济环境

汽车金融服务的经济环境也就是指一个国家的国民经济发展状况。汽车金融在国民经济的什么时期出现,在什么时期发展,与国民经济的发展阶段密切相关,要得到来自特定历史时期国民经济的刺激与推动。汽车金融服务是国民经济发展到一定历史时期的产物。

金融增长与经济发展之间呈正相关的关系,经济的发展对金融的发展有内在的要求。随着收入水平的提高,消费者总是偏好消费更多的高档消费品,如汽车等。在均衡的状态下,当消费结构提升或消费者增加汽车消费品的消费量时,经济会加速增长,那么在经济结构提升的过程中,金融结构不会保持不变;经济规模的扩大要求金融业提供更大规模、更为复杂的金融服务。汽车消费的不断增长,汽车工业发展到了一定阶段,经济结构调整到了一定阶段,就构成了汽车金融产生的时空条件。国民经济的发展使消费主体产生了对汽车金融的内在需求,同时也为人们实现对汽车金融的需求提供了可能。

西方国家经济发展的经验表明,一般当一个国家的人均国内生产总值(简称GDP)达到700美元时,便开始进入汽车消费时代,汽车消费将成为一个新的经济增长点。2017年我国全国人均GDP为8 836美元,这标志着我国已经进入汽车消费的时代,消费主体对汽车金融的内在需求也变得越来越强烈。

2. 金融环境

汽车金融的兴起是汽车业和金融业互动的结果,金融环境的状况影响着汽车金融服务的发展。

自20世纪30年代经济大危机以来,一些汽车跨国公司逐步脱离银行这一信用中介,以其优良资信进入资本市场直接融资,如国际几大著名汽车金融服务公司的平均

直接融资占到了其全部融资的 60% 以上。另外，金融管制的放松，为汽车金融机构的发展提供了必要的制度条件，一些大的汽车公司纷纷设立独立的金融机构，对客户提供从购车到汽车关联消费所涉及的信贷、信用卡、保险甚至代客理财的全方位金融服务。汽车信贷资产证券化的发展，为汽车金融的运作提供了多样化的流动性更强的金融工具，满足了汽车金融高资金运作效率的要求。如汽车金融的传统风险管理手段是从旧车市场变现实物资产，但现在运用较多的则是汽车抵押贷款的证券化，这就大大提高了资产的流动性。因此，现代金融工具的发展和金融市场的完善，也为汽车金融服务的发展提供了必要的条件。

3. 法律环境

完善的法律制度是汽车金融服务机构稳健经营的重要保障，也是汽车金融服务机构盈利的基础。

我国于 2008 年 1 月 24 日出台了《汽车金融公司管理办法》，对汽车金融公司的市场准入条件、业务范围及法律责任都做出了明确的规定，为构建新的汽车金融服务体系打下了良好的政策基础。

但是在汽车金融服务的其他一些法律制度中，我国还没有相关的征信法律制度；《担保法》规定了五种担保方式，对保障债权发挥了一定的作用，但一些与保障金融债权密切相关的担保方式在我国未得到法律的认可；同时我国当前对金融消费者权益保护方面的立法还比较薄弱和滞后。这一切都制约了我国汽车金融服务的发展，所以应该借鉴成熟市场国家的类似立法，尽快加以建立和完善。

4. 信用环境

对于汽车金融服务公司来讲，汽车金融信用风险的度量和管理的在汽车金融的业务和发展中处于核心地位。

汽车金融服务中的信用风险是指汽车及汽车金融产品购买人（债务人）一方由于存在信用质量下降、在交易期限内违约，造成汽车金融服务公司（债权人）一方从交易中得到的预期现金流量的现值减少从而蒙受的损失。因此，建立科学有效的个人信用体系，是促进汽车金融业务发展的前提和保证。

改革开放 40 年，围绕着建设市场经济这个中心，中国已经制定了一大批与信用建设密切相关的法律法规。如《商业银行法》《公司法》《合同法》《票据法》等，还颁布了一大批条例、规章等法规。应当说，中国的信用法律体系已经初步建立。但总的来看，中国信用法律体系还不完善，大量违约行为和违规行为，由于缺少相应法律规定没有受到应有的惩罚。也正是由于中国的信用体系还不完善，即使采取了很多的风险防范措施，故意拖欠或恶意骗取车贷的现象还是屡有发生，令开展车贷业务的商业银行不堪重负。据了解，目前中国私车贷款中约有 30% 违约还款，10% 的汽车贷款难以收回。

因此，汽车金融公司在开展业务时，很难对客户的还款能力做出合理的评价，对汽车金融服务的发展有很大的阻碍作用。

5. 市场环境

汽车金融服务的市场环境分析,也就是要了解汽车金融服务这个行业市场的规模、成长性及发展趋势。

汽车金融是一种特定的产业金融,产业金融是指依托并促进特定产业发展的金融活动。汽车金融作为现代金融体系的一个细化部分,依托汽车业巨大的市场容量来发展,并以有效促进汽车业发展为目的,有其存在和发展的必要性。

我国加入WTO以来,汽车产业迅猛发展。统计资料显示,2004年以来我国汽车市场年均增长20%以上,我国汽车市场是世界上增长最快的市场。近年来,我国汽车市场每年平均以25%的速度快速增长,我国的汽车消费占全球汽车消费的7.5%,已成为世界第三汽车销售国。同时,随着汽车产量的大幅增加和新产品的不断推出,汽车价格持续下降,加之居民收入的逐步提高,使越来越多的普通人成为汽车产品的消费者。

但是,目前中国的汽车贷款规模远远不能满足需要,这在很大程度上限制了汽车消费市场的扩容。据报道,国内贷款销售的汽车占新车销售总量的比例不足20%,与国外70%的水平相距甚远。美国通用公布了一组数据,其在华的汽车销量中仅有15%~20%为贷款购车,而在美国这一比重高达85%,在英国及德国也有70%~80%。

就我国的汽车信贷消费市场而言,将会有更多的汽车金融服务公司进入,抢夺市场份额。以上所述表明,中国汽车金融服务的市场潜力以及发展空间是非常巨大的。

6. 社会文化环境

经济学大师凯恩斯曾说过:“个人的节俭是美德,但对国家来讲却是悲剧。”在西方的消费者已习惯于举债消费以建立和积累起自己信用记录的今天,对我国大多数消费者来说,千百年来我国人民形成的“量入为出,勤俭节约”的传统消费观念却仍然根深蒂固。“花明天的钱,办今天的事”这种消费方式对大多数消费者而言还比较陌生,普通老百姓还难以接受。

这说明我国消费者的信贷消费意识还不强,有待进一步的改善。消费者这样的一种消费心理意识是不利于汽车信贷的发展和汽车金融服务公司的业务开展的。但在汽车消费领域,如果汽车生产企业、汽车金融服务公司等能通过做好汽车消费信贷的宣传和市场营销工作,逐渐转化人们的这种传统意识,激发人们信贷消费的积极性,那么汽车金融服务的发展前景将是非常广阔的。

(二) 汽车金融服务的微观环境

汽车金融服务的微观环境分析,也就是针对汽车金融服务公司的分析。其中包括企业分析、经营运作与资源分析等。具体来讲有以下几点:

1. 营业网点

对于汽车金融服务公司来说,营业网点的多少及其分布,在很大程度上决定了汽车金融服务公司在市场上所占的份额。

2008年颁布的《汽车金融公司管理办法》第十二条规定:“未经中国银监会批准,

汽车金融公司不得设立分支机构。”这就使得汽车金融服务公司的营业网点只局限在某一地区，而不可能像现在的银行那样，分支机构可以遍布各地。这在一定程度上限制了汽车金融服务的发展。

2. 资金的来源与规模

在我国，由于央行的政策限制，银行几乎垄断了整个汽车信贷业务，汽车企业的财务公司信贷业务所占市场比例非常小。按照目前的管理办法，国内汽车财务公司能够吸收的资金来源有限，无法满足大规模开展汽车金融业务的需要。

3. 风险管理水平

汽车金融服务公司风险管理水平的高低，直接影响到汽车金融服务公司的生存。我国原来实行的是计划经济体制，企业只是上传下达，没有风险管理的意识，更谈不上风险管理水平的高低。

而国外的汽车金融服务机构已经运作了很多年，积累了丰富的风险管理经验。如通用汽车金融公司已成立 80 多年，在亚洲其他地区和拉美开展业务时，虽然也存在信用制度不健全的问题，但是其凭借较高的风险管理技术，业务也开展得很不错。从这一点我们可以看出风险管理水平对于一个汽车金融服务公司的重要性。

4. 竞争者

现在的社会是一个竞争异常激烈的社会，对业内竞争者进行分析，可以找出自身的不足，发现自身的优势，扬长避短，使自己立于不败之地。对于汽车金融服务公司，当然也不例外。

竞争者分析包括：（1）对业内现有竞争者的分析。汽车金融服务公司不仅要了解自己的位置，还要了解竞争对手的雄心与战略。（2）市场的新进入者。环境分析时，还要考虑市场的新进入者，这些新进入者可能是国外正在扩张的企业，也可能是企图将经营领域多样化的企业。

二、国内外汽车金融服务业的现状

（一）国外汽车金融服务业的概述

在汽车产业及金融服务体系较为成熟的欧美国家，汽车金融服务是一个广泛的概念，主要是指与汽车有关的金融服务，包括为最终用户提供的零售性消费贷款、为经销商提供的批发性库存贷款，以及为汽车维修服务的硬件设施投资建厂等。从金额上看，零售性消费贷款占整个汽车融资额的 75% 以上，且其利润远大于批发性贷款，是汽车融资业务的主导。

提供汽车融资的金融机构主要是商业银行和各大汽车集团下的财务公司。商业银行受理最终用户或经销商的贷款申请，一般不与特定的车款车型挂钩，对借款人在何处购车也没有限制。由于汽车产业是一个技术性很强的行业，融资机构进行融资评估需要掌握较高的专业知识，对产品有较深入的了解，汽车厂商自己组建的财务公司，虽然只为自己的汽车品牌服务，但由于用户购车一般是直接找到汽车经销

商, 选购、筹款、付款和过户等所有的手续都在一地一次完成, 给消费者带来极大方便, 因此由汽车制造商组建自己的财务公司为自己的品牌汽车量身定做金融服务产品才是国际上的主流做法。20 世纪 30 年代, 德国大众集团首先推出了针对该公司生产的“甲壳虫”汽车购车储蓄计划, 向“甲壳虫”汽车的未来消费者募集资金, 这被业界公认为开辟了汽车金融服务向社会融资的先河。而世界上第一家真正的汽车金融服务公司是美国通用汽车公司于 1919 年设立的通用票据承兑公司 (GMAC), 该公司专门承兑或贴现通用汽车经销商的应收账款。现在, 汽车金融公司已遍布全球, 其中最大的三家分别是通用票据承兑公司 (GMAC)、福特信贷公司 (FMCC)、大众汽车金融公司 (VW Finance)。

根据国外的资料统计, 全球有 70% 的私人用车都是通过贷款购买的。可见汽车金融服务对汽车销售的增长起到了助推器的作用。

1. 西方国家汽车金融服务的特点

从西方发达国家的实践来看, 汽车金融服务具有两大特点。其一, 服务主体多样化。从事汽车金融服务的机构主要包括汽车金融公司、银行、信贷联盟 (Credit Union)、信托公司等, 其中专业汽车金融公司具有极其重要的地位。以美国汽车销售量历史最高的 2000 年为例, 美国全年新车融资销售 1 177 万辆, 其中福特信贷 (FMCC)、通用票据承兑 (GMAC)、克莱斯勒财务 (CFC)、丰田财务 (TFC) 等四家专业汽车金融公司占 39%, 银行占 26%, 其他财务公司和信贷联盟占 35%。其二, 服务内容多样化。汽车金融服务不仅覆盖了汽车售前、售中和售后的全过程, 而且延伸到汽车消费等相关领域。从金融服务的方式看, 除了信贷业务之外, 还包括融资租赁、购车储蓄、汽车消费保险、信用卡、担保、汽车应收账款保理、汽车应收账款证券化等汽车消费过程中的金融服务。

2. 汽车金融公司的优势

从发达国家的情况来看, 专业的汽车金融公司比商业银行具有更明显的竞争优势, 原因主要有以下三点。

一是和母公司利益紧密相关。典型的汽车金融公司是汽车制造商附属的财务公司, 与母公司的利益“血肉相连”, 因此能够保证对汽车业连续稳定的金融支持。汽车行业是典型的资金密集型规模经济行业, 当大量投资形成大批量生产能力时, 必须通过强有力的金融服务才能形成相应速度的需求增长。同时汽车业又是一个受经济周期影响很大的行业。在经济不景气时, 作为汽车制造商附属的汽车金融机构最主要的目的是帮助母公司销售汽车。它们不但不会减少服务, 相反可能会推出显然是亏损的零利率汽车贷款, 以换来汽车销售的增长。母公司会把汽车销售中应得的利润, 补贴到汽车金融公司中。也就是说, 汽车贷款可以不赚钱, 但可以从销售汽车的利润中得到补偿。

二是经营的专业化程度高。与银行相比, 专业化是汽车金融公司的“杀手锏”。在风险控制方面, 专业的汽车金融公司能够针对汽车消费的特点, 开发出专门的风险评估模型、抵押登记管理系统、催收系统、不良债权处理系统等。在业务营运方面, 汽

车金融公司从金融产品设计开发到销售和售后服务等，都有一套标准化的业务操作系统。这种独立的、标准化的金融服务，不仅大大节省了交易费用，而且大大提高了交易效率，从而获取了规模经济优势。

三是提供多样化的综合服务。广义的汽车金融服务不仅覆盖了汽车售前、售中和售后的全过程，并且延伸到汽车消费的相关领域。汽车金融公司除了提供购车贷款外，还提供融资租赁、购车储蓄、汽车消费保险、信用卡等服务。相比之下，银行的服务则比较单一，仅局限于汽车贷款。事实上，购买汽车是一次性行为，但汽车消费则属于经常性行为。汽车金融公司将金融服务延伸到汽车消费领域，既增加了金融服务的收益，又有利于经常监控客户风险。

（二）我国汽车金融服务业的现状

我国汽车金融服务是从 20 世纪 90 年代中后期出现的，现处于刚起步阶段。从我国的实际情况来看，服务主体和服务内容的单一化是我国现阶段汽车金融服务存在的主要问题。

目前提供汽车金融服务的机构主要有：商业银行、汽车经销商与汽车生产企业的财务公司。商业银行是提供汽车金融服务的主要机构，大约占全部汽车贷款额的 95%。在提供的汽车金融服务的方式中传统的借贷方式仍占主流，服务范围仅限于汽车售前环节对汽车经销商和消费者提供消费信贷，与汽车售中、售后消费相关的其他领域，如汽车维修、保险、加油等仍未能涉及。

尽管我国汽车金融发展迅速，汽车消费信贷快速增长，但由于我国提供的汽车金融服务相对于国外汽车金融上百年的历史，尚处于起步阶段，除了上述的服务主体单一（商业银行是主要汽车金融服务者），导致汽车信贷风险相对集中，服务内容乏善可陈，远不能达到汽车业对金融服务的要求外，更严重的问题在于：伴随汽车信贷额直线上升，坏账问题也日益严重，由于贷款标的物自身的特点以及整个金融环境不健全，我国汽车贷款的风险一直居高不下。

当 2017 年 8 月底汽车贷款余额达到 4 500 亿元、贷款购车比例达到 60% 以上时，越来越多的人发现，信用的缺失加上汽车的不断降价，汽车消费信贷业务蕴藏的风险开始凸显出来：购车不还款、虚假的个人贷款、经销商骗贷等。据统计，车贷不良比率在有些地区已经达到 50% 以上，过高的车贷履约险赔付比率使处于车贷风险链末端的保险公司不堪重负纷纷退出车贷市场，有人形象地将汽车信贷称作“一朵带刺的玫瑰”。对整个汽车金融市场而言，能否降低并控制汽车信贷风险已经成为其能否健康发展的关键。所有这些都揭示出我国现行的以商业银行为主的汽车金融模式存在许多难以克服的问题。

从金融服务方式看，汽车金融服务机构除了提供信贷服务之外，还包括融资性租赁、购车储蓄、汽车消费保险、信用卡等。也就是说，汽车金融的服务将渗透到整个汽车工业从制造到销售直至最后的车辆报废的每个环节里。从这个意义上讲，中国还没有真正的汽车金融服务。