

受年轻消费者青睐 发展潜力大

# 汽车金融成车企“救市”新借力点

汽车金融时代正“悄悄来临”。日前,记者走访北京多家 4S 店后了解到,随着年轻消费者的崛起和企业的大力推广,4S 店的金融业务越来越好。北京亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉表示:“汽车金融政策的完善,使得通过这种方式购买新车的消费者会越来越多。”

## 消费者观念升级

在一家一汽-大众 4S 店,消费者王先生表示,自己手里的现金只有 15 万元,能买一辆速腾,但又觉得价格稍高的迈腾更符合自己的心意。“后来销售人员介绍了几种大众汽车的金融方案,首付 15 万元,月供 5000 元出头,供一年就可贷款买下一辆迈腾,我觉得这个方案还是非常适合我的。”王先生说。

采访中,记者发现,和王先生有同样想法和经历的人并不在少数,目前各品牌经销商都在打汽车金融牌,通过“0 息 0 利率”“低首付”“灵活还款”等方式吸引消费者购车。

近几年来,中国汽车市场进入井喷期,得益于居民消费观念的逐渐改变和理财意识的不断加深,汽车金融市场迎来了快速发展期。汽车之家研究中心的数据显示,2010~2013 年,中国消费者贷款购车比例从 9.3%提升到 17.4%,份额提升了 8.1%。在贷款购车的人群中,“80 后”人群所占比例从 23.5%提升到了 43.9%;“90 后”也由 0.4%提升到了 4.5%。“80 后”和“90 后”正逐步成为贷款购车的主力军。

利用金融方式购车比例的迅速提升与

新一代消费群体消费观念的变化有关,一项针对“80 后”和“90 后”的调查显示,他们更加关注生活品质,更愿意享受生活,而在愿意享受生活但收入又不是很高的时候,“80 后”和“90 后”会使用金融产品提前满足对生活的追求,这点在年轻一代消费者汽车消费行为中可以充分体现。

“直接降价,对刺激汽车消费作用显著,不过对于年轻人,一套合适的购车金融方案更有可能促成交易。”采访中,一位北京现代 4S 店老总这样总结说。

汽车分析师贾新光认为,随着生活水平的提高,年轻人购车的比例越来越大,这一人群易于接受汽车金融等新生事物,购车消费者中年轻人群比例的提升无疑将带动汽车金融行业的飞速发展。

## 车企争相推出金融业务

自 2004 年 8 月 18 日《汽车金融公司管理办法》正式实施起,我国汽车金融市场已经走过近十个年头。在此期间,我国汽车销量增长近 300%,但汽车金融的渗透率却仅仅翻了一番,与国外 70%~80% 的消费比重相去甚远。

实际上,我国汽车消费信贷有很大的发展潜力,蕴藏着巨大商机。根据中国汽车工业协会的预测,到 2025 年,中国汽车金融业将有 5250 亿元的市场容量。

世界上第一家汽车金融公司是 1919 年美国通用设立的通用汽车票据承兑公司,该公司的成立助推通用汽车销售空前增长。作为我国首家汽车金融公司,上汽通用汽车金

融有限责任公司如今已是国内最大的汽车金融公司。拥有欧洲最大汽车金融服务公司的大众汽车,也在 2004 年 9 月正式成立了大众汽车金融(中国)。除了通用和大众,其他汽车企业也在近几年纷纷涉足金融领域。2012 年 9 月 25 日,北京现代汽车金融有限公司正式成立。

多家自主品牌车企也在近期推出了自己的金融产品——吉利汽车与法国巴黎银行成立合资汽车金融公司,为中国市场提供汽车金融服务;北汽福田拟设立北汽福田汽车金融服务有限公司,以金融服务优势提升产品竞争力;比亚迪与西安银行股份有限公司设立比亚迪汽车金融有限公司,金融公司将为比亚迪汽车经销商及终端消费者提供购车金融服务……

对于未来,各家车企均表示出了信心。大众汽车金融(中国)有限公司首席执行官兼总经理科瑞爵日前对外表示,大众汽车金融今年的目标是 30 万辆的合同量,相对于去年增长 30%。上海汽车集团财务有限责任公司总经理沈根伟也表示,上海汽车集团财务有限责任公司 2013 年汽车个贷合同量突破 20 万单,今年汽车金融零售业务目标是 30 万单。

## 金融业务未来前景可期

近两年国内汽车市场告别了高速增长期,通过周边业务来提升新车销量,成为汽车企业尤为关注的问题,发力汽车金融即成为车企“救市”的战略之一。

北京现代汽车金融有限公司董事长周

焰明认为,和银行相比,汽车金融公司最大的竞争优势在于与整车厂家的密切关系,这就决定了它能在困难时期推出一系列的金融促销产品,帮助厂家渡过难关。大众汽车推出金融服务的主要目的也是助推销售。大众汽车相关负责人介绍,作为一家独立的金融公司,公司的主要目标是支持大众汽车在中国市场的销售。

截至 2013 年末,我国汽车金融公司已发展到 17 家;总资产规模由 2005 年的 60 亿元发展到 2600 亿元。其中,经销商批发贷款从 25.7 亿元增长到 556.3 亿元;消费者零售贷款从 12.8 亿元增长到 1818.5 亿元。从上述数据可以看出,汽车金融在汽车销售领域展现出强大的输血能力,已成为激活汽车销售市场的重要推动力之一。

贾新光认为,与国外相比,中国汽车金融市场存在巨大的潜力和发展空间。汽车金融也将成为车企抢占竞争对手市场份额、寻找新的经济增长点的有效途径。

不过,业内人士也认为,由于种种因素制约,国内汽车金融市场目前仍处于探索发展阶段。中国汽车消费金融的业态尚不完整,目前主要以新车消费贷款为主,而成熟市场还拥有租赁业务、二手车业务等。“随着市场发展及相关法规建立健全,中国汽车消费金融产品线还要向更多业务发展。”贾新光说。

(据《北京商报》)

# 以我实力 助您成功

权威·实用·贴近

《周口晚报·汽车周刊》

领航周口车市

垂询电话:0394-8599345

