

# 项目一

## 二手车评估概述

### 情境引入

小徐毕业后进入一家位处市中心的单位工作,四年后,在父母的帮忙下结了婚,也在市郊买了一套房。终于搬进了属于自己的新家,小徐很是兴奋了一阵。可是兴奋刚过,他就发现问题了,新房子离公司太远,他每天耽搁在路上的时间太长,一天下来搞得自己疲惫不堪,他想自己可能不得不买一辆车来上班代步了。但摸一摸自己的钱包,小徐不禁又开始犯愁,自己目前还是比较缺钱呀,怎么办呐?有朋友建议小徐买一辆二手车,但是小徐又担心二手车市场猫腻太多,不知道目前中国的二手车市场是个什么状况。

伴随新车销量和汽车保有量的快速增长,再加上相关政策的鼓励,二手车交易市场逐渐活跃起来,成为人们汽车消费的又一个重要领域。那么,什么是二手车交易?目前,中国的二手车交易市场又存在哪些问题?

### 学习目标

1. 掌握二手车的概念,认识二手车的市场地位;
2. 了解国外二手车市场的运行情况;
3. 熟悉我国二手车交易流通体制的现状及存在的问题;
4. 熟悉二手车交易的形式和内容,了解中国二手车市场目前的发展状况。

## 任务一 认识二手车交易市场

### 基础知识



#### 一、初识二手车交易市场

##### (一) 二手车的概念

旧机动车俗称二手车。商务部、公安部、国家工商行政管理总局、国家税务总局令2005年第2号《二手车流通管理办法》第二条给出了二手车的定义。所谓二手车,是指从办理完注册登记手续到达到国家强制报废标准之前进行交易并转移所有权的汽车(包括三轮汽车、低速载货汽车,即原农用运输车)、挂车和摩托车。《二手车流通管理办法》取代了1998年出台的《旧机动车交易管理办法》。在以往的国家正式文件中,一直没有出现过二手车,有的只是旧机动车。在《二手车流通管理办法》中,首次明确地将二手车的内涵与旧机动车等同。尽管只是提法上的不同,但旧机动车会让人感觉车辆很破旧,几乎没什么好车,从而在一定程度上影响人们的消费情绪。其实,二手车并不等于旧车,我们认为只要上了牌照的车就是二手车。二手车的提法通俗易懂,也更中性,同时也与国际惯例接轨。

在国外,二手车确实不等于旧车,但在国内目前体现得尚不充分。其实,不少国家对新车销售年限是有严格规定的。例如,国外年生产600万辆新车,卖掉了500万辆,剩下的100万辆过了规定的一两年新车销售时间,就不能再进入新车的渠道销售。于是,这些车就进入拍卖场,也就归入二手车的范围了。

##### (二) 二手车交易市场

###### 1. 二手车交易市场的内涵

二手车交易市场是指依法设立的、为买卖双方提供二手车集中交易和相关服务的场所。由于政府对机动车辆实行严格的管理,二手车的产权只能在二手车市场中进行交易和转换。为满足二手车的产权流动而建立的二手车产权交易市场,其主要业务就是接受产权交易双方的委托并撮合成交,以及对二手车交易和产权转换的合法性进行审查。

###### 2. 二手车交易市场的功能

二手车交易市场是机动车商品二次流通的场所,它具有中介服务商和商品经营者的双重属性。具体而言,二手车交易市场的功能有:二手车鉴定评估、收购、销售、寄售、代购代销、租赁、置换、拍卖、检测维修、配件供应、美容装饰、售后服务,以及为客户提供过户、转籍、上牌、保险等服务。此外,二手车交易市场还应严格按国家有关法律、法规审查二手车交易的合法性,坚决杜绝盗抢车、走私车、非法拼装车和证照与规费凭证不全的车辆上市交易。

###### 3. 二手车交易市场的形式

随着二手车交易市场的发展,我国已经有多种二手车交易市场形式。常见的有二手

车交易市场、二手车经营公司、二手车置换公司、二手车经纪公司和经纪人等。其中，二手车经纪公司和经纪人只能在二手车市场中进行二手车的撮合成交。

随着二手车市场的日益壮大，二手车超市和二手车园区也逐渐形成和发展。其主要特点就是在普通二手车市场的基础上，引入了汽车文化、科技、科普教育、展示、旅游、娱乐等多项功能。

总之，随着我国机动车保有量的不断增加，二手车市场的发展前景将是一片光明。二手车产品的流通逐渐成为一种朝阳产业，已成不争的事实。

### （三）二手车在汽车后市场中的地位

所谓汽车后市场，是指汽车销售后消费者在使用过程中所需的各种服务所构成的市场，如配件供应、维修保养、汽车用品、汽车改装、二手车经营、物流运输、汽车保险、出租和租赁、汽车俱乐部、汽车检测、汽车认证、汽车导航、停车场和加油站等。所以，汽车后市场也可以被认为是一个在汽车销售后与汽车使用相关联的行业群体总称。

#### 1. 汽车后市场的分类

早期汽车后市场的分类是以汽车整车销售的前后顺序进行的，一是汽车保险行业；二是汽车维修及配件行业；三是汽车精品、用品、美容、快修及改装行业；四是二手车及汽车租赁行业。

进入 21 世纪以后，中国汽车行业的发展速度是很多发达国家都无法比拟的，仅用十几年时间就走过了西方发达国家汽车市场的百年历程。与此同时，中国的汽车后市场也随之飞速发展起来。现在，中国汽车后市场的发展日趋成熟，各行业功能分类越来越细化，大体上可以分为：汽车保险行业，汽车金融行业，汽车 IT 行业，汽车精品、用品、美容、快修及改装行业（又称汽车养护行业），汽车维修及配件行业，汽车文化及汽车运动行业，二手车及汽车租赁行业。

#### 2. 二手车在汽车后市场中的地位分析

（1）二手车市场具有巨大的发展空间。

在汽车销售商的利润来源中，售后服务占 50%，汽车销售占 10%，零部件销售占 10%，二手车经营占 20%，这说明二手车业务至少占汽车后市场的 1/5。目前，在国家政策的激励下，伴随新车销量和汽车保有量的快速增长，在未来一段时期我国二手车市场将迎来良好的发展势头。

首先，长期困扰二手车交易的车源问题将得到根本改善。自 2009 年中国汽车产销量双双突破 1 364 万辆以来，中国汽车销量已经连续 5 年稳居世界第一。按照平均置换周期 6.2 年计算，2015 年以后中国二手车市场将持续多年供应充足。事实上，2015 年全年我国全国二手车交易量累计达到 704.74 万辆，相比上年同期增长 16.43%，2016 年上半年，我国二手车交易量比 2015 年同期增长 25%。

其次，现阶段制约二手车交易的最大问题是地方政府基于环保标准的限迁政策，绝大多数地区的限迁标准为国三标准，2008 年之后的新车基本满足这一标准。此外，2010 年二手车交易模式已经从单一交易服务，转向拍卖、品牌二手车等多种形式。二手车市场的认证体系也日趋

★ 微视频



二手车相关政策对二手车市场的制约作用

chapter  
01

chapter  
02

chapter  
03

chapter  
04

chapter  
05

chapter  
06

chapter  
07

完善,使得二手车市场的交易更为便捷。

最后,二手车政策的出台,也将推动市场的发展。在筹备多年后,2013年12月31日《二手车鉴定评估技术规范》(以下简称《规范》)由国家质检总局、国家标准委正式发布,并于2014年6月1日正式实施,这标志着二手车的行业规范标准正式出台。该项政策的出台是基于规范行业和增强消费者信心考虑的,它的实施可以有力地解决二手车市场长期存在的信息不透明的问题,对中国二手车市场的发展有极大的推动作用。

(2)二手车市场的发展壮大是一个国家汽车工业成熟的标志。

2004年—2013年十年间全国二手车交易量增长了四倍。但是,2009年—2014年,我国二手车交易量的增长率却呈逐年下滑态势,如表1-1所示。而这种二手车交易量低于新车增速的现象在成熟的汽车社会是不可思议的事情。以美国市场为例,销量顶峰时期新车年销量为1 600万~1 700万辆,而二手车交易量为4 000万辆。德国的二手车年销售量是其新车销量的2倍,英国则达到3.5倍。西方发达国家的汽车报废周期平均为8~12年,而汽车更新周期平均不到4年。国外的二手车交易范围已经扩展到事故车和二手零部件,而中国还仅限于整车交易。虽然,随着新政的实施,2014年—2015年的二手车交易量增长幅度有明显的改善,但是总的来说,中国的二手车市场还处于初级发展阶段。另外,汽车社会成熟度日渐提高之后,新车销售很大程度上依赖于二手车市场的流转与置换,同时,二手车市场的发达程度也能反过来影响新车市场的发展。因此,国内的二手车市场还有很大的发展空间。



表 1-1 2009—2014 年中国二手车交易量

年份	交易量/万辆	增长幅度/%
2009	329.59	21.97
2010	385.19	16.87
2011	433	12.41
2012	479.14	10.60
2013	520.33	8.60
2014	605.29	16.32
2015		

## 二、国外二手车交易市场

一些发达国家的经验表明:随着人均汽车保有量的增长和大众汽车消费观念的成熟,二手车交易量会逐渐增加,进而形成一个供需两旺的巨大市场。近年来,随着我国汽车消费观念的普及,二手车市场日趋活跃,呈现出迅速发展的势头。但我国二手车市场起步较晚,与国外规范运营、良性发展的情形相比,在行业管理、交易规则和售后服务等许多方面还存在不小的差距。国外二手车市场相对于国内来说比较成熟,从日本、美国、德国和瑞士等国家二手车市场的情况看,越是汽车行业发达的国家,二手车市场越活跃。

下面以日本和美国为例来介绍国外二手车交易市场的情况。

### (一) 日本二手车交易市场的介绍

#### 1. 日本二手车市场的交易特点

在日本,一家二手车交易公司一年的成交量接近 300 万辆,且拥有自己的卫星系统和海外市场,就连事故车、报废车也能在市场中发挥余热。

##### (1) 由卫星系统构成交易网。

日本二手车交易公司的规模普遍较大,其中最大的二手车交易公司当属 USS,它拥有 156 亿日元总资产和自己的卫星系统。在日本,各个地区都可以交叉交易,不受地域限制。但因为市场分散,也随之带来不少问题,如在不同的市场内进行交易时,怎样做到二手车交易信息的充分共享?怎样公平、公正地进行同步交易?

卫星系统可以将各个分散的市场有效地联系起来。不同的交易市场中都设置 2~4 个大屏幕,在同一时间通过卫星将所有二手车信息发布在各个交易市场的大屏幕上,交易人员通过大屏幕可以清晰地看到交易信息。只要按动手中的按钮,交易人员就可以将信息传输到计算机,由计算机再将信息传递给卫星,卫星将信息处理后反馈到大屏幕上,完成整个交易。虽然这一过程看起来比较复杂,但只需短短几秒钟即可。有了这样一个卫星系统,不同市场的人员就如同在同一个市场中进行交易一样。

##### (2) 二手车一天交易量可达 1 万多辆。

直到 2003 年,我国经济发达城市上海一个月的二手车交易量才能突破 10 000 辆,而日本 2003 年共交易二手车 600 万辆,平均一天就 16 000 多辆。其中,USS 公司 2003 年一年的总交易量就达到 296 万辆。在日本千叶县的二手车拍卖场,交易人员不停地按动手中的红、绿按钮进行交易,平均每 20 s 就成交一辆二手车,每次拍卖会都有近 10 000 辆二手车被竞买者买走。在日本国内,有大大小小 150 家拍卖场,这些拍卖场以会员制形式组成。每当有拍卖会时,国内的上万家会员经销商都会赶往那里。拍卖会不直接针对消费者拍卖,而是会员经销商同时扮演卖者与买者双重角色,每个经销商可以把自己收购的或自己未卖出去的二手车运到拍卖场展示拍卖,并买回价位合理且自己需要的二手车,经过翻新以后再次销售。一般来说,拍卖场里每拍卖一辆二手车,拍卖商要从中收取约合 1 500 元人民币的费用。

##### (3) 诚信交易由体制来保证。

国内二手车交易往往带有很多问题,如改动里程表、行驶证年份等,许多消费者在买进二手车后连呼上当。与之相比,日本已经形成一套完善的交易体制,从而保障了交易的诚信度。掌握车况的真实情况,是进行公平买卖的前提。每次拍卖前,卖方就要签订相关协议,将交易权完全委托给二手车交易公司。为防止车主做手脚,交易车辆都要入库,确保在交易结束之前,车主不能再与交易车辆进行接触。入库后,二手车交易公司作为第三方中介,由专门评估部门对车辆进行严格检查和公平中立的评价,并对原车进行拍照,将检查、评估内容以数据形式输入计算机进行存储,拍卖时,交易车辆的相关数据就在大屏幕上显示,交易车辆按照拍卖区进行分类管理,直至交易完成。

此外,买方也可以通过计算机网络检索到所有进行交易车辆的相关信息,查到有意

chapter  
01chapter  
02chapter  
03chapter  
04chapter  
05chapter  
06chapter  
07

向的车辆,在交易前买主将被安排对车辆进行实地检查,目的是为了避免交易结束后发生意外纠纷。为避免纠纷,日本的二手车经营公司一般都会要求卖方提供各种车辆证明,如验车证、转让证明和印件证明等。同时,对一些不法分子也采取了相应的措施,如每次交易之前,都要调查相关交易人员的档案,一旦发现有不良记录的会员,就会阻止其进入拍卖会会场。

### (4)交易范围“从摇篮到坟墓”。

与国内相比,日本二手车的交易范围更广,甚至事故车也能进行交易,而且还十分“吃香”。2003年,单单通过USS进行交易事故车就达到50000辆。据介绍,由于事故车便宜,一些修理厂就专门进行收购,经过修理后再到二手车市场上进行交易。现在,日本二手车交易主要包括二手车、事故车和一些销路不好的新车。日本出台的《汽车再生利用法》将二手车交易范围扩展到报废车,将规定细化到一辆车“从摇篮到坟墓”的所有成长历程。

根据《汽车再生利用法》,报废汽车也有利用价值。二手车交易公司将报废车进行拆卸,分类再利用。报废车拆卸的零部件一般销往海外。此外,从保护环境考虑,一些不能再使用的零部件将被妥善安置。

### (5)二手车的一切修复历史如实告知买主。

日本的二手车交易时需要填写由机动车公正交易协会统一印制的《汽车状况记录》,除了对厂牌、车型、首次登记日期、车牌和车辆用途进行登记外,还要对车的行驶里程进行特别记录。如果车辆曾更换过里程表,那么要分别登记现在的里程数和更换前的里程数。

除此之外,还要对车辆的侧梁、前梁、发动机舱吸能区、中控台、A柱、B柱、C柱、车顶、车内底板和后备厢底板等处的修复历史及不符合安全标准的隐患进行详细记录。车的修复历史是指车的事故历史,任何修过的地方都要附有《车辆状况评价书》。但外部损伤则不作为修复历史处理,如挡泥板因变形换新。总之,所有被修复的部位都要全部公开。

同时,每一辆二手车都可以在全国享受1年或2.5万公里的售后维修服务;买车人如果有任何不满意,也可以在出货后10天内或500公里内退货。

## 2. 日本二手车市场的制度

### (1)评估制度。

新车有出厂标准,消费者比较容易把握,而同一型号的二手车,车况的好与坏可能会有很大差别。普通消费者没有专业知识,很难对车的实际价值做出准确的评估,因此,必须要有一个公正的二手车评估制度。日本在1966年成立了财团法人日本评估协会,对规范二手车的评估行为起了重要作用。

规范评估行为,就要有一个准入的问题。根据日本评估协会的规定,要想获得二手车的评估资格,首先它必须是一个二手车的销售店,然后要向评估协会申请实施评估业务,经过评估协会对该店进行审查合格后,发予《评估业务确认书》,并制作“评估业务实施店”的标牌挂在店内。

除此之外,在有资格的店内,还应该有已经通过评估协会组织的技能考试的专业评估师。在日本,这种评估师分两类:大型评估师和小型评估师。评估师的资格有效期为3年,通过进修可以晋升。

在日本,对二手车价格评估的一套通行的计算方法为:

评估价格=基本评估价 A-标准维修费用及标准杂费 B-各公司调整点 C-加减点 D。

其中,基本评估价 A 是根据评估协会发行的指导手册,通过一个二手车行情信息系统推算出来的价格;标准维修费用及标准杂费 B 是为让该车正常使用而进行的必要的维修费用,该数值由各公司自行设定,同时加入了约 15% 的毛利;各公司调整点 C 是根据公司的保修期限、公司进货和销售能力等各自确定;加减点 D 是根据评估协会制定的基准来确定加减点数。

评估协会每月会发行一本价格指导手册,俗称银皮书,在书中刊登各地区(全国分为三个地区)的零售价格。此外,在东京横滨地区还发行一本黄皮书,刊登零售价和批发价。日本有一个禁止垄断法,公众可以根据这个法律来判断评估协会的做法是否公正。

(2) 日本二手车销售方面的法规。

① 二手车的销售资格。日本有一个旧货经营法来规范旧货交易,二手车的交易就属于旧货交易之一。所谓旧货,是指用过一次以上的物品,或者虽然没有用过,但是为了使用的目的而进行过交易的物品,亦或者是修理过的物品。经营旧货(包括网上交易)必须先得到当地都道府县警察(相当于我国的公安部门)的许可,并且在经营场所张挂标志。管理人员需要有3年以上经营旧货的经验,能够辨别非法物品(如盗窃来的),有能力核实旧货的来源,如果怀疑旧货来历有问题,要及时向公安部门报告,交易必须有记录而且要保管3年。如果在经营所以外的地方(如客户家里)进行交易,这称为行商,要进行行商之前先要进行资格登记并获得批准。必要时,都道府县警察可以对旧货经营进行干预、指示甚至停止其业务。

② 二手车的流通制度。在日本,要求二手车销售商提供公平的价格,并向消费者提供充分的信息,并且要遏制不恰当的宣传和过于贵重的赠品。为了达到以上目的,由社团法人汽车公平交易协会制订了相关的行业规约。协会会员是各汽车厂家,以及新车和二手车的销售商。协会的主要宗旨是制订公平竞争的规约、对普通消费者进行购买指导、接受消费者的咨询和投诉以及对销售商的违规情况进行调查并提出改进的措施等。

日本销售二手车的规约包括:在销售二手车的商店里以及广告媒体上,必须明确说明的内容有车名、主要规格、第一次上牌照的时间、售价(包括各种费用的说明)、已经行驶的里程数、公用车还是私用车、私车验车的有效期、有无保修证及保修期限、定期保养的情况和有无维修记录等。如果登载广告,必须要有彩色照片。此外,不许改动行驶里程表,以及隐瞒修理过的事实等。

除了这个协会外,其他相关团体还有社团法人汽车检查登记协会、社团法人日本汽车工业会和日本汽车销售协会联合会等组织。它们对于如何防止把里程表倒回,以及汽车信息虚报登记等都采取了相应的措施。

③ 二手车违规交易的对策。在日本的二手车交易中,也存在违规交易的现象。销售者违规的情况有以下两种。

一是向消费者提供虚假信息。有些销售员对某辆二手车的车况并不清楚,但消费者问起时假装知道,信口开河,误导消费者,甚至隐瞒曾经发生的事故或修理过的事实。这种违规情况是严格禁止的。

二是倒回里程表。在日本的消费者汽车消费的投诉中,70%的投诉是针对二手车销售的,而投诉的内容中,改动里程表或者对车辆的维修历史有疑义的投诉占了30%。

过去,消费者都是等到出现了问题之后才去找销售者解决问题。2001年4月,日本实行了《消费者合同法》,在这个法律中规定,如果销售者有不正当的行为,违背了消费者的意志,则可以判定合同无效或者部分无效。这样,就从法律上约束了销售者,如果他们实施了不正当的销售行为,就要承担相应的责任。

但在具体实施时,仍然有一些尚待解决的问题。例如,某人购买了一辆曾经发生过事故的二手车,但购买时并不知情,年检时才发现。这样,由于当初销售者隐瞒了事故的事实,所以该合同视为无效合同。于是消费者可以要求销售者赔偿,但是涉及赔偿金额时,这个《消费者合同法》就无能为力了,需要借助《民事诉讼法》去解决。

### (3) 对里程表数据的新管理模式。

往回拨里程表的计数,是很多二手车交易市场的通病。如何能够把里程表管理起来,日本的汽车协会想了很多办法。1997年,日本汽车协会开发了用于拍卖车的行驶管理系统,日本二手车销售联合会下所有的拍卖车,都要把车体号码和该车的行驶里程实行登记,建立可以查询的行驶里程管理系统。一旦某车在这个系统中进行了登记,那么以后只要这辆车参加二手车交易,就可以查询到它的行驶里程,如果它的里程表的行驶里程小于档案中的数值,就说明里程表被改动过了。三年之后,一些较大的企业也陆续加入这个系统,这个系统的效果就显现出来了。

在经济产业省(原通产省)的指导下,2002年4月,日本成立了机动车拍卖协会。这个机动车拍卖协会把二手车销售联合会的管理系统和日本机动车查定协会的管理系统统一了起来,这样,所有参加拍卖协会的机动车的里程表统一接受管理。但是,该拍卖协会的管理系统只是供销售者查询。即使这样,仍然有一些缺乏道德的销售者会为了自己的利益而私自改动里程表,因为消费者看不到这个系统的查询记录。所以到了2002年8月,该系统也面向普通消费者开放,即普通消费者也可以利用这个系统来查询二手车的行驶里程,查询费为每次1500日元(约合人民币100元)。不过,即使如此,对于没有参加二手车交易的机动车,还是不知道其真实的行驶里程,这就是说,车主可能在机动车卖出之前就偷偷地把里程表改动了,以求卖得一个好价钱。因此,日本的国土交通省决定,从2004年1月起,利用机动车年检的机会,要把里程表的计数在年检证上进行记载。这样,除了对二手车交易有好处外,对于防止由于里程表造假而使得本应定期更换的配件不能获得即时更换而造成重大事故等隐患有积极作用。

### (4) 机动车的报废管理。

机动车旧了,出路有两个,一个是卖了它,另一个就是扔了它。前者就是二手车交



易,后者就是机动车的报废。所以,在讨论二手车交易问题的同时,顺便会涉及车辆的报废问题。

在日本,每年淘汰的机动车有400万~500万辆,多数是依照国土交通省的规定履行了合法的报废手续。但还是有0.5%,即约2万多辆车被违规地丢弃,给环境带来了危害,增加了处理费用。为了合理处置报废车,日本有关部门研究和实施了《机动车再生法》。

日本现行的机动车注销登记制度,规定了以下两种情况。

- ① 永久注销。即指机动车解体时的注销,将解体证明交给路运支局进行注销登记。
- ② 临时注销。即指机动车暂停使用。这样的机动车也许以后会解体,也许以后又会恢复使用。如果以后解体了,路运支局也不会得知。

统计数据显示:永久注销的车每年约20万辆;临时注销的车每年约500万辆,其中约100万辆后来又恢复运行,约300万辆后来就解体了,约100万辆最后出口了。那些临时注销后来解体的机动车便带来了新问题:由于这时的解体情况不被路运支局所掌握,所以就会发生违规丢弃的现象。

为了杜绝以上的问题,日本新修改的注销登记制度首先规定,车辆从停止运行时开始,到最终解体为止,每个环节都要得到路运支局的确认;其次又规定,如果临时注销了,但是长期没有恢复运行又没有出售的,过一段时间车主就要向路运支局证明此车依然存在;再次,凡是出口的车,都需要先向路运支局提出出口注销申报,否则不得通关,这样既能掌握出口注销的情况,又能防止被盗车的出口。如果申报了出口,但事后又没有出口,则应另行办理手续。只有这样,才能防止车辆被非法遗弃。

## (二)美国二手车交易市场的介绍

美国是全球最大的汽车市场,也是最大的二手车市场,汽车平均更新周期仅4年,在美国马路上跑的汽车中,一大半是二手车。发达的二手车市场给购买者提供了多种选择,又反过来促进了新车的销售。

### 1. 美国二手车的交易方式

(1)通过大的经销商进行交易。

一些大的经销商同时经营新车、二手车,如福特、丰田等公司都经营二手车,信誉度很高。凌志在美国出售的二手车不叫二手车,而是专门起了一个名字,叫作 pre-owned car,直译就是曾经被拥有过的车。这主要是回避人们对二手车普遍比较廉价的印象。凌志把这样的车当作新车来卖。国外一流的二手车就是采用这样的交易方式。这种经营方式诚信度最高,同时价格也最高。

(2)通过比较大的二手车连锁店进行交易。

这种店一般也可以为要出售的二手车提供一些保修,出售时的价格比前一种稍微低一些。

(3)通过规模很小的二手车出售点进行交易。

这样的出售点一般具备储存20~30辆车的规模,消费者多是附近低收入的人群。这些车上一般都贴着 saleasis 的标识,意思就是“车就是你看到的这样,要不要你看着办吧。”这样的车消费者可以试开,还可以到周围的维修点检测,但一旦成交,出售方就不会

chapter  
01chapter  
02chapter  
03chapter  
04chapter  
05chapter  
06chapter  
07

提供任何保障。

(4)在当地的报纸上刊登私人卖车启事。

对于卖车方来讲,通过这种方式一般能卖出比较高的价钱。但是作为买方,通过这种方式买车风险就比较大了。所以这种方式流通得比较慢,成交量也比较小。

(5)通过报废汽车厂进行交易。

美国的报废汽车厂一般也会翻新一些车况相对比较好的车来卖,这些车相当便宜,几百美元就可以买一辆车,但是没有任何保障。这种方式不是主流二手车的流通方式。

从以上几种交易方式看出,后三种方式对于买车人来讲要承担的风险比较大。

### 2. 美国二手车交易的特点

(1)二手车销量大于新车销量且价格低廉。

在美国,人们对二手车有着异乎寻常的热情。据统计资料显示,美国每年约有4 500万辆车易手,销售额高达上千亿美元。2003年,美国新车的总销量为1 670万辆,而二手车总销量高达4 300万辆,二手车销量是新车的2倍多。美国二手车的价格很低,一般只有新车的一半左右,但这类车的质量并不差,再使用2~4年性能仍然可靠,使用后的价值损失远比购新车小得多。这样的二手车用过后可再次卖掉,这时车价只有新车的20%~30%,主要流向低收入者或者没有收入的学生手中。另外,还有一些较旧的车价格更低,仅有新车价的5%~10%,购买这种二手车,虽然要花费一定维修费用,但总体上使用成本最低,很划算。促成这一特点的原因主要有以下两点。

①美国的二手车消费群体广。在美国,买二手车的主要是两类人:一是囊中羞涩,但迫于生活工作需要必须买车的低收入者;二是追求实惠的消费者。

低收入者买不起新车,一些比较破旧的二手车便以其绝对低廉的价格满足了他们的需求。例如,一辆10年以上车龄的老款福特或丰田小型轿车,花上千美元就可以买到。虽然技术已经落后,内饰陈旧,外表油漆有些脱落或划痕,也难免有这样或那样的小问题,但毕竟自动排挡、空调和ABS等设备齐全,跑起来也并不差。买下这样的车,行驶两三年、几万公里不会有大问题,而价格只有新款同类汽车的十分之一不到。绝大多数低收入者或是刚来美国尚未立足的外国人,都是以这类二手车为首选。

二手车最大的青睐者,则是追求实惠和优良性价比的消费者。他们购买的二手车,既有价格不高的经济型轿车,也有相对价格不菲的豪华轿车。在一些著名的豪华汽车经销商处可以看到不少很让人心动的二手车价格,例如,一辆行驶了5万公里、3年不到的宝马X5越野车,开价3.5万美元左右;开了10万公里、5年不到的保时捷跑车,3万美元出头;开了5万多公里、3年多的奔驰越野车,2.8万美元;行驶了8万公里左右、5年不到的沃尔沃60轿车,2万美元以内。虽然这些汽车的绝对价格还是略高于多数中档轿车的新车,如丰田佳美、本田雅阁等,但相比同车型的原价至少便宜了30%以上,而且属于七八成新车。

②美国二手车的来源广。

大量七八成新、价格优惠的二手车出现在市场上,反映了美国人在汽车消费中喜新厌旧的心态,主要原因有以下几个。

一是追求时尚的高收入者。一般来讲,美国中产阶级及以上阶层的消费者买车主要以新车为主,他们并不特别看重价格,而是比较留意汽车的性能和时尚度。他们购买了最新款的豪华汽车后,开了几年新鲜劲过去了,把目光投向更新款的豪华汽车,于是就把老车以比较便宜的价格出售,转而购买新车。

二是二手车开了几年后(一般最多四五年),汽车的可靠性开始下降、意外故障逐渐增多,一些收入较高的人为了避免维修的麻烦和费用,宁可把老车出售后再去买新车。

三是因为工作需要搬迁到很远地方的人,觉得把车大老远地开过去,还要申请更换当地的牌照,觉得不是很值得,干脆就在原地出售。据美国汽车经销商协会的统计显示,目前美国每年数以千万计的二手车交易中,除了极少部分是熟人之间的私下交易外,大多数都是通过市场交易方式完成的。

## (2) 权威机构评估车价,社会认证堵塞漏洞。

美国二手车市场的发展也经历了一个过程。起初,美国人也不太愿意购买二手车,对二手车的质量持怀疑态度。后来美国政府和汽车经销商逐步意识到,二手车对汽车的保值以及刺激新车的购买影响深远,二手车市场的持续稳定发展对车市整体的健康发展至关重要。于是他们想出各种招数,制定各种规章,逐步建立起了一套比较完善的二手车评估、认证、置换、拍卖、收购和销售等体制。买二手车最大的问题无疑是诚信。美国汽车经销商协会的调查显示,购买者最担心两种情况:一是在价格上受到欺骗;二是买到了以次充好的车。

① 美国二手车价格的确定。对于价格,美国建立了完善的二手车评估市场,由公认的二手车参考价格加上技术状态的鉴定来决定。除了原车的价格和使用时间、里程数等因素以外,日后的使用寿命和维修成本也是重要的价格决定因素。所以,使用时间和里程数基本一样的两辆二手车,很可能原来售价高的反而要卖得便宜。例如,近年来汽油价格持续上涨,比较省油的日产二手车如今就普遍比美产二手车的售价高。

美国对二手车的估价主要是根据行业协会、大公司等权威机构定期发布各种车型的车价信息范围来确定的。《美国汽车经销商协会二手车价格指南》就是较为权威的一种价格参考手册。二手车交易巨头美瀚公司以全球最大的汽车批发市场每3 000余万笔交易数据为依据,每天更新制定二手车价格,该价格也是主要的参考价格。许多买车人和卖车人在交易前都会查阅材料,这样就不用担心成交价格会很离谱。

针对美国执法部门查获的一些在网上假卖车真骗钱的犯罪行为,不少美国质押公司或银行作为第三方提供的小额服务成为网上二手车交易的安全选择。买卖双方商定好价格和交货方式后,买家将车款打进质押公司或银行的专门账号,质押公司或银行在收到款项后通知卖家发货。买家收到汽车后,经检测发现没有什么问题,再通知质押公司或银行将款项拨给卖家。交易达成后,买卖双方按约定向质押公司或银行支付一定比例的服务费。

② 美国二手车的质量保证。消费者在购买二手车时最担心的就是质量问题。针对这种担心,美国建立起了二手车质量的认证制度。由汽车生产企业或者大型经销商对二手车进行全方位的质量检测,以确保汽车的品质达到一定的出售标准。只要消费者购买

chapter  
01chapter  
02chapter  
03chapter  
04chapter  
05chapter  
06chapter  
07

的是经过认证的二手车,对汽车质量就心里有数,而不再是雾里看花了。

开始很多美国消费者并不买认证的账,认为认证无非是制造商和经销商玩弄的一个把戏。但后来他们发现,经过认证的二手车质量确实可以放心,于是开始逐步改变对二手车的传统看法。由于汽车厂家或者大型经销商通过认证给二手车的质量做了保证,同时,经过认证的二手车还可以在一定时期内享受与新车同样的售后待遇。所以,尽管认证的二手车要比没经过认证的二手车平均售价高出1 000~1 500美元,但仍然受到消费者的青睐。

(3)交易方式灵活。

① 拍卖。随着时间的推移,二手车的价值会不断下降,经销商必须尽快将回收的二手车及时出售,于是二手车拍卖业应运而生。

由于美国二手车市场巨大,汽车拍卖业很发达,全国有近300家二手车拍卖公司,分别从事汽车经销商、个人委托二手车,保险公司的事后车、失窃车,执法部门的罚没车以及政府机构的委托车辆拍卖。在美国,通过拍卖方式售出的二手车约占交易总量的65%。在美国的二手车拍卖企业中,一些大公司设备齐全、操作规范、成交量大,既可以面向二手车经销商,又可以直接面向买主。还有些公司利用卫星系统进行拍卖,买家可以在电视上看到二手车销售实况,通过电话进行报价和购买。全球历史最久、规模最大、销量最高的二手车拍卖企业——美国美瀚公司,2005年销售了约900万辆的二手汽车,总营业额近600亿美元。

② 二手车经销商。美国还有大量二手车经销商,主要是从卖家那里收购二手车,经过检测整修后出售给买家,以赚取差价。其中,品牌特许销售商经销该品牌的二手车是非常通行的做法。

在奔驰、宝马、通用、福特和丰田等知名汽车品牌的绝大多数特许经销商那里,既可以买到该品牌的新车,也可以买到该品牌的二手车。由于这些特许经销商规模大、信誉好,对该品牌的汽车车型、性能等相当熟悉,也具有检测维修、零部件更换等售后服务的优势,所以很多二手车买家愿意到这里购买。

此外,美国也有不少二手车买卖中介商。在美国,不少大型超市门口或加油站内有可以免费取阅的二手车杂志,一周一本,里面全是二手车卖家刊登的广告,包括车的型号、颜色、车龄、公里数、主要配置、价格和是否发生过事故以及卖主的联系方式,不少还配发照片,并按照乘用车、越野车、多用途车、家用卡车等类型和价格范围分门别类,查看十分方便。《洛杉矶时报》等许多大型报纸也有专门的二手车广告版面。

③ 网上交易。近年来,美国的二手车网上交易日益红火,著名交易网站的年销售量都达到了数百万辆。目前,网上二手车买卖已经占到全美二手车销售总量的1/3左右。用户上网交易二手车不仅有更广的选择空间,而且还可以在短时间之内成交,这就是在线二手车交易红火的两大原因。在网站上交易的二手车数量很多、款式齐全,这给了买家很大的挑选余地。除了根据网站上的汽车照片下单之外,买家还可以雇人或亲自检查车辆的状况,或直接给卖家发送电子邮件了解相关情况。

(4)售后服务解除后顾之忧,过户手续方便快捷。

美国二手车交易的发达,政策配套完备也是一个重要的原因,其中最主要的当属多

数知名汽车厂商的发动机等主要部件的保修政策。国内厂商通常提供 2 万~6 万 km 左右的保修,而美国知名汽车厂商销售的汽车通常被提供 5 年以上、至少 10 万 km 的保修,高级汽车的保修时间更长,公里数也更多,如宝马等就达到 7 年、16 万 km 左右的保修,而且明确规定即使更换车主,没有用完的保修照样生效。换句话说,买下一辆开了 4 年 8 万 km 的宝马汽车的车主,可以继续享受余下的 3 年 8 万 km 的保修。

此外,像沃尔沃等公司在保修年限内不仅保修发动机,连车灯这样的易损部件也免费保修,还有四五次免费保养服务。凌志、沃尔沃等知名品牌的经销商贴心到位,还给前来保修或保养汽车的车主免费提供当天租赁用车或接送服务。

在美国的一些州,如果消费者对已购二手车表示不满,那么在确保二手车未遭损坏而行车又未满足 480 km(300 英里)或购车不足 3 天的情况下,购车款可全额退还给消费者,这相当于国内所说的三包服务。在美国的某些经销商处购买二手车,虽然不能享受全额退款,但在 7 天之内可以享受无理由换车。也就是说,如果顾客在购车后 7 天之内,对所购二手车不是特别满意,可以换一辆完全满意的二手车。此外,在美国购买新车要一次交纳 8% 左右的消费税,二手车则只需要交付一定比例的税金(通常由卖主承担),之后每年交纳 200 美元左右的车牌税,而没有购置税、养路费等诸多负担。二手车过户也十分方便,只要到车辆管理局一个地方就可以完成。如果没有拖欠税费或未处理完毕的事故、违章等问题,大约 10 多天后新车主就会收到邮寄来的新车主证。当然,不少经销商也会提供这种代为过户的一条龙服务。

### 三、我国的二手车交易市场

汽车产业是一个完整的产业链条,它涵盖了汽车的制造、营销、后市场、环保、能源和交通等领域。在一个成熟的汽车市场中,汽车整车销售利润大约只占整个汽车行业利润的 20%,而其余约 80% 的利润都是来自于汽车后市场。

近年来,我国汽车市场发展迅速,汽车产业在国民经济中的支柱地位愈加显著,中国已居世界第三大汽车消费国。在后 WTO 时代,我国汽车流通行业将全面与国际接轨,二手车行业的发展将超出我们的判断和想象。二手车交易形态由集中交易模式逐渐向多元化主体经营模式过渡,新老经营主体通过各种途径不断提升服务质量以适应不断变化的市场。从国家有关部委相继出台一系列有利于中国二手车市场规范发展的政策,到二手车流通领域的广泛扩张,再到二手车交易规模的屡创新高,这一切都昭示了中国二手车市场迈入了新的历史阶段。

#### 1. 我国二手车市场的特征

(1) 二手车经营主体由单一模式向多元化转变。

经营主体的演变是市场的自然选择,当单一的交易模式已经不再适应千变万化的市场,市场就会孕育出新的交易模式,产生出新生力量。汽车供应商及经销企业的全面介入正是适应了市场的客观发展规律。它们带来了规模化、专业化的服务保障体系,在行业中树立起二手车经

★ 微视频



二手车市场发展的  
促进作用

★ 微视频



我国二手车交易  
形式的多样化

chapter  
01

chapter  
02

chapter  
03

chapter  
04

chapter  
05

chapter  
06

chapter  
07

营的品牌理念和诚信机制。上海通用、上海大众、一汽大众、东风雪铁龙和广州本田等汽车供应商已经在全国开展了二手车置换业务。新车经销商直接在二手车交易市场摆摊设点或与二手车交易市场、经纪公司联手参与二手车经营。与二手车经营相关的汽车维修企业和其他汽车经营机构也已经将二手车业务作为了新的战略重点。各地的拍卖企业也纷纷尝试二手车实地拍卖和网络拍卖,并取得了较好效果。

与此同时,国际上知名的二手车相关企业也已进驻我国,并进入设立办事机构、建立合资企业的实际操作阶段。一个以二手车交易市场、二手车经纪公司为传统力量,由二手车经销、二手车拍卖等新兴主体参与的多元化二手车经营格局已经形成,初步实现了二手车经营主体由原来的单一模式向多元化模式的转变。

### (2) 新车市场与二手车市场的联动效应更加明显。

2009年,我国以1364万辆的汽车销量超越美国跃居世界第一。2010年,我国汽车市场再创新高,国内汽车市场产销量双双超过1800万辆。2011年,我国汽车产销量分别为1841.89万辆和1850.51万辆。2012年,我国汽车产销量则双双突破1900万辆。随着新车市场的持续火爆,使用了两三年的品牌汽车将有相当一部分会流入二手车市场,二手车交易量逐年增加,由2010年全年二手车累计交易量385.19万辆增长至2015年704.74万辆,而2016年我国二手车市场交易量比2015年同期增长25%。由此可见,新车市场与二手车市场呈现出同步发展的良好态势。置换业务的广泛开展为新车和二手车两个市场带来了生机与活力,在促进新车销售的同时,也为二手车市场规模的扩大提供了丰富的经营资源。

新车价格的不断下调决定了二手车交易价格持续走低,导致汽车市场价格总体水平的下降,客观上迎合了现阶段部分二手车消费者的消费水平,在一定程度上促进了二手车交易的进一步增长。无论从市场变化形态、增长速率,还是价格趋势等方面,新车与二手车市场的联动效应均在2016年反映得更为直观和明显。

### (3) 新车经销商、汽车供应商与二手车交易市场的联系更加紧密。

新车经销商、汽车供应商与二手车交易市场互利合作的发展态势得到进一步延续和深化。新车市场和二手车市场的互动关系使得汽车供应商、新车经销商与二手车交易市场的合作成为必然。各地二手车交易市场在长期的经营过程中积累了丰富的市场运作经验,和公安交管部门、工商管理部门等都保持着长期友好的合作关系,拥有庞大的二手车经营网络、信息资源和人才资源等。而这些优势又恰恰是汽车供应商和新车经销商开展二手车经营业务最薄弱的环节。因此,汽车供应商和新车经销商迫切希望同有经验的二手车交易市场开展合作,共同推进二手车置换业务。近年来的实际运营状况表明,这种合作是成功的,是卓有成效的,为我国二手车流通行业的持续健康发展增添了新的生机与活力。

### (4) 二手车经营内涵得到进一步的拓展和深化。

随着经营规模的扩大和市场竞争的加剧,苦练内功、拓宽经营思路、增加服务内容与



功能成为众多二手车经营机构的共同发展方向。例如,部分二手车交易市场转变经营机制,拓宽服务领域,延伸服务产业链,变原有交易过户的单一功能为维修—美容—交易—质量担保等多环节的一条龙服务模式,既为消费者提供了更加周到的服务,又为企业找到了新的利润增长点。以北京、上海和天津等二手车交易市场为代表的大批二手车流通企业,不断探索,勇于创新,深度挖掘服务内涵,以追求高品质服务作为企业生存发展的根本,大幅度提高服务质量、服务水平,走出了一条以二手车交易服务为主线,以置换、拍卖、鉴定评估、美容、维修等多种经营服务模式并存的发展之路。他们在营销方法与手段上不断推陈出新,一些企业引入二手车网上拍卖系统,通过开展网上交易、定期或不定期举办现场拍卖会、开展质量跟踪服务等,进一步扩大了原有二手车经营业务的涵盖范围,为二手车交易市场在新的市场形势下实现可持续发展,提供了新的思路和支点。

(5) 二手车市场的巨大增长空间预示了良好行业发展前景。

目前,我国机动车保有量已经达到 1.2 亿辆。2014 年,随着最近一批车辆将进入置换期,再加上新《二手车鉴定评估技术规范》的筹备实施,二手车交易的政策和平台日趋完善,二手车市场正在稳步发展。据有关方面推算,到 2016 年,中国二手车交易量有望达到 1 000 万辆,届时二手车交易的规模化与市场化将出现明显变化。

从整个年度来看,二手车市场交易将继续保持比较旺盛的增长势头。当然,由于我国汽车保有量远未达到饱和状态,汽车开始进入家庭仅仅是近几年的事情,大多数家庭刚刚购买了第一辆车,绝大多数还没有到换车的时间。按照汽车更新周期一般为 3~5 年的规律,二手车市场出现新车市场的井喷式增长尚需时日。但是,二手车市场仍然蕴涵着巨大的增长潜力。

(6) 各地自发成立的二手车行业组织是行业日渐成熟的标志。

随着二手车市场的不断壮大与发展,二手车流通行业的不断成熟,二手车流通企业自律意识和维权意识的不断增强,为营造地方二手车市场正常的经营秩序,维护企业的合法权益,保护消费者的利益,全国大部分省市相继成立了二手车行业组织。其中,上海、山东、山西、陕西、云南、湖北、江西和贵州等地的二手车流通行业协会,在开展行业活动,维护二手车市场经营秩序,繁荣当地汽车市场,帮助企业解决经营过程中面临的困难和实际问题等方面做出了大量卓有成效的工作。

## 2. 我国二手车流通行业的现实状况

我国二手车交易市场是随着社会主义市场经济的发展而逐步形成的,现已成为我国汽车市场的重要组成部分。二手车流通也成为我国汽车流通最为重要的环节之一。尽管我国二手车市场存在巨大的潜力和广阔的发展前景,但目前我国二手车市场仍然存在以下五个较突出的问题。

(1) 缺少统一管理和整体规划。

我国二手车交易市场由于历史原因存在多头管理问题,行业间及经营企业间缺少相互沟通。二手车交易行业在我国的经济地位不高,一直未引起国家的高度重视,使其制度上缺乏监督管理力度。

chapter  
01chapter  
02chapter  
03chapter  
04chapter  
05chapter  
06chapter  
07

### (2) 评估体系不健全。

我国二手车交易起步较晚。改革开放后,一方面,由于人民生活水平的提高,汽车进入家庭的步伐加快,更新换代的步伐也在加快,二手车市场伴随着我国市场经济的发展而发展;另一方面,随着国家机关、企业、事业用车制度的改革,进口车、新车、缉私罚没车、抵债车等不断增加,人们的消费观念和市场需求结构也发生了变化,从而刺激了二手车交易市场的形成和发展。在二手车交易中,价格的评估是很重要的环节。现在面临的主要问题是估价的标准全国不统一,在交易中存在着定价不合理且随意性较大的问题。有的地方为了抢二手车生意,故意低估价格,竞相压价,甚至还出现“私卖公高估价,公卖私低估价”的现象。由于价格压低,使国有资产流失,国家的税收减少。因此,如何建立科学的二手车评估体系是亟待解决的问题。

### (3) 二手车售后服务问题多。

服务方式单一是目前许多二手车交易市场的通病。许多交易市场主要是办理工商验证和转籍过户手续,仅是工商、公安部门管理功能的延伸转移,因而缺乏必要的服务功能、服务设施和服务手段。目前,我国新车品牌的销售基本上建立了信息咨询、配件供应、维修和汽车保险等一条龙服务,而二手车的售后服务还没有建立,特别是与发达国家相比差距较大。例如,美国在二手车售出之后,还提供一段时间的质量保证,美国通用公司就规定车龄7年以内的二手车有一至两年的质量保证,这与新车的服务一样,并且所有车行出售的二手车都必须持有政府颁发的技术合格证书才能上路行驶。一般在发达国家购买二手车的消费者还有一定时间的试用期,从而避免消费者利益受损失。这些服务有力地促进了二手车的销售。

### (4) 开展汽车置换步履维艰。

随着经济的发展,人们对购买汽车的需求发生了变化。据南京一些汽车品牌专卖店反映,经常有人开着以前在这里购买的汽车来询问:“我这辆二手车你们能否以旧换新?”这说明汽车置换有需求。那么,能不能把二手车买卖引入实力强且信誉好的汽车专卖店呢?从国外情况看,通常一家品牌专卖店,除了卖新车还负责买卖本公司品牌的二手车,这种做法不仅有利于企业降低成本,而且能保证企业的良好形象。但在国内运行中,生产企业反映步履维艰,主要存在着以下问题。

① 二手车购进容易卖出难。首先,生产企业对二手车估价没有统一标准和科学依据,估价低影响二手车再次销售的利润,估价高不能满足购车者的预期。其次,在中心城市置换下来的二手车不容易就地销售,一般流向不发达的小城市或者乡镇,这就涉及车辆跨地区的销售过户转籍问题。最关键的是,生产厂家没有二手车的经营权,不能就地销售。

② 目前,生产企业的内部管理制度制约着置换业务的开展。企业内部现有的管理体制不适应汽车置换业务的开展。因为置换的二手车卖出去需要一段时间,这部分的价值过去企业可以挂账处理。近年来企业对挂账处理比较严格,不能出现过多的应收账款,一般企业考核业绩,应收账款是很重要的指标,所以经营者很难承受二手车贷款的积压。





(5)买卖双方信息不对称。

卖方往往对自己手中的二手车有比较充分的信息,而买方往往缺少这方面的信息,再加上目前我国信用体系不健全,卖方故意隐瞒某些瑕疵,甚至提供虚假信息欺骗买方。这都在很大程度上制约了二手车市场的发展。

### 3. 我国二手车市场的健康发展方向

(1)加强二手车市场管理的力度。

1998年,国家发布了《旧机动车交易管理办法》。该办法在当时对规范二手车交易行为,保障购车者合法权益,促进二手车流通起到了很重要的作用。但随着我国市场经济的发展,各地二手车流通过程中不同程度地开展了二手车的租赁、拍卖和置换等业务。其中的有些规定已不适应新的问题,特别是品牌汽车新旧置换问题,即新旧置换受二手车经营资格的制约,不但影响了二手车的流通,也影响了新车的销售。按照市场经济的规律和发达国家二手车市场的成熟经验,结合我国国情的现状,商务部、公安部,工商总局、税务总局于2005年发布了《二手车流通管理办法》。

(2)建立科学的二手车价格评估体系。

鉴于我国的二手车价格评估还不规范,一方面,要加强二手车鉴定评估师的培训和再培训;另一方面,有关行业组织应研究制定全国统一的价格评估标准。为此,我国已经于2013年12月31日由国家质检总局、国家标准委正式发布了《二手车鉴定评估技术规范》(以下简称《规范》),并于2014年6月1日正式实施,这标志着二手车的行业规范标准正式出台。

(3)简化交易手续,强化售后服务。

针对目前消费者普遍反映的交易手续过于繁琐和售出二手车没有服务保障等问题,建议由全国二手车流通行业组织配合国务院商品流通行政管理部门进行深入的调查研究,尽快拟定有关法规和标准交易流程,简化不必要的交易环节和交易手续,为客户提供便捷的服务。同时,还应强制性规定二手车经营企业必须有售后服务保障功能,对售出的二手车必须有一定程度的售后服务保障。

(4)完善汽车置换业务。

目前,我国生产厂家没有二手车的经营权,应该学习和借鉴国外这方面的成功经验,结合本国国情,采取更加灵活可行的办法,开创出一套适合中国国情的汽车置换模式。

(5)建立健全的二手车交易诚信体系。

我国整个二手车交易诚信体系还不完善,汽车交易中的交易信息、车辆的维护保养信息、车辆的产权转移信息以及车主信息等都难以确保真实统一。汽车厂家和经销商的业务员相对缺乏相关鉴别经验,如何避免置换车辆中出现盗抢车、组装车、拼装车 and 走私车等成了经销商从事二手车交易的最大障碍。此外,交易中的假身份证、假代码证书、假公章及假合同也会给经销商造成非常大的麻烦和风险。这些问题都严重制约了二手车市场的发展,对整个市场扩张和利润回收都会造成巨大影响,要克服这些问题,就必须加快整个二手车交易市场的诚信体系的建设。

(6)加强行业组织建设。

全国二手车流通行业组织作为国务院商品流通行政管理部门的助手,承担行业发展

规划、行业自律、行业信息统计、行业标准制定和行业人才培训等多项工作,同时接受国务院商品流通行政管理部门的委托,参与行业有关政策法规的制定。因此,我们必须加强二手车流通行业组织建设,确保我国二手车市场积极健康的发展。

### 任务拓展

#### (一) 中国的二手车网上交易平台

##### 1. 任务描述

小徐估算了一下自己的收支情况,发现自己也就能拿出8万元来买车,经过仔细的考虑,他决定还是买一辆二手车。当然,他买车主要就是为了上班代步,由于他个头比较高,他希望车子的空间不能太拥挤,另外鉴于目前的道路交通情况复杂,他也希望车子具有良好的安全性能。他听说目前网上的二手车交易信息很多,请你通过二手车网上交易平台,帮助他选一辆适合他的二手车。

你可以从下列网上二手车交易平台进行信息搜集:优信二手车、第一车网、瓜子二手车直卖网、二手车之家、中国二手车城、273二手车交易网、易车网。

##### 2. 实训地点

网络机房

##### 3. 步骤

(1)人员安排:将班级分为多个小组,每组6人左右。

(2)以组为单位从推荐的二手车网上交易平台搜集信息,按题设要求帮助小徐选择适合他的二手车。每个小组经过组内的讨论,最终精选一辆二手车。

(3)以ppt的形式,每组选派一名学生讲解,详细地阐述本小组选择这辆车的理由。

(4)每组选派一名学生组成学生评分小组,加上教师,构成评委会,对所有小组的任务完成情况进行综合评定和排名。

#### (二) 北京的二手车交易市场

##### 1. 北京市主要的二手车交易市场

(1)北京市旧机动车交易市场(花乡) 地址:北京市丰台区南四环西路123号。

(2)北京中联汽车交易市场 地址:北京市海淀区昆明湖南路52号。

(3)北京亚运村汽车交易市场 地址:北京市天通苑向北2公里立汤路东侧。

(4)北京京南汽车城 地址:北京市丰台区南四环260号(马家楼桥东南角)。

(5)北京欧德宝国际汽车城 地址:北京市昌平区回龙观镇欧德宝汽车交易市场。

(6)北京市东方旧机动车交易市场 地址:北京市朝阳区姚家园路甲1号东方基业国际汽车城。

(7)北京市旧车交易市场顺义市场 地址:北京市顺义区枯柳树环岛东北京空港机动车交易中心院内。

(8)北京国际汽车贸易服务园区 地址:北京市石景山区古城西路63号。

(9)北京天龙汽配城 地址:北京市京顺路枯柳树环岛北500米路西。

(10)北京北方汽车交易市场 地址:北京市西三环丰益桥向西100米,丰益桥向东

200米(东区)。

其中北京市旧机动车交易市场(俗称花乡二手车交易市场)、中联二手车交易市场、亚运村汽车交易市场以及北京市东方旧机动车交易市场是目前规模比较大的。

## 2. 北京市旧机动车交易市场简介

北京市旧机动车交易市场简称北京旧车市场(见图1-1),成立于1985年,因地处北京南四环花乡桥又多被称为花乡二手车市场,是集二手车展示销售、拍卖、鉴定评估和交易过户等一站式服务的超大型专业二手车交易市场。市场占地500亩,驻场二手车公司580余家,场内常年在库销售二手商品车10000余辆,日更新率5%,2013年二手车过户交易量达45万辆。



图1-1 北京花乡二手车交易市场大门

北京市旧机动车交易市场于2002年7月整体搬迁至北京南四环花乡桥,市场二手车经营区内禁止个人游商,全部为持有国家工商局营业执照的二手车公司,全场按销售价格区间共分为四大二手车经营区。所有二手车经营区采用全封闭电子化入库管理,入场的二手商品车必须接受市场管理部门的审验,非法或手续不齐全的车辆禁止在经营区内销售。2002年,该交易市场在全国推出先行赔付全额退款的承诺。北京市旧机动车交易市场配备2500m<sup>2</sup>车辆检验场区和6500m<sup>2</sup>现代化过户大厅,北京市交管局、北京市工商局驻场办公,在场内可办理车辆检验和查违章、办理过户、转移登记以及外迁提档等全部手续。市场创立的2SC品牌从2009年开始连续六年获得“北京市著名商标”称号。市场2012年开始蝉联中国二手车交易市场百强排行榜之首。

## 3. 花乡二手车市场的四大二手车经营区

(1) 二手名车汇展厅(K区:1.5万平方米)。二手车公司30余家,两个全玻璃幕墙大厅共容纳豪华高档二手商品车近300辆,车辆最低售价70万以上,平均价格达到150万元左右,几乎涵盖全球所有顶级品牌的汽车,包括劳斯莱斯、宾利、迈巴赫、法拉利、兰博基尼、保时捷、玛莎拉蒂和阿斯顿马丁,等等。如图1-2所示为该交易市场的二手名车汇展区缩影。

chapter  
01chapter  
02chapter  
03chapter  
04chapter  
05chapter  
06chapter  
07



图 1-2 北京花乡二手车交易市场名车汇展区

(2)二手车精品展区(G区:6.2万平方米)。二手车公司90余家,经营面积300~2500平方米不等,统一规划建设为层高5米的联排独立展销厅。该展区可容纳二手商品车1500辆左右,平均价格30万元以上,主要经营品牌奔驰、宝马、奥迪、路虎、雷克萨斯、英菲尼迪和捷豹,等等。

(3)二手车普通展区(A—D、F区、G9区:9万平方米)。二手车公司300余家,每家公司为20~100平方米办公接待用房,12~50个销售车位,该展区可容纳二手商品车3500辆左右,价格在10万~20万元之间,主要经营进口及国产中档二手车。如图1-3所示为该交易市场的普通展区缩影。



图 1-3 北京花乡二手车交易市场普通展区

(4)二手车实惠大卖场(GA—GF区:2.6万平方米)。二手车公司230余家,超大面积的露天卖场,每家公司20~60个销售车位,该卖场可容纳二手商品车2000辆左右,价格在5万~10万元之间,主要经营家庭用经济型二手车。