

聚焦汽车金融信贷服务——

## 车企逐鹿金融市场 年底车商掀车贷风潮

今年第四季度已经开始,但整个汽车市场的走向仍然不明朗,汽车金融服务终于有了一些突破。一度备受冷落的汽车经容服务重又“死灰复燃”。今年下半年开始,几乎所有汽车企业都开始挥舞着汽车金融这面大旗,连一些豪华车也加入队伍中来。

### 年底车贷风潮袭来

华晨宝马与北京梅赛德斯-奔驰纷纷与银行合作,推出不同类别的个贷超值解决方案。克莱斯勒也启动了旗下的铂锐、300C“免息、低息购车”信贷活动。北京现代对购买雅绅特、伊兰特、途胜车型的消费者实施12至18个月零利率,零手续费的优惠活动。东风悦达起亚推出“超Coo1003计划”,即一年期贷款购车,可以获得零利率、零手续费的特惠,此外,还有24期、36期、48期等多种分期付款方式可以选择。

而经销商阵营也开始有意识地向汽车金融领域靠近,日前,上海通用广州的部分经销商打出了“零首付、零利率”的口号,广州丰田

也针对雅力士提出了一系列车贷产品,东风日产经销商也推出了“新天籁购车按揭活动”,首付甚至低至两成;而一汽-大众继续高走汽车信贷方式,旗下每一款车型都可以参加贷款购车的活动,包括尚未上市的新宝来,经销商也实行了“一元订车”的信贷活动。

### 车贷占销售总额20%

记者从上海通用广州经销商处了解到,目前广州通过上汽通用金融贷款购车的客户占到全部购车客户的10%-15%左右,但在上汽通用金融做得最好的地区,上汽通用金融贷款购车能达到30%左右。而一汽-大众在广州的车贷业务也约占销售总额的20%。相比起发达国家的60%-70%,我国车贷的发展空间潜力还非常巨大。

东风日产经销商表示,“启动汽车金融信贷能否见效,取决于多方面的因素,而关键在于对消费者是否有足够的吸引力。”

时报记者 梁斯君

相关链接

### 豪车也玩“零利率”车贷

华晨宝马汽车有限公司对外宣布,从2008年9月8日起到11月30日止,将在全国19个城市、36家宝马授权经销商处推行BMW“零利率”购车方案。该计划涵盖BMW320i和BMW523Li的国产全系列车型。消费者首付30%或40%的全额车款且无需支付任何利息费用,即能提前开上宝马。BMW“零利率”购车方案为广大消费者提供两种选择:方案一为两年期零利率购车,即消费者首付车款30%,剩余车款24个月内按月等额支付;方案二为三年期零利率购车,即消费者首付车款40%,剩余部分平均在36个月内还清。“零利率”购车方案的推出标志着宝马率先在中国高档车市场上推行3年零利率的购车方案。

最近,奔驰也在中国市场上推出一系列低息、免息贷款购车方案。9月1日,北京奔驰在国产C200K标准型上市的同时,

也推出了针对C级轿车的“低息低首付”购车金融个贷方案。依据此方案,消费者只需支付最低为25%的首付金额。9月2日又针对旗舰入门车型S300推出了零利率分期购车促销活动,分为首付车款30%与首付车款40%两种,在18个月至24个月分期付清。而在7月份,北京奔驰已经针对国产E级轿车推出了“低息购车和免息升级”个人贷款购车方式。

据悉,克莱斯勒汽车中国销售公司宣布,从9月1日起至10月31日,凡在此期间购买原装进口Jeep指南者或跨界车道奇酷搏的消费者,均可享受最长30个月的“0利息”分期付款计划。而全额付款的酷搏车主,更可获赠畅行15000公里的“0油费”大礼。据悉,这是克莱斯勒汽车公司独立之后在中国首次针对其极具个性特色的进口车型推出的“0利息”分期付款计划。

时报记者 梁斯君  
实习生 洪浪静

“没有最好的时候,现在就是最好的时候。”——王炜对潜在车贷客户的寄语。

# 汽车金融： 有效商业模式 与规模化是关键！

## ——专访一汽-大众广州品牌体验中心总经理王炜

□时报记者 梁斯君

06年8月,大众汽车金融(中国)有限公司发出第一枚有杀伤力的炮弹:弹性信贷。到了07年10月,一汽大众陆续提出“399超低年利率”、“零利率”与“享车易”等汽车金融信贷业务与产品。无论是否成为中国汽车金融业的里程碑,此举对大众汽车金融(中国)有限公司来说,的确是向前迈进了一大步。从目前来看,大众汽车金融(中国)有限公司是国内开业的几家汽车金融公司中,贷款利率最高的一家。

记者获悉,在一汽-大众广州品牌中心的带领下,去年广州地区一汽-大众通过汽车信贷获得的销售约占总销售额的20%。这个数字相比发达国家的60%-70%,发展空间可谓巨大。迫于市场压力,许多车商也开始将注意力集中到汽车金融领域,纷纷推出“零利率、零首付、二手回收捆绑”等各种汽车贷款产品。究竟目前汽车行业的金融信贷业务现状如何?未来又要如何纵深发展,记者就此专访了华南金融信贷领域的先行者——一汽-大众广州品牌体验中心总经理王炜。

### 汽车金融将成品牌销售支撑

信息时报:汽车信贷目前现状与面临的机遇?

王炜:其实,在经历了02年到03年间较突出的汽车信贷“呆坏账”巨额损失后,汽车金融一直处于慢慢复苏的阶段。面对今年车市整体出现的萧条情况,确实有许多厂家开始将注意力转移到汽车金融这块,但事实上,这些厂家很多当中从几年前也都开始纷纷进入汽车信贷领域,借今年车市遇冷

的“东风”,才让汽车金融信贷业务在一次高度集中爆发。对于这个领域来说,是一个高度集中的时期,也是良好机遇的开端。

我始终认为,汽车后市场乃至汽车金融可以对整个产品以及品牌起到支撑作用,这对未来几年内甚至汽车行业长远发展而言,也是必须和可以预见的。现在市场营销的主线还处在拼命推新车这种传统方式上,厂家把很多精力花在如何获得新的保有量上,事实上,如果能把原有的客户群挖掘得更好的话,这里面本身就蕴含很大需求。很显然,现在车商们都大部分意识到这点,汽车金融产品也层出不穷,这对于催热市场起到了很大的作用。

### 小规模成制约汽车金融瓶颈

信息时报:目前汽车信贷业务所面临的瓶颈与挑战?

王炜:门槛过高是目前汽车金融信贷业务的瓶颈,其实贷款的目的,就是要把购车的门槛往下降,再扩大我们的用户群。由于之前银行对于车贷的呆坏账比较多,乘用车方面新车价格下降太快,造成借款人的道德风险无法回避。目前乘用车环境不错,但目前厂家的金融公司都只能经营本公司单一品牌汽车的信贷业务,业务规模难以做大;

另外,与作为不动产并且不断增值的房产相比,由于一些车型价格波动较大,所以也容易造成汽车信贷存在着较大风险,因此不少银行为控制风险,设置贷款门槛较高。规模小以及部门信贷设置条件过高。

其次就是用户的消费观念,但照现在情况而言,这种观念比起前几年

已经大有转变,且慢慢开始往好的方向发展。

### 低门槛成热门汽车信贷焦点

信息时报:汽车信贷业务的优势何在?

王炜:目前大多数开展的汽车信贷业务优势就在于门槛相对较低,首付最低可以是“零首付至两成”,通过与银行的合作,利率也可以设为最低的“零”,贷款周期最长可达到五年甚至以上,还有,用户不需要通过担保公司,这里面省去了担保费用;同时,贷款政策相对灵活,能够根据消费者实际需求做出各种调整,一般3-5个工作日可完成贷款手续。

### 金融信贷关键是规模化

信息时报:汽车金融信贷将如何纵深发展?

王炜:一套有效的商业运作模式与规模化经营是发展金融信贷的关键,也是降低风险的重要保证。为了尽快达到规模化经营,一汽-大众自去年下半年要求所有广州地区经销商必须参加配套旗下产品推出的金融信贷业务,对于支持汽车信贷的经销商,一汽-大众会给予更多的优惠返点。

随着规模化越来越大,还有市场的推广,在尾款的支付形式上,用户又可以选择以“二手车”抵押贷款,同时延伸至我们的二手车业务,这样就形成了一套有效的商业模式。也就是说,汽车金融产品通过品牌下的经销商阵营形成规模化运作,同时配以积极的市场推广,就可以达到汽车信贷业务的有效推进。