**互联网背景下我国汽车融资租赁发展状况报告**

**安徽省工信局·安徽省汽车产业协会**

**二○二二年十月**

基于互联网背景下探究汽车融资租赁的体系框架、获客方式、风险控制和盈利模式等，分析其在当前市场发展中存在的问题和不足，并提出有效的针对性措施。同时基于银行角度提出有效建议，推动互联网背景下汽车融资租赁的向前发展。重视分析互联网这一关键要素的融合对传统汽车行业的影响，对比两种汽车融资租赁模式，售后回租业和直接租赁两种模式各有优缺点。

本报告中所列数据的统计期限自2021年10月1日起，至2020年10月1日止。本报告的电子版可在**安徽省汽车产业协会网站**上下载。

**一、汽车融资租赁体系框架**

**（一）汽车融资租赁框架描述**

汽车融资租赁框架主要包括以下三个组成部分:

1.线下交易部分。

其是以线下门店作为载体，为习惯长期线下消费的客户提供服务。也能够为线上客户提供线下体验和验车、提车、保养等服务。

2.线上交易平台。

作为互联网融资租赁模式中的主要载体，涉及汽车经销商、出租人以及承租人等，并还可提供融资租赁服务及车辆买卖合同。承租人在线上平台选定车型后，提交融资租赁购车申请，通过后承租人可到门店提取实体车辆，极大地简化了购车周期，提高业务效率和用户体验。

3.线上服务平台。

该部分主要是为第三方服务介入而搭建的互联网平台，能够提供信用等级评估、二手车残值评估、融资、纠纷处理等。并可基于线上服务平台加强对数据信息、基础设施的共享，进而节约经营成本。同时也可对各大厂商、经销商以及二手车商等实施统一管理，目的是进一步规范经营。与线上交易平台相互配合，以此构建互联网汽车融资租赁业务发展战略框架。

**（二）汽车融资租赁获客方式**

在互联网背景下，汽车融资租赁获客方式主要是通过互联网端。通过合理布局提升获客能力，比如借助互联网平台引流，或者是搭建线上交易平台等。其中电商平台引流则是加强与互联网头部企业的合作，利用电商平台吸引消费者，通过平台引导进行线上交易。该方式的优势则是以低成本打通渠道资源，提高产品竞争力，实现双赢。自建线上交易平台则是筑牢自主获客业务护城河，但其对企业自身的要求较高，不仅需要投入大量的技术和资金，还需在整个产业链中占有主导地位。

**（三）汽车融资租赁风险控制**

针对汽车融资租赁市场的发展实际，在互联网模式下主要注重前、中、后期的风险控制。

1.前期阶段

前期阶段，以防范信用风险以及欺诈风险为主。即是将风险管理前移到汽车采购环节，根据消费者的浏览记录等网上行为数据，通过数据挖掘分析其地理位置、消费特点等，实现非财务数据风险管理。

2.中期阶段

中期阶段的风险控制则是预防承租人的违约风险。一般是在融资租赁合同中界定违约现象，设置违约处置条款。并定期回访承租人，了解车辆使用情况。根据车内GPS定位，掌握车辆是否在合理范围内使用。此外需建立催收系统，确保按时回收租金。

3.后期阶段

在后期阶段，出租人主要面临二手车处置风险。由于当前我国二手车残值评估体系尚不健全，大多存在价值低估的情况。为控制风险，出租人可在融资租赁合同中增加保障汽车残值的条款，鼓励承租人优先留置汽车，并强化与第三方车辆残值评估机构的合作，最大限度降低风险。

**（四）汽车融资租赁盈利模式**

汽车融资租赁业务的盈利渠道主要来源于四个方面。

1.车辆买卖收益。

在汽车融资租赁交易环节，出租人直接向汽车经销商采购车辆，在集中采购、统一配送的形式下，有助于大幅节约采购成本。同时在批量采购条件下，出租人能够以相对较低的方式获得车辆，再按照指导价进行出租，以此赚取差值。

2.汽车融资租赁业务收益

即是其本身的金融服务收益。承租人按照融资租赁合同中的约定金额按期支付租车租金。租赁期满后，承租人向出租人支付尾款可选择留置汽车。这一过程中出租人所获得的融资租赁业务收益，主要来自收回的租金金额与车辆价格的差值。

3.二手车处置收益。

当融资租赁期满后，如果承租人退租，出租人可将租赁车辆按照市场价格转入到二手车市场处置。当汽车折旧价格高于车辆残值，则可获得收益。为有效实现盈利目标，出租人需在融资租赁合同中增加贬值控制条款。

4.互联网融资租赁平台服务收益。

其主要来自交易平台的服务收益，比如对入驻平台的汽车厂商、经销商、金融机构、保险公司等收取会员费用、广告宣传费用等。线上服务平台产生的收益，包含在产业链中提供企业管理系统、营销管理系统、二手车残值评估等服务的手续费用等。

应用领域 收益（亿） 所占比例（%）

汽车厂商 2 5.26%

经销商 4 10.53%

金融机构 29 76.32%

保险公司 1 2.63%

车联网 2 5.26%

**二、互联网汽车融资租赁发展面临的问题**

**（一）市场认可度有待提高**

目前，我国对于互联网汽车融资租赁的认识不够全面，导致对此方式的认可度不高。这是由于融资租赁模式下，汽车的所有权与使用权呈现分离状态，承租人只具有使用权，在长期形成的传统消费观念下，很难被消费者所接受。与此同时，融资租赁产品定价高于信贷类产品，也是客户接受度不高的原因之一。

**（二）二手车市场不完善**

根据互联网汽车融资租赁发展模式，当期满后则需对退租车辆实施有效处置。目前我国二手车市场生态环境尚不完善，无法有效满足汽车融资租赁业务发展的需求。比如二手车信息不透明，缺乏专业机构进行权威认证，而且全国性二手车交易信息网路系统建设尚不健全，二手车鉴定环节和评估标准不统一。部分车辆存在隐瞒或虚报、篡改信息等情况，影响买卖双方的信息对称性，不利于建设二手车市场秩序。

**（三）征信体系尚未健全**

信用风险是互联网汽车融资租赁的重要控制内容，因此为保障该项业务的平稳进行，需要加强征信管理。但由于我国现有的征信系统是以中国人民银行征信中心数据中心为依据，就当前的覆盖率而言，尚未实现完全覆盖。从而出现较为严重的信用数据缺失问题。而且征信系统信息的来源主要为商业银行的贷款还款记录等，数据维度较为单一，难以适应互联网背景下汽车融资租赁业务的实际发展需求。同时大部分汽车融资租赁公司均未接入征信系统，同类可参考信息较少。

**（四）法律监管力度不足**

法律监管是保障互联网汽车融资租赁健康发展的基础保障，相关成文法及管理条例不健全。这是因为互联网汽车融资租赁作为一种新业态，其发展速度较快，现有法案难以实现有效监管和规范，导致市场监管力度不足，业务发展也受到了一定的阻碍。

**三、汽车融资租赁发展建议**

**（一）提高汽车融资租赁市场认可度**

为实现在互联网背景下汽车融资租赁行业的健康发展，需要提高市场对融资租赁业务形态认可度。具体措施需进一步加强对融资租赁产品的宣传力度，提高融资租赁业态普及率。尤其在汽车销售的过程中，鼓励选择汽车融资租赁方式购车，适度普及所有权与使用权分离的优点，合理设置汽车融资租赁相关权利、义务条款等。

**（二）加快二手车市场建设**

完善二手车市场建设是推动互联网汽车融资租赁的重要举措，因此应当加快建立二手车流通信息平台，严格把控二手车量的准确信息。并积极建立专业二手车信息鉴定机构，借鉴西方国家的先进做法，制定科学规范的车辆残值评估标准。同时需由政府牵头完善二手车市场配套标准和服务，如规范二手车残值评估办法、评估标准等，并利用互联网平台建立透明的公示系统，推动二手车市场趋向标准化。

**（三）完善征信体系建设**

加强对征信体系的完善建设时防范金融风险的关键性措施，根据当前互联网汽车融资租赁企业的发展现状，可在依托电商平台的基础上，利用自身优势健全互联网征信体系。通过组建第三方支付机构、运作平台以及社交网络等，全方位采集信息流，以便于全面准确的评估个人或企业的信用等级。尤其是数字时代的来临，为实现这一目标提供了可行条件，可将银行征信体系作为基础，补充大数据下的互联网征信评估信息，并引进区块链技术，确保数据安全性。

**（四）健全相关法律规范**

对于互联网汽车融资租赁模式的发展，应当健全相关法律法规。首先在顶层设计中需要加快《融资租赁法》的立法工作，明确将互联网融资租赁纳入监管范围，确定承租人、出租人等权利和义务。同时在二手车法律监管方面，应当尽可能保障法律建设与市场发展变化相一致，对现有法律或管理条例进行修订，充分保障市场秩序的有序运行，维护消费者合法权益。在征信体系建设层面，应注重个人征信加强公开化和透明化，并完善个人信息保护法律，界定个人隐私范畴，对个人权益强化保护力度。

**（五）发挥银行作用推进融资租赁业务发展**

银行在互联网汽车融资租赁业务中能够发挥重要作用，因此在今后建设发展中，应当提高对银行角色的重视程度。

1.直接开办融资租赁业务

首先银行可通过直接开办融资租赁业务，或是为金融租赁公司提供助贷服务等，比如基于《商业银行互联网贷款管理暂行办法》，结合融资租赁业务流程、场景及客群特点创设新车融资租赁场景贷产品，与融资租赁公司签订合作协议，贷款资金受托支付承租客户的租车租金，车辆抵押给融资租赁公司，待承租方还清银行贷款后可申请涂销抵押，银行的介入有助于释放部分存差，从而为长期开展租赁业务提供为稳定的资金支持。

2.借助网点的布局优势宣传

银行机构可借助其大量下属网点的布局优势，积极开展互联网汽车融资租赁宣传。不过在宣传推广过程中需要强调融资租赁物的所有权性质，加深消费者对这一业务的深刻了解，正确认识融资租赁模式。

3. 信用等级评估

最后银行往往掌握大量客户信用资料，能够开展该项业务时提供相应的信用等级评估服务支持，尽量降低信用风险。