



总主编 吴光强

二手车评估与交易

主 编 潘秀艳



总主编 吴光强

二手车评估与交易

主 编 潘秀艳



上海科学技术文献出版社
Shanghai Scientific and Technological Literature Press

图书在版编目 (CIP) 数据

二手车评估与交易 / 潘秀艳主编. — 上海: 上海
科学技术文献出版社, 2016.3
(合众汽车馆 / 吴光强总主编)
ISBN 978-7-5439-6969-8

I. ①二… II. ①潘… III. ①汽车 — 鉴定 ②汽车 — 价
格 — 评估 ③汽车 — 商品交易 IV. ① U472.9 ② F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 035338 号

责任编辑: 祝静怡 胡欣轩
封面设计: 林 勤

书 名: 二手车评估与交易

潘秀艳 主编

出版发行: 上海科学技术文献出版社

地 址: 上海市长乐路 746 号

邮政编码: 200040

经 销: 全国新华书店

印 刷 厂: 上海出版印刷有限公司

开 本: 710×1000 1/16

印 张: 14.5

字 数: 237 000

版 次: 2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5439-6969-8

定 价: 47.00 元

<http://www.sstlp.com>

总序

Prologue

2015年中国汽车产销量分别为2450.33万辆和2459.8万辆，连续七年排名全球第一。随着汽车工业的快速发展，汽车界提出了产品全生命周期管理（Product Lifecycle Management, PLM）的开发理念，加强了对人才，特别是高端技能型专门人才质量与数量的需求。这无疑对汽车行业工作人员提出了更高的要求。

中国的汽车业始终是拉动国民经济的主要引擎，持续增长的消费需求掩盖了汽车行业面临的许多问题。汽车产业一直面临传统与创新的延续性问题。客户观念、社会观念、产业观念在不断演进；而汽车类图书的变革速度则相对迟缓得多。为此我们紧密结合汽车行业对汽车类从业人员的需求，以及汽车4S店工作人员、汽车维修工作人员、汽车营销等岗位的实际工作经验，并在此基础上进行了广泛的调研，对汽车类工作岗位进行分析和分类，按照相应岗位对汽车工作人员的职业素养和职业能力的要求，确定了本系列图书的指导思想和编写原则。

本系列图书采用最新的条例和法规，最前沿的汽车行业知识，并充分考虑汽车行业工作人员的需求，涵盖目前全国大部分汽车类行业的知识体系，体系完整，内容创新，实践性强，经过各分册编者和主审的辛勤劳动，本系列图书即将陆续面市。我们希望通过本系列图书的编写和推广，提高汽车行业工作人员的职业能力和职业素养。

本系列图书既可作为从事汽车保险、汽车维修、汽车营销、汽车评估等工作岗位人员的实际工作指导，最大限度地满足汽车行业一线工作人员的实际工作需要，又可满足广大爱车人士阅读、自修的需求。

在本套图书编写过程中，得到了行业专家、高等院校和企业家的支持与配合，在此表示诚挚的谢意！

同济大学汽车学院 吴光强教授、博士生导师

2016年2月于上海

前言

Foreword

二手车市场是汽车后服务市场领域的一个重要组成部分。根据国家权威部门统计,目前我国每年要对300多万辆二手车进行鉴定评估,但从事此方面的专业人员十分紧缺。因此,为了适应汽车后市场服务领域对二手车服务人才的需求,特编订此书。本书涉及汽车构造及检修、估价、汽车市场行情、营销、产业法规等多方面知识,是从事二手车评估工作人员的优选参考书目。

本书是在对汽车二手车鉴定评估师岗位分析的基础上,以职业能力培养为重点,积极与行业企业合作开发。内容设计充分体现职业性、实践性和开放性的要求。

本书共五章,主要内容包括:二手车市场、二手车评估基础知识、二手车技术状况鉴定、二手车评估方法和二手车鉴定评估工作实务。

本书在内容上贴近实际——书中编入大量的实际案例,可供读者思考和讨论;与时俱进——增加大量的企业工具表,例如“鉴定评估作业表”“车辆检验千分表”“宝马尊选二手车的100项认证及检测内容表”“上海通用诚新以旧换新流程图”等,可指导读者的实际工作,使读者达到会说、会读、会用、会制的目的;通俗完整——内容通俗易懂,避免了大量的复杂公式,知识体系完整,兼顾二手车的鉴定评估及交易的知识。

在编写过程中,编者借鉴了大量参考资料,得到了行业专家的大力支持,由于编者水平有限,书中难免有疏漏和不足之处,恳请读者指正。

编者

2016年2月

第一章 二手车市场 / 1

第一节 认识二手车市场 / 3

第二章 二手车评估基础知识 / 15

第一节 汽车的基础知识 / 17

第二节 汽车的使用寿命与价值 / 35

第三节 二手车评估的基本认识 / 47

第三章 二手车技术状况鉴定 / 59

第一节 二手车技术状况的静态检查 / 61

第二节 二手车技术状况的动态检查 / 83

第三节 事故车的鉴定与评估 / 95

第四章 二手车评估方法 / 111

第一节 二手车评估的重置成本法 / 113

第二节 二手车评估的现行市价法 / 129

第三节 二手车评估的收益现值法 / 135

第四节 二手车评估的清算价格法 / 141

第五章 二手车鉴定评估工作实务 / 147

第一节 二手车鉴定评估实务 / 149

第二节 二手车收购的基本流程 / 168

第三节 二手车的营销实务 / 178

第四节 二手车的转移登记 / 188

附录一 二手车收购合同 / 195

附录二 二手车买卖合同 / 198

附录三 二手车委托拍卖合同 / 204

附录四 二手车流通管理办法 / 208

附录五 二手车鉴定评估职业概况 / 213

附录六 车辆检验千分表 / 217

第一章

二手车市场



第一节 认识二手车市场

一、二手车市场的形成

1. 二手车的概念

二手车，英文译为“used car”，意为“使用过的车”，在中国也称为“旧机动车”；在美国，有二手车经营者为了更好地卖出二手车，改变消费者对二手车质量差的看法，给二手车定义为“曾经被拥有过的车”。

在《二手车流通管理办法》出台之前，国家的正式文件上一直没有出现过“二手车”的字样，有的只是“旧机动车”，虽然它们的内涵基本相同，只是提法上的差异，但“旧机动车”让人感觉车辆很破旧，从而在一定程度上影响人们的消费情绪。其实旧机动车是指公安机关已经正式上牌，使用一次以上的车辆。旧机动车并不意味着车辆陈旧，只要是已经办理了机动车注册登记手续，即使只使用了一天，也属于旧机动车。所以“二手车”在提法上更中性，更通俗易懂，同时也与国际惯例接轨。

二手车的定义直接关系到所涉及车辆的范围，在某种程度上也关系到二手车评估体系的科学性和市场交易的规范性，所以有必要对二手车给出明确的定义。根据商务部颁布实施的《二手车流通管理办法》规定：“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，下同）、挂车和摩托车。”但是下列9种机动车则在禁止之列：

- （1）已报废或者达到国家强制报废标准的车辆；
- （2）在抵押期间或者未经海关批准交易的海关监管车辆；
- （3）在人民法院、人民检察院、行政执法部门依法查封、扣押期间的车辆；
- （4）通过盗窃、抢劫、诈骗等违法犯罪手段获得的车辆；
- （5）发动机号码、车辆识别代号或者车架号码与登记号码不相符，或者有凿改迹象的车辆；
- （6）走私、非法拼（组）装的车辆；
- （7）不具有（本办法）第二十二条所列证明、凭证的车辆；
- （8）在本行政辖区以外的公安机关交通管理部门注册登记的车辆；

(9) 国家法律、行政法规禁止经营的车辆。

二手车交易市场经营者和二手车经营主体发现车辆具有(4)、(5)、(6)情形之一的,应当及时报告公安机关、工商行政管理部门等执法机关。

对交易违法车辆的,二手车交易市场经营者和二手车经营主体应当承担连带赔偿责任和其他相应的法律责任。

2. 二手车产生的原因

(1) 消费者的“喜新厌旧”

一般而言,不论是普通的轿车还是昂贵的轿车,只要上市销售,市场上就一定要有相应的二手车出现。如今汽车厂家不断推出新车型,使轿车的外观、安全性能、可靠性及经济性、娱乐性等都得了提高,再加上大众经济能力的提升、方便的车贷服务以及超前的消费观念,汽车消费市场开始盛行“喜新厌旧”的消费态度。进入21世纪以来,我国人均收入逐年增长,很多城市已经形成了一个规模较大的高收入阶层,他们的平均收入已经达到了汽车消费标准,成为稳定的换车群体,推动着我国换车消费逐年升温。尽管经历了长时间的市场经济,消费者的理性消费程度有所提升,但总体来讲还不太成熟。一部分人购车时对车辆缺乏全面了解,考虑不周,冲动消费,结果在使用后,发现购买的车辆不适合自己的驾乘要求,就想处置现有车辆,从而使该车流入二手车市场。

(2) 车主收支失衡

无论是国内还是国外,部分车主都是通过银行贷款购车。由于各种原因,如车辆的档次较高,车价高,每月还贷超出车主的实际承受能力,难于还贷;又如车主买车时,只考虑到买车的钱,未考虑使用过程中各项税费及维护保养等费用支出,使用中,发现超出自己的支付能力,这样车主手中的车就可能成为欲出售的二手车。

(3) 企业、政府部门或个人的资产变动

在企业或公司进行合并、合资、合作、兼并、联营、企业分设、企业出售、股份经营、租赁、破产时,也有可能产生欲出售的车辆,这些欲出售的机动车辆也是二手车的重要来源。此外,国家为政府部门配备的公务用车数量较大,均为中、高档车。由于各种原因,需要更换的时候,这些公务用车也进入二手车市场,但多半以拍卖的方式出售。

抑或是,个人由于资金困难,将“爱车”抵押或典当来进行融资。当抵押人不能履行合同的义务时,抵押权人有权将抵押车辆根据合同的有关条款,在法律允许范围内,将抵押车辆变卖,从变卖的价款中优先受偿。而

3. 消费者选择二手车的原因

随着人们换车频率的加快，现在的二手车已经不再是“旧货”“廉价”的代名词。我国消费者选择二手车主要的原因可以概括为：

(1) 性价比高

价格便宜是二手车热卖的一个原因。经济学原理指出，一件商品一旦有了所有权，就几乎注定了沉没成本。还没开的新车只要有了交易的手续，再转手时，价格就会打折。因此，在经济学意义上，买一辆二手车，就是“打捞”并合法占有原车主丢失的沉没成本。还有一个原因就是车子的价值问题，同样的用车，新车最多也就使用15年，但是价格较高，相比新车，二手车使用的寿命也很长，价格却便宜很多，所以，对一些消费者来说，买辆二手车是个不错的选择。如果买一辆两年左右的二手车，开半年或一年再卖出去，只要不出事故车主基本上不会亏钱，相当划算，磕磕碰碰也不心疼。这样根据自己的经济情况实实在在地消费，还可把资金用在更重要的投资上。

(2) 练习驾驶技术

通过对消费者市场问卷调查，发现部分二手车车主的购车意图是练习驾驶技术，买辆二手车，即使偶尔的一些碰撞、刮擦等小事故，也不至于像碰擦了新车那样心疼。另外，二手车已经经过充分磨合，质保期内暴露出来的一些技术瑕疵都已进行了修理，因此二手车更适合新手驾驶。

(3) 选择余地大

二手车交易市场上集中的汽车品牌和车型既全又多，消费者的选择余地较大，对于一些停产的经济型车，尤其是客货两用、经济实惠、营运成本低的微型面包车，消费者都可能在二手车市场遇到。

(4) 怀旧心理

在众多买二手车的人中，绝大多数人喜欢买比较新的二手车，但其中不乏“另类”，他们喜欢去二手车市场逛，但对新款车不感兴趣，相反，一些款式比较老的二手车，尤其是绝版的老车，才能引起他们的兴趣。他们可能不是老爷车收藏的爱好者，但他们确实对一些有十几年车龄的老款车情有独钟。

除了以上原因，二手车市场目前交易手续的简化和规范化也促使了更多的人青睐二手车。

二、国外二手车市场的发展概述

二手车交易市场的繁荣程度是一个国家汽车流通领域是否发达成熟的重要标志，发达国家二手车市场交易量大，已形成规模效应。德、日、美等国

家二手车交易量均远远超过新车的交易量，一般均比新车高出1倍以上。据不完全统计，日本二手车年销量已连续多年超过其新车的销量，德国和美国二手车年销量已是其新车销量的2倍和3.5倍。资料表明，西方成熟的汽车市场上，汽车报废周期平均为8—12年，而汽车更新周期平均为4年。我国商务部公布数据显示，2015年，全国二手车市场累计交易量941.71万辆，相比2014年微增2.32%，累计交易额5535.40亿元。

在发达国家汽车市场中，新车利润占整个汽车行业利润的20%，零部件利润约占20%，售后服务领域的利润占60%左右，这其中包括二手车置换、维修保养等服务业务。美国二手车市场的发展尤为突出，每年的二手车销量达600多万辆，占整车销量的70%，二手车利润非常丰富，可占汽车行业总利润的45%，通常一辆新车的利润率不会超过5%，而一辆二手车的利润率普遍超过20%。高利润是国外二手车市场活跃的一个重要原因，也是二手车市场可持续发展的一个重要因素。

国外发达国家二手车市场在经过数十年的市场洗礼后已然变得非常成熟，主要原因有以下几点：

1. 国外二手车市场繁荣源于综合体系成熟

在国外二手车市场，一般均形成了一套比较完善的收购和销售体制。各国政府也制订了有关二手车贸易的相关法规，以保护消费者的权益。在瑞士，新车5年之内免检，5年之后，每3年检查一次。在意大利，新车行驶4年之后，每2年检查一次。一般情况车辆行驶8年就会自行处理，如果超过10年直接有指定的拆解企业进行回收，同时还建立了科学、完善、权威的二手车评估体系。国内的二手车市场体制还不算完善，但是政府已经在政策上给予了支持，并且将会越来越完善。

2. 信息透明

发达国家二手车市场的信息较为透明。从车辆自身状况到各种交易信息都非常容易获得，大大降低了二手车市场的交易成本。此外，二手车一般配有规范化的售后服务标准。通过技术质量认证，商家对出售的二手车质量予以保证，消费者可以享受到与新车相同的售后待遇。在美国，人们对二手车刮目相看的首要原因是二手车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等。美国对二手车的定价做法一般是为拥有的品牌车编制一本《价格总目录》，目录包括汽车出厂的年代、品牌、型号、行驶里程等。销售店的工作人员只需翻查目录就可大致给出比较合理的价格。另外影响车价的因素还有很多，譬如是否出过事故、有无大修记录和车体有无划痕等，这些因素都会使车价上下浮

动。为了避免二手车市场信息不准确，购买的二手车有一定的试用期限，以避免消费者上当。

日本的二手车市场也已经实现全国信息互联，来自不同区域的人们可以不受地域限制地互相交易。日本二手车交易公司规模普遍较大，可同一时间通过卫星将所有待售二手车信息传递到各地交易市场的大屏幕上。信息共享的高度透明化令日本二手车市场交易颇为活跃。

3. 评估体系健全

发达国家能够实现二手车交易信息的透明化，与评估监管体系较为健全有关。各式各样的评估协会、二手车协会在促进二手车行业健康发展中起到了举足轻重的作用。二手车评估系统由二手车协会制定，任何二手车的估价都由这一套系统来确定。二手车首先经技术检测部门进行测定，技术人员列出测试清单，然后对车辆进行估价，销售商根据这一估价和车辆的原销售价格，最终确定二手车的实际售价。

早在1966年，日本就成立了财团法人“日本汽车评估协会”，该协会对规范二手车的评估行为起到了重要作用。二手车经销商要想获得二手车的评估资格，必须通过日本汽车评估协会的审查。二手车销售店内要有通过评估协会组织的技能考试的专业评估师。评估师的资格有效期为3年，通过进修可以获得资格晋升。

4. 旧车享受售后服务

在国外，旧机动车实行规范化的售后服务标准。各国通过制定法规和行业协会管理以及品牌汽车企业来确定经营者的资质资格，通过技术质量认证，保证售出二手车的质量，规范其交易行为。同时通过统一的服务标准，使购买旧车的消费者在一定时期内，享受与新车销售相同的售后待遇。例如，通用公司规定车龄7年以内的二手车有1—2年的全美质量保证，与新车无异。而且，所有销售店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。这些做法是美国二手车市场兴旺的重要原因。

日本每辆二手车可以在全国享受1年或2.5万千米的售后维修服务。买车人如果不满意，可以在车辆售出的10天或行驶500千米以内退车；瑞士二手车车主可以得到一张保修单，享受2年的保修服务。这种承诺不仅在瑞士有效，而且在全欧洲通行。

5. 行业自律自我管理

国外二手车的行业组织在行业管理方面发挥了主要的作用。政府基本上不干预旧车交易，行业协会负责加强行业管理和行业自律、制定行业标准。美国和德国都有汽车经销商协会，这些协会在汽车流通行业管理中有着很高

的权威性。

6. 经营方式灵活

国外二手车市场活跃，这与二手车经营主体的多元化、交易方式的多样化、交易手续的简便以及汽车保有量较大有关。二手车的经营在国外已经形成了品牌专卖、大型超市、连锁经营、旧车专营、旧车拍卖等多元化经营模式，其交易方式多样化。例如：直接销售、代销、租赁（实物和融资）、拍卖、置换等。英国拥有超过1500家从事二手车销售和服务的汽车修理厂，消费者可选择的二手车品牌有百余种。

从上述国家的二手车市场的情况不难看出，越是汽车市场发达的国家和地区，二手车交易越活跃。旧车销售促进新车销售，旧车的客户是新车潜在的客户。

7. 国外二手车市场交易规则一览

(1) 日本：二手车的一切修复历史都要如实告知车主

在日本，二手车被称为“U-Car”或“中古车”。

日本的二手车交易需要填写由“自动车公正交易协会”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、车辆的用途进行登记以外，还要对车的行驶里程作特别记录。如果车辆曾更换过里程表，那么要将现在的里程数和更换前的里程数分别登记。

除此以外，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、后备厢底板等处的修复历史和不符合安全标准需要修复的隐患做详细记录。据了解，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》。但是外部损伤则不作为“修复历史”处理，比如挡泥板弄瘪了，重新换了一块。所有被修复的部位要全部公开。

另外，每一辆二手车都可以在全国享受一年或2.5万千米的售后维修服务；买车人如果有任何不满意，也可以在出货的10天以内或行驶500千米以内退货。

(2) 韩国：二手车交易实行拍卖

韩国的二手车统一由车行收购进行整修，经销公司通过每周1—2次的拍卖会向车行竞买整修后的车，再卖给消费者。一辆车会有三个交易价格：第一个是卖车人和车行之间的初始价格；第二个是车经过整修后，经销公司向车行买车的竞拍价格；最后一个是买车人最终购买该车的成交价格。一般来说，初始价格乘以一个利润系数，大致就是车的最后成交价格了，这里面的差价除去整修的费用就是车行和经销公司的利润，可以作为买车人出价的参考。

(3) 墨西哥：旧车要检验250个关键部位

墨西哥的旧车经营者必须对所购车辆250多个以上的关键部位进行严格的机械性能检测和检修。签订合同时必须对保质期、保修条件、违约处罚等进行具体规定。

(4) 美国：3天之内无条件退车

在美国的俄克拉荷马、亚特兰大、纽约、波士顿和旧金山等地已经开始出现网上销售旧汽车的服务。消费者只要登录到福特的网站就能看到100辆左右的福特、林肯或土星的二手车在网上销售。

旧车的质量经过网站的综合检测，消费者可享有一定限制的质量保证期；消费者可自己选取取车地点，在发出订购指令后48小时内在指定的经销商处试车。如果准消费者不打算购买该车，其在试车前交纳的300元押金将全额退还。如果消费者对已购旧车表示不满，那么在确保旧车未遭损坏而行车又未满482.8千米或购车不足3天的情况下，购车款可全额退还给消费者。

三、我国二手车市场的发展状况

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。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。

随着二手车交易市场的发展，目前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。随着二手车市场的发展和壮大，二手车超市和二手车园区也在逐渐形成和发展。它们在一般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。

1. 我国二手车市场的主要特点

(1) 增长快速，但交易量远低于新车市场

根据中国汽车流通协会（CADA）公布的国内二手车市场统计数据，在我国，二手车销量在2000—2008年的9年间从25.17万辆上升到突破273.73万辆，增长了10多倍。2009年我国二手车交易量突破360万辆，2010年超过420万辆。据全国乘用车市场信息联席会统计的数据显示，2011年中国的汽车销量全年累计达到1370万辆，同比增长2.8%。而2011年1—11月中国二手车市场累计交易量为386.81万辆，同比增长14.99%，增长迅速。2012年全国二手车交易量为479.14万辆，同比增长10.6%。交易金额2636.26亿元，同比增长

25.01%。2013年全国二手车交易量达到520.33万辆,2014年全国二手车交易量达到605万辆。二手车交易成为汽车市场新的增长点,也成为汽车经销商新的赢利点。但是当今的中国二手车市场仍然是“柠檬市场”,市场交易信息不透明、市场信任度不高制约了二手车市场的蓬勃发展。汽车经销商短期内很难将二手车业务转化为自己的赢利点,只有在政策上解决了税收洼地和二手车鉴定评估规范标准,二手车市场未来的大发展才可能迎来破冰点。

(2) 地域性发展突出

在我国,二手车市场还凸显出地域性特点,经济越发达的地区,二手车交易量越大。北京、广东、上海、浙江、山东等经济发展较快的地区,二手车交易量占很大比例,全国发展较慢的西部地区则成为二手车市场发展的一个新的支撑点。对于中国二手车市场发展而言,瓶颈在于流通领域。价格地域性差异极大,不仅是车价,过户费等各种费用也是参差不齐。政策有瓶颈,二手车制度在各个城市极不统一,很多地方甚至出台了地方保护政策。在这样的大环境下,不仅是二手车流通差,新车的地域性流通也很差。

(3) 经营模式有所转变

当前我国二手车市场出现了一系列新的变化,最显著的就是二手车经营主体出现了由单一模式向多元化模式的转变。经过一段时间的尝试,在部分有实力、有条件的新车供应商的组织带动下,一批新车经销商纷纷尝试二手车经营业务并且在品牌效应、连锁经营、售后服务等更高层面上开始了规模化运营的尝试。一个以二手车交易市场、二手车经纪公司为传统力量,二手车经销、拍卖等众多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经营模式的转变。新车市场与二手车市场的联动效应更加明显,两个市场的互动性进一步增强。

(4) 二手车置换大规模兴起,品牌认证成未来趋势

近年,我国二手车置换业务的广泛开展为新旧汽车两个市场带来了生机与活力,在促进了新车销售的同时,也为二手车市场的扩充提供了丰富的经营资源。与此同时,品牌二手车业务取得重要进展,国内主要汽车厂商相继进入二手车领域,并陆续开展业务。品牌认证二手车是指由各大汽车公司生产,并通过其指定的特约店进行评估、接收、检修及翻新后,通过正常的机动车所有权变更手续销售与提供服务的汽车。自2004年8月一汽大众认证的二手车样板店开始,国内已有的品牌认证二手车还有:上海通用汽车诚新二手车、广州本田喜悦二手车、东风标致诚狮二手车、东风雪铁龙龙信二手车、上海大众特选二手车、东风日产认证二手车、东风悦达起亚至诚二手车、奔驰星睿二手车、宝马尊选二手车、奥迪品荐二手车等。

品牌认证二手车是为广大汽车消费者提供的一个真正可以做到放心买、安心卖、省心换的优质服务，这些二手车均为国内各大主机厂旗下授权经销商的终端零售车源。可以说，认证二手车真正做到了杜绝事故车的承诺，并享有和新车一样的质保服务。

2. 国内二手车市场存在的问题及风险

虽然我国二手车市场相比以前有了长远的发展，但相比发达国家的二手车市场，我国的二手车市场无论在经营理念、经营方式还是经营管理上都与他们存在着一定的差距，具体体现在以下几点：

（1）交易方式不够灵活

目前，二手车交易市场仅局限于提供场所、办理手续、收取交易费等，功能过于单一，主要收入为交易费，缺乏现代营销手段，尚未发展成真正意义上的营销主体；只能在二手车交易市场由指定机构办理二手车交易及过户手续，使用统一的旧车交易发票；虽然各地二手车交易市场开展了收购、寄售、租赁、拍卖等多种经营方式，但二手车仍以代理交易为主，二手车行业法规出台严重滞后，时效性不足，现行政策限制着大部分经销商开展二手车交易业务。现在市场上普遍存在“黄牛”和“车虫”等黑中介。

（2）缺乏诚信和公正的评估体系

对于目前二手车市场而言，首当其冲的问题就是传统的二手车市场诚信度不高，消费者购车时对车况总是有所顾虑，事故车坑害顾客的事件难以避免。一项针对有意购买二手车的消费群体的调查显示，90%以上的人对二手车质量表示担心。同时传统二手车市场的一些商家在服务理念、服务态度和服务水平上都较差，基本上还处于初级阶段。很多二手车市场都存在拉客揽客的情况，同时一些故意隐瞒事实情况的导购也充斥于二手车市场中，消费者对于二手车从业人员简单粗暴的服务方式非常反感。

长期以来，国内还没有一套完整、严谨、科学的二手车鉴定评估标准，二手车鉴定主要是评估师通过专业知识以及评估经验对目标车辆进行评估。并且多数采用重置成本法对目标车辆的残值进行评估，造成了普遍存在的轻鉴定重评估、评估随意性大、手段不科学、评估过程主观因素多于客观因素以及评估结果偏离车辆的实际价值等问题。在二手车交易中价格的评估是很重要的环节。目前我国经过培训并取得资格的估价师数量并不多，而且估价的标准全国不统一，在交易中存在着定价不合理，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。评估体系不健全严重制约着二手车市场的发展。