

2018年中国汽车金融行业 研究报告

鲸准研究院

2018.7.5

蜜蜂学堂

蜜蜂内参

不要错过让你洞察整个商业世界的蜜蜂内参

如何免费入群？扫码添加谢小胖助教回复【入群】备注【城市-职务-姓名】

每日精选3份最值得学习的资料给您，不定期分享顶级外文期刊



撩他！撩他！

报告声明

报告指导

谭莹

研究院院长

✉ tanying@jingdata.com

☎ zhiniezhinie

作者介绍

张文皓

分析师

✉ zhangwenhao@jingdata.com

☎ 13717996937

关注领域：交通出行

免责声明

- 本报告作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。
- 鲸准不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。
- 本报告的信息来源于已公开的资料，鲸准对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映鲸准予发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，鲸准可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。鲸准不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，鲸准对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。
- 在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，鲸准、鲸准员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与鲸准、鲸准员工或者关联机构无关。
- 在法律许可的情况下，鲸准及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。在法律许可的情况下，鲸准的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。
- 本报告版权仅为鲸准所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得鲸准同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“鲸准数据”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

鲸准出品，转载请标明出处；禁止商用转载，违规转载法律必究。

目录

1 汽车金融行业概述

1. 汽车金融行业介绍
2. 汽车金融发展历史
3. 汽车金融市场介绍
4. 汽车金融产业链介绍
5. 汽车金融业务介绍

2 汽车金融市场环境分析

1. 政策环境分析
2. 社会环境分析
3. 科技因素分析
4. 经济环境分析

3 汽车金融市场参与者分析

1. 汽车金融市场参与者介绍
2. 汽车金融市场参与者发展现状
3. 商业银行
4. 汽车金融公司
5. 融资租赁公司
6. 互联网金融公司
7. 汽车保险公司

4 未来汽车金融发展趋势

1. 潜力领域
2. 市场层面
3. 公司层面

CHAPTER 1

汽车金融行业概述

1. 汽车金融行业介绍
2. 汽车金融发展历史
3. 汽车金融市场介绍
4. 汽车金融产业链介绍
5. 汽车金融业务介绍

汽车金融行业介绍

汽车金融是融通资金过程中产生的金融活动

汽车金融（Car Finance），是指汽车的生产、流通、购买与消费环节中融通资金所产生的金融活动，主要包括投资、资金筹集、信贷运用、抵押贴现、证券发行与交易，以及相关保险等活动，是汽车制造、流通、服务维修与金融业相互结合渗透的必然结果。

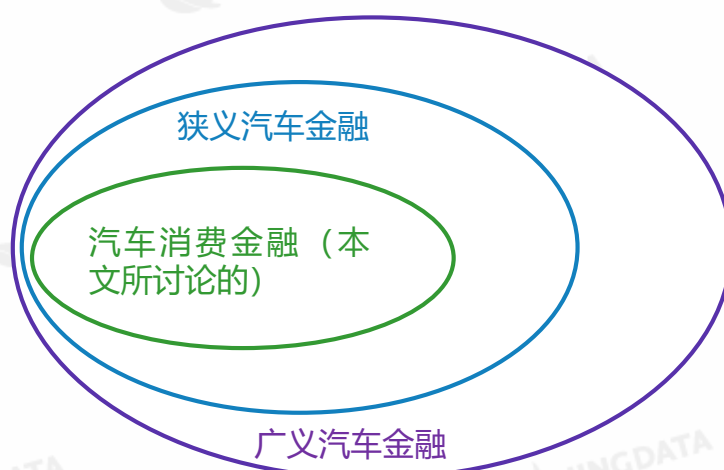


汽车金融活动示意图

汽车金融在定义上有广义和狭义两种：

狭义汽车金融	广义汽车金融
指汽车销售过程中对汽车经销商或者消费者所提供的融资及其他金融服务。包括汽车消费金融和汽车批发金融。	指汽车行业各个环节内发生的资金融通行为。包括零部件生产、整车生产、汽车经销商购入库存和一般消费者购买、租赁汽车等。

本报告中的汽车金融主要是指狭义中的对汽车消费者的消费贷款、融资租赁和车辆保险等**汽车消费金融部分**。



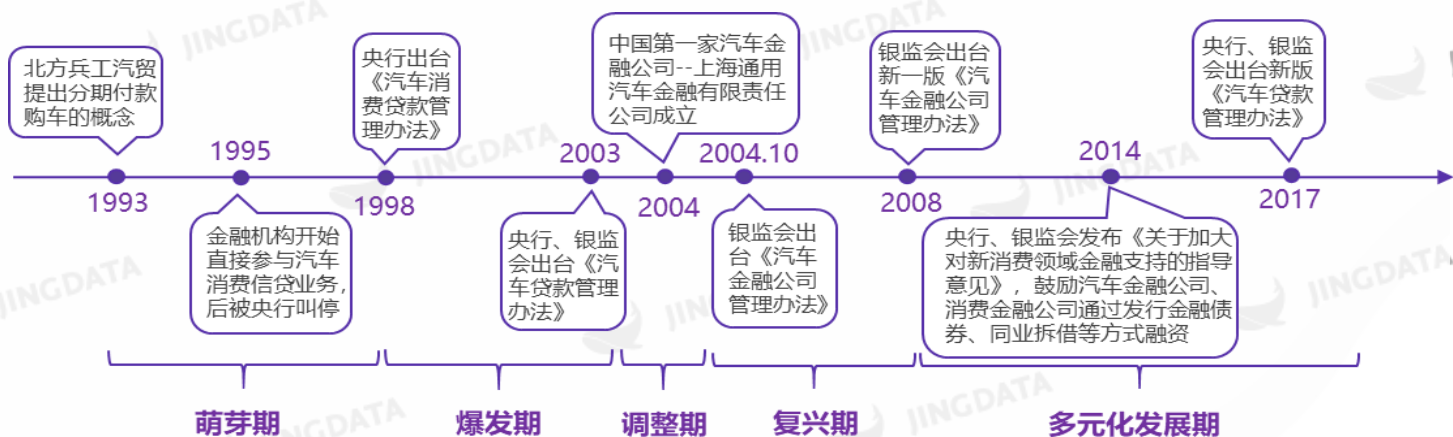
汽车金融发展历史

中国汽车金融历经萌芽、爆发、调整、复兴和多元化发展五个时期

中国的汽车金融起始于上个世纪90年代，经历了五个发展时期。首先是萌芽期，从1993年北方兵工汽贸提出分期付款购车的概念开始，中国出现了汽车金融的萌芽。在1998年，央行出台《汽车消费贷款管理办法》，之后中国汽车消费贷款额以年均200%以上的速度迅猛增长，汽车金融行业经历了爆发期。

到了2003年下半年，由于汽车消费信贷业务规模盲目扩张及恶性竞争，风险日渐突出，保险公司则由于车贷险赔付率猛增而纷纷撤退，银行则提高放贷门槛，汽车消费信贷急剧萎缩。2004年3月，保监会叫停了车贷险。同年央行和银监会也紧急出台《汽车贷款管理办法》规范车贷市场，汽车金融行业经历了调整期。同年8月，中国第一家汽车金融公司上海通用汽车金融有限责任公司成立，宣告汽车金融公司正式入场汽车金融市场，汽车金融行业进入到复兴期。

2008年1月，新一版《汽车金融公司管理办法》出台，对我国汽车金融公司的准入条件、业务范围和风险管理等做出了较大的调整。增加了汽车融资租赁业务，与零售贷款、批发贷款共同构成了汽车金融公司三大核心业务。新《办法》还允许汽车金融公司发行金融债券，进入同业拆借市场，为汽车金融未来的发展提供了宽松的环境，汽车金融行业进入到了多元化发展期。

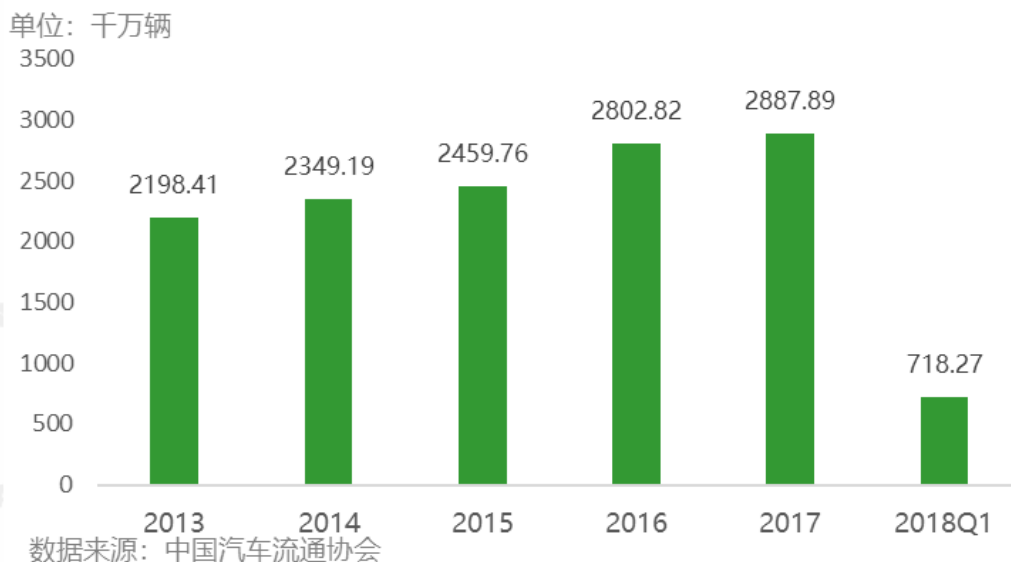


汽车金融市场介绍——新车销量

自2009年至今，中国已连续9年雄踞全球汽车产销量榜首

汽车工业是我国的支柱产业之一，在国民经济中占据重要的地位。自2009年至今，中国已连续9年雄踞全球汽车产销量榜首，2017年产量达到了2900万量，销量达到了2887万辆。汽车金融作为汽车产业链中最有价值 and 潜力的一环，日益成为各方关注的焦点。和国外发达国家相比，中国的汽车金融渗透率较低，但市场潜力巨大。近些年来，汽车金融在中国保持着相对高速的发展，其原因主要是中国汽车消费市场的快速增长、人们消费观念的逐渐改变、互联网渠道的兴起、汽车金融产品的多样化，以及个人征信体系的完善普及和国家层面对于汽车金融行业的政策利好等。

2013-2018年中国市场新车销量



汽车金融市场介绍——市场规模

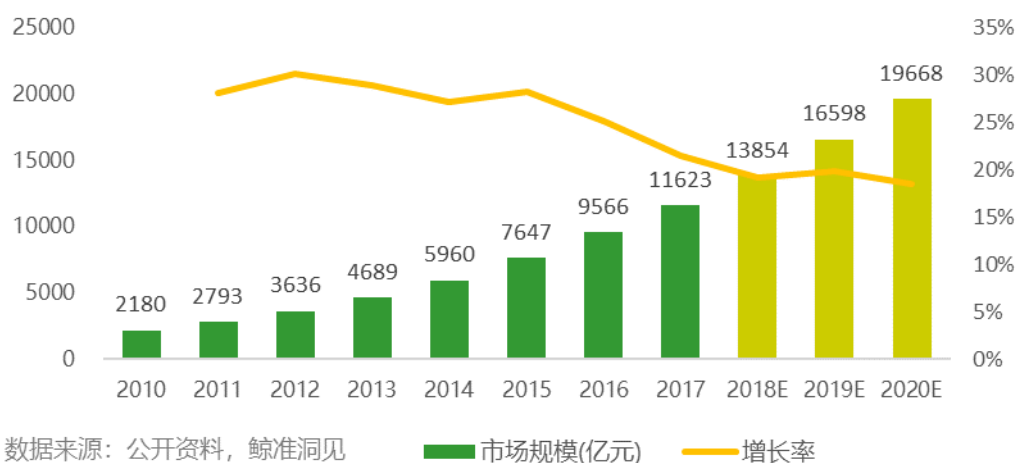
我国汽车金融进入到群雄逐鹿的时代

从1993年的北方兵工汽贸提出分期付款购车的概念开始，中国出现了汽车金融的萌芽。直至今日，我国的汽车金融已经走过了20多年的时间。

从2001-2003年的商业银行垄断，到2004-2007年的汽车金融公司入场，再到从2008年开始的多元化发展，中国的汽车金融市场经历了数个发展时期，每个时期也都具有不同的发展特征。时至今日，随着互联网的强势普及以及我国汽车金融市场的开放与征信系统的逐渐完善，我国汽车金融市场在互联网等因素的助力之下，融资租赁公司、互联网金融公司和互联网保险公司也逐渐成为参与者，加入到汽车金融市场的竞争中，我国汽车金融市场真正进入到了群雄逐鹿的时代。

截止到2017年，我国汽车金融市场总规模已经达到了11623亿元，根据鲸准自有数据库及数据推算模型估算得出，预计到2020年，我国汽车金融市场的总规模将达到近2万亿元。

2010-2020年中国汽车金融市场规模



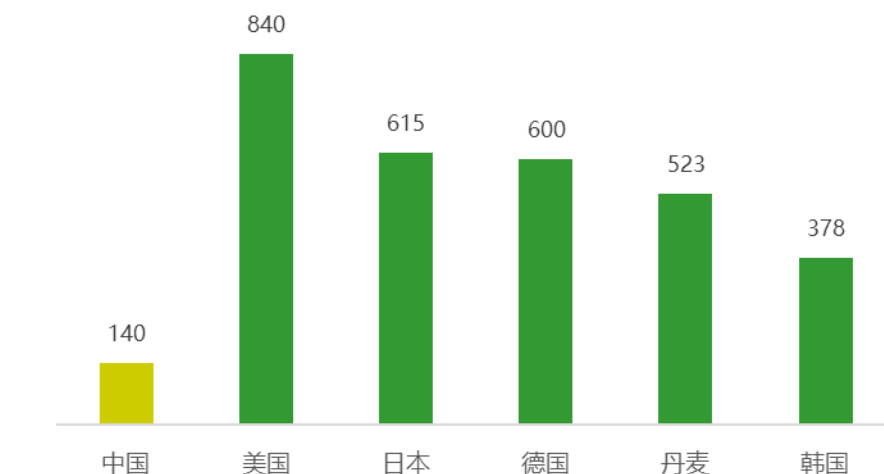
汽车金融市场介绍——千人保有量

我国千人汽车保有量较低，与世界差距较大，未来增长潜力巨大

我国汽车消费市场还处于较为初级的阶段，2017我国千人汽车保有量仅有140辆。目前我国更流行的汽车金融模式是商业银行的汽车信贷及信用卡分期付款。大部分人还未具有通过二手车金融或融资租赁等手段来拥有自己的车辆的消费观念。其主要原因是中国的千人汽车保有量还处在较低的水平，不及美国的六分之一、德国的四分之一。更多的人还未拥有自己的第一辆车，对于购买他人已经使用过的二手车或融资租赁一辆新车的消费兴趣不高。国人的传统购车用车习惯是购买一辆自己心仪的新车，一直用到不能用为止，其中较少涉及租车以及二手车购买及置换的情况。目前我国二手车的置换率大概在35%左右，根据鲸准自有数据库及数据推算模型估算，在未来的7-8年内中国的二手车置换率达到65%甚至以上时，二手车金融、融资租赁等汽车金融模式在中国才会拥有更大更广阔的发展空间。中国才能称得上是拥有成长为媲美美国成熟汽车金融市场的土壤。

2017年世界各国千人汽车保有量

单位：辆



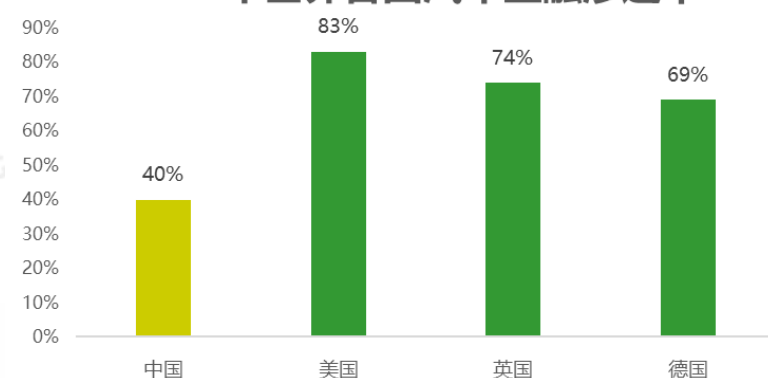
数据来源：公开资料，鲸准洞见

汽车金融市场介绍——渗透率

我国汽车金融渗透率较国外差距明显

金融渗透率指的是通过贷款及融资等金融手段购买的车辆占总销售车辆数量的百分比。在国外发达的汽车金融市场，2017年的平均的金融渗透率能达到73%。相比之下，2017年中国的汽车金融渗透率则只有40%左右。

2017年世界各国汽车金融渗透率



数据来源：公开资料，鲸准洞见

究其原因，一方面，金融产品的高利率不利于整个行业可持续发展。由于除商业银行之外的汽车金融参与者汽车金融公司、融资租赁公司与互联网金融公司的资金主要来源于银行和其他融资渠道，例如ABS、同业拆借、股东存款等，和商业银行的自有资金渠道不同，这些参与者的融资成本更高，生成的汽车金融产品的利率与商业银行的产品不具有更多优势，对客户的吸引力相对更低，再加上民众对于商业银行的信任度相对更高，非商业银行的汽车金融产品普及难度相对更高。而且，汽车金融市场的一些参与者为了提高自己的收益，经常会捆绑一些高利润的汽车保险或其他汽车服务在汽车金融产品中，这一定程度上消耗了民众的信任度，也十分不利于汽车金融的渗透。

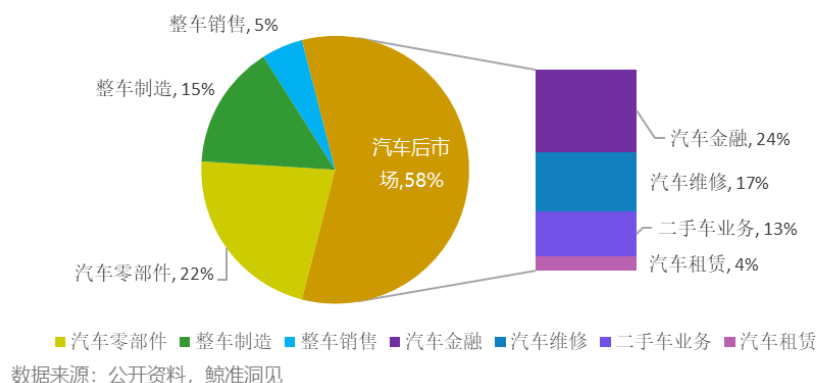
另一方面，中国尚不具备汽车金融成长的肥沃土壤。汽车市场消费的主力军一直以70、80后偏多，这类人大部分处于事业的成熟期，加上分期等消费观念还不普及，较少使用汽车金融产品，这很大程度上阻碍了汽车金融的普及和发展。

汽车金融市场介绍——利润点

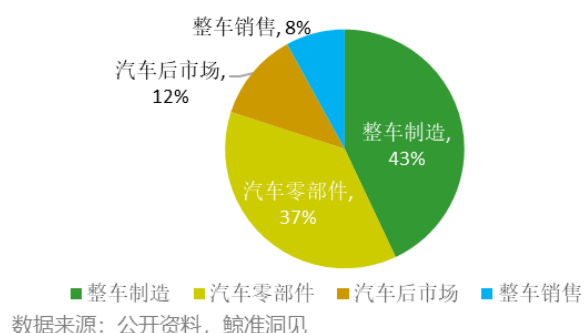
在发达国家的成熟汽车市场中，汽车金融产品收益是汽车行业核心利润点

从一些发达国家的成熟汽车市场来看，汽车后市场是成熟汽车市场的主要利润来源。其中近60%来自于汽车服务领域，即汽车后市场，剩下的利润一部分来自于汽车制造加销售所占的利润，占整个汽车产业链利润的20%，另一部分则来自于汽车零部件生产销售利润，占整个汽车产业链利润的22%。对于成熟汽车市场来说，汽车后市场的利润不仅占比大，且利润率也是汽车行业利润水平最高的领域，其整体利润率可达40%-50%。

发达国家成熟汽车市场产业链利润结构



我国汽车市场产业链利润结构



而在我国的汽车市场中，主机厂商加上经销商的销售体系主导了汽车市场的话语权，主要的利润集中在了主机厂商，整车制造与销售加上零部件销售的利润可以占到整个汽车市场利润的近90%，相对来说，汽车后市场的利润占比则较少。相信在未来汽车行业的不断发展和国家政策的不断驱动下，我国的汽车行业将会越来越成熟，利润分配比例将有更大机会向成熟汽车市场靠拢，而汽车后市场则会占据汽车行业更多的利润，作为汽车后市场中重要组成部分的汽车金融会从中受益，其发展潜力有可能会得到更大的激发。

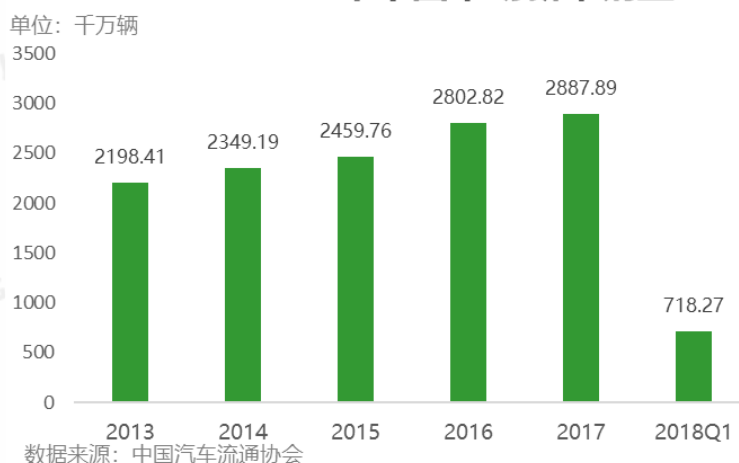
汽车金融市场介绍——爆发因素

中国汽车金融市场潜力巨大，四大因素助推其未来爆发式增长

虽然我国的汽车金融渗透率在目前和世界平均水平还有比较大的差距，但我国的汽车金融市场潜力巨大，在以下四个因素的推动下，在未来几年的时间里，将会呈现爆发式的增长。

第一，我国居民生活水平的提高所带动的汽车市场持续增长。随着生活水平的不断提高，我国开始经历消费升级，汽车市场也将迎来更大的增长。随之带来的是汽车更加普及、千人汽车保有量的提高，2017年中国的汽车产量达到了2900万量，销量达到了2887万辆，根据鲸准自有数据库及数据推算模型估算获得，到2030年，中国市场的千人汽车保有量将达到300辆甚至更多。汽车需求的增长与普及将会助推汽车金融的快速增长。

2013-2018年中国市场新车销量



第二，汽车消费市场的主力军将会更新迭代。原本具有较为传统消费观念的70、80后将慢慢退出汽车消费的主力军，而90后将逐渐成为汽车消费市场的主力军，他们的事业仍处于起步阶段，但拥有更前卫的消费理念，更愿意去通过分期消费来购买自己想要的商品。随着汽车金融消费意识的普及，汽车消费者对于二手车贷款、融资租赁、汽车相关衍生产品的融资需求日益增长。将会推动汽车金融体量进一步扩大、汽车金融渗透率继续上升。

汽车金融市场介绍——爆发因素

中国汽车金融市场潜力巨大，四大因素助推其未来爆发式增长

第三，未来汽车金融产品将更加丰富，灵活度更高。随着汽车市场品牌竞争加剧和新车的利润下降，经销商逐渐将盈利的重点转向汽车后市场业务。经销商是目前最主要的客户触达渠道，作为汽车后市场的重要组成部分，商业银行与汽车金融公司等参与者将会与经销商合作推出更多的汽车金融产品来吸引客户进行购买。南方都市报联合威尔森公司调查了全国六个城市，在2017年的第三季度，北京现代、雪佛兰、一汽大众等品牌的汽车金融渗透率都超过50%，一汽大众的渗透率更是高达62.81%。汽车金融更多的成为了一种汽车营销手段，通过低首付低利率吸引消费者购买，预计未来将与汽车销售进一步融合。由于互联网高速的发展，导致行业门槛降低，更多的企业进入到汽车金融行业中，不同的汽车金融产品将会以更多的形式出现在消费者面前，而手机等移动智能设备的普及也更方便消费者触达到这些产品，让汽车金融产品有了更多的想象空间。

第四，是国家层面的支持。近些年来，国家相关部委出台了一系列政策支持汽车金融的健康有序发展。如央行和银监会联合发布《关于调整汽车贷款有关政策的通知》，宣布自2018年1月1日起，自用传统动力汽车贷款最高发放比例为80%；自用新能源汽车贷款最高发放比例为85%；二手车贷款最高发放比例为70%。新规定提高了新能源车和二手车的贷款发放比例，鼓励了用户在购买新能源与二手车的时候更多的使用分期贷款来购买。由于政策环境向好，将支持未来汽车金融业快速发展。

汽车金融产业链介绍

汽车金融涵盖汽车全产业链，商业银行与汽车金融公司占据绝对市场份额

汽车金融产业链的主要构成者有商业银行、汽车金融公司、融资租赁公司、汽车保险公司以及互联网金融公司等资金和服务的提供商。传统汽车产业全产业链分为汽车前市场和汽车后市场。前市场主要涵盖汽车研发与设计、整车制造。汽车后市场涵盖汽车整车及零部件销售、售后服务、汽车保险、汽车融资租赁等。可以说，汽车金融几乎覆盖到了汽车全产业链中的每一个角落。目前我国关注度较高的汽车金融产业的金融服务主要聚焦在汽车后市场环节。也就是狭义的汽车金融部分，其中包括车贷、汽车保险和汽车租赁这三类服务。

在汽车金融的整个产业链中，商业银行、汽车金融公司这两类参与者是这个产业链中最重要的参与方，目前我国占据了超过85%的市场份额（商业银行占比55%，汽车金融公司占比32%）。融资租赁公司作为成熟汽车金融市场的重要参与者也占据着越来越重要的地位。而互联网金融公司作为最近逐渐兴起的一个参与者，也占据了足够高的流量和热度。

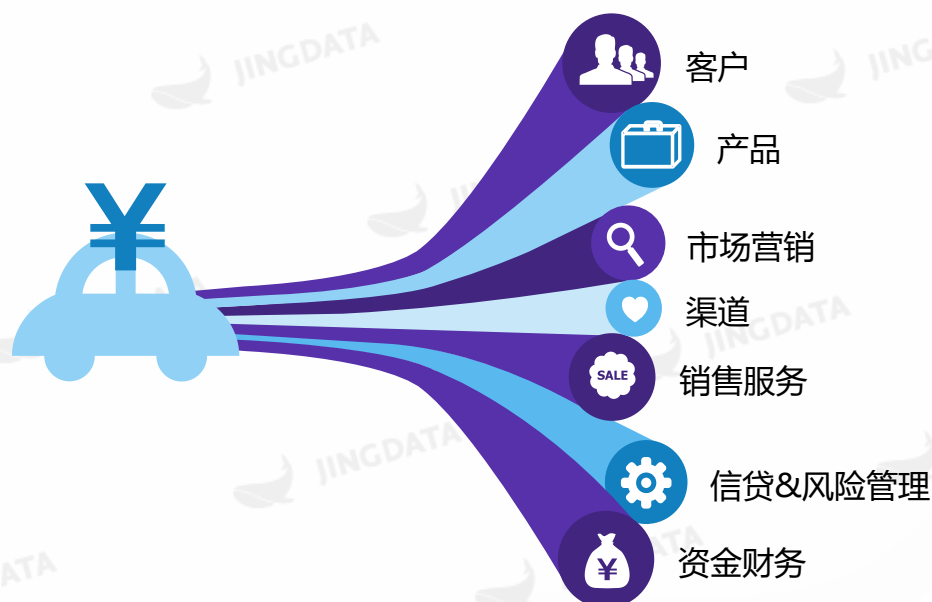


汽车金融业务介绍

汽车金融整体业务可分为八大模块，定价风险相互协同保证业务正常运行

汽车金融整体业务可分为八大模块，分别为客户、产品、市场和营销、渠道、销售和服务、信贷管理、风险管理与合规以及资金财务。客户模块可细分为客户细分、客户统一视图、客户群收益分析以及客户管理。产品模块可细分为产品开发配置和组合、产品收益分析以及产品定价。市场和营销模块可分为市场分析、品牌管理以及营销活动管理和评估。渠道模块可细分为渠道差异化定价、多渠道整合、线上线下渠道优化、商户准入和管理以及战略联盟管理。销售和服务模块可分为线索管理交叉销售、客户接触投诉管理以及客户关系管理。信贷管理可分为贷前调查、贷中审批、贷后监控、催收以及反欺诈。风险管理与合规可分为信贷风险、运营风险、风险治理以及合规。资金财务模块可细分为资金管理（融资/资产证券化）、管理会计以及支付结算。

这八大模块协同合作，共同组成了汽车金融的业务整体在汽车金融市场中，价格和风控作为两大决定企业核心竞争力的主要因素，占据了八大模块中最重要的地位。



CHAPTER 2

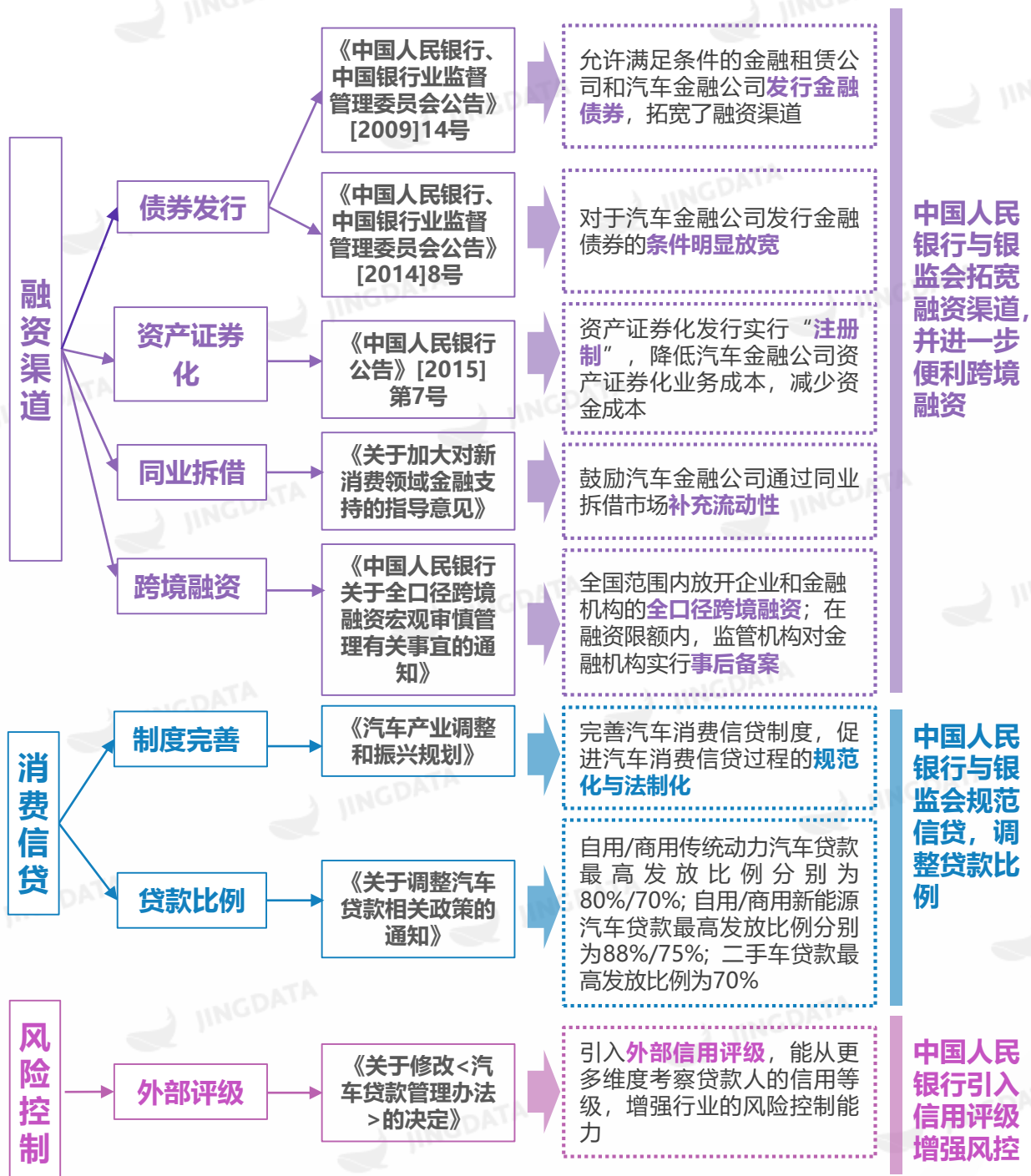
汽车金融市场宏观因素分析

1. 政策环境分析
2. 社会环境分析
3. 科技因素分析
4. 经济环境分析

政策环境分析——三方面政策

我国汽车相关政策有利于汽车金融行业健康有序发展

我国近年来从融资渠道、消费信贷和风险控制三个方面制定的政策，将有利于我国汽车金融行业的健康有序发展。



政策环境分析——2018新政策分析

整车关税下降及行业加强监管将有利于未来汽车金融行业持续健康发展

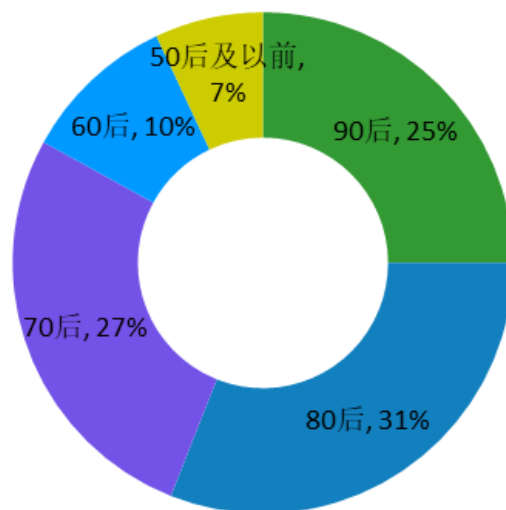
- 我国进口整车及其零部件关税下降，由整车厂传导下来之后，传导到消费者端后，整车将会有1-3%的价格降幅。由于豪华车的价格弹性大于1，价格的下降会导致一些原本打算购置国产高端车型的消费者，提高预算来购买进口车，对于现如今越来越成为购车主力的90后来讲，更加开放的消费习惯将会增加汽车金融行为发生的可能性，他们更加愿意运用贷款购车，用明天的钱享受今天的生活。这将导致汽车金融的业务量上升，相信市场未来将会有更大的发展潜力。
- 央行的金融去杠杆及融资监管政策对于我国的汽车市场而言，短期内并无太大影响。由于汽车金融市场最大的参与者之一的商业银行是自有资金渠道，因而金融去杠杆不涉及商业银行的融资问题，另一参与者汽车金融公司也有主机厂为其进行注资与融资，而且由于和银行的良好合作关系，拥有较为稳定的资金来源，因而金融去杠杆动作对其也并无太大影响。商业银行和汽车金融公司在我国汽车金融市场一共占据了近85%的市场份额，因而金融降杠杆对于整个汽车金融行业短期并无过大的影响，虽然在规范市场之后，因监管趋严等多方承压，互联网汽车金融行业不断涌现清盘潮，截至今年5月底，全国在运营的互联网汽车金融平台只剩340家，这与最高超过1700家平台时的鼎盛时期形成鲜明对比，互联网汽车金融平台仅在2018年就消失600多家，互联网汽车金融行业经历了断崖式下跌的过程。但金融去杠杆及更严的监管在未来将会更加规范融资租赁行业及互联网汽车金融行业的融资渠道，行业的进入门槛将提高，获客能力及风控能力将成为融资租赁及互联网汽车金融行业的核心竞争力，有利于行业的长期良性发展。

社会环境分析——年龄结构

社会消费观念逐渐改变，未来汽车金融消费潜力巨大

随着时间的流逝，未来的消费主力将成为90后，90后是互联网的原住民，互联网的出现是他们具有更丰富的视野和更多元的资讯，也接收到了更多元的消费文化。他们的消费理念更加开放，消费水平随着逐渐步入社会拥有自己的第一份工作之后逐渐步入了较高的层次。而且，90后对所消费商品有更清晰的认识，品牌意识也更强，消费升级正好符合其心理。他们的消费观念更为开放，从小受到国外消费观念的影响，因而对于分期付款及其他不同形式的汽车金融产品有着更为开放的态度与更大的接受度。这将会推动汽车金融的进一步渗透。

2016年中国汽车消费人群年龄结构



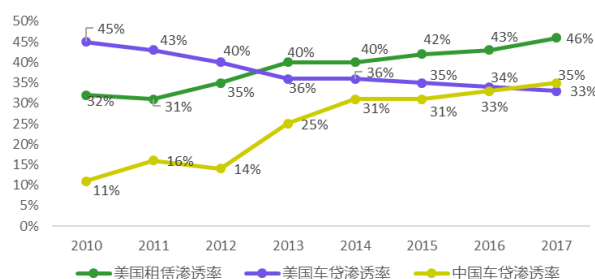
■ 90后 ■ 80后 ■ 70后 ■ 60后 ■ 50后及以前

数据来源：公开资料，鲸准洞见

社会环境分析——消费观

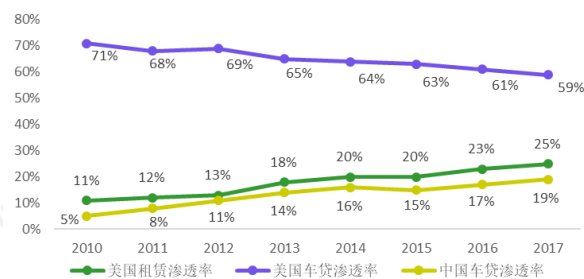
中国豪华汽车市场发展有望超过美国，豪华车车贷渗透率已达35%

中美豪华车市场租赁及车贷渗透率



数据来源：公开资料，鲸准洞见

中美非豪华车市场租赁及车贷渗透率



数据来源：公开资料，鲸准洞见

从图中可以看出，在豪华车市场中，中美两国的车贷渗透率越来越接近，差距越来越小，在2017年我国豪华车市场车贷渗透率已超过美国，并且未来有进一步扩大优势的趋势。而美国的豪华汽车租赁渗透率则处在不断上升的过程。可以看出，在美国豪华车市场，越来越多的人选择租赁豪华车而越来越少的人选择去运用车贷方式购买豪华车。而在非豪华车市场，中美车贷渗透率之间则相差较远，美国更多的人选择用车贷方式购买非豪华车，更少的人选择租赁非豪华车，中国的非豪华车的车贷渗透率大大低于美国非豪华车的车贷渗透率，甚至还比不上美国的非豪华车租赁渗透率，且仅相当于中国的豪华车的车贷渗透率的一半。这说明汽车金融在我国豪华车市场更容易渗透，一是由于豪华车品牌本身对汽车金融服务的渗透更为重视，在北京地区，某些豪华品牌的经营门店金融渗透率甚至超过80%。二是豪华车消费群体年龄阶层的下移，年轻消费群体的消费导致豪华汽车的金融渗透率上升。

还可以发现，而当汽车金融市场到了一定阶段时，一部分原本选择运用车贷购买汽车的人，会逐渐改变原有观念，改为通过租赁来拥有汽车，因为汽车在消费者心中的财产属性减弱了，消费者不再把汽车当做一种家庭固定资产来看待，而是一种代步工具，因而未来汽车租赁市场在我国也将会有很大的发展潜力。

科技环境分析——金融科技

金融科技助力汽车金融个性化发展

汽车金融已成为当前经济社会发展重要的金融业态之一，其在三方面促进了汽车金融的发展。一是通过供求分析，从而能够在供给端进行整个汽车产业的转型升级；二是通过供求分析，从而在需求端进行个性化定制与推荐，以便满足消费者的个性金融需求；三是在消费端带动整个汽车产业的消费升级。

金融科技作为近些年来出现的新技术正被广泛应用在汽车金融行业中，通过金融科技的应用，可以强化风险控制能力、缩短业务时间与流程、优化产品定价等等，这些将大大增强汽车金融企业服务消费者的效率并提升消费者的服务体验，提高企业在行业中的竞争力。

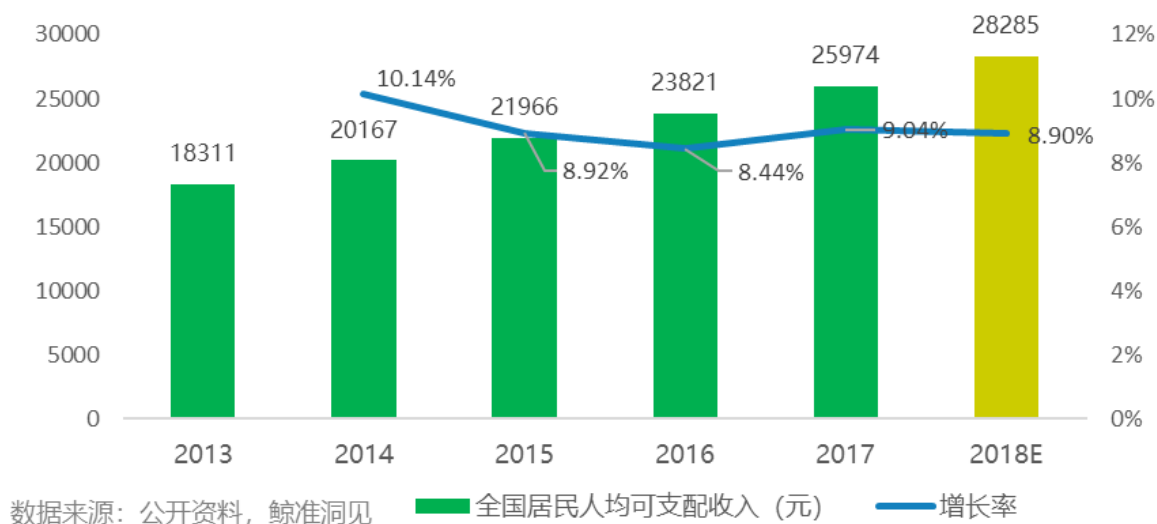
在产品定价阶段中，通过金融科技可以根据消费者的消费记录以及消费需求定制个性化的产品，从而更有针对性的对用户进行产品定价，提高销售效率及销售量。在贷前阶段，通过金融科技可以通过用户在网上的消费记录、收入水平、消费习惯以及其他相关指标开展征信调查与评级，根据每个用户的具体情况开展风控业务。在贷后阶段，通过金融科技，汽车金融行业的参与者还可以通过大数据分析技术动态观察用户汽车的使用情况，不仅可以通过GPS对用户进行资产监控，还可以根据用户的行动趋势判断其违约的可能性。

经济环境分析——收入水平

我国正经历消费升级，汽车市场进一步增长，未来汽车金融消费潜力巨大

随着近年来我国GDP的增长，全国居民人均可支配收入由2013年的18311元增长到了2017年的25974元，根据鲸准自有数据库与数据推算模型估算获得，2018年我国人均可支配收入将达到28285元，同比增长8.9%。预计到2020年我国会形成有6亿人口的中产阶级，这将是一个巨大的消费市场。人均可支配收入的大幅上涨将带动我国居民的消费升级，更多的人将会选择购买家庭的第一辆车甚至第二辆车。许多人的购车观念将由购买“刚需型”车转向价格更高的“改善型”车。随着我国居民收入水平的提高，未来我国千人汽车拥有量以及汽车消费市场的整体规模将会继续上涨。

2013-2018年全国居民人均可支配收入



经济环境分析——投融资

汽车金融行业热度较高，行业单个项目投融资额创新高

从图中可以看出，汽车金融的行业热度虽然一直在波动，但其总体是一个上升的趋势，在2018年4月有了一个较大的热度提升，在5月达到了最高值。其后虽然呈现波动下降的趋势，但整体还是处在一个热度较高的水平。

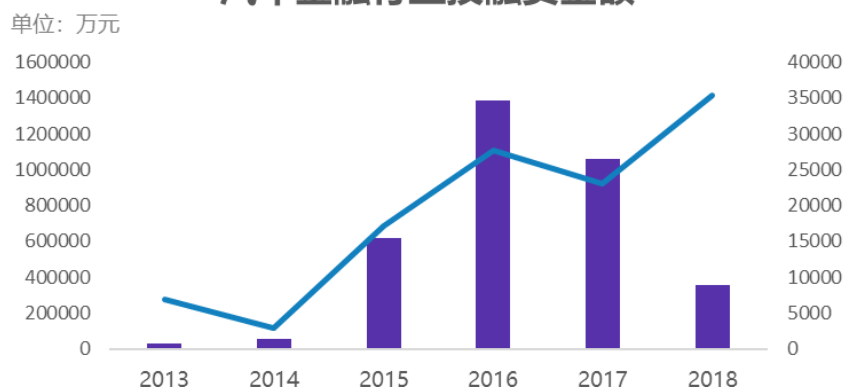
汽车金融行业热度



数据来源：鲸准洞见

汽车金融行业的投融资额在2016年达到最高，虽然在2017年稍有下降，但无论是在总额还是在平均投融资额度上，仍保持了较高的水平，尤其是在2018年，单家公司的投融资金额达到了新高，部分行业巨头公司进入到了后期融资阶段，单个项目的投融资额都创了新高。

汽车金融行业投融资金额



数据来源：鲸准数据

投融资总额 平均投融资金额

数据截止到2018年5月31日

经济环境分析——投融资

汽车金融行业2018年投融资情况

可以看出，2018年的汽车金融投融资事件主要集中的类别是针对于汽车消费者的消费金融。

项目名称	项目类别	投资轮次	投资金额
灿谷集团	汽车消费金融	天使轮	未披露
58车贷	汽车抵押贷款	天使轮	未披露
小娜汽车	车联网大数据	天使轮	未披露
中大联合汽车租赁	汽车分期	Pre-A轮	26000万人民币
瑞博恩汽车金融	汽车抵押贷款	A轮	未披露
智慧财神金融	借贷平台	A轮	2000万人民币
晴天助	小微企业借款	A轮	5000万人民币
车猫金融	汽车分期	A轮	未披露
美利车金融	汽车消费金融	B轮	9200万美元
美利车金融	汽车消费金融	B+轮	23900万人民币
爱钱帮	汽车抵押贷款	B+轮	3亿人民币
微贷网	借贷平台	Pre-IPO	40000万美元
建银汽车	汽车交易	新三板定增	1457万人民币
赢时通汽车	汽车融资租赁	战略投资	未披露
Daimler	汽车制造商	战略投资	900000万美元

CHAPTER 3

汽车金融市场参与者分析

1. 汽车金融市场参与者介绍
2. 汽车金融市场参与者发展现状
3. 商业银行
4. 汽车金融公司
5. 融资租赁公司
6. 互联网金融公司
7. 汽车保险公司

汽车金融市场参与者介绍

我国汽车金融市场主要有五类参与者， 融资渠道成为各方掣肘

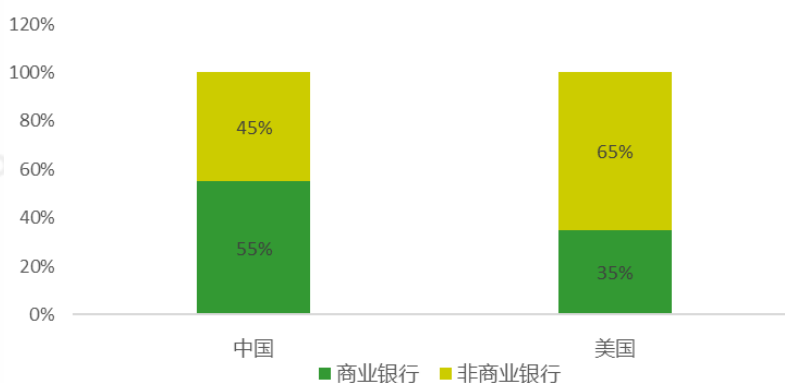
汽车金融市场主要参与者	监管单位	优势	劣势
商业银行	银保监会	自有资金成本低，产品贷款利率低，网点分布广泛	贷款审批时间长、贷款门槛高，汽车专业知识和服务专业度有待提升，对汽车方面的违约车辆处理缺乏经验
汽车金融公司	银保监会	服务专业，首付比例低，自有品牌部分车型可达零首付，贷款周期长，产品灵活度、产品丰富度较高	资金成本相对较高，但前期经过整机厂贴息补贴之后能达到低利率甚至零息产品，产品支持的品牌较为单一，有些只针对本品牌
融资租赁公司	银保监会	产品丰富度高，申请门槛低，首付比例、贷款周期和还款方式灵活，产品灵活度和选择性高	融资渠道较为单一，资金成本更高，产品利率比汽车金融公司和商业银行更高
互联网汽车金融公司	地方银监局 & 金融办	产品丰富度高，审批时间短，产品更加灵活，通过互联网更易触达到用户	面临较大的监管风险和运营风险，风险控制机制有待提高，行业起步阶段还需要更多的累积
汽车保险公司	银保监会	行业尚处在发展初期，发展潜力巨大，未来市场前景广阔	行业呈现高度集中的态势，三家主要保险公司垄断了保险行业三分之二的份额，民众保险意识尚要培养

汽车金融市场参与者发展现状

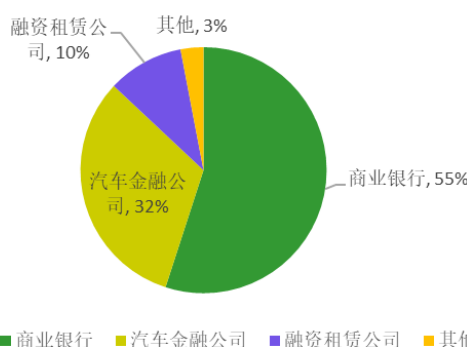
商业银行和汽车金融公司将长期占据汽车金融市场主导地位

截止到2017年年底，在我国的汽车金融市场中，商业银行（银行贷款和信用卡）占据了汽车金融市场中的55%以上，汽车金融公司则占据了市场的30%左右，融资租赁及互联网金融公司合起来占据了总市场的15%左右。可以看出，目前商业银行还是占据了我国汽车金融市场的主导位置，与国外发达国家中汽车金融公司占市场65%相对成熟的汽车金融市场中相比，我国的汽车金融公司仍有较大的发展空间。由于商业银行和汽车金融公司的发展历史较为长久，其与经销商的多年合作经历导致其地位相对更加牢固，在汽车消费者心中树立的形象也更加可靠。因而在短期以及长期之内，商业银行及汽车金融公司在汽车金融市场中仍会并会长期占有最主要的市场份额。

2017年中美汽车金融市场份额情况



2017年中国汽车消费金融市场份额



商业银行

商业银行资金实力雄厚，是中国汽车金融市场最主要的参与者

银行作为中国金融行业最主要的参与者，也是汽车金融市场的主要参与者，主要承担着资金及贷款供给等功能。由于车贷业务较传统金融业务更加分散，集中度不高，所以传统的国有银行并未过多涉足此领域。反而是一些非国有银行，如中信银行、民生银行、平安银行等股份制商业银行进入了这个领域。

股份制商业银行凭借其雄厚的资金实力进入到了汽车金融行业的各个服务领域，提供了包括汽车经销商的建店贷款、设备融资和库存融资以及对汽车消费者的消费信贷和车辆保险等服务。在汽车消费贷款方面，商业银行主要的渠道是通过消费信贷和信用卡分期两种方式来实现，对于传统经销商的渠道，商业银行可以通过资金优势降低利率，提高返利出让部分利润给经销商，但也不会对其他市场参与者的汽车消费金融产品丧失价格优势，同时也大大提高了经销商和商业银行合作的积极性。

但商业银行相较于其他汽车金融市场的主要参与者，在具有线下网点分布广，以及明显资金及利率优势的同时也具有较为明显的劣势。商业银行对于汽车价格和

截至2017年底，我国商业银行的汽车金融市场份额约为55%。虽然银行机构在汽车金融领域拥有一定优势，但如今竞争已趋向于白热化。为了探索并弥补商业银行在专业度、产品丰富度及审批时间的不足，并在产品日益同质化的今天找到新的竞争点，许多银行都做出了新的尝试，如中国光大银行在今年的6月份正式成立汽车金融事业中心，实行独立核算、独立管理、风险内嵌，相比于原有模式，将会根据汽车金融的特点。

商业银行汽车金融案例分析——光大银行汽车金融事业中心

成立汽车金融事业中心助力车贷业务蓬勃发展

成立时间 2018年6月

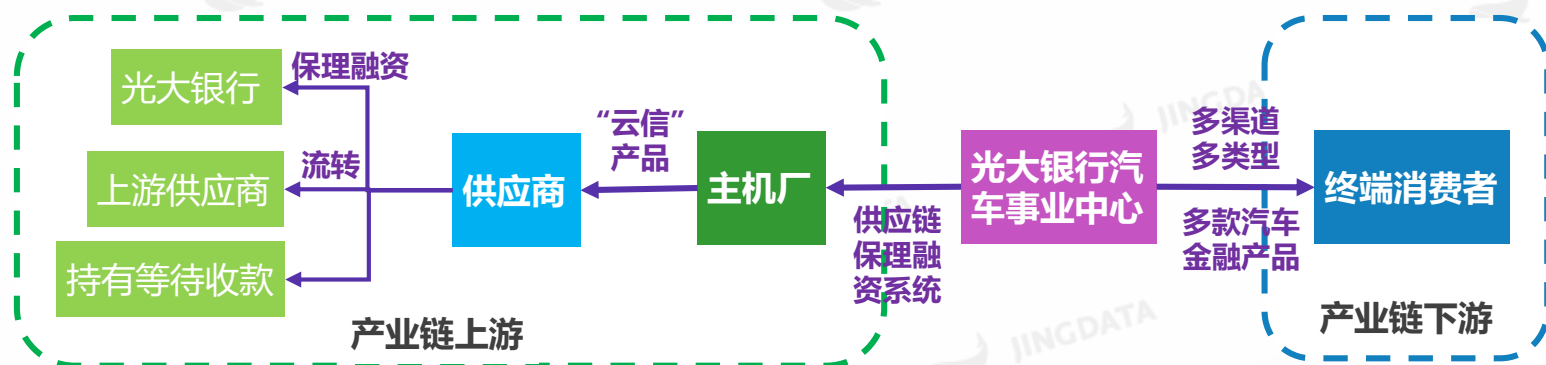
主要资方 中国光大银行

汽车金融事业中心采用事业部制管理模式，实行独立核算、独立考核、风险内嵌。

主要业务 光大银行汽车金融业务是通过分析汽车产业链上采购、生产、销售及消费等环节特点，根据其资金流、物流、信息流的流向，集成产业链上供应商、制造商、经销商、终端用户等不同客户的各类金融需求，提供的一整套金融服务。

核心数据 截至目前，光大银行已累计为1.2万余家汽车经销商及法人客户提供了融资服务，累计融资额近万亿元，2017年平均每天开票量达6.7亿元。

商业模式 汽车金融事业中心成立后，光大银行将着力打造汽车行业全链条、全流程、全线上的金融服务。所谓“全链条”是指光大银行在为汽车主机厂和经销商服务的同时，**向产业链的上游供应商和终端消费者提供延伸金融服务**。“全流程”则是表明光大银行将利用光大集团全牌照的优势，利用光大银行综合化金融服务能力为汽车产业链上的各参与方提供全流程、全方位的金融服务。而“全线上”意味着光大银行将利用自身的科技优势，将汽车金融业务的申请、审批、放款、贷后监控等环节实现全线上化，从而提高业务办理的效率，规范业务办理流程，防控业务操作风险。



汽车金融公司

汽车金融公司依靠经销商迅速崛起，成为汽车金融市场中坚力量

汽车金融公司作为汽车金融市场重要的参与者，拥有着举足轻重的地位。汽车金融公司是由汽车整机厂设立的全资子公司。汽车金融公司提供融资支持的对象一般是该品牌的授权经销商，在一定程度上缓解了经销商的资金压力。汽车金融公司由于和整机厂具有内在关联性，因而在汽车经销商网络布局、系统接入和销售政策等方面较商业银行具有较大的优势。由于前期贴息补贴，导致汽车金融公司在整车厂贴息后能够提供低利率甚至零利率的产品，因而汽车金融公司的发展扩张较为迅速。

值得注意的是，绝大部分汽车金融公司也受制于资金规模的限制，通过向商业银行进行同业拆借获取资金，并最终给消费者提供信贷支持。近年来许多汽车金融公司也采取发行ABS和金融债券的方式降低资金成本、获得长期稳定的低成本融资渠道。从汽车金融公司各项财务指标来看，随着汽车金融公司数量的不断增加以及汽车金融市场巨大的发展潜力，汽车金融公司资产规模稳步提高，盈利水平、准备金水平和资本充足水平持续向好，不良贷款率低于1.2%的行业平均水平。

截至2016年年末，我国共有25家汽车金融公司，总资产规模达到5728.96亿元。库存融资以及零售贷款是国内汽车金融公司的主营业务。库存融资为经销商建立车辆库存提供资金支持。至2016年年末，我国汽车金融公司库存批发贷款余额为922.78亿元。零售贷款为终端零售购车客户提供融资支持，至2016年年末，我国汽车金融公司零售贷款余额4265.41亿元。

汽车金融公司

注册资本前十汽车金融公司排行

汽车金融公司名称	成立时间	注册资本 (亿元)	股权结构
宝马汽车金融(中国)有限公司	2010年9月	98	宝马股份公司 58%; 华晨宝马汽车有限公司 42%
梅赛德斯-奔驰汽车金融有限公司	2005年9月	54.83	戴姆勒大中华区投资有限公司 52.2%; 戴姆勒股份公司 47.8%
长安汽车金融有限公司	2012年9月	47.68	兵器装备集团财务有限责任公司 40%; 重庆长安汽车股份有限公司 35%; 重庆渝富资产经营管理集团有限公司 7.8%; 中国兵器装备集团公司 5%; 重庆农村商业银行股份有限公司 4%
大众汽车金融(中国)有限公司	2004年8月	40	大众汽车金融服务股份公司 100%
北京现代汽车金融有限公司	2012年6月	40	现代金融株式会社 46%; 北汽汽车投资有限公司 33%; 北京现代汽车有限公司 14%; 现代自动车株式会社 7%
上汽通用汽车金融有限公司	2004年8月	35	上海汽车集团财务有限责任公司 45%; General Motors Financial Company, Inc. 35%; 上汽通用汽车有限公司 20%
福特汽车金融(中国)有限公司	2005年6月	32.6	福特汽车信贷有限责任公司 100%
丰田汽车金融(中国)有限公司	2005年11月	31	丰田金融服务株式会社 100%
一汽汽车金融有限公司	2012年1月	20	一汽财务有限公司 83%; 吉林银行股份有限公司 17%
三一汽车金融有限公司	2010年11月	19.73	三一集团有限公司 94.43%; 湖南省信托有限责任公司 3.75%; 湖南华菱钢铁集团有限责任公司 1.82%

汽车金融公司案例分析——上汽通用汽车金融公司

中国汽车金融行业首家合同量突破百万的汽车金融公司

成立时间 2004年8月

注册资本 35亿元

主要资方 上海汽车集团财务有限责任公司占45%，General Motors Financial Company, Inc. 占35%，上汽通用汽车有限公司占20%

主要业务 上汽通用汽车金融业务包括为个人及公司提供购车贷款、为汽车经销商提供采购车辆贷款和营运设备贷款(包括展示厅建设贷款和零配件贷款以及维修设备贷款等)在内的汽车金融服务。

核心数据 2017年，上汽通用汽车金融全年新增零售贷款合同达100.8万单，成为中国汽车金融行业首家实现当年合同量突破百万的汽车金融公司。截至2017年末，上汽通用汽车金融资产总规模1064.45亿元，净资产130.7亿元，各项贷款余额872.13亿元；2017年，上汽通用汽车金融营业收入61.74亿元，净利润26.04亿元。2015年、2016年和2017年，上汽通用汽车金融不良率分别为0.34%、0.17%和0.08%。

商业模式

1. 零售贷款业务

上汽通用汽车金融的零售汽车抵押贷款业务包括对个人及公司客户的购车贷款，贷款期限从11个月到60个月不等，主要类型包括等额本息、等额本金、智慧贷款等。个人客户最高贷款额为不超过车价的80%，企业客户不超过70%。

截至2017年底，零售汽车抵押贷款业务存量合同笔数1500737笔，当年新增合同超100万笔，存量合同和新增合同笔数分别比2016年末增长17.94%和22.67%。

2. 批发贷款业务

上汽通用汽车金融的批发贷款包括为汽车经销商提供采购车辆贷款和经销商展厅贷款，其中车辆采购贷款一般为6个月以内的短期贷款，经销商展厅贷款期限一般为36个月。

截至2017年末，批发贷款总额为209.61亿元，同比上升15.3%，其中，经销商零配件贷款总额为3.21亿元。批发贷款业务已遍及全国319个城市，主要覆盖上汽通用旗下的全部品牌以及上汽通用五菱品牌。

融资租赁公司

我国汽车融资租赁业务发展尚不成熟，有待市场长期培育

汽车融资租赁公司是指出租人对承租人对于车辆品牌、配置等特定要求，出资向经销商购买车辆，之后再转租给承租人使用，承租人分期向出租人支付租金，在租赁期内车辆的使用权归承租人，所有权归出租人。租期到期后，当承租人租金支付完毕并且按照融资租赁的合同进行履约后，承租人再以一定的价格购买车辆，车辆的所有权和使用权均归承租人所有的一种商业模式。如果承租人选择不购买车辆，融资租赁公司将负责处理汽车残值。

汽车融资租赁具有多种业务形式，如售后回租、直接租赁、杠杆租赁、委托租赁、转租赁等，但其当前的主要业务有回租和直租两种模式，当前的汽车融资租赁业务有80%左右是售后回租。2017年以来，汽车直租模式正成为越来越多汽车融资租赁公司试水的对象。相比回租模式金融利差为主的单一盈利模式，直租模式的利润率更高，利润空间也更大。但直租也存在着获客成本和人工成本高等问题，同时考验着各个公司的车源价格优势、仓储物流成本以及资产管理能力。

我国的汽车融资租赁业务相比于国外发达国家尚不成熟，汽车融资租赁市场整体规模较小，根据鲸准自有数据库与数据推算模型估算获得，截至到2017年年底，我国汽车融资租赁在汽车金融行业的渗透率达到了4%，同年我国汽车金融渗透率达到了40%。预计到2020年我国汽车金融渗透率将达50%，融资租赁的渗透率将达到8%。但相比于美国80%的汽车金融渗透率中，有近50%为融资租赁，其余的为普通汽车贷款，较发达国家仍相差甚远。

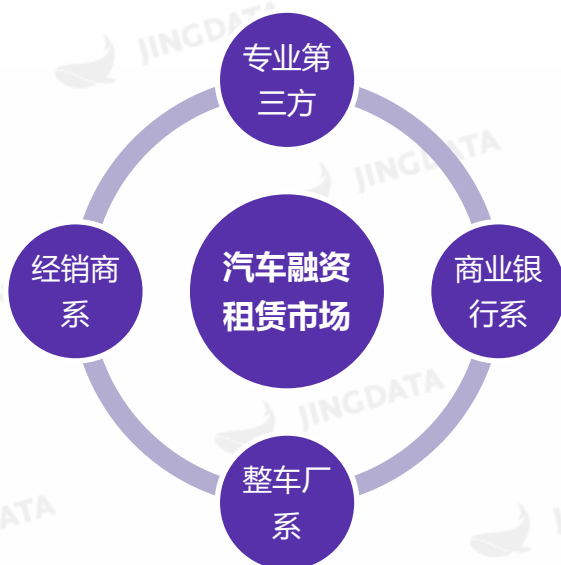
融资租赁公司

我国汽车融资租赁市场可以分为四类融资租赁公司

汽车融资租赁市场可以分为四类融资租赁公司，分别为第三方专业汽车融资租赁公司、商业银行系汽车融资租赁公司、整车厂系汽车融资租赁公司及经销商系汽车融资租赁公司。

- 专注融资租赁业务
- 为客户提供专业高效快捷的服务
- 业务经验丰富，流程高效
- 专业人才储备足，人才专业度最高
- 网点覆盖度具有劣势

- 较强的线下销售网点覆盖能力
- 与消费者有更多的接触机会
- 更容易了解到消费者的消费需求



- 雄厚的资金实力，较低的资金成本
- 产品有一定的价格优势
- 汽车业务方面专业度较低
- 信用审批流程相对较长

- 拥有整车生产制造能力
- 具有充足的车源及较低的车辆出厂价格
- 具有更加专业的汽车检测能力
- 可以进行二手车回收服务实现二次销售收益

融资租赁公司

五点因素制约我国汽车融资租赁公司未来发展

然而汽车融资租赁公司在发展的时候也受到了很多因素的制约。

一是登记制度不完善。全行业缺乏统一的登记制度，信息的不流通导致可能存在租借到的汽车之后有多次抵押的情况发生。

二是缺乏完善的信用评估体系。许多汽车融资租赁公司尚未接入央行个人征信系统，导致信用评估能力差，且违约后不会被记录到征信中，不会对个人造成明显损失，惩罚措施的缺失导致整体坏账率偏高，不利于整个行业的发展。

三是现有的汽车融资租赁公司缺乏专业人才。汽车融资租赁业务在我国还属于朝阳行业，我国汽车融资租赁在汽车行业的金融渗透率也仅有4%左右，公众对融资租赁的了解度还不高，因而很多相关从业人员要不就是技术专业型但是不懂金融服务营销，要不就是专于金融服务营销而不懂技术，专业人才的缺失大大降低了汽车融资租赁公司的行业竞争能力。

四是二手车评估体系不健全。由于二手车评估标准的缺乏，整个汽车融资租赁行业没有一个完整权威的评价体系，导致二手车价值评估上下价格的波动性比较大也比较随意，易出现评估师个人加价或压价的可能性，抑制消费者购买二手车及融资租赁公司经营的热情。

五是新车渠道问题。以“整车厂+经销商”的商业模式一直持续至今，而作为整车厂“亲儿子”的经销商势必会得到热门畅销车型，而一些相对不畅销的车型则会由汽车融资租赁公司来进行处理销售。由于车型的相对单一匮乏，这就造成了客户群体不广泛的问题，只有那些对车型相对不敏感的“强刚需”一族才会有更大的比例选择融资租赁公司，而随着我国消费升级及90后新一代消费主力的消费观念的改变，“强刚需”一族的比例会越来越小，这将对融资租赁公司的业务造成挑战。

融资租赁公司

我国汽车融资租赁市场将由售后回租为主逐渐转为回租与直租平分天下

融资租赁主要分为售后回租和直租两种模式，目前相对更为流行的模式是售后回租，约占整体融资租赁比例的80%左右。但近些年直租行业发展十分迅速，目前已占据汽车金融行业中1%的市场份额，并保持年均40%-50%的增长速度，预计到2020年，可以达到3%左右的市场份额。届时，直租将占到融资租赁公司业务中近二分之一的比例。

汽车售后回租交易示意图



汽车直租交易示意图



融资租赁公司

汽车直租与售后回租优劣势分析

汽车直租交易优劣势

优势

- 汽车登记在租赁公司名下，违约风险更可控。
- 避免了可能产生的二次抵押风险。
- 公司将提供更加多样化的可选择的服务。
- 批量购车**议价空间更大**。
- **盈利空间更大**，除了赚取金融利差，还可以赚取汽车批发价差、装饰利润及保险返点等。

劣势

- **租赁公司需承担**车辆违章或损坏所造成的风险。
- 资产出租服务将增加融资租赁公司的管理成本。
- 二手车存在着**残值贬值风险**。
- 由于汽车登记在融资租赁公司名下，我国汽车消费者的接受度较低。

汽车售后回租交易优劣势

优势

- **车辆登记在承租人名下**，融资租赁公司所承担的事故和损坏所造成的风险更低。
- 相比于直租我国汽车消费者**接受度更高**。
- 消费者可以利用购车款与分期的价差来进行**短期的部分融资**。

劣势

- 回租盈利空间更小，只能通过**金融利差赚取**。
- 由于车辆登记在承租人名下，增加了**二次抵押的风险**。
- 由于车辆登记在承租人名下，当承租人出现财务违约时，汽车将可能作为承租人的私人财产被强制执行。

汽车融资租赁公司案例分析——平安租赁

立足集团原有技术，增强同行业合作， 开拓融资租赁新市场

平安租赁
PING AN LEASING

成立时间 2013年1月

主要资方 中国平安保险（集团）股份有限公司全资子公司

核心业务 设备租赁、售后回租、转租赁、杠杆租赁等

核心数据 截至2017年年底，平安租赁资产规模突破1770亿元，员工数量超过1900人，本年度营业收入超过98亿元。

商业模式

1. 汽车零售融资业务
 - 结合平安优势资源，挑选优势本地代理商，规划建设标准服务团队，制定一系列标准服务流程、激励体制及管理工具，保障提高服务效率、服务质量。在战略布局和合作定位上形成双赢模式。
 - 与第三方评测机构共同建立二手车评价体系，帮助平安识别事故车，进一步保障二手车资产质量。挑选平均从业年限大于五年的专业评估人员组成二手车评估团队。
2. 汽车零售直租业务
 - 入住“平安金管家”并加以线下业务员贴身服务推荐，建立线上加线下获客体系。
 - 同时和汽车之家开展产品合作及用户导流，推出0至1成低首付的新车产品吸引客源。
 - 与平安产险进行合作打造一站式汽车金融服务。
 - 开发出反欺诈模型，实现自动预审批，搭建智能风控体系，通过大数据智能筛选技术识别。

企业优势

- 依靠平安集团强大的技术资源，平安租赁在业内率先使用电子签约、提升服务效率及客户体验。
- 依靠平安保险所累积的风控经验，形成以大数据+高科技相结合的风控体系，进一步提高风控能力，降低逾期率，为公司业务的高速发展保驾护航。
- 依靠平安集团强大的资金实力，降低资金价格，实现更低的产品价格，增强自身市场竞争力。

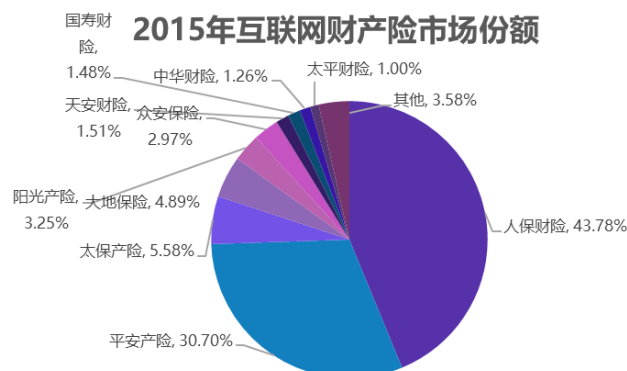
汽车保险公司

头部效应明显，行业前三占据80%市场份额

汽车保险在我国也有了很长时间的的发展历史，但一直处于萌芽状态，近些年来我国居民消费升级，越拉越多的人开始关注自己的财产安全问题，而保险就是最好保障财产安全的方法之一，由于汽车是我国家庭中的重要资产，汽车也越来越成为家庭中不可或缺的一部分。因而汽车保险也在整体财险体系中占据越来越重要的地位，自2000年以来，汽车险在财产险中的比例就一直大于60%，收入占比也大于60%。

从2014年开始，互联网渠道开始发力汽车保险。在2014年，腾讯、阿里、平安合资50亿成立的第一家互联网保险公司——众安保险，从此互联网保险公司进入到了人们的视野。

在商业车险历经了2013年和2015年两年改革之后，在2018年3月13日保监会于对保险公司下发了《关于调整部分地区商业车险自主定价范围的通知》，规定我国七个省的财险公司可在规定的范围内拟订商业车险自主核保系数、自主渠道系数费率调整方案。这标志着商业车险又迈出了市场化的重要一步。但本次两大系数调整范围下降，意味着车均保费的进一步下降。在消费者得到实惠的同时，保险公司之间的竞争也将更加激烈。本次改革后行业竞争将进一步加剧，大型公司的竞争优势将更加明显，而中小公司艰难，将加速亏损，马太效应将进一步扩大。



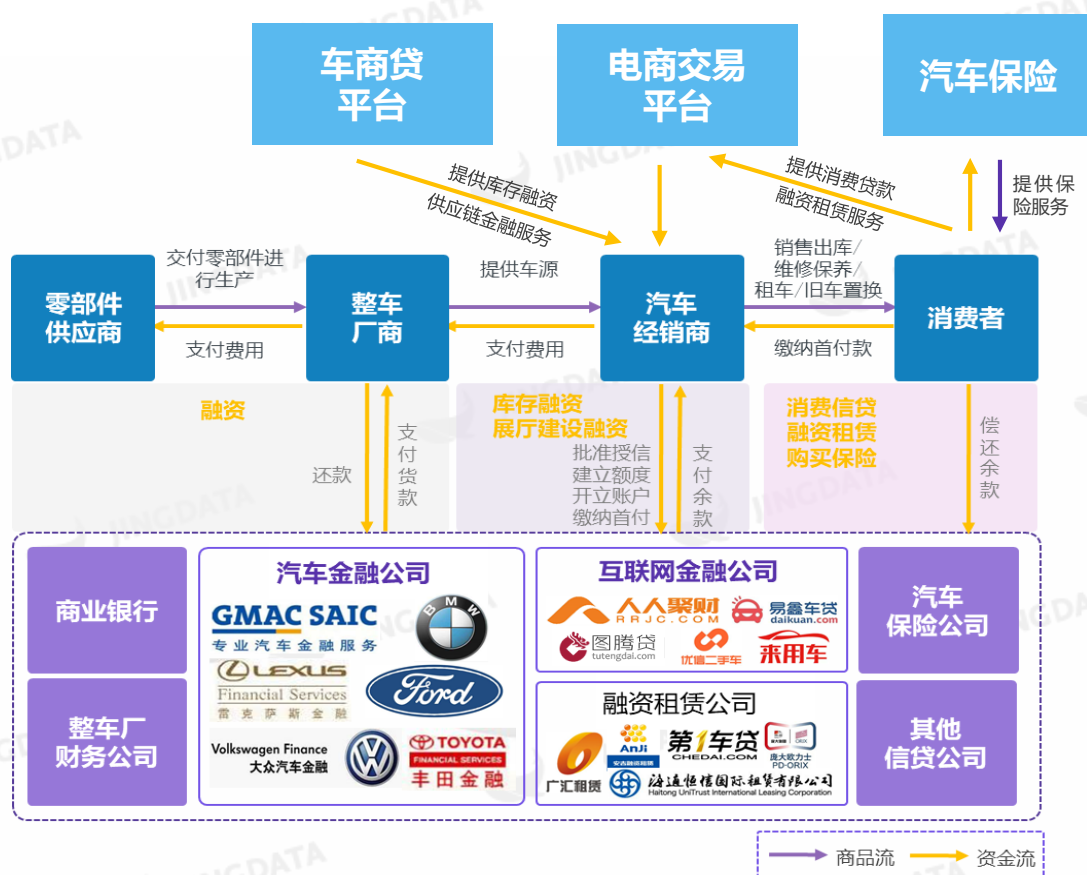
数据来源：中国保险行业协会，鲸准洞见

互联网汽车金融公司

近年兴起蓬勃发展，涵盖汽车金融产业链中的各个环节

互联网汽车金融公司是近几年才兴起的汽车金融形式，是通过互联网渠道开展的汽车金融服务，其基本形式内容与传统金融相同，但其入门门槛更低，打法更加灵活，产品更加丰富，渠道更容易获取，利用互联网平台提升了汽车金融的效率。

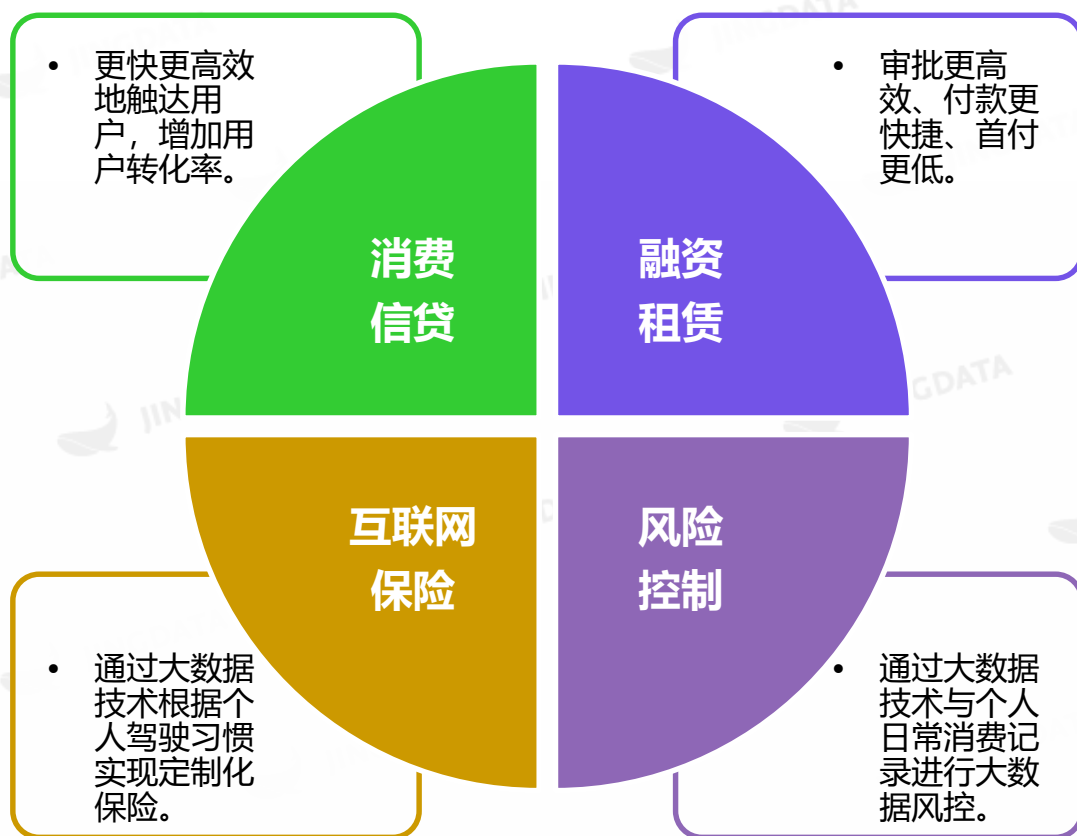
互联网汽车金融涵盖了汽车金融产业链中的各个环节，但其主要存在汽车整车销售及之后的阶段。目前包括车商贷、电商交易和汽车保险等平台。



互联网汽车金融公司

赋能汽车金融，通过互联网平台提高汽车金融全产业链效率

互联网汽车金融有四大优势：第一是汽车资产流动性强，交易成本低处置便利；第二是额度较小，周期灵活容易被借款人和投资人所接受；第三是触达灵活，在移动端进行交易更容易增加客户的触发率；第四是车贷业务易于标准化，利于规模化和风险控制。



互联网汽车金融公司案例分析——麦田汽车

汽车新零售和新金融科技平台，赋能车商与经销商，消除行业信息不对称



成立时间 2015年

团队成员 潘跃源，创始人

2006年毕业于浙江大学，曾先后在银行、安信资产管理、中安金控及连诚汽车任职，积累了丰富的汽车金融从业经验与创业经验。从连诚汽车离职后创立汽车新零售和新金融科技平台麦田汽车。

核心业务

- 为车商及经销商提供系统支撑
- 研发车贷SaaS系统管理数百亿车贷
- 服务新车、二手车按揭，融资租赁和车抵押贷款

商业模式

- 合作伙伴分为4S店，二级经销商以及有展厅的二手车商。
- 麦田汽车输出风控、车商输出消费场景，资方输出资金。
- 利用现有合作车商门店的汽车，提供汽车金融工具实现消费者快速决策买车、车商快速卖车的功能。
- 开发平台APP实现订单可视化、财务流程可视化以及交易全流程可视化。

企业优势

- 对汽车场景了解，拥有管理上百亿资产经历，核心团队成员来自各大汽车金融相关公司，并有十年以上的从业经验。
- 具有自研APP和SaaS资产管理系统。
- 新车合作商覆盖一二线超过2.8万家4S店和三四线超过13万家二网经销商。

互联网金融公司案例分析——来用车 “以租代购”汽车金融平台



成立时间 2015年

融资情况

- 2015年12月 天使轮 1000万人民币
- 2016年12月 Pre-A轮 1000万人民币
- 2017年8月 A轮 1亿元人民币

主要资方

- 天使轮 未披露
- Pre-A轮 金融圈、德晖资本、IDG资本
- A轮 美利金融、金科文化、星奕资本

团队成员

陆雨泉, CEO

曾担任证大e贷互联网事业部总监；曾供职于大型股份制银行及宜信，曾任人人贷风控总监。共鸣科技CEO、北京证大向上网络科技有限公司创始人及CEO。从向上360离职后创立互联网汽车直租平台来用车。

核心业务

汽车直租业务

核心数据

截至2017年8月，累计为4000多个家庭和用户提供了购车服务，公司累计交易金额已超3亿，在天猫618大促中，三日交易额即破2200万。来用车在营门店60家，业务覆盖全国20个省市。

商业模式

- 与保险公司和世界五百强建立合作，作为资金来源与增信渠道。
- 建立采购及供应链体系，集中采购为主、地方采购为辅。
- 线上渠道和天猫、京东、国美等平台进行合作，同时也打造自己的线上平台。

企业优势

- 线下与互联网相结合，既弥补了传统汽车的款方式效率较低的问题又能在线下快速触达到用户。
- 汽车直租行业内最早做集中采购与供应链管理的公司之一。
- 有前期大量黑数据作保障，后期风控能力将会提高。

互联网金融公司案例分析——图腾贷

立足原有业务，转型融资租赁等业务



成立时间 2014年

融资情况 2016年8月 A轮2000万人民币

主要资方 天鸽互动、泰岳梧桐资本、珠海神州泰岳投资管理有限公司

团队成员 罗润超，董事长

毕业于湖北警官学院，专注金融行业多年。2013年创办成都正大信融投资有限公司，专注于互联网金融以及贷款咨询中介服务，为数以万计的小微企业解决了资金难题。2014年创办图腾贷，现已发展为国内知名的互联网汽车金融信息服务中介。

核心业务

1. 车抵贷：图腾贷车辆抵押贷款，通过专业的评估师及第三方数据评估出准确的车辆价值，并签订合同形成债权，抵押安装GPS实时监控。
2. 新车直租：图腾贷关联公司与客户签订长期租赁协议，承租人使用车辆成为知名O2O平台的专车司机，O2O平台每月为专车司机提供海量订单，借款司机以运营收入作为每月租金还款来源。
3. 未来通过投资入股及并购其他公司增加融资租赁、以租代购产品的比例。

核心数据

拥有超过10万客户，现有116家线下门店，线下门店单月成本2000万，流水2-3亿元。转型后成本将控制在每月300万元，包含200万元人员成本与100万元资金端及P2P技术研发费用。

商业模式

通过线下门店获客并签约，通过和58同城、一号车等平台合作，加强线上获客能力，之后将客户引流到实体店进行签约。加强继续巩固目前车抵贷的市场，深入挖掘老客户，解决10万用户的再贷款需求。增强以租代购、融资租赁的比例，做更安全更稳健有场景的金融板块，通过资金+服务+入股的方式把对手变成公司的合作伙伴，参与到新的板块中。

企业优势

- 2017年6月与江西银行合作的资金存管系统正式上线。
- 和四川绵阳100多个乡镇合作，开设村镇汽车服务网点。
- 转型后整体成本下降了近五倍。

CHAPTER 4

未来汽车金融发展趋势

1. 潜力领域
2. 市场层面
3. 公司层面

潜力领域——新能源汽车金融

新能源汽车潜力无限，销售模式改变将助推销量增长

新能源车的定义为采用新型动力系统，完全或者主要依靠新型能源驱动的汽车，包括插电式混合动力(含增程式)汽车、纯电动汽车和燃料电池汽车等。

2017年11月，央行与原银监会联合发布了《关于调整汽车贷款有关政策的通知》，宣布自2018年1月1日起，自用新能源汽车贷款最高发放比例为85%，商用新能源从2013年开始的新能源汽车补贴虽然在近些年由于“骗补”等不良影响，使国家降低了补贴力度，但是可以相信，这项延续到2020年的新能源汽车补贴政策将会继续对新能源汽车的销量起到利好作用。

2018年6月底，备受业界瞩目的吉利/长安混动系统服务商科力远CHS佛山工厂正式投产。作为中国节能与新能源汽车产业端到端的服务商，科力远旗下CHS将佛山基地作为节能与新能源产业布局的重要一步棋。总投资约100亿元的佛山工厂总规划100万台/套产能，此次投产产能为10万台/套。其将带动国内自主混动汽车产业链从原材料、电池、动力系统到整车的飞速发展，起到龙头引领作用。相信在未来，混动车型将代替现在更为火爆的纯电动汽车成为未来汽车销售市场及汽车金融市场的新引擎。

现在

未来5年左右

- **C2B市场**
- 经销商等**线下渠道占据主流**，消费者去线下店铺进行汽车选购
- 看型号、选颜色、听发动机

新能源汽车

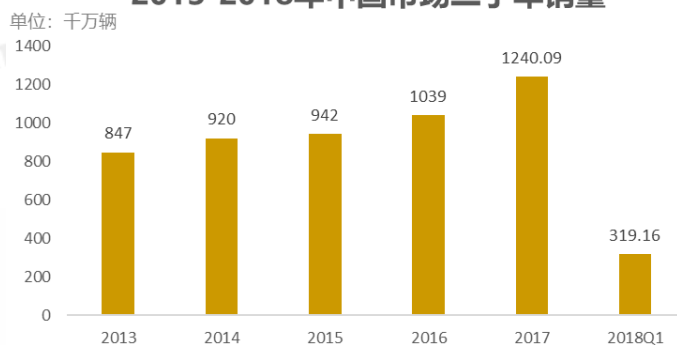
- **B2C市场**
- 蔚来、威马等一半以上的新能源车销售**来自于线上**
- **车辆标准化程度高**，一个品牌仅有三四款车型，消费者在线选配置即可
- 互联网销售增加企业的营销效率与获客效率

潜力领域——二手汽车金融

二手汽车金融市场前景广阔

近年来，中国二手车市场增长势头强劲，从2010年到2017年，交易总量从2010年的385万辆增长到了2017年的1240万辆。而2018年的交易总量有望突破1400万辆，增长15%~20%。而在2020年，二手车市场的交易总规模有望突破2000万辆，国内汽车消费者将由“刚需”转换为“改善”，新车与二手车市场的比例关系将会接近1:1。

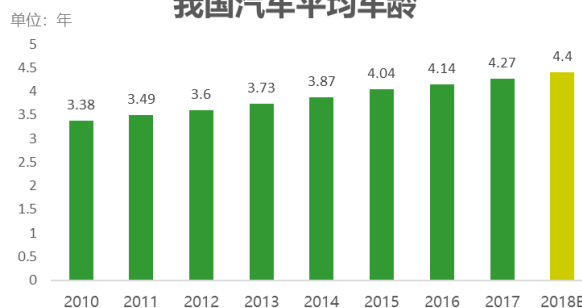
2013-2018年中国市场二手车销量



数据来源：中国汽车流通协会

在2017年11月，央行与原银监会宣布自2018年1月1日起，二手车贷款最高发放比例为70%，这将对二手车金融产生较大的利好。二手车的金融渗透率将会有一定程度的上升。预计到2018年年底，我国的平均车龄将达到4.4年，到时二手车市场将会有更多被淘汰的二手车等待买卖。

我国汽车平均车龄



数据来源：中国汽车流通协会，鲸准洞见

现如今有更多的互联网二手车企业将目光投入到了这块刚刚兴起的领域中，如优信二手车、人人车等企业，更是投入巨资打入二手车金融领域，相信在不久的未来，将会有更多的机会等待着被挖掘。

市场层面

公司间合作加强产业服务能力，将增强未来行业内竞争力

为了布局汽车金融全产业链，增强本公司的竞争力，强化自己在产业链中的优势地位，预计将会有更多的公司寻求产业内以及产业间的合作，进行优势互补，强化在各自行业中的优势地位。汽车金融行业中公司间的合作可以分为同业合作和跨界合作两种。

汽车金融行业中的同业合作更加强调汽车金融产业链内的优势互补，强化各自优势，在有能力的范围内尽可能的拓展公司的产业链。



来用车

+

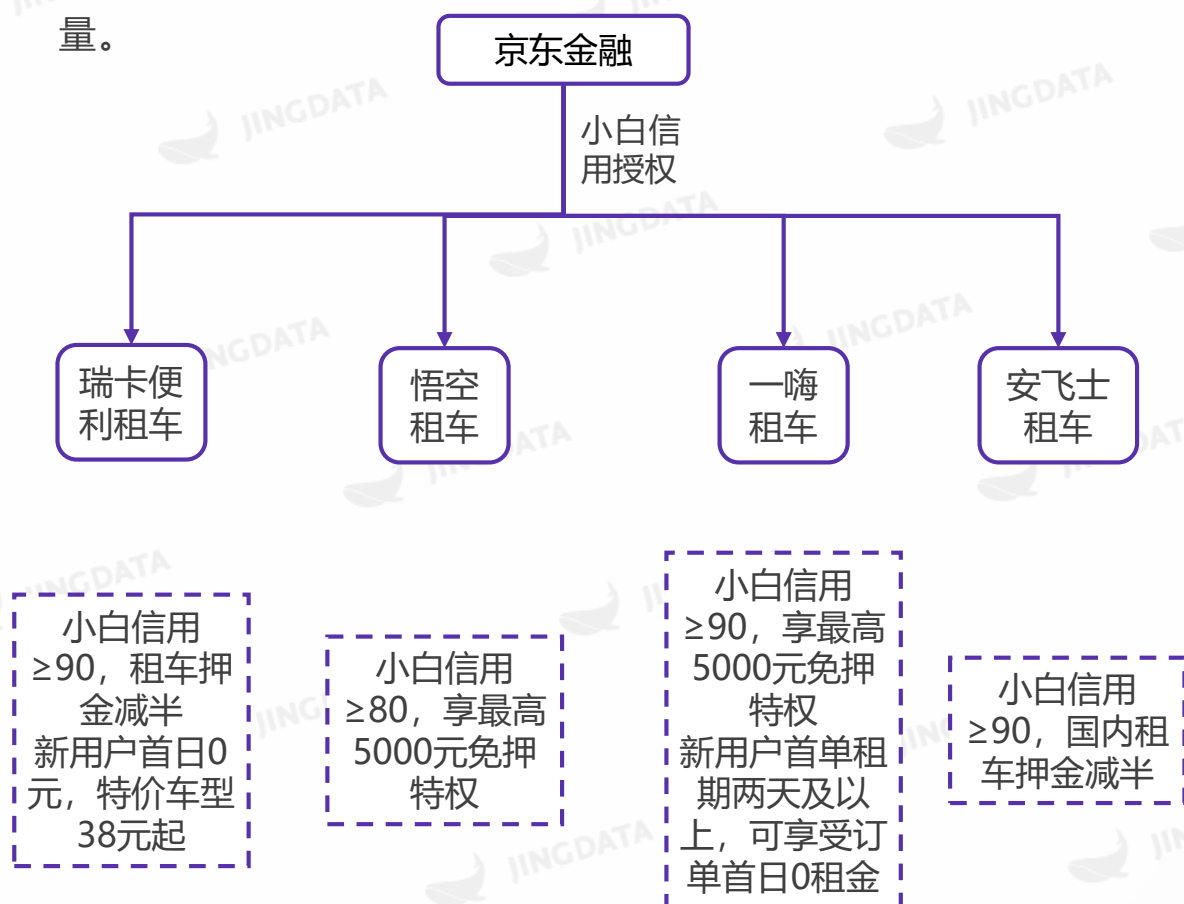
卖好车

- 强化供应链管理及整体业务
- 组织架构升级
- 扩大自身基础设施建设
- 新产品的迭代研发
- 提高核心算法，增强数据商业价值，为汽车经销商创造更好的服务体验与使用场景

市场层面

公司间跨界合作改变传统商业模式，提高汽车金融服务效率

汽车金融行业中的跨界合作也是当下十分流行的合作方式之一，而随着汽车金融行业日渐同质化，跨界合作的趋势也越来越明显。跨界合作不仅会令原本的汽车金融产业链有新的想象空间，也可令汽车金融的商业模式发生变化。如京东通过京东金融推出了小白用车，其合作厂商包括瑞卡便利租车、悟空租车、大方租车以及安飞士租车，通过京东的小白信用授权，用户都可以享受到押金减半甚至免押租车的优惠。信用授权提高了审核效率，也一定程度上降低了风险，消费者可以以更短的时间，更便宜的价格租到心怡的车，这大大提高了客户的积极性以及汽车的流动性，有利于企业的业务开展，也增加了企业的获客渠道以及企业的业务量。



公司层面

全产业链公司生态化程度高，未来将占据行业主导地位

和很多消费型行业一样，未来的汽车金融市场将向着集中化的程度发展，唯有拥有了优质的服务、完备的业务线、强大的物流能力，具有服务绝大多数甚至所有汽车金融消费者能力的公司才能最终存活。

当然，拥有全产业链服务能力也是其中重要的一部分，这代表着企业抗外部冲击能力强，当一个企业的业务能形成一个闭环时，也代表着这个企业真正构建了自己的生态链。这就如同小米公司的米家生态链，通过手机构成生态链的入口，通过各种智能家居设备来构成米家智能家庭生态链闭环，客户如果购买了其中的一件智能家居，就会有更大的概率继续购买整个生态链闭环中的其他产品。如果企业可以做成产业链闭环，从汽车产业前端生产到销售端再到汽车后市场，将会在这个市场中具有极大的竞争力与抗外部冲击力。

2017年6月29日，易鑫集团发布生态化战略，推出面向C端的个人汽车服务品牌“淘车”，为消费者提供涵盖选、买、卖车及车辆增值服务等在内的一站式交易体验，意味着从汽车金融切入的易鑫，正在打造一条完整的汽车电商生态链。同样，花生好车目前正在给门店配置售后维修人员，希望可以将汽车后市场的维修业务纳入囊中。企业开始向产业链两端渗透，这样可以获得更大的利润。

随着《汽车销售管理办法》的出台，汽车经销服务门槛大幅降低，这使汽车金融服务商为客户提供包括买车和后市场在内的相关服务成为可能。尤其逐渐成为融资租赁主流的直租更考验金融主体全生命周期的服务能力，因为直租车辆的所有权是租赁公司，这时金融服务就变成‘金融服务+资产管理’，如若全程服务不到位导致残值无法保证，二手车辆将难以处置。

鸣谢单位 (按拼音排序)



来用车



麦田汽车



图腾贷



易车

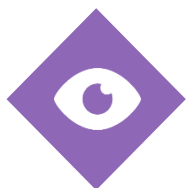


中骏资本



数据掘金

依据JINGDATA数据库内60万优质项目，上百种数据维度，从行业、地域、资本等多个维度进行数据深入挖掘。



创投洞见

7年创投领域深耕，一线投资人、优质创业者人脉积累，对创投领域进行深入洞察。



行业剖析

各领域资深分析师多年行业持续积累，定性定量结合对行业进行深入剖析。

JINGDATA • 数据报告

- 创投数据分析报告
- 行业深度分析报告
- 商业化定制报告
- 标准定期报告
- 政府双创报告

JINGDATA介绍-产品&数据

智能金融 数据服务 提供商



一级市场交易对接平台

私募投资 管理系统 提供商

关于JINGDATA

数据来源





JINGDATA

————— 行业领先的金融信息服务商 —————



扫码试用JINGDATA产品

JINGDATA是36氪集团旗下国内领先的一站式金融数据研究服务平台，收录国内外金融市场最新最全的投融资数据，针对创业者、投资人、投资机构、银行、券商等金融市场从业人员，推出投融资信息对接平台 JINGDATA • 对接平台；数据+终端 覆盖募投管退全业务流程的投资管理系统 JINGDATA • 资管；一站式全领域商业数据查询平台 JINGDATA • 洞见三款产品。