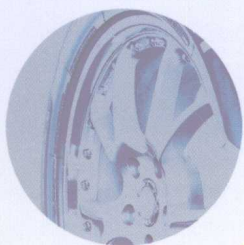


高等职业院校国家技能型紧缺人才培养培训工程规划教材
汽车运用与维修专业

旧机动车鉴定 及评估

■ 郭新华 主编 吴柏宇 邢世凯 副主编 ■



<http://www.phei.com.cn>



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

高等职业院校国家技能型紧缺人才培养培训工程规划教材·汽车运用与维修专业

旧机动车鉴定及评估

郭新华 主 编

吴柏宇 邢世凯 副主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书全面介绍旧机动车鉴定评估理论知识,系统而深入地介绍旧车技术鉴定方法、旧车评估方法及具体操作程序;阐述国家有关旧车交易的政策和法规,详细说明旧车交易过户、转籍程序;扼要介绍汽车基础知识及机动车技术基础知识。力求涵盖有关旧车鉴定与评估的各个方面。最后,简介目前旧车市场的运行机制,客观地反映目前国内旧车市场运作的具体方法及现状。

本书内容包括以下几个方面:旧车鉴定评估相关基础知识概述、旧车评估的基本方法、旧车技术状况鉴定、旧车价格评估、旧车收购估价与销售定价、碰撞汽车的评估、旧车鉴定评估师、车损评估管理系统及旧车评估管理系统等。

本书可作为高等职业学校、高等专科学校、成人院校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校汽车检测与维修、汽车运用技术、汽车服务工程及相关专业的教材,亦可供相关人士阅读和参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

旧机动车鉴定及评估 / 郭新华主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.6
高等职业院校国家技能型紧缺人才培养培训工程规划教材·汽车运用与维修专业
ISBN 978-7-121-08804-9

I. 旧… II. 郭… III. ①机动车—鉴定—高等学校: 技术学校—教材②机动车—价格—评估—高等学校: 技术学校—教材 IV. F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 073258 号

策划编辑: 程超群

责任编辑: 徐 萍

印 刷: 北京京师印务有限公司

装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 12.75 字数: 326.4 千字

印 次: 2009 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 21.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

随着我国经济的发展,机动车保有量迅速增加,2008年年底统计为1.7亿辆,汽车拥有量超过6467万辆。2008年我国生产汽车934.5万辆,同比增长5.2%,位居世界第二。预计,我国的汽车市场将有15~20年的增长和发展期。随着人们生活水平的不断提高,汽车已经开始走进众多家庭。对出门选择交通工具舒适性的要求也越来越高,越来越多的人购买汽车作为代步工具。一方面,有人要出售原来的旧车;另一方面,有人因为各种原因选择购买二手车。在发达国家,二手车交易很活跃、规范,而我国的二手车交易则刚刚起步,前景很广阔,但也存在许多问题,亟须规范,只有规范才能促进二手车交易的进一步繁荣。

汽车行业一直以来是专业和技术并行的领域。在编写原则上,本书力求全面涵盖有关二手车交易与评估的知识,以汽车评估国家职业标准为依据,科学确定教材的知识目标和能力目标,合理安排教材的知识结构和能力结构,注重知识的系统性。

本书在编写模式上,从强化培养操作技能、掌握实用技能的角度,重视基本能力的培养;以职业能力培养为核心,强调理论与实际的联系,体现当前最新的实用知识和操作技术,注重各种理论分析方法,以求提高学习者解决实际问题的能力;选取典型示例,使读者达到巩固知识、掌握技能的目的。

在使用上,为方便教学,本书配有免费电子课件供教师参考、学生课后复习之用。

本书共15章,其中郭新华编写第1章、第10章,吴柏宇编写第2章、第3章、第5章,邢世凯编写第4章、第15章,闵兰编写第6章、第14章,席振鹏编写第7章、第8章、第9章,宁士君编写第11章、第12章、第13章。全书由郭新华任主编,吴柏宇、邢世凯任副主编。

全书由东北林业大学孙凤英教授审阅,并提出了许多宝贵意见和建议,在此表示感谢。对在本教材编写过程中给予指导和帮助的郑德林教授、夏文恒高级工程师及编写中参考的有关著作、论文的编著单位和个人致以衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中难免会有误漏、不妥之处,恳请批评指正。

编 者
2009年2月

目 录

第 1 章 绪论	(1)
1.1 旧车鉴定评估概述	(1)
1.1.1 旧车的概念	(1)
1.1.2 机动车的分类	(1)
1.1.3 旧车市场概况	(1)
1.2 旧车市场营销与发展	(5)
1.2.1 旧车市场营销	(5)
1.2.2 旧车市场营销宏观环境分析	(5)
1.2.3 旧车市场营销微观环境分析	(8)
1.3 旧车进行鉴定评估的必要性	(10)
1.4 旧车鉴定评估三要点	(13)
第 2 章 汽车基本知识	(15)
2.1 汽车的分类方法	(15)
2.1.1 按用途分类	(15)
2.1.2 按结构分类	(17)
2.1.3 按公安机关的管理分类	(17)
2.2 汽车识别的基本知识	(18)
2.2.1 汽车 VIN 代码	(18)
2.2.2 国产汽车型号的编制规则	(21)
2.2.3 进口汽车车型标牌阅读	(23)
2.3 汽车的主要组成及形式	(24)
2.3.1 汽车的主要组成	(24)
2.3.2 汽车传动系的布置形式	(25)
2.4 汽车的主要技术参数	(26)
2.4.1 汽车的尺寸参数	(26)
2.4.2 汽车的质量参数	(30)
2.5 汽车的主要性能指标	(30)
2.5.1 汽车的动力性	(30)
2.5.2 汽车的燃油经济性	(31)
2.5.3 汽车的制动性	(31)
2.5.4 汽车的操纵稳定性	(31)
2.5.5 汽车的行驶平顺性	(31)
2.5.6 汽车的排放污染物	(32)
2.5.7 汽车的噪声	(32)
第 3 章 汽车的使用寿命与报废标准	(33)
3.1 汽车的损耗	(33)

3.1.1	有形损耗	(33)
3.1.2	无形损耗	(34)
3.1.3	维护与维修	(34)
3.2	汽车的使用寿命	(35)
3.2.1	自然使用寿命	(36)
3.2.2	技术使用寿命	(36)
3.2.3	经济使用寿命	(36)
3.3	汽车的经济使用寿命	(37)
3.3.1	经济使用寿命的指标	(37)
3.3.2	影响经济使用寿命的因素	(38)
3.4	汽车报废标准	(41)
3.4.1	汽车报废标准的相关指标	(41)
3.4.2	报废标准与经济使用寿命	(41)
第 4 章	旧车手续检查与交易咨询	(43)
4.1	旧车凭证的检查	(43)
4.1.1	旧车的手续	(43)
4.1.2	旧车交易的证件	(43)
4.1.3	旧车的税和费	(46)
4.1.4	旧车的税费缴纳凭证	(47)
4.1.5	旧车交易的证件检查	(48)
4.2	旧车交易过户、转籍	(49)
4.2.1	新车注册登记	(49)
4.2.2	旧车过户	(50)
4.2.3	旧车转籍登记	(51)
4.3	旧车交易咨询	(52)
4.3.1	旧车交易的政策法规咨询	(52)
4.3.2	旧车交易的技术和价格咨询	(53)
4.3.3	旧车投资技术方案的咨询	(53)
第 5 章	旧车技术状况的鉴定	(58)
5.1	概述	(58)
5.1.1	技术鉴定的目的、方法	(58)
5.1.2	技术鉴定的内容	(59)
5.1.3	技术鉴定的发展	(63)
5.2	静态检查	(64)
5.2.1	识伪检查	(64)
5.2.2	外观检查	(66)
5.3	动态检查	(69)
5.3.1	发动机无负荷工况检查	(69)
5.3.2	路试检查	(70)
5.4	仪器设备的检测结果分析	(71)

5.4.1	发动机功率检测结果分析	(72)
5.4.2	发动机汽缸密封性检测结果分析	(74)
5.4.3	曲轴箱窜气量检测结果分析	(74)
5.4.4	制动性能检测结果分析	(75)
5.4.5	前轮定位参数检测要求	(77)
5.4.6	汽车排放物检测要求	(78)
5.5	事故车的检查与判断	(79)
5.5.1	事故车的定义	(79)
5.5.2	事故车的检查与判断	(80)
5.5.3	事故车的处理	(81)
第 6 章	旧车评估的基本原理	(84)
6.1	旧车鉴定评估	(84)
6.1.1	旧车鉴定评估的概念	(84)
6.1.2	旧车鉴定评估的特点	(84)
6.1.3	旧车鉴定评估的目的	(85)
6.2	旧车的价值概念	(85)
6.3	旧车鉴定评估的标准和基本假设	(86)
6.3.1	旧车鉴定评估的标准	(86)
6.3.2	旧车鉴定评估的假设	(87)
6.4	旧车鉴定评估的依据和原则	(88)
6.4.1	旧车鉴定评估的依据	(88)
6.4.2	旧车鉴定评估的工作原则	(89)
6.5	旧车鉴定评估的业务类型和业务程序	(89)
6.5.1	旧车鉴定评估的业务类型	(89)
6.5.2	旧车鉴定评估的业务程序	(89)
6.6	国家宏观政策对评估的影响	(90)
6.6.1	能源政策	(91)
6.6.2	环境保护政策	(92)
6.6.3	《汽车报废标准》的调整对评估的影响	(93)
第 7 章	旧车评估的重置成本法	(94)
7.1	重置成本法的基本原理	(94)
7.1.1	重置成本法的理论依据	(94)
7.1.2	车辆的贬值	(94)
7.2	重置成本的确定方法	(95)
7.2.1	重置核算法	(95)
7.2.2	指数调整法	(96)
7.3	各种陈旧性贬值的估算	(96)
7.3.1	功能性贬值的估算	(96)
7.3.2	经济性贬值的估算	(97)
7.4	成新率的估算方法	(98)

7.4.1	使用年限法	(99)
7.4.2	行驶里程法	(100)
7.4.3	部件鉴定法	(101)
7.4.4	整车观测法	(102)
7.4.5	综合分析法	(103)
7.4.6	综合成新率法	(105)
7.5	重置成本法小结	(108)
第8章	旧车评估的现行市价法	(109)
8.1	基本概念	(109)
8.2	现行市价法的评估方法	(110)
8.2.1	直接法	(110)
8.2.2	类比法	(110)
8.3	现行市价法的程序、特点和适用范围	(110)
8.3.1	现行市价法的程序	(110)
8.3.2	现行市价法的特点	(111)
8.3.3	现行市价法的适用范围	(111)
第9章	旧车评估的收益现值法	(112)
9.1	基本原理	(112)
9.1.1	收益现值法的计算方法	(112)
9.1.2	收益现值法的特点	(112)
9.1.3	收益现值法评估的步骤	(113)
9.2	剩余寿命期及预期收益的估算	(113)
9.2.1	剩余经济寿命期的确定	(113)
9.2.2	预期收益额的确定	(113)
9.3	折现率的确定	(113)
9.4	收益现值法的应用	(114)
第10章	评估报告的撰写及评估小结	(116)
10.1	评估报告的基本要求及主要内容	(116)
10.1.1	评估报告的基本要求	(116)
10.1.2	评估报告正文的主要内容和编写步骤	(116)
10.2	评估报告的范文	(118)
10.2.1	评估协议书与委托书	(118)
10.2.2	评估作业表	(119)
10.2.3	评估报告书	(119)
10.3	旧车评估	(119)
10.3.1	旧车评估的方法选择	(119)
10.3.2	评估应注意的问题——评估的精确度	(121)
10.3.3	关于评估与定损	(122)
第11章	旧车的收购估价与销售定价	(123)
11.1	旧车的收购估价	(124)

11.1.1	旧车收购评估的思路与方法	(124)
11.1.2	旧车收购价格的计算	(124)
11.1.3	旧车收购评估与旧车鉴定评估的区别	(126)
11.1.4	旧车收购评估实例	(126)
11.2	旧车的销售定价	(127)
11.2.1	旧车销售定价应考虑的因素	(127)
11.2.2	供求关系	(128)
11.2.3	旧车销售定价的目标	(130)
11.2.4	旧车销售定价的方法	(131)
11.2.5	旧车销售定价的策略	(131)
11.2.6	旧车销售最终价格的确定	(132)
第 12 章	碰撞汽车的评估	(133)
12.1	碰撞汽车车身损伤的诊断与测量	(133)
12.2	确定车辆零件修与换的原则及方法	(143)
12.2.1	确定车辆零件修与换的原则	(143)
12.2.2	确定车辆零件修与换的方法	(145)
12.3	碰撞车辆维修费用的确定	(146)
12.4	碰撞汽车损失评估	(153)
第 13 章	旧机动车鉴定评估师	(157)
13.1	旧机动车鉴定评估师职业相关知识	(157)
13.1.1	职业概况	(157)
13.1.2	职业条件	(157)
13.1.3	培训要求	(157)
13.1.4	鉴定要求	(157)
13.2	旧机动车鉴定评估师应具备的职业道德和基础知识	(158)
13.2.1	职业道德	(158)
13.2.2	基础知识	(158)
13.3	旧机动车鉴定评估师和旧机动车高级鉴定评估师职业技能标准	(159)
13.3.1	旧机动车鉴定评估师职业技能标准	(159)
13.3.2	旧机动车高级鉴定评估师职业技能标准	(160)
第 14 章	车损评估管理系统及旧车评估管理系统	(163)
14.1	车损评估软件介绍	(163)
14.2	车损评估管理系统	(163)
14.3	旧车评估管理系统	(165)
第 15 章	订立旧车交易合同	(167)
15.1	订立旧车交易合同的基本准则	(167)
15.2	交易合同的主体	(167)
15.3	交易合同的内容	(168)
15.4	交易合同的种类	(168)
15.5	交易合同的变更和解除	(168)

15.6 违约责任及合同纠纷的处理方式..... (169)

15.7 合同纠纷的处理方式..... (169)

附录 A 旧车交易相关政策法规 (171)

附录 A-1 (171)

国家经济贸易委员会、国家计划委员会、国内贸易部、机械工业部、公安部、国家环境保
护局关于发布《汽车报废标准》的通知 (171)

汽车报废标准 (171)

关于调整轻型载货汽车报废标准的通知 (172)

关于调整汽车报废标准若干规定的通知 (172)

附录 A-2 (173)

汽车贸易政策 (173)

附录 A-3 (176)

二手车流通管理办法 (176)

附录 A-4 (180)

中华人民共和国商务部公告 (180)

二手车交易规范 (180)

附录 B 示范文本 (185)

附录 B-1 旧机动车评估协议书..... (185)

附录 B-2 旧机动车鉴定评估委托书..... (186)

附录 B-3 旧机动车鉴定评估作业表..... (187)

附录 B-4 旧机动车鉴定评估报告书..... (188)

附录 B-5 《二手车买卖合同》 (190)

参考文献 (194)

第 1 章 绪 论

1.1 旧车鉴定评估概述

目前,全世界汽车拥有量已经超过 7 亿辆,我国的机动车数量 2008 年年底统计为 1.7 亿辆,汽车拥有量超过 6 467 万辆。2008 年我国生产汽车 934.5 万辆,同比增长 5.2%,超过美国,位居世界第二。国家“九五”中长期规划 2012 年产量达 1 000 万辆可能提前实现。

1.1.1 旧车的概念

旧车(旧机动车),又称二手车,是指在公安交通管理部门登记注册,在达到国家规定的报废标准之前或在经济使用寿命期内服役,并可继续使用的机动车辆。

机动车:是由金属及其他材料制成,由若干零部件装配起来的机械结构,在一定的动力驱动或牵引下,能够自行行驶,并能完成某些专项工作的装置。如汽车可在公路上运行,完成载运旅客或货物的工作,叉车在厂(场)区运行,可完成短距离搬运物品的工作等。机动车区别于非机动车的本质特征一是机动车具有轮式行走系统或履带式行走系统,二是具有动力装置(挂车除外)。

1.1.2 机动车的分类

按照公安交通管理部门对机动车辆的管理规定,机动车可分为汽车、拖拉机、农用运输车、轮式专用机械、摩托车、电车、挂车七大类。其中轮式专用机械系指有特殊结构和专门功能,设计行驶速度在 50km/h 和 50km/h 以下,可以在道路上自行行驶的轮式工程机械。它包括叉车、装载机、平地机、挖掘机和其他专用机械。设计速度大于 50km/h 的轮式自行专用机械按汽车分类。挂车分全挂车和半挂车,本身无行驶驱动装置,由牵引车辆牵引行驶。从行驶安全的角度考虑,列为机动车辆管理。

按照国家对机械产品用途的划分,把机动车分为公路运输机械、农业机械、工程机械、起重运输机械。公路运输机械主要指各类型汽车、摩托车;农业机械主要指拖拉机、农用运输车;工程机械是指设计速度在 50km/h 以下的轮式专用机械;起重运输机械主要指短距离运输的轮式车辆,如叉车、电瓶车等。

1.1.3 旧车市场概况

旧车交易市场是旧车信息和资源的聚集地,是买主和卖主进行旧车的商品交换和产权交易的场所。旧车交易市场是为满足旧车的产权流动而建立的产权市场,是一种中介服务机构,其主要业务是接受产权交易双方委托并撮合成交,以及对旧车交易及产权交易的合法性进行审查。我国旧车交易市场的形成是随着我国社会主义市场经济体制的建立和发展而逐步形成的,是市场经济条件下的必然产物,是市场经济发展的必然趋势。

1. 旧车市场的形成

斯隆 1924 年担任通用公司总裁的初期,就对通用汽车公司进行一系列适应当时美国经济发展的改革,建立了“分散经营,协调控制”的管理体制;创建了技术研发中心,公司每年均要投入销售额 3% 以上的资金来保障科研和技术发展工作的稳定进行;提出了著名的“销售四原则”,即“分期付款、旧车折价、年年换代、密封车身”四条销售原则。这些改革从根本上挽救了濒临绝境的通用公司,并使之走上健康发展的光明大道。销售四原则中的“旧车折价”就是所谓的置换和旧车收购。这条原则不仅减轻了顾客买新车时经济上的负担,而且延伸了产业链条,扩展了汽车产业的下游产业链条,扩大了下游产业的利润空间,开辟了汽车产业新的服务系统,使汽车产业增加了金融服务、旧车服务的内容。

随着美国公众所拥有汽车数量的日益增多,斯隆这四条销售原则的实施,开辟了旧车销售的先河。从此旧车市场迅猛发展起来。旧车夺去了福特公司统治近 20 年之久的廉价汽车市场,并使后来任何廉价的汽车制造商都无法与旧车的价格竞争。

2. 国外旧车交易市场的特点

(1) 国外旧车交易市场情况综述

世界各国经济发展水平不一样,其旧机动车交易市场的情况也不一样。一般来说,一个国家旧机动车的交易量和旧机动车交易市场的成熟程度,与这个国家的经济体制、经济发展水平、汽车工业的发展水平和汽车保有量、国内交通车辆管理政策、社会文化背景等都有很大关系。

发达国家经济发展水平很高,汽车工业高度发达,汽车保有量很高。如 1987 年美国仅加利福尼亚州的汽车保有量就相当于当时苏联、中国、日本等国的总和。美国人“喜新厌旧”的观念最为突出,更新率特别高,车主基本上每 3 年换一辆车。因此,促使美国的旧车交易频繁,而且价格便宜。美国总人口约 3 亿,汽车保有量达 2.4 亿辆。2004 年,汽车年交易量接近 6 000 万辆,其中新车销售量约 1 670 万辆,旧车销售量为 4 270 万辆,两者之比为 1:2.6。德国绝大多数人都有一辆车或数辆车,其更新率也很高,一辆车使用 5~6 年,最多 7、8 年就会淘汰。德国、英国和法国的情况也基本类似,旧车的交易量均超过新车交易量的一倍多。英国旧车销售量占新、旧汽车总交易量的 70%。瑞士日内瓦人口约 165 万,年新车销售量约 28 万辆,而旧车交易量则达 56 万辆。有钱人追求时髦不到两年换一辆车,有些车主将淘汰而又卖不到多少钱的车干脆登报送人。日本人有一种跑 10 万 km 就是旧车的心理,有人约每 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、爱尔兰等国家。这些国家由于对车辆的更新率高,使得交易量大,且旧机动车市场发展也很成熟,其国内相关政策健全、完善,如健全的中介组织、完善的税收政策、方便的转籍过户、科学的鉴定估价等。

(2) 澳大利亚、新西兰旧车交易市场简介

澳大利亚、新西兰都是以私有制为基础的国家,其地广人稀,人均拥有资源十分丰富,人们生活水平很高,车辆和交通非常发达。以澳大利亚维多利亚州为例,全州共有人口 450 万人,其中 350 万人居住在墨尔本市,人均拥有一辆车,全州的道路主干线长 22 160km。新西兰共有人口 370 万,汽车 240 万辆。总的来讲,澳、新两个国家旧机动车交易相当普遍,办理手续简便、快捷,售后服务非常完善,管理十分规范。

澳大利亚、新西兰两国的旧机动车交易十分活跃,几乎到处都可以看到规模较大的旧车商行、旧车交易市场及汽车交易一条街的景象。澳、新两国旧机动车半年交易量占社会汽车

保有量的 25%~30%，澳大利亚仅维多利亚州每年的旧车交易量就达 82.5 万辆，墨尔本市就有 700 家旧车商行，而且经营旧车的利润比新车高近 1/2。澳、新两国的汽车经销商主要有三种形式：一是新车行，二是新、旧车一体化经营，三是专业从事旧车交易。三种形式中，新车专卖店相对较少。旧车行的旧车来源主要是卖新收旧、拍卖行竞买、国外进口、委托销售、寄售销售等。另外，旧车交易商之间也可以互相调度资源。

澳、新两国的旧机动车经营商都非常重视企业形象，营业厅简洁、明快、高雅，设施非常现代化。工作人员精干、热情。营业厅各种车辆按品牌排放整齐，洁净明亮。个别车辆还用金属架托出高出地面半米的位置，很有层次和立体感，客户不仅可看到车辆的外观，而且还可以看到车辆的底盘。每辆车的前窗都贴有各种颜色的价格标签，非常醒目。车行还通过报刊、电视、杂志等新闻媒体做广告，搞一些促销活动。

澳、新两国的旧机动车销售价格都很便宜，而且提供优质的售后服务。如新西兰某地成交一辆使用 4 年、行驶 10 万 km 的日产高级轿车，仅需支付不到 2 万元人民币的购车费、25 元的过户和车价 4% 的印花税即可。旧车行都有自己的维修加工车间和许多协议修理点，新西兰规定经营企业旧车售出后给用户 5 000km 的质量担保里程，在质量担保里程内，在正常使用情况下，若出现故障，可免费保修或退货。维修时，还可为客人提供代用车辆，可见其服务之周到。另外，旧车行可以为用户代办转籍过户手续。代办转籍过户手续的车行，要有路署（交通管理部门）的书面认可，并且每年要年审。

澳、新两国政府都有健全的交通法、车辆管理法、道路安全法，以及上路标准、车辆注册和驾驶执照管理、汽车检测和汽车进口管理、旧车经营管理的严格规定。特别是进口旧车，两国都有严格的质量标准和修复行驶的标准及具体的检测措施。旧机动车由政府指定的维修车行进行检测，维修车行的检测设备也要符合政府规定。新西兰对未售出的旧车每半年还要检测一次，否则禁止销售。

关于旧机动车的鉴定估价，在澳大利亚，具有专门资格的鉴定估价部门，根据汽车市场行情和多年经验，结合车况向全社会定期公布各类车型的市场参考价格，这些部门多数是政府与汽车中介机构共同指定的旧机动车鉴定估价单位。另外，在一些大学里，也设置鉴定估价方面的课程，开展这方面的培训。新西兰则没有专门的鉴定估价机构，车辆的价格完全市场化。

澳、新两国汽车行业的中介组织十分发达。澳大利亚的皇家汽车俱乐部是全国最有权威、影响最大的中介组织，已有 75 年的历史，目前有会员 350 万，同时还有 57 家代理公司、250 家代理拖车公司、800 家农村巡视代理公司，悉尼总部有 850 名工作人员。其主要业务范围有：向会员提供保险服务，道路救援工作，汽车的检测，旧车质量和价格的评估，咨询服务、法律服务，定期的杂志和宣传资料服务等。每个会员的入会费为 46 澳元，每年的年会费为 46 澳元，该协会每年仅处理路面救援就达 230 万人次，检测审查考核达 120 万人次。另外，还有汽车经销商协会等中介组织，可以受理投诉事件等。新西兰汽车行业的三个主要中介组织——汽车工业协会、进口汽车经纪行协会、汽车经纪行协会共同协调整个汽车行，并强调行业的自律。它们定期到政府的有关部门听取、交流意见，咨询理解新政策，不断改进行业的管理工作。各协会每年的会费为 70 元纽币，可以免费向会员提供车辆的咨询、技术帮助、救援服务，并可帮助会员向政府游说，按会员的要求来调整有关政策，同时还受理客户的投诉等。

在澳、新两国，旧机动车经销企业的资格审批由政府部门来完成。在澳大利亚申办汽车经销企业，须向政府汽车经销委员会申请，由委员会审查公司的经营资格，并每年对公司情

况进行年审。新西兰的汽车经销企业须经国家持牌汽车经济管理协会批准，再到政府工商部门公司注册处注册，方可营业。持牌经济管理协会是协助政府的中介组织，为保持该组织的公正性，政府要在该组织中指定律师、消费代表和经销商代表。

在审查经销企业资格时应特别注重：第一，企业的财务规定；第二，法人无犯罪记录；第三，企业符合国家法律规定；第四，企业要接受每年的年检。被批准的经销企业要遵守该协会的自律规定，并交 200 或 300 澳元/年的信用金。协会要求这些企业对车辆的状况进行公开描述，不能有欺骗。出现问题，用户可以向协会投诉。

在澳、新两个国家，无论新车上牌，还是旧车转籍过户，都十分方便。如澳大利亚维多利亚州每年要转籍过户 82.5 万宗，其中 31 万宗由路署办理过户，51.5 万宗由路署的合同代理方代办完成。过户时要求买卖双方在公司契约上填写好双方及车辆的基本情况，包括上路许可证情况、车辆的转让费情况等。车辆转让费主要包括 25 澳元过户费和车价 4% 的印花税等，直系亲属转让车辆时不需缴纳转让费。一般旧车办理过户的时间不超过 48 小时。目前，维多利亚州路署除直属 39 个办公室和下设 50 个分支机构专门办理新车上牌和旧车转籍过户外，还积极推广车行进行代理登记的做法，也可通过银行、网络、电话、商店等实行一人一照、登记入网、全国查询的方式服务于老百姓。目前，已有 880 家车行代办登记、上牌。该州于 1997 年 12 月 9 日启动 MAXI 系统对全州车辆进行电脑管理，该系统可以 24 小时为客户提供服务，客户可以通过遍布全州的网络，随时随地办理付年费、更改姓名、变更地址、学习加强知识、申请驾驶许可、预约考试、信息查询、购汽车零部件、办理汽车过户等。由于澳大利亚的车辆管理网络还没有实现，车辆在办理异地转籍时只能采用先退后办，重新办理登记、注册的办法，但手续还是非常简单方便的。新西兰办理旧车过户更为简单，全部由邮局代办，买卖双方只要在过户单上签字，买方需向政府缴纳 9.2 元纽币的过户费，即可办理。另外，大的旧车商行也可以为客户代办过户手续和发放牌照。新西兰的异地转籍，全国是统一管理的。

纵观美国、日本、德国等汽车生产大国旧车交易市场的情况，可以看出这些国家由于汽车工业高度发达，汽车保有量很大，因而旧车交易量也很大，旧车市场的发展也很成熟，相关政策健全、完善。而旧车交易利润高、数量大、价格低，发展潜力大，经营方式灵活多样，售后服务完善规范，政府管理，行业自律等为其主要特点。

3. 我国旧车交易的发展趋势

我国的汽车市场是一个巨大的潜在市场，2008 年汽车保有量近 7 000 万辆，人均 100 人拥有 5 辆车，这与西方发达国家每人拥有一辆以上车相比较有着很大的差距。随着我国经济的发展和人们生活水平的日益提高，汽车保有量将呈现加速度发展，这为旧机动车交易的发展提供了潜在的发展空间。汽车消费结构发生很大变化，据统计，目前私人购车量已占到汽车销量的 50% 以上，另外，国有企事业单位的用车制度也逐步走向市场化。由于旧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，已经成为一种消费时尚，因而使旧机动车交易市场充满了活力。旧机动车交易量在整个汽车经营中所占比重将会逐步增加，与发达国家的差距将逐步缩小。

2006 年我国的新车销售量达 600 多万辆，旧车有 200 万辆，新、旧车销售比约为 3 : 1。2006 年北京地区新年车销量为 30 多万辆，旧车交易量达 26 万多辆，新、旧车销量比已达 3 : 2.6，远高于全国平均水平。与发达国家旧车销售占总量 70% 的比例相差很大，但发展的潜力巨大，说明旧机动车交易市场的潜力还没有得到充分挖掘。目前旧机动车交易方式逐步

多样化,交易形式由集中交易模式向多元化主体经营模式转变,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需求。旧机动车交易不仅日益活跃,而且交易规模也日益扩大。随着我国旧机动车流通行业科学化、法制化管理体系的形成,各种政策将逐步完善,各方面的关系和流通渠道将进一步得以理顺,使消费者的合法权益能够得到有效保障,对旧机动车交易市场的健康发展将会起到积极的促进作用。我国旧车市场迈入了新的发展阶段,旧车市场要比新车更具拓展空间。总的看来,我国的旧机动车交易市场具有良好的发展趋势,发展前景广阔。

1.2 旧车市场营销与发展

1.2.1 旧车市场营销

市场是商品经济的产物,哪里有商品生产和商品交换,哪里就会有市场。随着商品经济的发展,在不同的使用场合,市场的概念也不断地发展着。

国内较流行的汽车售卖形式是大型的汽车交易市场,它云集众多品牌,将许多 3S、4S 汽车专卖店集中在一起,提供多种品牌汽车的销售和服务,同时还提供如贷款、保险、上牌等汽车销售的延伸服务。通常由一家类似于房地产公司的实体公司来运作汽车交易市场,形成自己的品牌,并由该公司组织相关资源来提供延伸服务。

旧车交易市场类似这种形式,一般会集合旧汽车与汽车配件的批售、车辆整修装潢、旧车交易咨询、管理与服务等项目,提供收旧供新、交易过户、新车上牌、委托寄售、租赁服务、中介服务、委托拍卖、咨询服务(车辆评估)、车辆检测、公车转私、上牌照等业务,是一个综合性的汽车服务贸易市场。

旧车交易市场的优势在于消费者拥有更为自由的购车环境,有更多的选择机会,同时可以享受购车的一条龙服务。但是,由于旧车交易市场中聚集了几十甚至上百的汽车经销商,以及其他各种提供商和贸易商,因此从市场的管理上来说难度较大。

旧车营销的主要形式有旧车交易市场、旧车特许经营、旧车超市、旧车拍卖市场。

1.2.2 旧车市场营销宏观环境分析

汽车的营销活动,是在不断发展、变化的环境条件下进行的,它既对汽车市场产生影响,又对汽车营销造成制约。来自市场影响和营销制约的这两种力量,就是汽车市场营销环境,它包括宏观环境和微观环境。

汽车市场营销的宏观环境,通常指一个国家的人口环境、经济环境、政治法律环境、科技文化环境等,它是汽车企业不可控制的因素。企业可以通过调整营销策略和控制内部管理,来适应宏观环境的变化。

1. 旧车市场营销宏观环境分析内容

(1) 人口环境

人口统计变化对所有汽车企业的市场营销都有重要影响。汽车的购买量是与人口直接相关的。在人口统计因素中,应重点关注人口总量及其增长、人口的地理分布、人口的年龄分布和人口的收入分布等因素。因为人口因素是变化的,在考察上述因素时,静态描述是重要的,但更重要的是考察其变化趋势。尤其重要的是,在对多个因素的交叉分析中注意发现对

营销战略有意义的信息。

（2）经济环境

经济环境可以从多方面的指标来考察。

世界性的指标反映的是整个世界的经济大气候，包括世界经济的增长情况、世界资本与货物的流动情况等。

国家性的指标包括国民生产总值（GNP）、国内生产总值（GDP）、国民收入（NI）、储蓄、就业、通货膨胀率等指标。

个人性的指标主要包括工资及其他收入、储蓄、消费及其结构等。

通货膨胀、就业水平、汇率变动等因素也是汽车市场营销环境分析常要加以关注的经济因素。

（3）政治法律环境

旧车营销的政治法律环境包括政治形势大势、经济政策和法律法规等方面。政治形势大势就是当前国际国内政治形势大的态势与走势。经济政策主要包括与汽车营销有关的国家财政政策、货币政策、价格政策、劳动工资政策与对外贸易和国际收支政策，如汇率、进出口关税税率、资本和技术引进政策等。法律法规主要指国家主管部门及地方政府颁布的与汽车营销有关的各项法规、法令、条例等。

（4）科技环境

技术革命不仅使原有的汽车产品变得陈旧落伍，而且改革了汽车生产、销售人员的原有价值观。所以，如果汽车生产企业不及时跟上，就可能被淘汰。新科技带来了汽车市场营销策略的革新，即产品策略、定价策略、分销策略和促销策略的革新。

（5）社会文化环境

汽车市场营销的社会文化环境主要包括人们的价值观念、宗教信仰、消费习俗、审美观念等与汽车消费有关的文化环境。

如今我国汽车消费者选购车型的的关注点，已从以往的价格便宜，开始转向质量、品牌和售后服务。这些消费价值观念的变化，向汽车市场营销提出了更高的要求。例如，在我国两厢轿车开始并没有像三厢轿车那样受到普遍欢迎，就与我国传统上的审美观念有一定关系。国人认为，所谓“轿”车，就得有头有尾，像一乘轿子一样，没有尾部的两厢车，怎么能算“轿”车呢？这也许是两厢车走遍全世界，唯一在中国遇到的这种审美观念的“打击”。

（6）生态与可持续发展环境

现在，基于人口、自然资源与生态的可持续发展问题已成为人类面临的最严峻的挑战。汽车对环境的影响主要表现为两方面：对燃油的需求导致石油资源的枯竭和燃烧油料对环境造成的污染。

2. 我国旧车市场营销宏观环境分析

（1）国内宏观经济运行良好

我国 2008 年国内生产总值 300 670 亿元，比上年增长 9.0%。第一产业增加值 34 000 亿元，增长 5.5%；第二产业增加值 146 183 亿元，增长 9.3%；第三产业增加值 120 487 亿元，增长 9.5%。

① 国内市场销售增长较快，城乡消费旺盛。全年社会消费品零售总额为 108 488 亿元，比上年增长 21.6%，增速比上年加快 4.8 个百分点。

② 外经贸快速发展。全年进出口总额 25 616 亿美元，比上年增长 17.8%。其中，出口

14 285 亿美元,增长 17.2%;进口 11 331 亿美元,增长 18.5%。全年实际使用外资金额 923.95 亿美元,比上年增长 23.6%。年末国家外汇储备余额达到 1.95 万亿美元,比上年增长 27.3%。

经济发展的这种趋势无疑给汽车市场提供了良好的发展空间,使汽车需求具备了保持快速增长的宏观基础。

(2) 社会营销观念已经树立

1993 年前,我国各汽车集团的经营重点都是围绕生产建设开展的;1993 年至 1996 年才真正出现销售问题,但主要销售方式是大批生产后进行推销;1997 年开始各企业逐渐重视运用市场营销手段,对各种竞争要素进行组合,我国的轿车工业就此从单纯的生产经营走向市场经营。1998 年,随着北京地区率先提出新的环保标准与即将实施的燃油税和国家鼓励使用新能源的政策,促使各轿车生产企业迅速树立起社会营销的观念,致力于改革排放系统、开发新燃料汽车、降低油耗及改变人们的消费观念等工作的研究与投入。轿车工业将更多地承担起社会的责任。

(3) 西部地区蕴藏较大发展潜力

西部大开发战略使这一地区汽车市场的潜力逐渐爆发出来。近年来私家车消费逐渐加快,汽车已经从过去身份的象征变为提高工作效率的代步工具,私车需求的档位有很多种,呈金字塔形。与此同时,旧车交易形势看好。以云南省为例,近年来,云南省旧机动车交易市场不断升温,交易数量和数额都以 20%左右的速度在增长。2004 年全省旧机动车交易金额达 17.03 亿元,交易旧机动车 68 447 辆,交易额、交易量排名仅次于广东、上海、山东、北京、浙江,位居全国第六位。现阶段,昆明地区旧机动车日交易量达到 50~60 辆。

(4) 轿车信贷业务出台

国家虽然已经开放汽车消费信贷,但目前由于银行没有建立起对个人和企业信用的有效评估体系,使贷款购车手续极为烦琐;同时,由于汽车没有产权证书,不能作抵押贷款;并且我国人民对超前的负债消费并不习惯。这些问题解决后,汽车消费信贷的数量会大大增加。特别是国家大幅度降低存贷款利率,将促进汽车消费信贷业务的开展和推动汽车市场的发展。

(5) 政策因素不容忽视

《汽车产业发展政策》、《二手车流通管理办法》、《汽车贷款管理办法》等政策相继出台,规范了我国汽车工业发展模式,使我国汽车工业有了长足的进步。但税收政策仍然是制约因素,各地加大控制环境污染也会对汽车市场产生一定的限制作用。

(6) 目前旧车市场存在诸多问题

目前旧车市场存在的问题主要表现在:地区经济差异和不完善的流通机制造成市场混乱;旧车流通企业服务简单化;旧车置换工作管理滞后,专业人才匮乏;行业诚信缺乏有效监督,众多消费者被挡在旧车市场之外;黑市交易屡禁不止,冲击了正常的旧车经营秩序,为社会治安和交通安全带来隐患;旧车鉴定评估缺乏标准规范,鉴定评估随意性大;尚无完善的旧车市场信息网络系统;新车价格波动剧烈,影响旧车交易。

服务方式单一是目前许多旧车交易市场的通病,许多交易市场主要是办理工商验证和转籍过户手续,是工商、公安部门管理功能的延伸转移,缺乏必要的服务功能、服务设施和服务手段。

针对旧车评估程序透明度低、鉴定评估师素质参差不齐、许多评估结论不能真实反映车辆价值的问题,需要建立统一的旧车价值评估标准和汽车价值发布制度,使评估真正体现公开、公平和公正的原则。