

银企合作推动消费信贷发展的个案研究

文/韩燕燕 赵春

一、引言

2004年青海省人均国内生产总值突破1000美元,经济发展进入了一个新的阶段,但是在经济运行中仍然存在不少困难和问题,其中突出的问题是资金投入不足,企业融资困难;但是同时,青海省商业银行的信贷资金却相对比较充裕,需要寻找良好的投资项目进行合作。因此,如果青海省商业银行与企业能够在坚持“双赢、市场、诚信”的原则下,积极推动双方的合作,发展消费信贷,将能够有效地解决银行缺乏良好投资项目的难题,也能够让企业获得充足的资金以发展壮大,从而带动青海省经济的发展。

二、银行企业合作对发展消费信贷的效应

经济是金融的基础,金融是经济的血液,经济构成的细胞是企业,金融机构和企业是利益的共同体,企业的发展离不开金融机构的支持,金融机构的发展同样也离不开企业的参与。银行企业合作在促进企业自身发展壮大的同时,也会有利促进银行消费信贷业务的健康发展。

(一)挖掘潜在客户,促进消费信贷发展

市场消费者按购买力划分不外乎两种,一种是少部分先富起来的人,他们有相对过剩的购买能力,这部分人不是个人消费信贷的选择者;另一种是大部分老百姓,他们对部分大额耐用消费品有购买意愿,也有全部或部分购买能力,但出于对将来各种不确定支出的预期,他们可能推迟或放弃购买,这部分人就是消费信贷的潜在客户。在进行银企合作之后,使这一部分人的需求得以满足,就相应促进了消费信贷的发展。

(二)详细掌握个人资信状况,为消费信贷发展打下坚实基础

银行企业合作发展消费信贷,企业能抽出更多的精力代替银行对客户进行资信、还款能力等方面的调查,相比银行会更加全面、详细,为消费信贷的开展奠定坚实的基础。

(三)弥补了银行在发展消费信贷中的缺陷

目前,青海省的消费信贷,大多数只局限于发展住房贷款、汽车消费贷款、个人消费贷款和助学贷款,在这些信贷的发展中仍存在投入不足的问题,成为青海省发展消费信贷中的主要制约因素。银企合作发展消费信贷,能在这些消费信贷的发展基础上加以深化,给消费信贷的发展多增加一种发展手段,弥补了这种单一式发展所带来的缺陷。

(四)减少了消费贷款业务中的不良资产

银行企业合作发展消费信贷,实际上是银行、企业以及保险公司的合作,在贷款受到信用状况的威胁下,企业以及风险分散机构能够帮助银行分散风险,降低银行的损失。

三、一个银企合作推动消费信贷发展的个案

(一)银企合作发展个案介绍

西宁工商银行城中支行,是一家以办理工商企业的信贷、结算、现金管理和工资基金监督、城镇居民储蓄业务的商业银行,贷款投放是其重点业务。

亚飞汽车连锁总店有限责任公司是国内最大的多品牌汽车连锁经营企业。自1997年以来的5年时间内,亚飞先后在中国200余座城市,办理了15万余笔汽车信贷业务。以青海为例,累计办理了9800多笔,没有一笔造成银行资金的信贷损失。

(二)银企合作运作方法分析

1、银企合作的主要内容

(1)贷款申请、资信调查和贷款审查

在亚飞汽车连锁经营试点购买汽车的客户,可向亚飞提出消费贷款申请,然后亚飞对客户进行资信方面的调查,区别于传统做法的是,银行和亚飞对个人资信是通过“量化分析,经验与实地调查”三者结合并综合分析判断的产物。将所做的调查交给银行相关信贷人员,银行根据送交的资信调查情况,进行贷款的审查,符合条件的由亚飞公司通知其与银行办理贷款手续。

(2)贷款担保和信用保证保险

一是客户将所购商品作抵押,与银行签订抵押合同;二是亚飞公司对客户的贷款本息偿还向银行提供担保,并按消费贷款余额的3%在银行专户存入担保保证金;三是由亚飞公司向保险公司购买信用保证保险,并以银行为第一收益人。

(3)贷款发放和本息收回

贷款发放时,银行将贷款资金划转客户的银行卡账户,客户通过转帐支付给亚飞公司,或银行根据客户的授权,直接将贷款资金划转亚飞公司账户。还款时,银行每月定期从客户的银行卡账户

扣收; 如果客户的银行卡账户资金不足, 银行通知亚飞公司垫付, 并通过亚飞公司向客户催收。客户还款后, 银行从客户的银行卡账户扣收后再将垫款返还亚飞公司; 如客户在1年内仍不能归还欠款, 则由保险公司赔付。

(4) 贷款金额、贷款期限和贷款利率

贷款金额 = 汽车价格 - 客户首期付款额 + 亚飞公司综合手续费

亚飞公司向客户收取的综合手续费计入贷款金额。贷款的期限最长不超过3年, 利率执行人民银行规定的标准。

2、亚飞对个人信用管理

(1) 个人状况控制

亚飞个人信用状况监控具备以下二个特征。一是将客户信用监控与汽车售后服务结合起来。二是实现个人资信状况的实时监控和个人信用记录的及时修正。

(2) 个人信用风险处置

亚飞个人信用风险处置系统具有很强的灵活性和适应性。针对不同风险情况, 如: 收入下降, 借款人部分失去还款能力; 收入下降, 借款人完全失去还款能力; 恶意违约, 借款人拒绝还款; 借款人失踪、入狱、死亡等等, 都具有相应的处理手段, 可最大限度、最快速度地化解和处置风险。

3、效应分析

西宁市工商银行城中区支行和亚飞的合作, 取得了良好的效应。截止2005年年底, 青海省商业银行汽车消费信贷额为42亿元, 其中青海工商银行汽车消费信贷额为13.5亿元, 亚飞发展汽车消费信贷余额为1653.3万元。随着青海省商业银行汽车消费信贷额的增长, 亚飞模式的汽车消费信贷也在增加, 在短短的三年之中, 商业银行汽车消费信贷和亚飞模式的汽车消费信贷分别增长了19%和47%。可以看出, 通过西宁市工商银行城中支行亚飞的合作, 既有力推动了工商银行城中支行的消费信贷业务的发展, 也促进了亚飞企业自身的壮大与成长。

4、存在的问题

(1) 消费者方面存在的制约因素

首先是传统消费观念的约束。受传统文化的影响, 我国居民对“用明天的钱办今天的事”的消费信贷方式还难以接受。

其次是消费者的消费信贷需求意愿不强。消费者的消费信贷需求意愿强弱受到四个因素的影响, 即消费者的收入预期、支出预期、金融意识和技巧, 以及消费信贷成本。从青海省目前的情况来看这些因素都不尽人意, 消费者的收入预期在下降而消费者的支出预期在上升, 消费者的金融意识和金融技巧水平普遍都比较低, 消费信贷成本仍然比较高。

(2) 银行方面存在的制约因素

首先是银行同样也面临着—个转变观念的迫切要求。青海省的商业银行, 长期以来信贷业务基本上都是面向企业, 而现在开办汽车消费信贷则是要对个人贷款, 有相当一部分银行员工不可避免存在着诸如对消费信贷业务的意义认识不足、不了解消费信贷的业务特点以及经营思想上不重视等问题。

其次是利益机制的约束。目前国家出台的促进消费信贷的政策几乎都是行政性的, 并没有从利益机制上真正调动商业银行开展消费信贷的积极性。

第三是信贷风险的约束。目前我国商业银行尚未建立起健全而完善的消费信贷规章制度, 对控制消费信贷风险也还缺乏有效的配套办法, 因此各家商业银行对发展消费信贷业务都比较谨慎, 从而造成消费信贷手续繁杂、效率不高, 在一定程度上影响了消费者申请消费信贷的积极性。

(3) 市场与宏观经济环境方面存在的制约因素

当前青海省仍然存在着众多制约消费信贷发展的市场与宏观经济环境方面的因素, 例如信息不对称, 信用体系建设落后、程序复杂, 交易成本比较高、企业自身缺乏优势等等。

四、结论及对策建议

(一) 结论

通过对上述银行企业合作发展消费信贷的理论和实证分析, 可以看出, 银行企业合作发展消费信贷, 降低了银行的风险; 为商业银行增添了新的业务手段; 增加了商业银行的客户群体, 扩大了其业务领域; 增加了企业的销售额, 扩大了企业的融资渠道。因此, 银企合作既能促进企业自身的壮大和发展, 也可以有利促进银行消费信贷业务的健康发展, 是推动消费信贷业务发展的必然趋势。

(二) 有关对策建议

1、建立个人信用制度

市场经济在本质上是信用经济, 要充分发挥金融对地方经济发展的支撑作用, 必须以良好的社会信用环境和金融生态环境作为保障。社会信用环境建设是一项涉及面广的系统工程, 需要政府部门的大力推动, 政、企、银通力合作以及全社会的共同参与, 并综合运用法律、经济、社会监督等多种手段, 有效维护社会信用, 共同构筑良好的社会信用环境。

2、重视发展耐用消费品贷款

据统计，我国耐用消费品市场潜力巨大，为金融机构开展耐用消费品信贷业务提供了广阔的空间。商业银行应积极与商家合作，开展多种形式的耐用消费品贷款，如由商场承担利息、提供担保、银行发放贷款等多种形式，支持消费者购买耐用消费品。

3、商业银行要继续改进金融服务，积极开展消费信贷业务

一是要树立营销意识，健全激励机制。二是改进服务，加强管理。商业银行应适应消费信贷业务单笔金额小、贷款次数多等特点，逐步建立相对简便的评估程序和贷款手续。三是切实防范消费信贷风险。要建立健全内控制度，强化授权授信管理，加强自我约束，严禁违规经营。

4、完善消费信贷发展的外部环境

一是逐步建立消费品抵押二级市场。二是尽快研究解决消费信贷及消费品的税费问题，尽快统一、规范税费标准、税费种类，逐步减轻税费负担，鼓励消费者借贷消费。三是健全消费信贷法律法规（作者单位：青海大学）

相关链接

商业银行信贷风险的形成原因及解决途径探析
360度反馈在国有商业银行的应用研究
银行服务业开放与我国的金融安全
全程系统防范托收结算中的风险
积极推动我国金融不良资产的证券化
银企合作推动消费信贷发展的个案研究
从规模经济来看银行业的机构扩张与撤并
从谨慎性原则看金融企业会计制度的再完善
中小城市商业银行如何开展开放式基金零售工作

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心