



汽车消费信贷，我真的需要你

汽车消费贷款是指向借款人发放的以购买汽车为目的的贷款，以其灵活多样的金融产品和方便快捷的服务手段，推进汽车销售市场的不断拓展，因此又被称为汽车产业发展的催化剂。近年来，随着居民收入水平的不断提高和进口车关税下降引发的国产车价格下调，消费者持币待购的现象出现缓解，汽车消费贷款有望超越住房消费贷款，成为消费信贷市场的新贵。

消费者：买车不再是梦想

2002年1月1日起，涉及机动车整车、底盘、发动机及其零部件的200余种产品开始关税下调，最终税率最高为25%，最低为4%。实行最终税率的时间最早为2002年1月1日，最晚为2006年7月1日。一方面随着关税降低、配额逐步取消，进口机动车将全面登陆中国，长期受国家保护的国产车价格将继续走低；另一方面，2001年中国经济获得稳定增长，人均GDP超过800美元，其中，广州、上海、北京、苏州等城市人均GDP在3000美元以上，个人购车需求空间巨大。

今年一月份以来，随着进口车关税的下调，国产车价格战火四起，近20个品牌的80多种国产车型演绎了一场降价大战，尤其是以夏利为代表的较为直接并且比较到位的降价极大地刺激了汽车的消费。以北方汽车交易市场为例，仅从1月1日起35天内的销量就突破了三千辆大关，着实算是火了一把。

表1 2002年1-2月国产车价格下调一览表

车型	降价及降幅
夏利 2000 世纪广场	2.3 万元，近 20%
夏利两厢三缸电喷车	0.91 万元，近 20%
改进型别克 G2.5（较老款）	3.5 万元，近 12%
新版赛欧标准型（较降价后的夏利 2000）	0.5 万元
赛欧 SLX	0.82 万元，约 7%
赛欧 SLX-AT 自动挡	0.52 万元，约 5%
赛欧 SRV 手动档 SCX	0.97 万元，近 8%
赛欧 SRV 自动挡 SCX-AT	0.57 万元，约 4%
普桑	0.6 万元
桑塔娜 2000	1 万元
帕萨特 1.8 升	1 万元



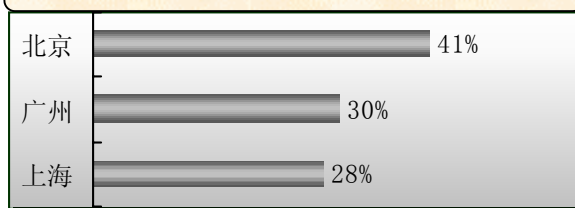
马自达 323	1 万元
普利马	2 万元
长安羚羊 7101CDB-B	0.8 万元，近 10%
长安羚羊 7101CDJ	1.4 万元，约 14%
长安羚羊 7101CDC	1.39 万元，约 12%

中国价格信息中心预测，由于受 2003 年进口车关税、配额等价格因素调整的影响，从 2002 年 10 月份到 2002 年底，消费者对于进口车的新一轮需求等待开始，进口车的销售势头趋缓，新的观望情绪出现，国产车的市场争夺大战将愈发激烈。届时，消费者将进一步受益。

车贷市场：极具诱惑的蛋糕 亟待跨越的瓶颈

从 20 世纪 90 年代开始，中国就被描绘成全球最大的、也是最后一块未被开垦的汽车市场。美国通用汽车对中国市场所作的预测显示，2000 年至 2005 年，中国的轿车需求将保持 20%--25% 的年增长速度，其中私家车将保持 33% 的发展水平。目前，中国有能力购车的家庭为 700 万户，到 2005 年这个数字将提高到 4200 万户；到 2010 年，中国有可能成为全球第三大汽车市场，占全球份额的 6%，仅次于美国和日本。到 2025 年，中国汽车市场的规模将达到目前美国的规模。按照国外通行的比例计算，我国目前的汽车信贷市场是一个 600 多亿元的巨大市场。方舟公司 2002 年 5 月的一项调查结果则显示，目前北京、广州、上海等城市的居民，约超过三分之一的家庭表示在今后 5 年内将考虑购买家用汽车。

图 1 未来五年内打算购买家用汽车的比例



(数据来源：方舟资料库)

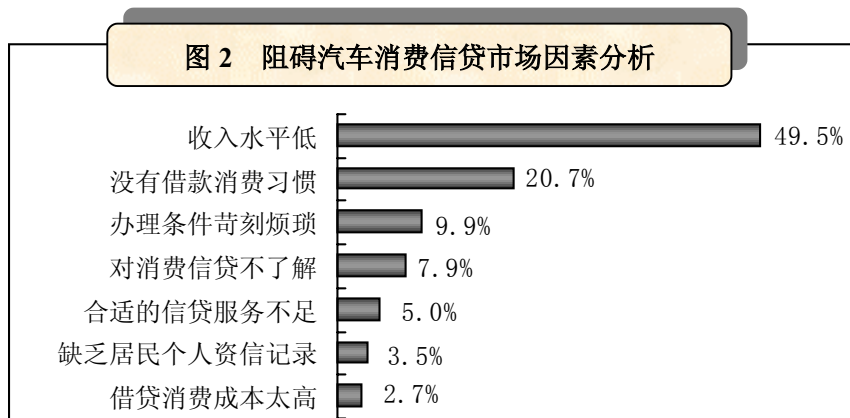
中国的汽车消费尤其是私家车消费已成为一块“大蛋糕”，并且是一块美味的“大蛋糕”。

中国工商银行消费信贷处提供的统计数据显示，目前汽车贷款已经成为银行增长速度最快的项目之一。更为吸引人的是，汽车消费信贷能给汽车金融服务商带来超额利润。有资料表明，2000 年，通用汽车金融服务公司的利润占通用汽车公司总利润的 36%，福特汽车金融服务的收入也大致占到整个福特汽车公司收入的 20% 以上。汽车消费信贷已真正成为一块诱人的“大蛋糕”。

然而，感觉虽好，局面却冷淡。从 1998 年 10 月我国银行开展汽车消费信贷业务，至今



信贷购车比例不到汽车总销售量的 10%，实际上只有 5%的购车人办理了购车贷款。即使是北京的汽车信贷消费也不过 15%-20%左右，而在美国 80%的新车是通过贷款购买的，即便是印度也有 60%-70%的贷款购车比率。造成这一冷淡局面的因素是多方面的：



（数据来源：方舟资料库）

其中，位居第一位的因素是收入水平低，占权重的 49.5%。目前来看，在个人信用不完全的情况下，贷款买车仍旧只是少数“富人”才玩得转的“游戏”。消费环境是另一个重要的影响因素，缺乏借款消费的习惯占 20.7%。除此之外另一个值得关注的因素是办理条件苛刻烦琐，占 9.9%。这些都构成阻碍汽车消费信贷的瓶颈，亟待跨越。

车贷主体：银企优势的角逐 中外势力的较量

在我国，目前汽车消费信贷的主体仍以商业银行为主体。按欧美的经验，汽车消费贷款多由专门的汽车金融服务公司提供，这些公司从属于汽车制造集团，提供贷款的目的是推动汽车销售，而不是像银行这样赚取贷款利息，因此提供的贷款利率比银行低很多，甚至出现零利率。这些专业的外资金融服务机构拥有丰富的汽车金融服务经验，并已开始窥视中国市场。

表 2 中外车贷主体抢滩日程

中方	外方
1993 年，中国北方兵工汽车贸易公司第一次提出汽车分期付款概念，首开我国汽车消费信贷先河。	1999 年 6 月，通用汽车金融服务公司正式在中国设立机构，寻求业务拓展机会。
1998 年 10 月，中国人民银行正式发布《汽车金融管理条例》，四大商业银行被授权经营汽车贷款业务。	2001 年，福特公司与中国银行洽谈合作开展汽车金融信贷服务。



2001年初，中国人民银行发布了《个人消费贷款指导方针》，为所有国内商业银行的汽车金融贷款开了绿灯。	根据央行出台的《汽车金融公司管理办法》，外资汽车金融公司在华代表处经过3个月申报、6个月筹备后，可升格为分公司，在中国开展包括销售、消费信贷、租赁等在内的各项汽车业务。最早在2003年初，就有可能出现第一家为国内居民提供分期付款购车服务的外国企业。
2001年12月，中国大陆在汽车营销领域的第一家合资企业成立。	
2002年4月，上汽财务公司在北京、上海等城市也推出了汽车消费信贷服务。	

从双方力量对比来看，虽然中资金融机构在行业经验和专业管理水平以及贷款价格方面同外资相比可能有较大差距，但在网点分布、筹资成本、人力成本方面略占上风。中外资各有优势。

表3 中外车贷主体优劣势对比

中方 (以商业银行为代表)		外方 (以汽车金融公司为代表)	
优势	劣势	优势	劣势
1 资金实力雄厚	1 缺乏专业知识	1 专业分工细致	1 市场开放程度有限
2 网点齐全	2 贷款条件苛刻	2 集团整体利益驱动， 贷款积极性不受景气影响	2 网点不足
3 客户资源充足	3 还款方式单一	3 让利消费者，可以接受零息贷款	3 在中国尚缺乏相关的法律支持
4 筹资成本、人力成本较低	4 贷款成本高		
5 政策环境宽松			

国外资本的介入从来就是一把双刃剑，一方面可能启动或激活国内这类市场，更需要注意的是，国际金融资本流入对汽车产业的影响可能由汽车金融服务领域开始，随着金融开放的扩大进而衍生到对汽车生产企业的金融服务支持。因此，在以汽车消费信贷为代表的新一轮竞争当中，国内金融机构更加需要好好把握。