■ 本版撰文 本报记者 胡心媛

**编者按：**曾经风光无限的中国汽车行业正在经历近10年来最严峻的考验。在刺激政策退出和宏观经济形势的影响下，中国汽车行业进入增速回归正常、新车销售利润下滑的转型期。作为全球最大的新车市场，中国的汽车后市场目前仍处于起步阶段。而以消费贷款为代表的汽车消费金融将为汽车流通业注入新的增长动力。汽车行业呼唤敏锐、创新、高效的金融服务，推动汽车行业进入精耕细作、稳步增长的新发展时期……

# 汽车金融服务踏上中国路

蛇年春节到来之际，许多公司都给员工发了年终奖。腰包鼓了的白领们纷纷投入车市，让汽车消费市场借着年终奖的“东风”出现了上扬的态势。由于事先对汽车金融方面的业务做过一些了解，北京的李先生希望利用相关服务购下心仪已久的跑车。

汽车消费金融是指消费者在购买汽车时可以直接向汽车金融公司申请优惠的支付方式，可以按照自身的个性化需求选择不同的车型和不同的支付方法。在咨询了几家汽车金融公司之后，李先生最终决定将年终奖作为买车的首付款，其余款项按照汽车金融公司提供的服务方案分期支付。

汽车金融业务正在逐渐走进中国汽车消费市场。

近些年来，中国汽车市场有了迅猛发展，随着消费群体年轻化以及国人消费观念的转变、理财意识的提高，中国汽车金融业务正在逐渐升温。民生银行与德勤联合发布的《2012中国汽车金融报告》指出，中国汽车消费金融渗透率未来10年将从目前的10%提高到30%甚至更高，市场余额将超过1万亿元。

据悉，包含消费金融、汽车租赁、二手车在内的现代汽车服务业将帮助汽车企业实现转型升级，而以消费贷款为代表的汽车消费金融将为汽车流通业注入新的增长动力。业内人士甚至表示，中国汽车行业正在经历近10年来最严峻的考验，汽车金融业或许可以成为“救命稻草”。

## 从欧美走向中国　步履蹒跚

汽车金融起源于20世纪20年代的美国，当时的主要业务是由汽车制造商向消费者提供汽车销售分期付款。与欧美相比，作为汽车金融核心业务的汽车批发金融和汽车消费金融在中国都只有不到30年的发展历史。直到1998年10月中国人民银行发布《汽车金融管理条例》，中国的汽车金融市场才算正式启动。

“汽车金融在国内还是个很笼统的概念，大致分对公和对私两大类，对公方面主要是针对汽车厂商融资以及库存融资等，对私方面主要是针对个人汽车消费。”曾任国内某银行汽车金融市场部总经理的黄哲在接受记者采访时表示，“对公业务一直以来都处在一个稳固发展的状态，因为无论是厂商还是经销商，都有资金需求，但对私业务的资金渗透率还相对较低。”

自1998年中国人民银行正式批准开展汽车消费信贷业务以来的15年，中国汽车消费金融业务从无到有、从小到大，有了迅猛的发展。在广东省社会科学综合开发研究中心主任黎友焕看来，这主要是因为一系列业务的推出迎合了汽车消费发展到当前阶段对金融信贷的市场需求。

但是，截至2011年末，中国的汽车消费金融产品余额为3000亿元，消费金融渗透率只有10%，远低于美国、日本等成熟市场50%至70%的水平，究其原因，产品单一、利率偏高、手续烦琐是造成消费者贷款购车不踊跃的主要因素。

黄哲介绍说，目前，由于国内汽车金融公司资金来源主要为车企利润，较为单一，导致融资成本较高，进而影响了汽车金融公司信贷的竞争力。而国外汽车金融公司的融资形式较为多样化，包括银行贷款，发行商业票据、股票和债券，客户存款，购车储蓄等。另外，汽车消费观念引起的信贷需求不足、汽车金融的法律政策环境不完善、汽车金融公司服务能力不强等也制约了中国汽车金融业务的发展。

“从当前汽车消费信贷余额和汽车消费金融渗透率来看，中国汽车消费信贷还处于起步阶段。”黎友焕认为，随着市场多元化需求的变化，现有的汽车消费信贷业务明显与国内汽车消费市场不相适应。现有的信贷消费方式应该进行创新。

## 产业价值链在延伸

2012年，中国汽车金融市场得到进一步发展。《2012中国汽车金融报告》指出，汽车批发金融业务和汽车消费金融业务是汽车金融的两项传统业务。而汽车金融供给多集中于批发融资领域。目前有包括民生、中信和平安在内的多家商业银行开展汽车批发业务，涵盖库存融资、建店融资、并购贷款和现金管理等领域。

相比之下，由于汽车消费贷款单笔贷款金额低，操作手续繁琐，银行在汽车消费金融投放的资源有限，而汽车消费金融产品也只有汽车消费贷款、信用卡分期及汽车金融公司贷款三种，产品丰富度有待提升。不过，随着汽车信贷不断升温，汽车消费金融正被车企视作促进销售的救市法宝。上海通用、长安福特、丰田等有汽车金融业务的公司已纷纷推出了零利率、零首付等汽车信贷业务。

“贷款购车既缓解了现金流又满足了汽车需求，对很多消费者来说都是一个不错的选择，我们相当看重这一块业务。消费者贷款购车会压缩我们的利润，不过，我们希望通过两年的分期付款，赢得保有客户，从而带来后续利润。”一位日系高端品牌4S店市场部负责人介绍，他们车行推出的种种分期付款的方式还是吸引了不少年轻人，其中有一种厂家与银行合作的信用卡分期业务，手续简单，只查看客户的还款记录，不需要做抵押，两三天时间就能办好。4S店对信用卡分期业务不会收取任何手续费，因此可获得的利润也很低，推出这种贷款购车业务的主要目的只是争取客户。

在车市进入低速增长的情况下，汽车金融业务被认为是拉动车市的重要引擎之一。

实际上，作为全球最大的新车市场，中国的汽车后市场在规模及成熟度上均较成熟市场有很大差距。研究表明，汽车生产环节只创造了约30%的利润，而流通和售后服务环节却能带来约70%的利润。汽车金融服务是汽车产业价值链上最具价值和最有活力的一环，其发展对汽车业和汽车消费有着巨大的推动作用。

汽车金融业务不断发展，其实也从侧面说明车商赚快钱的时代已经过去。对比中国的汽车销量规模，中国的汽车金融规模在全世界应该算是较低的水平。换个视角也正说明，中国的汽车金融市场很有发展前景。

中国民生银行交通金融事业部汽车业务部产品经理王楠对记者表示：“目前，国内的一些商业金融机构已经关注到了这一广阔的市场需求，对此，我们也将以交通金融事业部为主导，利用其在汽车经销商对公业务上的相对优势，借鉴汽车金融公司作业系统和作业模式，批发式地开展消费贷款业务，构建汽车全产业链金融服务模式。”

## 服务当道 把握后市场

《2012中国汽车金融报告》指出，中国乘用车销售市场将以每年超过7%的增长率增长，而二手车市场的年均增长率将会超过15%。随着市场竞争逐渐加剧，新车销售利润趋薄，越来越多的经销商将盈利重心由新车销售向维修、配件、精品、二手车、金融保险服务等后市场业务转移。

中国的汽车金融服务能否经受住市场考验呢？

王楠告诉记者：“由于资金来源有限、金融产品供给不足等，中国汽车租赁、汽车消费金融、二手车等主要汽车服务市场一直没能得到充分发展。随着中国汽车保有量持续增长、消费需求增加，汽车服务业存在着巨大的发展空间。而汽车金融的深化，将有利于汽车后市场业务利润占比的进一步提升，消除工业发展与服务增值的不对称，并推动中国汽车行业的转型升级。”

黎友焕也指出，汽车金融产品的开发可以为中国汽车消费提供丰富的资金来源，解决消费资金制约的重要问题，为汽车行业发展提供市场动力。但是，目前，国内的汽车金融产品供给及覆盖领域较为有限，同质化严重，导致市场竞争激烈。创新将是汽车金融推动行业发展的核心动力。

不过，王楠认为，中国发展汽车金融业务应遵循本土化、灵活化和多样化。“中国与欧美成熟市场的消费习惯存在较大差异，因此，金融机构在引入国外成熟产品及模式时，需在深入调研消费者需求的基础上，推出符合中国市场特点的创新产品；不同的业态、不同的合作主体、不同的消费者群体，对汽车金融的需求不尽相同，需求的丰富性决定了灵活多样的汽车金融产品才最有竞争力，因此，打破产品单一化是金融机构必须解决的课题；在此基础上还应兼具多样化，由于目前汽车金融供给多集中于消费贷款及库存融资，而在租赁、二手车等后市场重要板块的渗透率很低，这些领域应该成为汽车金融发展的蓝海。”

对于中国汽车金融业的发展，黎友焕表示，一个成熟或者完善的汽车金融产业链应该是各个环节上的各种主体，包括银行、整车厂商、汽车金融公司、经销商、消费者等所有参与者的一种良性共处的发展生态。也就是说，所有参与者都能从汽车金融产业链寻找到自己最合适的位置，发挥最大的功能，从中也得到最大的利益，而且相互依存，相互促进，你中有我，我中有你。

为了实现这种良性互动，黎友焕建议从行业政策、法规环境、信用体系等角度着手，推动中国汽车金融服务业的发展，不仅要制订完善的汽车金融服务法规，建立健全汽车消费信用体系建设，还应进一步加强汽车金融服务市场的监管工作，打击不法行为。

# 谁能分食汽车金融这块蛋糕？

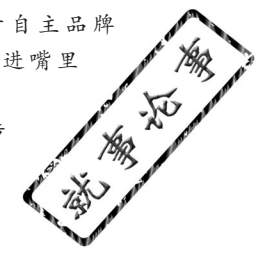
中国人一向秉持“能付不贷”、“宁借不贷”、“不花未来钱”的传统消费观念，但随着国外消费观被带入中国以及年轻消费群体的兴起，信贷消费已经逐渐普及。尽管与个人房贷在中国的发展历史有着几乎惊人的相似之处，汽车金融的发展速度却并未如个人房贷那般出现爆发式增长。近年来，在中国市场较为年轻的汽车金融业一直是在摸索中艰难前行。

有专家认为，前15年只是汽车金融业的一个潜伏期，缓慢的发展态势并不会一直持续下去，随着近年来中国汽车市场的飞速发展，汽车金融业亦将成为一块诱人的蛋糕，届时，无论是各国的汽车厂商还是金融机构，都将来分食。汽车金融这块蛋糕究竟有多大呢？这不由得引发业内外人士的深思。

的确，在美国、欧洲、日韩甚至南美，汽车厂商都已品尝到汽车金融这块蛋糕的美味了。而中国市场更让他们垂涎欲滴。但令他们略感美中不足的是，这块已经烘烤了10多年的蛋糕，迟迟达不到能让其大快朵颐的程度。让这些国外厂商越发心急的是，蛋糕还没成形，一批中国国内车企已经摩拳擦掌了。

自2004年国家颁布《汽车产业发展政策》和《汽车贷款办理办法》以来，外商在中国已经先后成立了14家汽车金融公司，其中不乏响当当的企业：通用、福特、丰田、大众，很显然，一场争夺战已然打响。

在国际汽车成熟市场，汽车金融业不仅在整个汽车产业链中扮演着重要角色，完善的汽车金融体系更是一个国家汽车产业成熟的标志之一。就整个汽车金融业在国家金融业中的地位而言，在欧美等发达国家，汽车金融服务经过近百年发展已经成为继房地产金融之后的第二大个人金融服务项目，行业规模大、发展成熟。比起中国汽车工业的成熟度，中国的汽车金融业似乎还处于萌芽时期，而与国际汽车金融业的发展水平相比，中国显然落后了。

“后起之秀”是对中国市场发展最好的诠释，近年来，自主品牌车企在中国市场上的发展有目共睹。面对外企的强势入侵，中国的自主品牌也毫不示弱，他们中的一些急先锋已经体会到：对于自主品牌车企而言，汽车金融不是一块容易吃进嘴里的蛋糕。

国外企业虎视眈眈，国内企业举步维艰，看来，想要吃到汽车金融这块蛋糕，后续服务必须推陈出新才行。