



中国汽车金融消费信贷

主讲人

Christian Weidemann 魏德明

内容

- 汽车金融市场的历史沿革
- 目前汽车金融市场的状况— 2005年
- 市场对汽车金融业务开展的预期
- 汽车金融公司一揽
- 新型的业务模式
- 新型的业务模式— 业务启动的准备
- 法律法规
- 汽车金融法规的要点
- 汽车金融市场— 制造商的重点
- 汽车金融市场面临的挑战

汽车金融市场的历史沿革

- 1998年汽车金融市场开始放开
- 当时众多国内银行都不同程度地积极参与这一市场
- 在WTO协议签订前，相关法规通过设立代表处的要求，人民币融资方面的限制等方法限制外国金融机构进入本地金融市场
- 直至2003年7月大多数银行都用非车辆实物抵押的形式取得贷款担保
 - 保险公司的履约保证保险
 - 第三方担保

汽车金融市场的历史沿革—续

- 汽车制造商希望通过汽车融资业务创造新的市场营销工具，并同银行建立了合作关系以共同促进销售的增长
- 尽管中国消费者相对更喜欢以现金方式支付大宗消费，以消费信贷方式购车的比例仍然增长飞快，特别是在东南沿海地区
- 2003年中的时候南方省市出现的一些严重的汽车消费信贷欺诈案件导致各大保险公司突然撤出这一市场
- 在此前人们一直认为汽车消费信贷是简便，良好，且低风险的业务，风险评估方面的工作做得也十分有限。

汽车金融市场的历史沿革—续

- 2004年5月政府开始实施宏观调控以使经济‘软着陆’
- 经济过热的情况，特别在汽车领域，对宏观经济可能产生影响
- 此后消费信贷发放数量变得十分有限
- 整个汽车消费信贷购车比例从20% 降到约 5% 左右
- 这对汽车工业的发展也造成了影响
- 上海通用的零售贷款销售比例在2003年为18.5%左右 (一般西方国家此一比例为 60-85%). 全国各汽车品牌的此一比例当时也高达平均20%左右。
- 目前汽车消费信贷仍着重于新车的融资，而非二手车

汽车金融市场的历史沿革一续

- 政府2004年5月实施的经济软着陆调控政策使全国汽车消费信贷比例下降到4%左右
- 许多国内银行撤出了这一领域或收紧了信贷政策
- 消费信贷市场出现的这一真空也影响了各地的汽车销售

汽车信贷市场目前的状况—2005年

- 消费信贷比例稳定提高—目前依不同品牌和城市估计约10%左右
- 一些银行（大型银行，地区银行）开始在一些城市再度进入这一市场
- 银行大多改变了原有信贷政策，信用评估方面也更为谨慎
- 各银行的市场举措也不再象以前那样咄咄逼人而是更加审慎
- 贷款期限更短，首付款比例更高，利率也相对更高
- 本地银行总体仍采取风险规避的方法尽量将风险转嫁到第三方担保公司
- 市场中有一些传闻—总体车贷不良资产比例高到40%

市场对汽车金融业务开展的预期

- 市场预期未来几年新车销售市场仍将呈上升趋势
- 预计车辆销售的年递增率将达20%
- 目前中国已经是全球第三大的汽车市场
- 预计消费信贷比例将在5-10年时间里增加到40%以上
- 将有更多的汽车金融公司成立或很快将获批
- 未来汽车消费信贷全国范围的开展也将看是否届时能在全国内范围内实施简便易行的车辆抵押登记手续
- 汽车金融公司将不通过担保公司来转嫁风险

汽车金融公司一揽

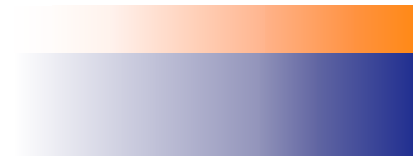
已获批的汽
车金融公司

GMAC SAIC

可能未来将开业
的汽车金融公司



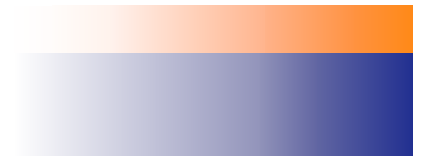
中国汽车产业发展论坛—天津
2005年9月28日



目前的业务模式

- 市场中的消费信贷提供者- 4大国有银行,其他商业及地区性银行
- 国有, 上市公司或通过合作方式同外资机构进行合作
- 利用广大的全国分支机构或集中在某一地区开展业务
- 同制造商签订合作协议或同一些经销商签订协议开展业务
- 本地银行并不局限于某一品牌开展业务
- 银行也建立独立的汽车金融部门以开展产品开发和客户服务方面的工作





目前的业务模式—续

- 本地银行对风险采取回避政策并将风险转嫁给保险公司或第三方担保公司
- 通过价格/利率进行市场竞争
- 业务系统较少—相对风险控制工具也比较少
- 拥有各种产品品种，产品特点有时较具竞争性（如在价格，首付，期限方面）
- 汽车金融产品仅是银行众多服务品种中的一个
- 银行有能力在某一天停止汽车金融业务转向其他业务品种
- 通过其他产品积累的客户推广其汽车金融产品



新的业务模式

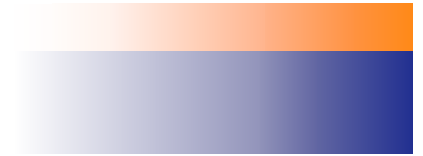
- 汽车金融产业按法律定义属于一个全新的商业范畴
- 拥有自己的监管法规及产品界定
- 汽车金融公司作为非银机构受银监会监管
- 汽车金融公司同银行间即有竞争也有合作（如现金结算，融资方面的合作）
- 汽车金融公司拥有特殊的行业知识经验，如GMAC拥有85年的行业经验，并在39个国家开展业务

新的业务模式—续

- 到目前为止已经有5家汽车金融公司获批
- 其中4家已经开业
- GMAC 是第一家获批开业的
- 还有更多的汽车金融公司正在审批中或将成立—其中多为国际性汽车金融公司
- 汽车金融公司采取集中的后台管理，不设分支机构
- 利用外勤人员（如客户经理，现场调查员，现场审计员）开展业务
- 成立合资或独资的同制造商关联的汽车金融公司
- 按照股东方的规定及相关法规进行严格管理

新的业务模式- 业务启动的准备

- 需要汽车制造商及其所属金融公司对市场有长期的承诺和准备
 - 市场准入方面有以下一些动因：
 - 制造商的长期市场战略
 - 汽车金融公司可作为其市场营销手段提供便利
 - 可以通过其全球业务开展的知名度和积累的经验来开展业务
- 在进入市场时有以下方法
- 建立合资企业
 - 建立独资企业
 - 通过联合品牌战略同本地银行合作



法律法规

- 汽车金融公司拥有专门的法律法规
 - “汽车金融公司管理办法” – 10/03/2003
 - “汽车金融公司管理办法实施细则” – 11/12/2003
 - “汽车贷款管理办法” – 08/17/2004
- 其他同汽车金融公司和银行相关的法律法规
 - 贷款通则
 - 商业银行内控指引
 - 金融企业会计制度
 - 公司法
 - 担保法
 - 其他法律法规

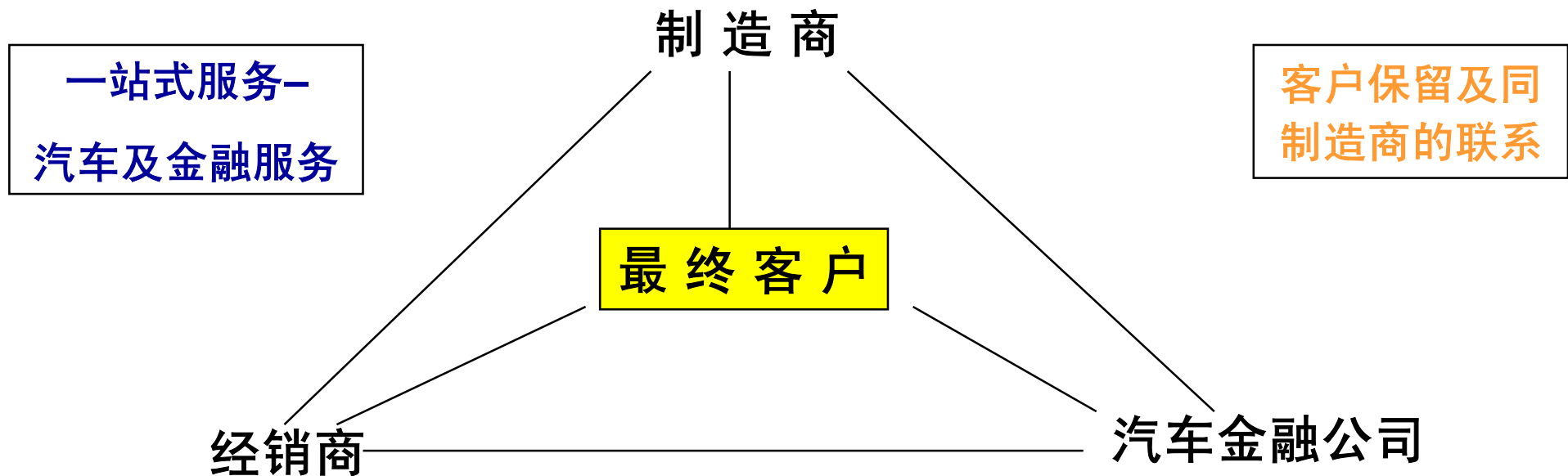


2003年10月3日发布的汽车金融法规一揽

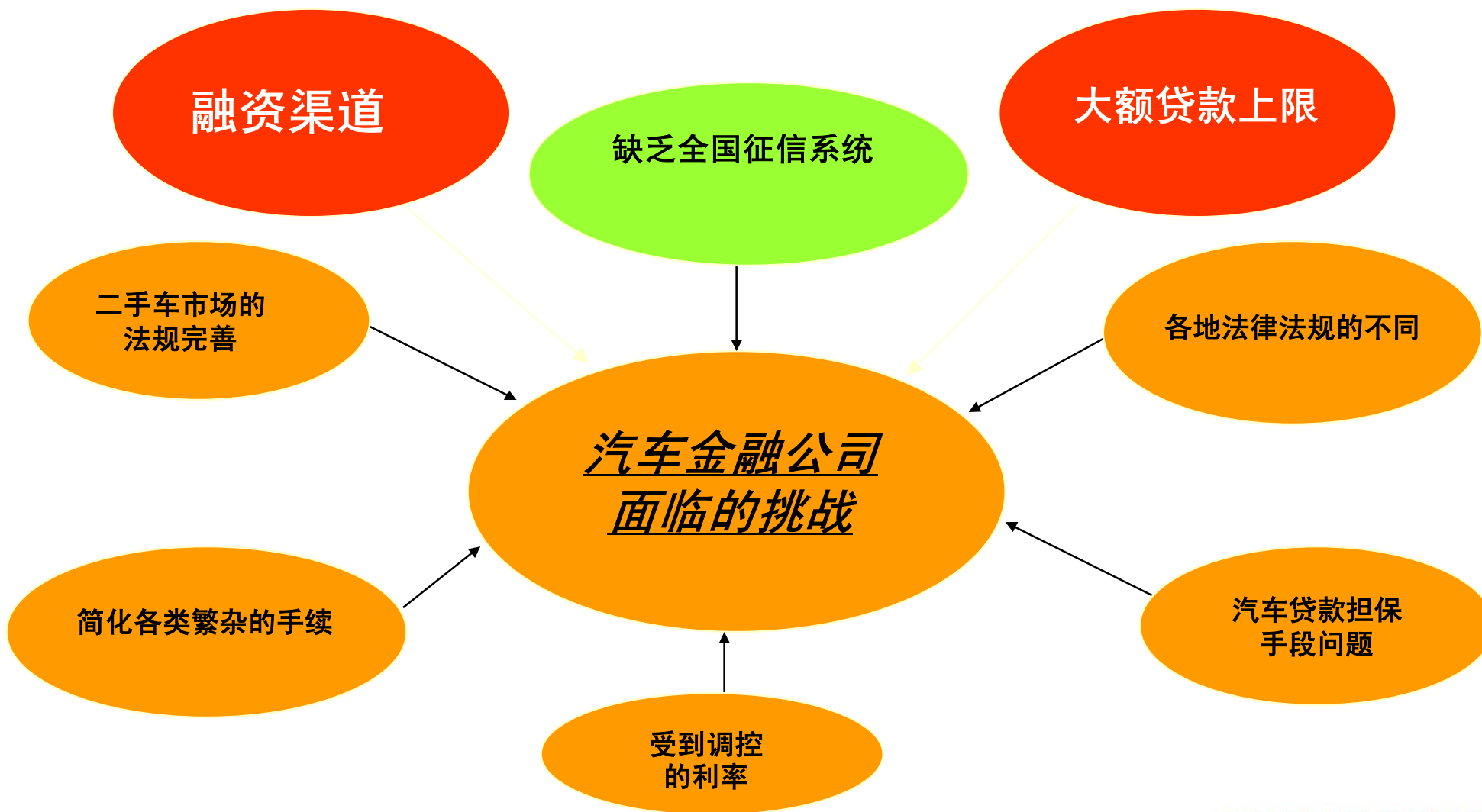
- 最低注册资本金5亿元人民币 (约6千万美元)
- 资产负债比10:1
- 可以接受股东存款
- 不可设立分支机构
- 单户客户实行大额贷款上限
- 业务范围仅限于批发，零售及经销商投资方面—不包括租赁
- 预计将法规在将来将进一步放开 (如可能允许对个人提供本币融资租赁服务等)

消费信贷市场—制造商的重点

经销商，制造商，客户和汽车金融公司间紧密的合作关系：



汽车金融市场面临的挑战





谢谢!



问题

