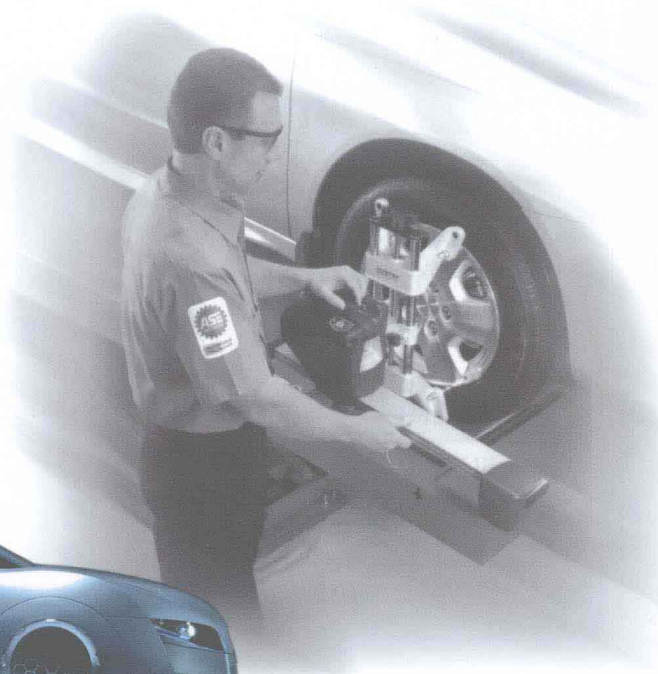
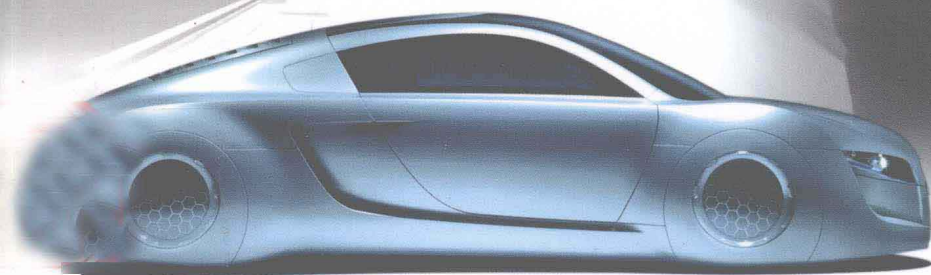
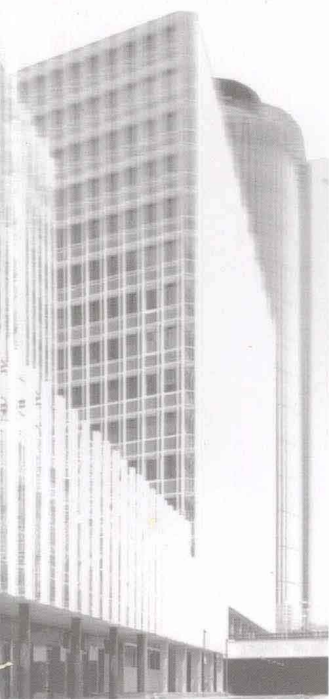


普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

汽车评估

QICHE PINGGU

● 杜建 主编 ● 许洪国 主审



QICHE FUWU GONGCHENG



人民交通出版社
China Communications Press

普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

汽车评估

● 杜 建 主编 ● 许洪国 主审



内 容 提 要

本教材由全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)组织编写,供高等院校汽车服务工程专业本科生教学使用。

汽车评估是市场经济的必然产物,是市场经济中二手车交易不可或缺的公正性中介服务行为。客观、公正地为二手车交易提供公允价值,是汽车评估的特殊功能。培养一支高素质的评估人员队伍,对提高二手车评估质量,推动二手车交易市场评估行业的健康发展意义重大。

本书系统介绍了汽车评估的基本理论和方法,汽车价格的概念、形成条件及影响因素,汽车技术状况鉴定与评估参数选择,二手车交易评估程序,二手车收购估价与销售定价。介绍了国家对汽车评估的有关政策、法规以及二手车交易的相关法律法规。

本书可以作为汽车服务工程等本专科相关专业的教材,也可以作为汽车评估师从业人员培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

汽车评估/杜建主编. —北京:人民交通出版社,
2008.7

ISBN 978-7-114-07164-5

I. 汽… II. 杜… III. 汽车—评估

IV. U472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 071486 号

书 名:汽车评估

著 作 者:杜 建

责任编辑:李 斌 宋 伟

出版发行:人民交通出版社

地 址:(100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址:<http://www.ccpres.com.cn>

销售电话:(010)59757969, 59757973

总 经 销:北京中交盛世书刊有限公司

经 销:各地新华书店

印 刷:北京交通印务实业公司

开 本:787×1092 1/16

印 张:16.5

字 数:409 千

版 次:2008 年 7 月第 1 版

印 次:2008 年 7 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-114-07164-5

印 数:0001—3000 册

定 价:33.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)

前 言

Qianyan

进入 21 世纪以来，伴随国家汽车产业发展政策的调整，我国汽车产业进入健康、持续、快速发展的轨道。在汽车工业大发展的同时，汽车消费主体日益多元化，广大消费者对高质量汽车服务的渴求日益凸现，汽车厂商围绕提升服务质量的竞争业已展开，市场竞争从产品、广告层面提升到服务层面，这些发展和变化直接催生并推进了一个新兴产业——汽车服务业的发展与壮大。

当前，我国的汽车服务业正呈现出“发展快、空间大、变化深”的特点。“发展快”是与汽车工业本身的发展和社会汽车保有量的快速增长相伴而来的。“空间大”是因为我国的汽车普及率尚不够高，每千人拥有的汽车数量还不及世界平均水平的 1/3，汽车服务市场尚有很大的发展潜力，汽车服务业将是一个比汽车工业本身更庞大的产业。“变化深”一方面是因为汽车后市场空前繁荣，蓬勃发展，大大拉长和拓宽了汽车产业链。汽车技术服务、金融服务、销售服务、物流服务、文化服务等新兴的业务领域和服务项目层出不穷；另一方面是因为汽车服务的新兴经营理念不断涌现，汽车服务的方式正在改变传统的业务分离、各自独立、效率低下的模式，向服务主体多元化、经营连锁化、运作规范化、业务集成化、品牌专业化、技术先进化、手段信息化、竞争国际化的方向发展，特别是我国加入 WTO 后汽车产业相关的保护政策均已到期，汽车服务业实现全面开放，国际汽车服务商迅速进入，以上变化必将进一步促进汽车服务业向纵深发展。

汽车工业和汽车服务业的发展，使得汽车厂商和服务商对高素质的汽车服务人才的需求，比以往任何时候都更为迫切，汽车服务业将人才竞争视作企业竞争制胜的关键要素。在这种背景下，全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会（筹）顺应时代的呼唤，组织全国高校汽车服务工程专业的知名教授，编写了汽车服务工程专业规划教材。

本套教材总结了全国高校汽车服务工程专业的教学经验，注重以本科学生就业为导向，以培养综合能力为本位。教材内容符合汽车服务工程专业教学改革精神，适应我国汽车服务行业对高素质综合人材的需求，具有以下特点：

1. 本套教材是根据全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会审定的教材编写大纲而编写, 全面介绍了各门课程的相关理论、技术及管理知识, 符合各门课程在教学计划中的地位和作用。教材取材合适, 要求恰当, 深度适宜, 篇幅符合各类院校的要求。

2. 教材内容努力做到由浅入深, 循序渐进, 并处理好了重点与一般的关系; 符合认知规律, 便于学习; 条理清晰, 文字规范, 语言流畅, 文图配合适当。

3. 教材努力贯彻理论联系实际的原则。教材在系统介绍汽车服务工程专业的科学理论与管理应用经验的同时, 引用了大量国内外的最新科研成果和具有代表性的典型例证, 分析了发展过程中存在的问题, 教材内容具有与本学科发展相适应的科学水平。

4. 教材的知识体系完整, 应用管理经验先进, 逻辑推理严谨, 完全可以满足汽车服务行业对综合性应用人材的培养要求。

《汽车评估》是汽车服务工程专业规划教材之一, 其主要内容涉及汽车构造、汽车检测、二手车估价与交易、相关法规和财务知识等。由长安大学杜建教授担任主编, 吉林大学许洪国教授担任主审。参加本教材编写工作的有: 长安大学杜建负责编写第一章、第二章、第七章; 上海师范大学张玉萍负责编写第三章; 重庆交通大学田茂盛负责编写第五章及第八章的部分内容; 长安大学耿莉敏负责编写第四章、第六章和第八章的部分内容。

本书作为普通高等学校汽车服务工程专业的规划教材, 将对汽车服务工程专业和相关专业(方向)的教学起到促进作用。此外, 本书也可作为《二手车鉴定估价师》的培训教材和汽车服务业就业群体学习提高的参考读物。

由于时间仓促, 本套教材定有许多不尽人意的地方, 敬请广大读者和同仁使用后批评指正, 以便教材再版时修正。

全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)

2008年6月

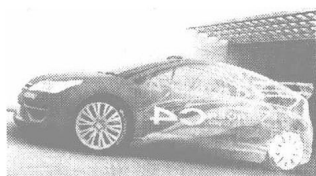
目 录

Mulu

第一章 绪论	1
第一节 汽车评估的概念及特点	1
第二节 二手车交易市场	2
第三节 二手车交易市场的发展对策及政策法规	10
练习题	12
第二章 汽车评估的基本原理与方法	13
第一节 资产评估的涵义及作用	13
第二节 资产评估中的价值概念	16
第三节 资产评估中的评估概念	20
第四节 资产评估	28
第五节 汽车评估基本方法	44
练习题	74
第三章 汽车的价格形成	76
第一节 汽车价格的概念和形成条件	76
第二节 汽车的供求与价格	79
第三节 汽车的价值和价格的种类	86
第四节 二手车的销售定价	89
练习题	92
第四章 汽车价格的影响因素	93
第一节 汽车技术状况	93
第二节 汽车使用寿命	100
第三节 汽车故障及诊断方法	106
第四节 其他影响因素	114
练习题	116
第五章 汽车技术状况鉴定与评估参数选择	117
第一节 汽车技术状况的静态检查	117
第二节 汽车技术状况的动态检查	120
第三节 汽车技术状况的仪器检测	125
第四节 汽车技术状况的评定与分级标准	148
练习题	151



第六章 二手车交易评估程序	152
第一节 二手车交易评估的操作程序.....	152
第二节 二手车交易证件检查及手续办理.....	164
第三节 二手车鉴定估价实例.....	187
练习题.....	191
第七章 二手车收购估价与销售定价	192
第一节 二手车交易市场概述.....	192
第二节 二手车的收购估价.....	197
第三节 二手车的销售定价.....	209
练习题.....	215
第八章 二手车鉴定估价信息系统开发	216
第一节 二手车鉴定估价信息系统概述.....	216
第二节 二手车鉴定估价信息系统的开发方法.....	218
第三节 二手车鉴定估价信息系统分析与设计.....	221
第四节 二手车鉴定估价信息系统的使用和操作.....	223
第五节 二手车鉴定估价信息系统程序设计.....	229
练习题.....	238
附录一 复利系数表	239
附录二 二手车交易相关法律法规	250
二手车流通管理办法.....	250
关于调整汽车报废标准若干规定的通知.....	253
参考文献	255



第一章 绪 论

第一节 汽车评估的概念及特点

一、概述

近年来,随着我国国民经济的发展和市场经济体制的不断完善,全国汽车保有量迅速增加,尤其私人汽车保有量和城乡不同层次需求量的猛增,使汽车需求向多元化方向发展,与新车交易相伴,二手车交易日趋活跃,交易量以每年 20% 的速度递增。

2004 年我国汽车保有量约为 1600 万辆,有驾驶证的人却超过 4000 万,随着人民生活水平的不断提高,以及消费预期的改善和消费观念的转变,有相当一部分人会通过购买二手车来实现自己的汽车梦;再加上我国汽车产业自身的不断发展和加入 WTO 后给我国汽车市场带来了更多货源,这种由市场自身积聚形成的力量,恰恰是我国二手车市场持续发展的真正动力和源泉。

据不完全统计,截止到 2004 年底我国二手车交易市场共有 500 余家,年交易量超过 100 万辆,交易额 300 亿元左右。二手车市场的繁荣使一些工薪阶层也开始进入汽车消费市场,购买一辆行驶过一段里程的二手车,只要行车手续齐全、价格低廉、技术状况完好,是非常可行和现实的。

二手车是一种特殊的商品。它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)、挂车和摩托车。在二手车交易中,买方和卖方处于不对称信息结构中,个别掌握信息的一方(即二手车卖主)常常会利用对方的“无知”,采取“暗箱操作”手段侵害对方的利益而谋求自己的利益;而处于信息劣势的一方(即二手车的买主),由于缺乏汽车性能、质量、价格等信息,不得不花费大量时间和精力在市场外徘徊,心存疑虑而下不了购买的决心。二手车卖主和买主之间严重的信息不对称结构对市场机制产生了很大的负面影响,在一定程度上制约着二手车交易的发展。因此,客观、公正、科学地做好二手车评估工作,可以大大地节约顾客的购买成本,对二手车交易市场的快速、健康发展也会起到积极的促进作用。

二、汽车评估的概念

汽车评估是由评估机构或专业评估人员,根据特定的目的,遵循客观经济规律和公正的原则,按照法定的标准和程序,运用科学的方法,对汽车的现时价格进行评定和估算。其核心是对汽车在某一时点的价格进行估算。



汽车评估由六大要素组成,即评估的目的、评估主体、评估客体、估价标准、评估规程和评估方法。评估目的表明为什么要对汽车进行评估。它直接决定在评估过程中采用何种估价标准,并对评估方法的选择具有一定的制约。评估的主体表明由谁来进行评估,它是汽车的鉴定和评估的承担者,可以是自然人,也可以是合伙人或法人。评估的客体是指被评估的车辆。估价标准是指汽车评估所采用的价格计量标准,是对评估价值的质的规定性,它对评估方法的选择具有一定的约束力。评估规程是指汽车评估必须遵循的规则和程序。评估方法是确定汽车评估值的具体手段与途径,它既受估价标准制约,又要根据实际可用资料和评估对象的具体情况来选择。

汽车评估既包括新车评估又包括二手车评估。新车评估主要是对新车的性价比分析评价;二手车评估是在某一时点上对使用了一段时间的二手车进行手续检查、技术状况鉴定和价格估算。本书主要介绍二手车评估的相关知识。

三、二手车评估的特点

汽车作为一类资产,有别于其他类型的资产,有其自身的一些特点。其主要特点:一是单位价值较大,使用时间较长,型号复杂,情况各异;二是工程技术性强,使用范围广;三是使用强度、使用条件、维修管理水平差异大;四是使用管理严格,各项税费附加值高。由于车辆自身的特点决定了二手车评估具有以下特点。

(1)二手车评估应以单台车为评估对象。由于二手车单位价值较大、规格型号多、车辆结构差异大,为了保证评估的真实性和准确性,对于单位价值大的车辆,一般都是分整车、分部件、逐台、逐件地进行鉴定评估。

(2)二手车评估应以技术状况鉴定为基础。由于二手车本身具有较强的工程技术特点,其技术含量较高。汽车在长期的使用中,由于零件的摩擦和自然力的作用,处于不断磨损的过程中。随着使用年数和累计行驶里程的增加,车辆的有形磨损和无形磨损也增加;另外,其损耗程度的大小,因车辆工作性质、使用强度、使用条件、维修水平等差异很大。因此,对二手车进行评估时,往往需要通过技术状况鉴定来判断车辆的损耗程度。

(3)二手车评估要考虑其手续构成的价值。汽车是特殊的商品,与其他商品不同的是我国对汽车实行“户籍”管理,使用税费附加值高。因此,对二手车评估时,必须以评估对象具有合法的手续为前提,在对车辆的价值构成要素及其变化规律有足够的认识和了解的基础上进行,除了估算其实体价值以外,还要考虑由“户籍”管理手续和各种使用税费构成的价值。

第二节 二手车交易市场

汽车是特殊的商品,在我国汽车实行“户籍”管理。国家对于汽车产品的管理工作从“生”抓到“死”。即管理汽车的生产、制造、销售、售后服务、旧机动车流通和置换、机动车的报废、报废机动车回收和解体等。按物流的运动规则:用原材料制造汽车,最终又将汽车解体为原材料。因此要把新车营销、二手车交易和报废车的回收、解体有机地结合起来,用科学化、法制化管理手段建立起现代汽车流通新体系。

一、二手车交易概述

二手车交易市场是从事旧机动车经营活动的流通企业。它的功能是为机动车用户及消费者服务。具体地讲,二手车交易市场就是把二手车信息和资源聚集在一起,买主和卖主进行二手车产权交易的场所。在国家规定的二手车交易市场中交易、转换二手车的产权。由此可以看出二手车交易市场也是一种中介服务机构,其主要业务就是接受产权交易双方委托并撮合成交,并对二手车交易及产权交易的合法性进行监督、审查。除此之外,二手车交易市场同时还开展二手车的收购与销售的经营活

动。二手车在交易前要由专门的鉴定估价人员,按照特定的目的,遵循法定或公允的标准和程序,运用科学的方法,对二手车进行各种手续的检查、技术状态的鉴定和价格估算。其交易价即为鉴定评估人员根据市场信息对二手车的现时价格做出预测和估算的价格。

二手车交易不同于其他商品交易,有其特殊性。首先,二手车交易是机动车交易的一种,应符合和遵循汽车交易的一系列法律制度和市场营销规律;其次,二手车交易是旧货交易的一种,应符合旧货交易的一系列法律法规和交易技巧;第三,二手车交易是有明确政策和法律制度规范的行为事件,应该在遵循政策法规制度前提下才能充分发挥二手车营销工具的作用来进行交易;第四,二手车交易在我国将是快速发展中的行业之一,发展潜力和潜在的交易量在我国都很大,应该在遵守现行政策和法律制度的基础上,利用政策和法律制度的保护,充分发挥人的创造性和主观能动作用,合理选择目标市场,整合各类相关资源,以求在满足二手车消费者需求的前提下获取利润,实现企业的长足进步和稳定发展。

二手车交易是汽车交易的一种,具有汽车交易的共同特点,同时又有别于新车交易。虽然机动车交易和其他商品交易一样,都是商品交换的单元,同属于流通领域,是汽车商品从生产领域向消费领域转移的一个事件,但包括二手车交易在内的汽车交易有一些共同的特点,是进行二手车交易必须注意的。

(1)技术性和专业性。汽车商品是经过复杂加工而制成的产品,包含着丰富的技术内容,具有很强的技术性,有些汽车商品甚至还与专利、商标或专有技术相联系,特别是二手车可能还与原使用者的特别身份或者特别事件相联系。另外,汽车交易的商品都具有较强的专业性。不但汽车生产技术本身具有一定的专业性,而且汽车应用范围也有一定的专业性。由于汽车交易产品的技术性和专业性强,加工质量要求高,因此在交易中的升值能力也很强,尤其是高新技术产品,在市场需要的情况下,售价要比成本高很多。

(2)结构复杂性。汽车商品的结构很复杂,尤其是在一般消费者看来更是觉得复杂。现代汽车至少由几千个零件组成,有的总成也要有几十个甚至数百个零件组成。零件的形状各异,工艺复杂,加工难度大。随着生产和生活现代化水平的不断提高,汽车交易的商品技术性能不断提高、品种不断增加、应用范围不断扩大。因而,汽车交易产品都必须满足不同的工作需要,不但有一定的要求,而且性能各异。

(3)交易技巧要求高。很多二手车交易需要经过询价、比价、接受、订立合同这些交易程序。因此,二手车交易人员不仅需要一般的业务知识和语言交流能力,还必须具备汽车技术知识和谈判技巧,且需要全面的业务知识和能力。

二手车交易同时具有旧货交易的共同特点,应遵守旧货交易的一切法律制度。但同时二手车交易也与一般的旧货交易有别。这主要是因为汽车产品的技术性、专业性和结构复杂性决定了二手车交易在技术和管理上的难度加大,同时由于新车技术不断进步,二手车的

维修和再制造工程不断发展,使得二手车交易在整个交易难度上变得比一般的旧货交易大很多。

为了规范二手车交易双方的行为,保证交易双方的合法权益,国内颁布了一系列的有关二手车交易方面的政策、法律制度和行为规范。这些规范使得交易双方有法可依,但同时对于普通消费者来说,要了解这些复杂的规范又是一个问题,反过来又加大了交易双方信息的不对称性,使得二手车交易更加具有专业性。作为具有明确政策和法律制度规范行为事件的二手车交易,需要解决的问题表面上增加了,实际上是社会的进步,在这种情况下,二手车交易的咨询服务和鉴定评估就显得更加重要了。

二、二手车交易的类型

二手车交易的类型根据交易双方行为和参与程度的不同可以分为以下几种类型。

1. 收购

二手车的收购是二手车交易市场的经营业务之一。它是指二手车经营主体为方便客户进场直接购置的前提下,按照客户的要求,代为购置二手车的一种经营活动。收购价格由于受到快速变现原则的作用,其价格大大低于“市场价格”。二手车经营主体是指经工商行政管理部门依法登记,从事二手车经销、拍卖、经纪、鉴定评估的企业。

2. 销售

二手车经营主体为方便客户的旧车进场直接销售,按照客户的要求,代为销售二手车的一种经营活动。二手车的销售价格是决定二手车流通企业收入和利润的唯一因素,因此,企业必须综合考虑成本因素、供求关系、竞争状况以及国家的相关政策法规,并运用一定的定价方法和定价技巧为产品制定切实可行的销售价格。

3. 寄售

卖车方与二手车经营主体签订协议,将所售车辆委托二手车经营主体保管及寻找购车方,二手车经营主体从中收取一定的场地费、服务费及保管费的一种交易行为。

4. 代购

在无须客户进场直接购置的前提下,二手车经营主体按照客户的要求,代为购置二手车的一种经营活动。

5. 代销

在无须客户进场直接销售的前提下,二手车经营主体按照客户的要求,代为销售二手车的一种经营活动。

6. 租赁

二手车经营主体将二手车向客户提供租赁,以获取租金为目的的一种经营活动。

7. 拍卖

二手车拍卖机构以公开竞价的形式将二手车转让给最高应价者的经营活动。对于公务车辆、执法机关罚没车辆、抵押车辆、企业清算车辆、海关获得的抵税和放弃车辆等,都需要对车辆进行鉴定估价,以在预期之日为拍卖车辆提供拍卖底价。

8. 经纪

二手车经纪机构以收取佣金为目的,为促成他人交易二手车而从事居间、行纪或者代理等经营活动。

9. 鉴定评估

二手车的鉴定评估,是指二手车鉴定评估机构对二手车技术状况及其价值进行鉴定评估的经营活动。

10. 置换

汽车置换指的是过去卖新车的品牌专卖店参与二手车的经营,取代存在争议的中介机构,品牌专卖店用“以旧换新”的方式促进新车的销售,这就是汽车置换。汽车置换在国外很普遍,经营模式已相当成熟,以美国为例,很多汽车品牌专卖店都有经营二手车的业务。在我国汽车置换业务还处于起步阶段,上海通用汽车“诚新二手车”率先在国内以品牌化的方式经营旧车业务,这其中包括以旧车(任何品牌)换新车(别克品牌)的置换业务。

11. 直接交易

二手车所有人,不通过经销企业、拍卖企业和经济机构等经营主体,将车辆直接出售给买方的交易行为。我国2005年颁布的《二手车流通管理办法》规定直接交易应当在二手车交易市场进行。

三、二手车交易市场的定义和功能

1. 二手车交易市场的定义

二手车交易市场是指依法设立、为买卖双方提供二手车集中交易和相关服务的场所。它是二手车信息和资源的聚集地,买主和卖主进行交换的场所。从市场营销的角度看,卖主构成行业,买主则构成市场。这个市场是指具有特定需要和欲望,而且愿意并能够通过交换来满足这种需要或欲望的全部潜在顾客。因此,二手车市场的大小,取决于那些有某种需要,并拥有使别人感兴趣的二手车及相关资源,同时愿意以这种资源来换取其需要的东西的人数。广义上的二手车交易市场应泛指二手车买、卖双方在公开市场上形成的并能实施的供求关系,它可以是一个具体的从事二手车流通和咨询服务的交易市场或交易中心,也可以是整车企业拓展的某品牌的以旧换新的业务。从二手车交易市场的功能上更容易理解其含义。

2. 二手车交易市场的功能

从国内外二手车交易市场的实践来看,它主要具备如下经营和服务功能:

(1)从事二手车的收购、销售、寄售、代购、代销、租赁、拍卖、置换以及鉴定估价等经营活动。

(2)提供二手车的各类信息,开展信息咨询服务,并为客户提供过户、上牌保险、维修检测和配件供应等服务功能。

(3)管理二手车产权交易及相关手续。二手车交易市场是地方各级人民政府指定的市场,因此它辅之以必要的政府协调功能,严格按照国家的有关法规审查二手车交易的合法性,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上市交易。

四、国内二手车交易市场概况

1. 二手车交易市场的建立

二手车交易市场的形成是随着我国社会主义市场经济体制建立和发展而逐步形成的。在原来的计划经济体制下,汽车属于计划分配的紧俏商品,那时中国的二手车市场鲜有人知,提起旧车交易,人们多将其与废品回收连在一起。改革开放初期,我国汽车工业得以迅

速发展,汽车保有量、私人汽车需求不断上升,以公有制为主体的运输车辆、社会零散车辆开始向私有运输业流动,二手车交易买卖双方自行交易而有市无场,那时的二手车市场是以路边农贸市场的面貌留在人们印象中,自生自长,民间交易十分活跃,因不成气候,也还不能引起政府的足够关注。随着我国经济体制改革的不断深化和社会主义市场经济的逐渐形成,国民经济持续稳定发展,全国汽车保有量和私车保有量迅速增加,为了正确引导和满足社会对二手车交易的客观要求,国家把二手车交易纳入汽车市场流通进行管理。1985年9月国务院办公厅转发了国家工商行政管理局《关于汽车交易市场管理暂行规定》的通知,通知中明确指出:二手车,必须在各省、自治区、直辖市人民政府指定的市场交易,凭市场交易凭证办理过户手续。至此,各地的二手车交易市场相继建立。

2. 二手车交易市场的发展

由于国家经济体制改革、国家宏观政策和经济环境等多方面因素的影响,二手车交易市场的发展经历了缓慢发展时期和快速发展时期。

(1)二手车交易市场的缓慢发展时期。这个时期可以分为两个阶段,第一阶段是1985年二手车交易市场建立以前。在计划经济时期各种产品均实行“统管统分”,虽然用户对价廉实用的二手车有着广泛的需要,但是由于当时客观环境和各种条件限制使二手车交易市场处于低速迟缓状态。第二阶段是1985年下半年至1993年上半年。在这个时期内,国家经济体制改革由计划经济向有计划的商品经济过渡,最后确定社会主义市场经济。在这个历史变革时期,汽车资源还不充足,汽车市场呈卖方市场,价格居高不下,私人购买能力相对不足。一些车主对二手车市场的法规政策观念淡薄,加之二手车交易的政策执法不严,致使二手车场外交易严重,虽然二手车交易量呈上升趋势,但场内交易增加缓慢,二手车交易市场大都建立在经济发达的省会城市、计划单列城市和经济发达的地区。

(2)二手车交易市场的快速发展时期。1993年下半年至今,二手车交易市场经历了快速发展时期,1993年11月党的十一届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出:“要明晰产权关系”、“让产权流动和重组”。从1994年初开始,为加速社会主义市场经济新体制的建立进程,国家加大了改革力度,出台了一系列改革措施,之后的几年间国民经济持续稳定发展,汽车产量逐年上升,汽车市场逐渐呈现买方市场,其价格逐年下降,私人汽车保有量以平均每年27%的速度迅速增长,社会汽车保有量也不断增加。在这个时期内,二手车交易量大大幅度增加。据有关资料显示,从1994年以来,二手车交易量每年均以20%~30%的速度增长,使二手车交易市场得以快速发展。

我国的二手车交易市场自诞生以后,经历了缓慢发展时期和快速发展时期,终于形成了今天这种交易日趋活跃、蓬勃发展的局面。

3. 二手车交易市场现状

现代汽车流通体系包括新车销售、二手车交易和报废车回收3个组成部分。二手车作为汽车流通的重要组成部分,有别于传统的二手车交易方式和运作模式,具有广阔的市场前景和发展潜力。随着我国经济的发展和人民生活水平的日益提高,汽车保有量将加速提高,这就为二手车交易提供了潜在的发展空间。与此同时,随着汽车消费结构的变化,私人购车量已在汽车销售总量中占有相当大的比重,国有企事业单位的用车制度逐步走向市场化。由于二手车满足了城乡居民多档次、多品种、低价位的需求,具有较大的选择空间,市场需求巨大。截止到2004年底,全国已成立的二手车交易市场近500家。根据对全国31个省市250家二手车交易市场的统计,2004年全国二手车交易量134.08万辆,同比增长20.2%,其

中轿车和客车占交易总量的近60%。

国外发达国家二手车的交易量是新车的2~3倍,而我国二手车市场的交易量仅为新车销量的1/3。我国的二手车交易市场由于起步较晚,没有一个可值得借鉴和参照的模式。近年来,我国二手车市场虽然取得了较快的发展,但作为新车流通的延伸,发展相对滞后,与汽车工业发达国家相比差距十分明显。主要表现在以下几个方面:

(1)二手车交易市场缺乏统一规划和规范管理,市场功能单一。目前,我国各地二手车交易市场的职能非常简单,仅限于提供场所、办理过户手续、收取交易费等,缺乏必要的服务功能、服务设施和服务手段。我国的二手车交易市场尚未发展成为真正意义上的经营主体,不利于二手车市场的健康发展。

(2)二手车规费政策滞后。目前,各地对二手车交易征收的税种、税率不统一。有些按交易额的2%~17%征收增值税,有些只征收营业税。二手车交易市场则按交易额对客户征收约2%~5%的交易服务费。由于税费负担较重,引发交易成本上升,致使一部分交易者逃避税、费,而采取场外交易、私下交易、非法交易等手段。这种状况既不利于公安交通的管理,也为很多法律责任的承担留下了隐患。同时,对二手车经销企业或二手车市场来说,由于二手车来源分散,且无法取得进项税发票进行抵扣,若按交易额征收增值税,经销企业就很难盈利,即使征收营业税,企业也难以负重,这就必然导致二手车市场难以开展收购、以旧换新、以旧换旧等服务内容,无形中减少了车辆交易的数量,形成了税费流失的局面。

(3)评估体系不健全。目前,我国对二手车鉴定估价还缺乏科学、统一、严谨的评估理论和方法。为了做好二手车的评估工作,2000年原国内贸易局组织编写了旧机动车鉴定估价师职业资格培训教材,对二手车鉴定估价从业人员进行职业培训和资格鉴定。截至2002年底经过培训并取得二手车鉴定估价资格的估价师约1500人,获得职业资格证书的人数相对较少。很多单位没有评估定价的能力和设施,在实际工作中存在着从业人员混杂、知识技能偏低、人为因素多、随意成分大等现象。而人员的培训仅仅是二手车鉴定估价的一个方面,全国没有一个统一的估价标准,在交易中依靠鉴定估价人员的个人水平和经验,具有一定的片面性,存在定价不合理的问题,致使各交易市场和营销企业所定价格缺乏科学性和可信度,当事人的利益得不到保障。此外,二手车进入市场再流通,属于固定资产转移和处置范畴,按国家规定应交纳一定的税费,对其鉴定估价是否公正合理直接关系到国家税收和财政收入的多少,个别地方交易过程中存在“私卖公买高估价,公卖私买低估价”现象,不仅扰乱了市场秩序,而且造成了国有资产和税收的大量流失。

(4)行业诚信缺乏有效监督。二手车交易市场是严重的信息不对称市场,信息不对称往往会引发道德风险和逆向选择问题,道德风险和逆向选择导致二手车市场资源配置方面的无效率。在二手车交易过程中,消费者是信息弱势群体,卖方为了获取利益,常常隐瞒二手车的情况、违规责任、性能和真实累计行驶里程,消费者购买二手车往往面临质量欺骗、价格欺诈和购买非法车辆等风险。被诚信问题所困扰的还包括提供汽车消费信贷的金融机构。结果,二手车市场难以取得消费者的信赖,许多潜在的二手车需求难以转化为真正的市场需求。

(5)二手车售后服务问题多。现在的二手车交易基本上得不到任何售后服务保证,二手车的售后服务体系还没有形成,消费者不能得到像购买新车那样的承诺和服务,造成消费者的利益得不到保障,增加了购买二手车的售后风险。

(6)受新车频繁降价的影响,二手车经营风险增加。中国汽车产业高利润一直是消费

者关注的焦点,居高不下的汽车价格从2003年开始松动,各类汽车也开始采用降价的促销策略。一般来说,新车价格下降10%,其二手车价格同步下降7%左右,甚至更高。新车价格的不稳定使二手车的经营企业承担着巨大的经营风险。

(7)缺乏完善的全国二手车交易市场信息网络系统。国内二手车市场的信息十分散乱,各地二手车交易市场准入制度、交易方式、交易功能和交易程序等方面存在差异,导致各地交易市场的业务主要面向本地区,无法实现二手车的异地流通。而由于缺乏跨地区二手车流通的市场网络,加之信息不畅、运输成本高,各地对二手车档案移送和落户具有不同的要求,妨碍了二手车的异地流通。二手车市场缺乏统一的市场网络,致使二手车信息资源闭塞,无法进行全国性、地区性的资源优化配置,使各地二手车市场无法开展交流合作,阻碍了二手车市场的发展。

五、国外二手车交易市场简介

1. 国外二手车市场概述

世界各国经济发展水平不一样,其二手车交易市场的情况也不一样,一般来说,经济越发达,二手车交易越活跃,一方面可以促进新车销售,另一方面可以促进经济发展。

发达国家经济发展水平很高,汽车工业高度发达,汽车保有量很多。美国汽车更新率特别快,车主基本上每3年换一辆车。因此,美国二手车交易频繁,而且价格便宜。日本人有一种跑10万km就是旧车的心理,有大约每5年换一次车的习惯。日本每年外销旧车36万辆,其中10万辆销至新西兰、俄罗斯、爱尔兰等国。这些国家相关政策健全、完善,车辆更新率高,使得交易量大,且二手车市场发育也很成熟。下面以美国和日本两国的二手车交易市场情况为例介绍如下。

2. 美国二手车交易市场简介

美国二手车市场的发展也经历了一个过程。最初,美国人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汽车工业整体的健康发展至关重要。经过努力,逐步建立起了一套比较完善的二手车认证、置换、拍卖、收购和销售体制。目前,美国的二手车市场呈现如下特点:

(1)二手车销量大于新车。美国从20世纪80年代中期开始,新车与二手车相比较,新车销量呈下降趋势,二手车销量在逐年上升。据美国汽车零售商500强销售情况统计,有106家二手车销量超过新车的销量。2003年,美国新车的销售量为1670万辆,而二手车的总销量高达4300万辆,是新车销量的2.58倍。美国中产阶级及以上社会阶层的汽车消费者主要以新车为主,而大多数中产阶级以下的消费者则以购买二手车为主。

(2)价格便宜。在美国,新车平均售价2.02万美元,而二手车平均售价仅为9000美元,二手车价格不到新车价格的一半。现在市场出售的二手车,大多是只使用了2~3年的车,其中许多是汽车租赁公司淘汰下来的,与新车质量差别不是很大,再使用2~4年性能仍然十分可靠,使用后的价值损失远比购新车小得多。

(3)二手车认证方案解除消费者顾虑。二手车认证方案的开展是市场对二手车刮目相看的首要原因,现在已得到广泛的支持,更何况很多汽车生产厂家还针对二手车推出一些消费鼓励措施。美国当前的认证方案项目一般包括合格的质量要求、严格的检测标准、质量改进保证、过户保证以及比照新车销售推出的送货方案。特别是一些大公司开展的认证还包

括提供与新车一样利率的购车贷款。应该说,顾客和经销商双方都从二手车认证中得到了实惠。首先顾客对自己购买二手车的心态更加趋于平和,相应地,经销商也实现了认证车辆的溢价销售。而且,顾客再不会有车刚到手就发生故障的经历,经销商也不必再面对恼怒顾客的争吵。尽管认证的二手车要比没经过认证的二手车平均售价要高出 1000 美元,但仍然受到消费者的青睐。

(4) 售后服务延伸。现今美国,广大客户购买二手车的心态发生很大变化。不仅在价格方面同零售商讨价还价,而且对外观效果,使用性能都提出很高的希望,同时要求零售商为其提供有效的售后服务。二手车的售后服务是对整个售后服务体系的一种延伸,汽车制造商只承诺对少量品牌的二手车提供售后服务,而且对其范围也做出相应的限制,只有少数零售商能够获得授权。一般只有不到 30% 的二手车客户可以享受由制造商提供的售后服务,余下的客户如果提出售后服务的要求,所有的费用必须由零售商自己承担。未得到授权的零售商,为保证销售市场稳定,从考虑客户的利益出发,确保信誉不受到损害,就必须自己出资为客户提供二手车的售后服务。这样一来,就实现了从新车售后服务到二手车售后服务的跨越。

(5) 利润丰厚。在美国,二手车买卖已成为具有相当规模的行业,不仅市场大而且利润丰厚。美国新车价格近年来一直上扬,经销商售出一辆新车的纯利润平均仅有 130 美元,而销售一辆二手车却达到 265 美元。因为生意兴隆,二手车行业在美国得到长足发展。现行的单一品牌汽车销售模式,已逐步向多品牌、多品种、多功能、新车、二手车共同销售格局方向发展。大型二手车超级市场也应运而生,其规模大大超过了一般的车行,给客户提供了一个更为广阔的选择空间。

(6) 完善的交易方式。美国二手车市场的发达与其完善的交易方式分不开,比如汽车置换和汽车拍卖。

在美国,汽车置换很普遍,它的好处是消费者可以享受一站式服务,在一个经销商那里既卖了旧车,又买了新车。一些车行的二手车收购采取“以旧换新”方式。销售员会从新车购买者那里了解有没有二手车,愿不愿意以旧车换新车。如果顾客同意,车行就会请来专业的汽车评估师,仔细检查车况,填写评估表,定出收购价。顾客就可以把旧车卖给车行,补缴差额后取得新车。

在美国,有近 300 家二手车拍卖公司,负责对汽车经销商、个人、有关政府机构委托的车辆及各类事故车、罚没车进行拍卖。美国的二手车拍卖企业设备齐全,操作规范,拍卖次数频繁,成交量很大。汽车拍卖行根据客车、货车和小汽车的不同种类加以分类,这些车跑过的里程不同,因此折旧处理的价格相差很大。有些公司还通过卫星系统进行拍卖,客户可以在电视上看到现场实况,通过电话进行报价、竞买。

3. 日本二手车交易市场简介

作为一个汽车生产和消费大国,日本近年来的二手车已经与新车销售平分天下,甚至二手车登录台数已超过新车登录台数。受二手车市场扩大和新车市场低迷的影响,许多汽车制造商和经销商纷纷加入到了二手车经营中来,日本的二手车市场竞争更加激烈。日本二手车经营效益不断提高,各汽车公司不断强化二手车经销业务。

日本汽车生产企业和经销商,对新车销售总有一种不稳定感。为了扩大收益,对二手车经营都非常关注。各汽车生产企业都把收购和拍卖二手车作为扩大业务的主要内容,并形成各生产企业与二手车专营者竞争的局面。从生产企业来说,收购和拍卖二手车只是作为一个经营手段,主要是减少服务外溢,获取多种技术信息,并以此确定科研课题等目的。各

汽车经销商为了促销,过去设置的汽车展示场地没有多大必要,转而利用 IT 技术和更加形象的广播电视网进行车型以及二手车的介绍,各汽车经销商从过去的各种专营,向汽车零售、二手车收购及拍卖等综合业务融合的方向发展;另外,利用 IT 技术,向销售网络化、服务网络化的方向发展。

日本共有 150 家拍卖场所,每年约有 600 万辆汽车参加拍卖,市场规模居世界第二位,二手车拍卖成为二手车市场的主要交易方式。它的突出特点是拍卖场所多、分布广、参与度高。在日本二手车市场上,经销商收购的车辆中约有 90% 首先进入拍卖渠道,然后在拍卖会场上批发给专门的销售公司零售或出口。其拍卖形式除现场拍卖之外还有网络拍卖。参与者的特殊性和交易手段的现代化,使成交率达 80% 以上。规模化、专业化的拍卖企业作为汽车产业循环中的重要链条,与二手车收购、销售业务,既相互独立,又紧密联系;既自成体系,又互为依托,发挥着不可替代的作用。

在日本个人之间的二手车交易并不盛行,而由销售店设定售价标准。为了进行公平的审核,成立了日本汽车审核协会,设定基本价格,审核价格则取基本价格的下限。事实上并不存在标准的零售价格。因此,根据折旧的原则,注重汽车的车型,按汽车生产年代、现时市场价格及车况等规定了固定的价格。

拍卖价格与新车价格没有关系,而是根据二手车的人气指数变动的价格。即使是新车的价格相同,由于用户的喜好和掌握信息的情况不同,也会产生价差,这也使拍卖行业和二手车企业获得的利润进一步增加。

第三节 二手车交易市场的发展对策及政策法规

一、我国二手车交易市场的发展对策

由于我国二手车市场存在的一些问题以及与发达国家存在的差距,通过借鉴发达国家二手车交易和市场管理的先进经验,对我国二手车交易市场的发展提出对策。

(1) 建立和完善相关法规,降低“门槛”,引入竞争机制。针对我国有关二手车管理相对滞后的现象,应进一步完善二手车流通管理办法,不仅要明确上市交易车辆的条件,而且要明确规定二手车交易的行为规范、买卖双方的权利、义务;更重要的是降低二手车市场和经营企业设立的门槛,对达到规定条件的企业和个人,允许申请设立二手车经营企业,打破垄断经营的格局,建立竞争机制,活跃二手车市场,推动服务升级,促进交易方式朝多样化的方向发展,对具备条件的新车经营企业赋予二手车经营权,为以旧换新、以旧换旧创造条件。

(2) 加大监管力度。公安、工商、技术监督等国家有关部门,应加大对二手车市场、二手车经营企业和二手车交易行为的监管力度,制定切实可行的监督措施,维护消费者的合法权益,保持社会经济的良性发展,尽快解决我国二手车交易中不合理的税收政策,统一二手车交易中的收费标准。

(3) 制定二手车评估标准。目前我国对二手车的评估定价还没有科学、统一的标准,致使各营销企业所定价格缺乏科学性,全国二手车交易的价格非常混乱。为规范评估定价的行为,制定科学的评估定价标准,有选择地在二手车交易中心培养一批高素质的评估定价人员,在建立持证上岗制度的基础上,分批对各地二手车市场的评估人员进行专业培训,提高评估人员的业务水平;同时可在高等院校的有关专业增加二手车评估内容,以满足市场对专