

进一步拓展我国个人消费信贷的思考

安徽工业大学经济学院 潘 晴

[摘要]消费信贷是在二战以后发展起来的,消费信贷对扩大内需,拉动经济增长,刺激消费需求起了很大作用,也成为一些银行的主要收入来源。消费信贷是我国近年发展起来的一项新型信贷业务,呈逐年增长之势。本文主要就进一步拓展我国消费信贷的制约因素进行分析,提出了进一步拓展我国个人消费信贷的对策建议。

[关键词]消费信贷 制约因素 对策

消费信贷是指金融机构为使消费者能够购买商品或劳务而向其提供的信用贷款。在当今全球经济一体化的社会背景下,世界各国已进入“住”与“行”的消费升级阶段,居民消费模式也同步发生变化。西方国家的消费信贷是在二战以后发展起来的,上世纪50年代消费信贷迅速发展。目前,在美国、西欧等国家,消费信贷在整个信贷额度中所占的比重越来越大,一般为20%—40%,有的甚至高达60%,消费信贷对扩大内需,拉动经济增长,刺激消费需求起了很大作用,也成为一些银行的主要收入来源。我国现代意义的消费信贷是从20世纪80年代开始,直到1999年3月人行颁布《关于开展个人消费信贷指导意见》以后,消费信贷才进入较快的发展阶段。截至2005年6月底,我国的消费信贷余额为21147.37亿元,占各项贷款余额的10.65%,我国的消费信贷存在着较大的发展潜力。

一、制约我国消费信贷进一步拓展的因素分析

(一)消费者个人因素

1. 消费者传统消费观念根深蒂固,信用观念淡薄,消费观念落后。“勤俭节约”、“量入为出”的传统消费观念已根深蒂固,而对“用明天的钱圆今天的梦”的超前消费方式却不敢轻易触及。而且我国由于受多种因素的影响,社会信用环境一直十分恶劣,导致个人信用制度的不完善和个人信用普遍低下,这种状况与现代市场经济对个人信贷的要求格格不入。信用在发达国家是个人的“通行证”。丧失个人信用不仅丧失了获得贷款及分期付款的前提,甚至殃及个人形象、社交和求职,强有力的社会约束使背弃信用所带来的损失远大于收益,所以每个人都恪守社会准则,尽力维护个人信用。在我国,社会主义市场经济刚初步建立,信用观念尚未深入人心。对大多数的中国老百姓来说,消费信贷还是个全新事物,许多人还不了解。同时,“既无外债又无内债”、“有多少钱办多少事”是中国人崇尚的治家之道,不愿意或者不习惯借钱消费,认为借钱消费违背了传统。甚至基层商业银行一部分工作人员对消费信贷业务也不甚了解,这种缺乏舆论引导氛围的信贷消费,显然无法将其优越性展示给广大城乡居民,由此看来,转变消费观念十分迫切。

2. 居民收入水平普遍较低,收入分配结构不平衡。改革开放以来,虽然我国居民收入水平有了显著提高,但同发达国家相比,我国居民收入水平明显偏低。另外,收入分配不公问题也已出现,居民收入呈现两极分化的趋势。由于中低收入居民数量庞大,收入较低,满足不了即期消费,从而等待远期消费或向亲朋好友去借款消费,不愿意接受银行消费信贷,消费欲望不强,极大地抑制了消费信贷的发展。

此外,伴随着我国的对外开放和市场的逐步规范,人们对房屋、汽车、家电等高档耐用消费品的预期降价期望值增大,产生了“等等看”的思想,怕提前消费吃了亏,认为越往后越能买到物美价廉、称心如意的产品,从而持币待机消费。

(二)社会环境因素

1. 缺乏良好的个人信用基础。西方国家都有完善而发达的个人社会信用制度,而我国在这方面需要大力发展,目前只有上海等八个城市建立了个人信用联合征信服务系统,但也有待进一步完善。由于个人信用制度不健全,既缺乏为个人消费信贷对象提供资信证明与服务的权威的社会中介机构,又缺乏各商业银行之间的有关个人信用资料互通与共享机制,因此银行很难对个人资信情况进行调查与评估。目前办理个人消费贷款所需的“个人收入证明”多数与实际情况有出入,很少有人能拿出个人纳税发票等能真实证明个人收入的证据,银行很难根据个人信用情况来确定个人授信额度。个人信用制度的不完善,还使单个借款人在多家金融机构重复贷款成为事实,如有的借款人在这家银行取得住房贷款,又到另一家银行申请汽车贷款,而偿还哪一家银行的贷款,则是他自己说了算,银行根本无法制约。

2. 相关配套制度不完善,缺乏必要的消费信贷担保和保险制度。进行消费信贷往往要求消费者提供担保,国外运用消费信贷扩大需求的实践中,除了要有商业保险的保障制度外,还有在政府机构提供保险和担保的制度,特别是政府对住房抵押贷款提供保险的作法,对许多中低收入的家庭动用消费信贷扩大消费需求发挥着相当大的作用。但我国现行的《担保法》及有关担保的法律法规只有生产性信贷的范围,没有针对消费信贷的相关规定,致使许多消费者在申请消费信贷时难以获得贷款人要求的担保。

(三)银行自身因素

1. 银行对消费贷款管理不到位。由于消费贷款发放笔数多,手续较复杂,工作量大,而相应的专门经办人员少,管理难度较大。从贷前调查、贷中审查,到贷后管理、催收,监督和内部控制不健全,易形成管理风险。

根据中国人民银行公布的相关数据统计。

此外,由于银行开办消费信贷的时间不长,加上同业竞争激烈,经办人员积累的经验不够,对借款人的真实情况掌握不够,对借款人未来的预测能力较差,也容易形成贷款风险。在个人消费信贷业务发展中,各家商业银行普遍存在着信用风险对业务发展规模和方式软约束问题。为了竞争客户资源,抢占市场份额,有些银行放松了对借款人资信状况和还款能力的调查审核,在寻求客户资源上过分倚重房地产开发商或汽车经销商,而对他们的经营资质又缺乏严格管理和考察,为“假按揭”、“假车贷”的产生制造了不应有的经营漏洞。一些拓展住房贷款和汽车贷款起步比较晚的银行,迫于竞争压力,不得不采取降低贷款首付比例和贷款乘数,延长贷款期限,简化贷款审批程序或给中介机构提供物质奖励等非常规手段,这在一定程度上造成了个人信贷市场上的无序竞争。

2. 贷款营销观念淡薄。传统计划经济条件下形成的经营理念和思维方式仍然严重影响着商业银行的经营管理与市场开发。不少银行还片面注重生产而忽视消费,对消费信贷的营销更是缺乏战略的认识。要使消费信贷获得长期和稳定的发展,必须摒弃陈旧的信贷观念,树立现代银行的消费信贷观念。

3. 消费贷款环节多,附加费用高,影响了居民申请消费贷款的积极性。办理消费信贷手续繁琐、条件苛刻且成本较高出于对防范风险的考虑,各商业银行对借贷人的资信审查和在贷款担保等方面把关较严,所要提供的材料过多,在贷款手续上过于繁琐,有的要求过于苛刻,同时,消费者为此付出的直接成本也较高。如申请一笔房产抵押贷款,所涉及的前期费用就有评估费、公证费、保险费、登记中的各项费用等,相加起来成本较高。

二、进一步拓展我国个人消费信贷的对策建议

(一)加大宣传,更新观念,营造个人消费氛围。至于明天的钱怎么花,是许多消费者想都不敢想的事,因此,必须解放思想,树立信用是个人资本的新观念。正确对待消费支出与收入运用的关系,以个人获取收入的能力,特别是一段较长时期内获取收入的平均数来确定的消费支出,保持消费的连贯性、生活质量的稳定性,避免现挣现花,通过资金借贷来调节收入的不规则波动。客观上,个人消费信贷可以确定更高的生活质量目标,不仅有利于刺激内需,保障国民经济稳定增长,还可以充分调动居民个人的才能,人往高处走,流动到效益最大化、收入与才能相匹的地方,依靠消费信贷的利益驱动机制,解决我国严重的人才浪费问题,以人力资源的合理配置,为国民经济由外延向内涵增长模式转变创造契机。

(二)改善发展消费信贷的社会条件

1. 建立个人信用制度体系。完善的个人信用制度是商业银行发展消费信贷的关键。个人信用档案主要由个人身份证明与个人档案、个人收入支出状况、个人资产负债状况、个人纳税情况、个人保险记录、个人信用历史记录、个人所处的社会家庭环境及个人健康状况等组成。根据个人的品德、资信、财产、收入及发展潜力等情况,银行可以通过遍布全国的信息网系统及时了解并综合判断每个申请人的信用等级情况,这样贷款机构就容易确认消费者的贷款资格,也容易对消费信贷实施有效的风险。

2. 建立规范消费信用关系的有关法规,为消费信贷业务的正常开展提供法律保障。消费信贷是建立在信用制度基础上的完整体系,包括政策体系、市场体系、法律体系、监管体系等,目前,我国消费信贷业务量虽不断扩大,但还不成体系,缺乏统一的法律保障、行业标准和操作规范。建议有关部门抓紧研究制定我国发展消费信贷体系的总体思路和发展规划,充分发挥国家宏观政策的指导性作用。一方面使商业银行在发展消费信贷业务中有章可循,另一方面也使广大消费者能够在宏观消费政策的引导下,使消费者行为适应经济发展的要求。具体来说,一是政府及有关部门通过制定相关政策、措施鼓励消费信贷,对不合理消费进行控制;二是有关部门制定全国统一的消费信贷政策,建立、完善个人抵押贷款制度,在信贷规模、资金运用、贷款利率等方面给予银行一定的优惠政策,适当提高消费贷款的偿还期限,实行多样化的贷款利率体系;三是要有立法部门的配合,尽快建立规范消费信用关系的有关法规;四是要发展住房抵押贷款的资金来源,加强住房消费信贷的流动性,分散信用风险;五是要有新闻媒体的宣传,使全社会都知道消费信贷,为其创造一个良好的社会环境。

(三)商业银行应以市场为导向,以客户为中心,完善服务功能,提高服务质量。

1. 提高消费信贷业务的操作水平和管理水平。目前,银行机构尚缺少开展消费信贷业务的经验,开展消费信贷的业务部门和人员也需要充实。针对消费贷款办理手续繁琐、环节众多的现实,各有关部门应本着规范管理又简化程序的原则,尽量压缩和合并贷款程序。应加强对供货商资信的调查、审核,实现业务标准化、网络化、现代化。开办与之相适应的储蓄、代理业务,对申请贷款必办的评估、合同公证、保险等,银行可以成立专门性机构,如“消费贷款大厅”,邀请相关部门长期驻守合作,为贷款者提供“一条龙”服务,使贷款者高兴而来满意而归,减少不必要的人财物浪费和烦恼,提高消费者使用消费贷款的积极性和信心,增长消费贷款的知名度,使消费贷款在我国健康顺利地发展。

2. 为了保证消费信贷在我国能有一个较大的发展,使之成为新的经济增长点,各家银行应该加大调研力度,根据我国的具体国情以及政府的相关政策,尽快解决消费信贷业务范围狭窄、品种甚少的问题。当前,我国扩大消费信贷实施领域应当主要集中在住房、汽车消费、信息产品、旅游产品的消费和信用卡业务的推广上,并应以个人住房贷款和汽车贷款为“切入点”,尤以住房消费贷款为重中之重,以配合我国推行的住房制度改革。住房消费贷款的发放可以部分解决我国居民收入水平低、单靠自我消费积累难以购房的矛盾,进而推进住房制度的改革。在消费信贷品种方面,银行可以借鉴发达国家经验,研究其作法,认真分析大众消费心

理,选择大众需求迫切、价值相对较高的商品作为消费信贷的对象,尽可能的使消费信贷品种形式多样化,增加消费者的选择余地,通过扩大银行消费信贷范围和增加消费信贷品种,推动我国消费信贷的快速发展。

3. 银行努力探索多种形式的消费信贷的经营策略。消费信贷办理条件复杂、没有适合的消费信贷品种等因素影响了消费信贷发展,有必要探索行之有效的消费信贷的经营策略。

营销策略。我国消费信贷市场处于逐步发展的阶段,仅仅依靠商业银行的力量远远是不够的。商业银行应注重与消费信贷产品供应商、经销商加强合作,联手开拓消费信贷市场。除此以外,还应积极探索和供应商合作的新路子,商业银行迫切需要在合作方式、资金来源、收益分配、风险分担及运作管理等方面加强制度和政策创新,形成齐心协力培育市场的局面。

贷款利率策略。在中国人民银行有关利率政策规定的范围内,各商业银行可根据消费信贷品种、方式、期限等方面的不同,为客户提供固定利率和浮动利率等多种选择方式。另外,由于消费信贷的期限一般较长,很容易产生利率风险,为保障借贷双方的利益,应当尽可能使用可调整利率,实行利率市场化改革。

偿还策略。国际上通行的消费信贷还款方式有多种,每种方式最终还本付息的总额是有差异的,申请人可根据自己的收入情况和意愿,选择比较有利的还款方式。目前我国银行消费信贷的还款方式单一,缺乏可选择性,各银行大多事先印制了统一的还款合同格式,根本没考虑给申请者选择还款方式的问题。将来应当结合不同客户阶层的收入水平及其增长趋势,在分期还款和到期一次还款方式方面为消费者设计出多种选择方案。

贷款种类策略。迄今为止,我国推出的消费信贷品种已经形成包括个人住房贷款、家居装修贷款、耐用消费品贷款、助学贷款、度假旅游贷款、信用卡贷款等在内的产品系列。各商业银行还应联合相关机构,大力促进消费信贷产品创新,开发适销对路的消费信贷产品,主动争取市场和开拓新的市场。

服务策略。首先要增强服务意识,一方面,消费信贷业务要配合公司业务,从生产源头开始,对生产商提供产、供、销一条龙服务;另一方面,为消费者开发系列消费信贷产品,提供全方位金融服务。其次,要尽量减少贷款的申办程序,增强服务自动化程度。为适应消费贷款额小、面广、业务量大的特点,要加快开发专门的消费信贷管理软件,使业务管理电脑化、结算自动化,为消费者提供便捷的服务。

[参考文献]

- [1]卫静芬、尹栋梁,消费信贷发展实证研究[J],《现代管理科学》2003年第1期
- [2]张成伟,居民消费信贷国际比较[J],《银行家》2005年第6期
- [3]苑书义,商业银行消费信贷业务发展中的行为金融问题及对策[J],《中国金融》2005年第15期
- [4]沈炳熙、吴显亭,个人消费信贷与地区经济协调发展[J],《金融研究》2004年第12期
- [5]杨雨,我国个人信贷业务的风险及其防范对策[J],《经济与管理研究》2003年3期

(上接第 67 页)

[例 9]上接[例 4],某小企业期末申请经有关部门批准,对接受捐赠的甲设备待转资产价值 170 万元,按 5 年平均计入各年度应纳税所得额。企业当年盈利、无未弥补的亏损,所得税率为 33%。

借:待转资产价值—接受捐赠非货币性资产价值 340000
 贷:应交税金—应交所得税 (1700000 ÷ 5 × 33%) 112200
 贷:资本公积—接受捐赠非现金资产准备 227800

若当年亏损,或者尚未弥补可由税前弥补的亏损 10 万元,则当年应计缴的所得税为:
 (1700000 ÷ 5 - 100000) × 33% = 79200(元)。

借:待转资产价值—接受捐赠非货币性资产价值 340000
 贷:应交税金—应交所得税 79200
 贷:资本公积—接受捐赠非现金资产准备 260800

以后各年处理方法同上。

[参考文献]

- [1]中国财政部:《小企业会计制度》中国财政经济出版社 2004. 6
- [2]安徽省财政厅:国有企业实施《企业会计制度》文件选编 2004. 9
- [3]黄孝红:小企业“待转资产价值”如何处理 www. Cfen. com. cn
- [4]陈云:小企业会计制度浅析《财会研究》2005. 6