

新形势下融资租赁发展策略

——以主机厂融资租赁企业为例

刘红艳

一汽智行国际租赁有限公司 吉林 长春 130001

[摘要]近年来,随着国家对“碳达峰、碳中和”等工作加速推进,作为国民经济发展支柱的汽车行业不断优化创新,绿色智慧出行成为该产业未来发展的主要方向。在蕴藏巨大商机的外表下,与之配套的汽车融资租赁企业转型升级也面临着新的挑战。因此,如何有效激发窗口期汽车融资租赁企业能力成为解题关键。本文从产业与金融深度融合的角度阐述了汽车融资租赁企业发展的困境并提出相应策略,对汽车融资租赁企业发展具有重要的现实意义。

[关键词]新形势;融资租赁;主机厂

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.02.1970

1. 汽车融资租赁概述

根据2008年中国银行业监督管理委员会发布的《汽车金融管理公司办法》的描述,汽车融资租赁业务是指汽车金融公司以汽车为租赁标的物,根据承租人对汽车和供货人的选择或认可,将其从供货人处取得的汽车按合同约定出租给承租人占用、使用,向承租人收取租金的交易活动。这种融资租赁方式已成为一种国际流行的新车销售模式。

目前国内汽车融资租赁主要分为售后回租和直接租赁两种,汽车融资租赁使得使用权与所有权相分离,不再是单纯的汽车金融,而是定义了一种全新的汽车拥有方式。

售后回租的参与方只有两方,即出租人和承租人。汽车的所有权人将汽车出售给融资租赁公司,然后通过融资租赁公司签订售后回租合同,按约定的条件,以按期交付租金的方式使用该汽车,直到还完租金重新取得该汽车的所有权。这种融资租赁方式被各大主机厂应用最为广泛,极大提升承租人的现金流^[1]。



图1 售后回租流程图

直接租赁是融资租赁的最简单的交易形式,出租人根据承租人对出卖人、汽车的选择,向出卖人购买汽车,提供给承租人使用,并向承租人收取租金。

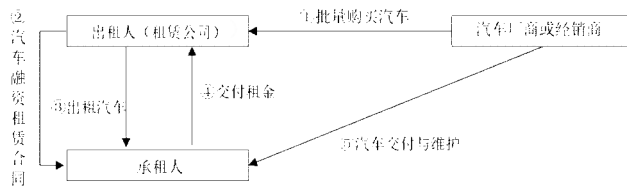


图2 直接租赁流程图

2. 汽车融资租赁发展趋势

汽车产业新四化转型趋势及客户消费需求升级趋势,重构汽车产业发展并驱动车企创新交付方式,这就促进了充电设备、智慧停车等领域融租需求增加,金融场景增多,数字化进程持续加快,产品定制需求增加,产业协同进一步深化。各主机厂纷纷布局融租公司,基于产业资源整合的、以“金融+销售+生态”为特点的新型融租模式有望突破。如集成产业资源、客户数据信息收集、经销商赋能转型及延伸后市场等。

汽车金融市场中融资租赁增长势头迅猛,市场份额和融资租赁渗透率不断攀升,新出行、新能源、二手车等细分市场融租机遇增加。

汽车产业转型加快、生态融合加深,为汽车融资租赁带来更丰富的需求场景和更广阔的增长空间,也对其在产融结合、模式创新、利润贡献等方面提出更高要求。

3. 汽车融资租赁企业存在的问题

一是融资租赁监管领域趋严。银保监会近几年先后发布了《融资租赁公司监督管理暂行办法》、《融资租赁公司非现场监管教程》等文件,各地监管机构不同程度发布相应实

表1 新型领域区域预测

	机会	策略
狭义出行	网约车和经营租赁崛起,平台和运力公司成为重要B端市场	加大B端合作 联合拓展C端
新能源	新能源产业发展蓬勃,激发车辆、电池、充电设备融资等契机和需求	大力发展 稳健创新
二手车	规范成熟二手车融资模式尚未形成,主机厂二手车融租发展空间较大	稳健挖潜 形成能力

施细则，规范各融资租赁公司展业同时也限制了部分经营权。二是融资租赁企业传统业务增长乏力已经显现。目前，各家融资租赁公司虽然初步形成了一定的规模和可持续性，但与银行业、汽车金融公司相比，受其融资成本、产品因素等影响，成熟业务规模发展空间有限。

三是风险防控的隐患和压力逐步加大。汽车融资租赁公司多集中在2018年前后陆续成立，由于业务结构和客户属性的原因，风险逐步集中暴露。部分零散且风险偏好较低的融资租赁公司在面对业务整改、风险暴露、加大准备金计提等多重压力下，面临退出市场的风险。

四是汽车产业新趋势带来的转型压力。作为融资租赁载体的汽车逐步电动化、智能化及网联化，这就需要针对新能源、二手车及后市场配套融租模式及产品供应及时，否则不仅未能拐点弯道超车，而且还会被转型升级造成淘汰^[2]。

3. 汽车制造业产融结合发展的建议策略

3.1 顺应主机厂从制造企业向出行企业转型发展趋势，提供定制化融资租赁服务。一是融入出行战略，以金融组合拳方式助力汽车出行全生态链条发展，推动主机厂汽车销售，赋能运力单元及平台上车融资支持，助力出行发展；二是强化风控手段，建立互联互通的风险联控机制，在租前、租中和租后形成闭环管理体系，精准监测融租风险。三是着力把握出行生态运行规律和经营特点，赋能商用车出行生态融租方案创新。

3.2 结合新能源车辆销售模式和发展痛点，打造新能源产业生态融资未来增长极。围绕“营销渠道、融租创新及衍生赋能”三个方面逐步找到新领域突破口，在营销渠道方面，贴合新能源客群特点联合主机厂开展线上线下全面营销，同时为上下游企业提供多场景一体化融租解决方案。在融租创新方面，考虑到新能源残值低的特点，培育新能源残值处置整合能力和新能源产业资源协同能力，构建车辆价值评估体系，为新能源汽车融资提供基础保障。通过厂融联动，打造置换及二手车融租产品，加强同业合作，拓展购车及用车产品，实现模式及产品创新。在衍生赋能方面，建立覆盖用车全周期的产品线，针对“购、用、管、修和换”不同环节，创新新车、用车、置换、充换电及二手车等融租产品，尤其是新能源电池，开发电池采购融租、电池租赁、电池梯次利用等融租产品，给予多元化产品类别。

3.3 赋能二手车认证体系建设，提升二手车业务风险评估和处置能力，最大化延伸金融价值。二手车最大的痛点在于无专业的认证体系，二手车市场透明度低发展良莠不齐，因此，关键要解决二手车统一认证问题，即深度协同主机厂，孵化认证二手车产品，下沉细分市场，构建立体二手车产品

系，同步建立产品开发评估体系，做好事前残值风险防范，建立智能平台分析系统，做好租后残值动态监测。实现从保值回购、车辆评估、二手车认证、车辆整备、车辆二次销售的完整闭环，一方面能够更加容易地打开二手车市场，实现二手车的梯次利用，另一方面，能够帮助各主机厂完成残值数据模型迭代，构建残值精准定价评估能力，推动残值保障体系持续完善^[3]。

3.4 顺应行业发展趋势，打造一个全场景、高效能、有竞争力渠道网络，并最大化契合主机厂发展要求。除传统经销商、厂家直销渠道外，需进一步挖掘非经销商渠道，如汽车贸易综合商、二网销售网络，补齐网络渠道。加强同业合作，如助贷、资产包合作模式等。

3.5 以全生命周期为基础，构建全面风险管理体系。以信用风险防控为重点，围绕业务运行及风险识别全流程夯实风险管理工作，构建新型产品风险模型，推进数字化风控体系建设，动态识别差异化客户特点，实现一类客户一类模型，避免一刀切造成的风险偏好一边倒现象^[4]。

3.5 完善常态化配机制，强化数字化能力建设，加强专业化人员培养。第一，加快数字化建设，围绕营销、风控、运营、决策等环节深度推进数字价值内部变现，全面提升数字化水平，驱动业务及管理模式创新。第二，熟悉新形势下汽车融资租赁企业核心能力要求，不断提升员工创新能力，持续激发员工创造活力，推动实现创新驱动发展，全面塑造发展新优势。第三，建立深度对标及管理机制，加大市场走访力度，挖掘市场潜在需求，培养创新敏锐嗅觉，明确差异化业务定位提升核心竞争力。

4. 总结

全球新一轮产业转型与变革加快了汽车产业在电动化、智能化、网联化发展新方向，客户对汽车消费的观念也正从单一出行工具向绿色智能移动终端转变，汽车融资租赁企业也迎来了新的发展窗口期，唯有顺应发展规律不断创新探索，才能在未来立于不败之地。

参考文献

- [1] 孙芹. 浅析融资租赁在企业中的应用[J]. 全国流通经济. 2019, (27). 72-73.
- [2] 杨毅奔. 企业融资租赁的风险管理研究[J]. 中国注册会计师. 2019, (2). 136-137.
- [3] 高云凤. 经济新常态下现代企业融资相关问题的思考[J]. 今日财富(中国知识产权). 2018, (10). 40-42.
- [4] 刘伟. 融资租赁财税分析[J]. 现代经济信息. 2019, (31).