


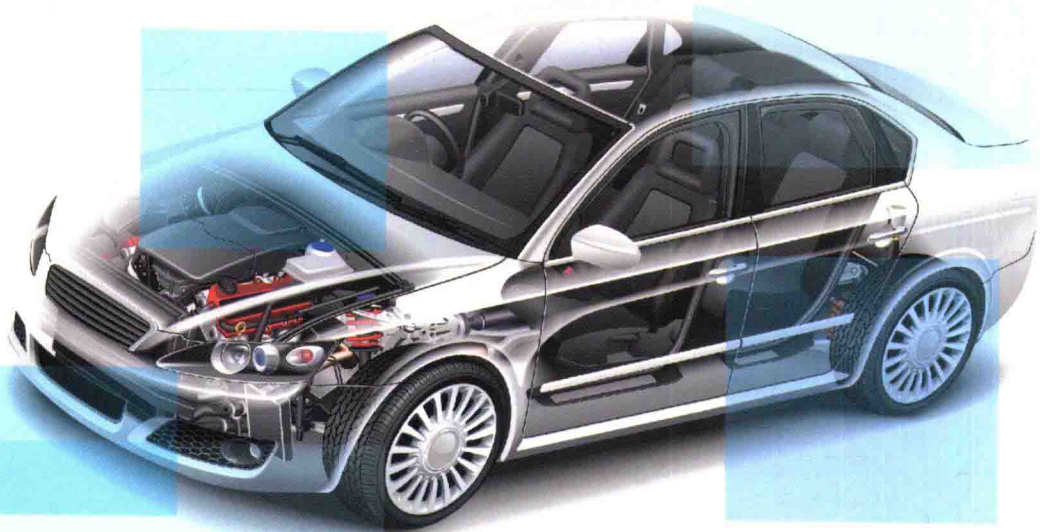
全国机械职业教育教学指导委员会推荐

 中锐教育研究院审定

职业教育汽车类专业规划教材

# 二手车 鉴定与评估

孙剑菁 主编



清华大学出版社

职业教育汽车类专业规划教材

# 二手车 鉴定与评估

孙剑菁 主编

清华大学出版社

北京

## 内 容 简 介

本书共分四个模块,分别介绍了国内、外二手车市场概述,汽车基础知识,二手车鉴定及评估和二手车网络电商的发展。重点介绍了二手车鉴定与评估的相关知识,力求客观反映出目前国内二手车市场的实际状况及运作模式。

本书集常识性、理论性和实用性于一体,可作为全国职业教育汽车类专业的教材,也可作为二手车鉴定评估专业人员、二手车经纪人员的培训教材和学习二手车知识普通读者的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

二手车鉴定与评估/孙剑菁主编. --北京:清华大学出版社,2015

职业教育汽车类专业规划教材

ISBN 978-7-302-40529-0

I. ①二… II. ①孙… III. ①汽车—鉴定—高等职业教育—教材 ②汽车—价格评估—高等职业教育—教材 IV. ①U472.9 ②F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第166875号

责任编辑:王剑乔

封面设计:常雪影

责任校对:袁芳

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质量反馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:10.75

字 数:237千字

版 次:2015年9月第1版

印 次:2015年9月第1次印刷

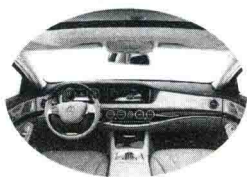
印 数:1~5000

定 价:32.00元

产品编号:065015-01



# 序

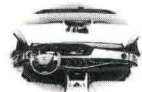


汽车业是国民经济的重要支柱产业之一。汽车工业是生产各种汽车主机及部分零配件或进行装配的工业部门。中国汽车制造业增势迅猛,2009年国内汽车销量突破1300万辆,超越美国成为全球最大的汽车市场。2014年,国内汽车年产销2200万辆。汽车是高科技的综合体,并且随着汽车工业的不断发展,新技术、新材料、新工艺、新车型不断涌现,给人们带来丰富多彩的汽车文化的同时,也给汽车从业人员和汽车专业的教学提出了新的挑战。

汽车后市场是指汽车销售以后,围绕汽车使用过程中的各种服务,涵盖了消费者买车后所需要的一切服务。商务部公布的汽车授权销售商已经突破9万个,其中24000家4S店;国内拥有600余家新车交易市场或汽车园区,拥有800余家二手车交易市场,拥有1000余家汽车配件和汽车用品市场。汽车后市场的繁荣形成了巨大的高技能人才需求。

职教领域汽车专业是随着汽车工业不断发展而衍生出来的一个专门服务于这个行业的专业系,主要包括汽车服务工程、汽车销售与评估、汽车检测与维修、汽车商务管理等学科,基本涵盖了汽车行业研发、制造、销售、售后服务等过程。目前一些职业院校人才培养还不能够适应行业发展需要,成为阻碍汽车行业发展的一个至关重要的问题。如何能够协调好行业发展与人才培养问题,需要切实解决在职业教育中汽车专业所需要面对的问题方法,从教学观念着手,切实改进教育方法,注重学生实际操作能力要求,加强学生实际工作能力,加强师资队伍建设,加强与企业的深度融合。

中锐教育集团与上海通用、上海大众、一汽奥迪、广汽本田、中国汽车流通协会以及国内众多的汽车经销商集团合作,学习并吸收国外先进的职业教育经验和人才培养模式,引入汽车主机厂的员工培训模式与方法,和清华大学出版社联合推出此系列规划教材。教材针对当前汽车产业所采用的大量新技术、汽车检测新技术和新设备的升级更新,针对汽车行业与企业对人才需求的新标准和新要求,针对学生今后就业岗位的职业能力要求和职业素养要求,正满足汽车专业职业教育产教融合的需要。

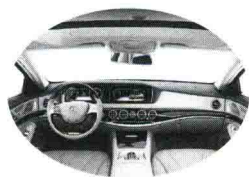


随着国家提出创新驱动的战略,未来汽车行业对于技能型人才的需求还将继续扩大,同时国家正在致力推动汽车职业教育的转型升级,汽车行业职业教育面临着机遇和挑战并存的现状。希望通过双方共同的努力,逐步建立整套汽车专业设置的解决方案,完善汽车职业教育与汽车行业企业人才需求、课程内容与汽车职业标准,培养满足未来汽车行业要求的技能型人才。

写于清华园

2014年12月

# 自序

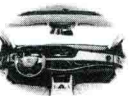


职业教育培养的是技术技能型人才,为工业化转型和经济发展升级换代提供人力资源保障,发展职业教育是提升综合国力和核心竞争力的重要措施和手段,是实现中国梦的重要支撑。职业教育是现代国民教育体系的重要组成部分,在实施科教兴国和人才强国战略中具有重要的作用。党中央、国务院高度重视发展职业教育,《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020)》和《现代职业教育体系建设规划(2014—2020)》等文件都强调要大力发展职业教育,明确未来要让职业学校的专业设置、教学标准和内容更加符合行业、企业岗位的要求。

中锐教育集团创始于1996年,是中锐控股集团旗下的主要成员,总部位于上海,是中国领先的职业教育投资商和服务商,经过多年的不懈努力,形成了涵盖基础教育、高等教育、国际教育、职业教育与企业培训的集团化教育课程体系,是目前国内教育业务范围最广、投资规模最大的教育集团之一。

2006年,中锐教育集团响应国家大力发展职业教育的号召,认真贯彻落实国家教育改革与发展纲要精髓,积极推动汽车制造和服务类专业改革与创新,力争教育教学质量和人才培养指标提升,为行业提供高素质人才。集团以汽车职业教育为龙头,创立“华汽教育”品牌,积极引进国外优质教育资源、课程体系、师资力量以及考试认证体系,整合行业资源,成功开发了符合中国国情、拥有自主知识产权的汽车职业教育课程体系。中锐教育集团把优化专业结构、创新人才培养模式、加强专业内涵建设和课程体系建设作为教育教学改革的重点核心任务,积极组织研发教材,旨在提高教育教学质量和办学水平。

近年来,中锐教育集团坚持教育改革,探索和建立完善的教学体系,围绕学生就业核心岗位的工作领域构建人才培养方案,形成公共教学平台、专业基础平台、专业模块加专业拓展平台的课程体系;针对专业所面向的行业(产业)与岗位群,以岗位通用技能与专门技能训练为基础,系统设计满足专业共性需求与专门化(或个性化)需求、校内校外相结合的实训体系;围绕专业人才培养方案,以培养职业岗位能力和提高职业素养为重点,在校企之间



搭建信息化平台,将企业资源引入教学中,建设开放式的专业教学支持系统,创建先进的数字化学习空间,实现信息化教学资源在专业内的广泛共享。

中锐教育集团不断改革与完善课程结构,自2007年以来,开发了华汽1.0版本、2.0版本和3.0版本的教材。在前三个版本基础上开发了4.0版本教材。4.0版本教材针对现代汽车上采用了大量的新技术、汽车检测新技术、新设备的升级更新,针对汽车行业与企业对人才需求的新标准与新要求,针对学生今后就业岗位的职业岗位能力要求和职业素养要求,教材建设要体现思路新、内容新、题材新。中锐教育集团积极与上海通用、上海大众、一汽奥迪、广汽本田和全国机械职业教育教学指导委员会、机械工业教育发展中心、中国汽车流通协会,以及在全国众多的汽车经销商集团合作,学习吸收国外先进的职业教育先进经验和人才培养模式与方法,引入汽车主机厂的员工培训模式与方法,将岗前培训的要求与内容引入课程中,将职业岗位能力要求嵌入课程,课程建设始终贯彻建立以服务地方经济为目标,以学生就业为导向,加强职业素质训导,强化职业道德教育,强化任务驱动、项目导向“教—学—做”一体化的教学模式。

为了适应教学改革的需要,积极发展信息化教学。4.0版教材有纸质版与电子版两种版本,纸质版教材多数采用彩色印刷,图文并茂,更符合高职学生的学习要求。中锐教育集团积极开发O2O在线教学与管理平台,将电子版教材放入“电子书包”中,同时与微课、微视频、操作技能培训视频、错误操作纠错视频、原理动画等相配套。与教学互动、在线考试相结合,充分利用信息化教学平台,激发学生的学习积极性和主观能动性,提高教学质量,提高职业岗位能力的培养。

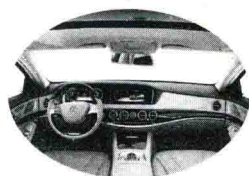
本丛书组建了高等院校、高等职业技术学院、汽车工程学术组织、汽车技术研究机构、汽车生产企业、汽车经销商服务企业、汽车维修行业协会、汽车流通行业协会及汽车职业技能培训机构等各方人士相结合的教材编审委员会,以保证教材质量。

真诚地希望本丛书的出版能对我国的职业教育和技能培训有所裨益,热切期待广大读者提出宝贵意见和建议,使教材更臻完善。

2014年12月



# 前 言



随着中国汽车市场的进一步发展,新车保有量不断增加,消费者换车需求日渐彰显,二手车交易量与新车销量差距逐步缩小。二手车市场发展前景广阔,发展潜力巨大。近年来,随着互联网的发展,人们的消费方式也发生了改变,从而使传统商业模式正在发生着一次革命性的颠覆,电商 O2O、体验、文化等成为新时代的商业新模式。在这样的大背景下催生了大批二手车电商平台。去中介化、市场细分化、价格合理化的交易模式逐渐赢得消费者的青睐。

作为二手车交易过程不可缺少的一个环节,二手车的鉴定与评估是实现公平交易的重要保证。我国的二手车交易市场已有相当规模,但由于二手车交易技术性较强、业务构成复杂、涉及部门较多,从整体上讲二手车交易市场的发展水平和国外相比还比较低,正处于启动期向成长期过渡的发展阶段。二手车鉴定评估主要对拟评估二手车的现时状况进行检测,了解车辆的基本信息及使用情况,掌握、判断车辆是否有过事故,知道哪些地方需要维修保养,了解二手车市场行情,掌握计算车价的方法。这就要求二手车鉴定评估人员既要了解汽车的基本构造及原理,又要掌握各种二手车的鉴定方法,同时,还必须具备一定的市场经济学知识。

本书内容主要包括二手车交易流程及涉及的相关单证、二手车鉴定评估流程、二手车收购交易方式等。重点对传统二手车交易模式与二手车 O2O 网络平台模式进行比较,并结合保险查勘模式优化二手车查勘检测流程及方法,分析传统二手车辆检测方法。全书内容翔实,讲解深入浅出、通俗易懂,具有较强的系统性、实用性、新颖性。通过有针对性地选择部分案例进行分析,来培养读者综合运用专业知识解决实际问题的能力,具有较强的指导性和实战性。

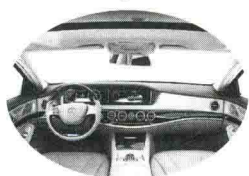
本书由二手车高级评估师孙剑菁担任主编,无锡南洋职业技术学院姜国华担任主审。由于编者水平有限,且本书涉及的内容较广,书中难免存在错漏和不妥之处,恳请各位专家和读者不吝指正和帮助,对此,我们将十分感激。

编 者

2015年6月



# 目 录



## 模块 1 国内、外二手车市场概述 <<<1

1.1 国内二手车市场分析 .....	2
1.1.1 目前二手车市场现状 .....	3
1.1.2 我国二手车市场存在的问题 .....	3
1.1.3 二手车经营模式分析 .....	4
1.2 国外二手车市场介绍 .....	7
复习与思考 .....	8

## 模块 2 汽车基础知识 <<<11

2.1 汽车分类、型号与标识 .....	12
2.1.1 汽车的定义 .....	12
2.1.2 汽车分类 .....	12
2.1.3 汽车型号 .....	15
2.2 车辆识别代码 .....	17
2.2.1 车辆识别代码(VIN)的含义 .....	17
2.2.2 车辆识别代码(VIN)的作用 .....	17
2.2.3 车辆识别代码(VIN)的组成部分和基本内容 .....	18
2.2.4 VIN 码的查找 .....	20
2.3 汽车的基本构造 .....	21
2.3.1 发动机 .....	21
2.3.2 底盘 .....	24
2.3.3 车身 .....	25
2.3.4 电气设备 .....	25
2.4 汽车的主要性能和技术参数 .....	25
2.4.1 汽车的主要性能指标 .....	25
2.4.2 汽车的主要技术参数 .....	28
复习与思考 .....	30

**模块3 二手车鉴定及评估 <<<31**

3.1 二手车价值评估方法 .....	32
3.1.1 现行市价法 .....	32
3.1.2 重置成本法 .....	37
3.1.3 收益现值法 .....	51
3.1.4 清算价格法 .....	55
3.1.5 成本折旧法 .....	56
3.1.6 二手车评估方法的选择 .....	58
3.2 二手车鉴定评估标准及单证 .....	60
3.2.1 二手车鉴定评估标准 .....	60
3.2.2 二手车交易手续单证样张 .....	61
3.3 二手车技术状况检测 .....	66
3.3.1 上海大众二手车质量标准 .....	66
3.3.2 二手车的技术状况和车况检测 .....	70
3.4 各类事故车辆图示 .....	75
3.5 技能实训：二手车鉴定评估 .....	80
复习与思考 .....	104

**模块4 二手车网络电商的发展 <<<107**

4.1 二手车电子商务市场概述 .....	108
4.1.1 中国二手车电子商务市场概述 .....	108
4.1.2 中国二手车电子商务产业链概述 .....	109
4.1.3 中国二手车电子商务核心运营模式 .....	109
4.1.4 中国二手车电子商务 PEST 分析 .....	111
4.2 二手车电子商务市场发展 .....	114
4.2.1 中国二手车电子商务市场发展 .....	114
4.2.2 中国二手车电子商务交易规模——车辆成交量 .....	115
4.2.3 中国二手车电子商务交易类别——热销车型 .....	115
4.3 中国二手车电子商务市场发展趋势 .....	116
4.3.1 二手车竞拍模式核心企业横向对比 .....	116
4.3.2 中国二手车电子商务发展趋势 .....	118
复习与思考 .....	118

**附录 《二手车鉴定评估技术规范》(GB/T 30323—2013)**

&lt;&lt;&lt;121

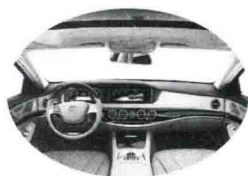
**模块3 复习与思考计算题参考答案 <<<139**

**作业单 <<<141**

作业单 3-1	二手车鉴定评估委托书 .....	141
作业单 3-2	二手车检测作业单 .....	143
作业单 3-3	二手车估价计算 .....	147
作业单 3-4	二手车评估单 .....	149

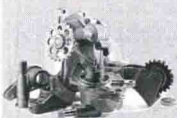
**参考文献 <<<151**

# 模块 1



## 国内、外二手车市场概述

### ◎ 学习目标



#### 1. 知识目标

- (1) 能够描述国内二手车市场概况。
- (2) 能够说出我国二手车市场存在的问题。
- (3) 能够说出我国二手车的各类经营模式。



#### 2. 能力目标

能够简单分析我国二手车经营模式。

### ◎ 案例导入

汽车检测与维修专业的大二学生小张了解到我国二手车市场会有很大的发展前景,想今后从事二手车评估与交易工作,但对该市场不甚了解,所以迫切想通过本课程了解我国二手车市场的现状和未来。

### ◎ 服务方案

- (1) 认真学习本课程。
- (2) 上网了解我国二手车市场的现状和今后的发展前景。
- (3) 走向社会开展社会调查,写出调研报告,与其他同学共享。





近年来,我国汽车市场飞速发展,销售量持续增长预示着存在一个巨大的二手车市场。我国二手车行业存在时间不长,真正发展始于2004年。短短几年时间,取得了巨大的交易成果,2008—2014年中国二手车交易量及增速如图1-1所示。根据数据显示,2000—2014年15年间,二手车市场的交易量从25.17万辆上升到605.30万辆,增长了24倍,交易金额已达到3675.65亿元,比2000年增长了近58倍。中国汽车流通协会预计,到2020年中国同期二手车交易规模将达到2920万辆。新车与二手车交易规模比例将接近1:1,中国汽车市场将更加体现成熟市场的基本特征。



图 1-1 2008—2014 年中国二手车交易量及增速

二手车流通规模的快速增长,将促进循环消费,推动汽车工业健康发展,在引导生产、扩大消费、带动就业、促进经济平稳较快发展、提高人民生活水平等方面将起到重要作用。根据国外的汽车发展经验,新车在使用1~5年后会进入二手车市场,实现资源的重新配置。发达国家的汽车市场发展经验表明,成熟的汽车市场必须有规范、活跃的二手车市场作保证。在欧美等发达国家,新车和二手车交易比例约为1:3,即在卖出一辆新车的同时有2~3辆二手车在销售。对于已经拥有汽车的人,将手中的在用车作为二手车卖掉而换购新车,就这一点来说,二手车交易是新车销售的助推器。



## 1.1 国内二手车市场分析

从20世纪80年代发展起来的中国二手车市场,在20世纪90年代后开始步入较快的发展轨道,到今天已经历了30多年的风雨洗礼,已经发展成为中国汽车市场的重要部分。与各国的汽车市场呈现相似的发展规律,我国的二手车市场同样显现着总体趋势向上,波动性特征明显的初期市场成长轨迹与特征,表现为在20世纪90年代的波动性徘徊和进入21世纪后的加速增长。

2009年的政府报告中首次提到了“二手车市场”的发展;在《汽车产业调整和振兴规划》中也明确提出了规范和促进二手车市场发展;与此同时,国家工商行政管理总局及相关部委相继出台政策,鼓励、规范、支持二手车市场发展,鼓励企业开展二手车经营。一系



列利好政策的发布必将促进我国二手车市场的更快发展。



### 1.1.1 目前二手车市场现状

2009年,我国二手车市场在高速增长的同时,市场的区域性特点越发明显。当年全国二手车交易量达到334万辆,同比增长21.97%以上,累计交易金额1488.32亿元,同比增长25.85%,同期新车销量达到838万辆,增长47.2%。

目前,我国二手车交易量每年以超过20%的速度增长,二手车交易主要集中在经济发达、汽车保有量大的上海、北京、广州等城市。近年来,中国二手车市场的交易量稳步上升,根据汽车流通协会的相关数据统计,2012年中国二手车交易479万辆,较2011年增长11%;2012年,中国二手车交易额达2590亿元,较2011年增长23%。截至2014年年底,二手车交易量已达到605.3万辆,同比增长16.3%。中国二手车市场交易额持续14年保持增长。近4年二手车交易额增长率稳定在20%左右。预计随着汽车销量的不断增长和人们消费观念的转变,中国二手车市场的规模将稳定扩大,出现“井喷”式的发展趋势。尽管发展迅速,但我国二手车现阶段还处于起步阶段,每年二手车的交易量仅是新车交易量的25%。虽然近7年二手车交易量与新车销量的比例已由1:6上升到1:4,但是对比国外成熟的二手车市场,二手车与新车销售比例为2:1或3:1,还是有一定差距,同时也可以预见,我国的二手车市场发展潜力是巨大的。而制约二手车发展的主要原因是人们的消费观念、市场需求结构以及二手车市场的普及规模和经营规范。

从二手车市场交易规模角度讲,中国的二手车市场可谓不负众望,保持上升态势,成为二手车市场的基本运行特征。中国汽车流通协会通过对过去10年中国二手车市场年度增长变化的定量分析,认为未来二手车市场将保持在平均20%以上的较高水平。

传统二手车销售模式存在诸多问题,市场较为分散。如今,随着互联网的蓬勃发展,逐渐改变了人们的生活方式,二手车交易正在由传统模式向电商模式转变。二手车电商在一定程度上改善了传统二手车销售的信息不透明、诚信度低、漫天要价等弊端,转变为以客户为中心的营销方式,促进了二手车流通。2014年下半年,二手车电商交易规模达72.9亿元,其中12月达到了13.8亿元,较11月增长6.2%。

目前中国二手车电商处于发展初期,多种模式共存,其中竞拍模式为当前二手车电商交易的主要模式。在竞拍模式中,优信拍、车易拍、开新帮卖三家占据了绝大多数份额。2014年下半年,二手车竞拍规模达到464383辆,较上半年增长132%。其中优信拍占35.9%,车易拍和开新帮卖则分别占21.5%和4.8%。



### 1.1.2 我国二手车市场存在的问题

目前,我国汽车市场还处于成长期,二手车资源有限。同时新车市场价格不断下滑,二手车价值体系不稳定,不利于二手车市场的发展。另外,由于二手车市场发展时间较短,相关政策、税制、标准不完善也在很大程度上制约了二手车市场的发展,这主要表现在以下五个方面。

(1) 准入门槛低。“一管就死,一放就乱”是二手车市场监控中难以解决的问题。发



达国家二手车市场发展已经非常成熟,不需要对行业设定门槛,完全依靠市场调节。我国在体制上还不完善、二手车市场还不成熟的条件下,过早放开二手车经营的准入限制,会导致二手车经营企业数量迅速膨胀,经营秩序混乱,欺瞒和不规范经营问题严重。

(2) 税收政策不配套。现行增值税政策规定:二手车经销为销售额的2%,拍卖为成交额的4%,二手车交易市场由于不直接参与经营,不需要缴纳增值税。在新车价格不稳定及相关政策不完善的情况下,目前的增值税政策给二手车经营企业和拍卖企业带来极大的经营风险,也加重了二手车的成本,不利于市场发展。

(3) 缺少二手车鉴定评估的科学标准。二手车鉴定评估是二手车交易的核心环节。目前,由于没有一套完整、严谨、科学的二手车鉴定评估标准,出现评估随意性大、手段不科学、评估结果偏离车辆实际价值等问题。

(4) 厂家授权经销商,二手车业务发展缓慢。厂家认证二手车虽可以提供质量担保及售后服务,但仍然发展缓慢。原因如下:①现阶段新车需求仍以新增需求为主,置换比例低;②整修后的二手车价格没有优势;③开发时间短,缺乏经验和人才,为规避风险,很多经销商与经纪公司合作;④消费者选择余地小;⑤增值税税赋过重。

(5) 交易市场收费不合理。根据规定,进行二手车直接交易和通过二手车经纪机构进行交易的,应当在二手车交易市场内进行交易,并由二手车交易市场经营者向买方开具税务机关监制的统一发票。二手车交易市场收取的服务费性质为中介服务收费,各地收费标准存在很大差异,收费标准过高,标准不统一,在很大程度上增加了购车者的负担,制约了二手车的发展。

国家质检总局以及国家标准委已正式发布了《二手车鉴定评估技术规范》(GB 30323—2013),并于2014年6月1日开始正式实施,标志着二手车行业规范标准正式出台。这将解决长期制约二手车行业发展因消费者对二手车车况和价格不了解,从而让部分“车虫”低买高卖,牟取暴利的局面,意味着国内混乱的二手车市场将开始标准化、品牌化运作,二手车市场也将迎来一个健康发展的新阶段。



### 1.1.3 二手车经营模式分析

随着我国二手车行业的发展,二手车的经营模式也在不断更新。多年前,很多公司的经营模式大都是低价收车,高价卖车,吃中间差价。自从寄卖营销模式出现后,就打破了价格战的传统模式。还有的公司主要盈利模式是网上发布二手车信息,邀请买卖双方到实体店见面看车谈价,撮合交易后网商只收取服务费。

#### 1. 二手车品牌化经营模式

引进各式汽车品牌专卖店,为保护商家及消费者的利益不受侵害,市场严格限定每一种品牌车型只能有一家经销商驻场经营,同时市场内还严格禁止不同品牌商家之间串换经营的行为。

(1) 成立经营实体:引进了经过培训和资格认证的二手车经纪人,并成立“旧机动车经纪公司”,这种模式有效扼制了非法交易、无照经营、强买强卖的现象,规范了二手车交易行为,为消费者提供了可靠、良好的购车环境,消费者的合法权益得到了最大限度的





保障。

(2) 经营多元化模式：二手车市场在完善市场服务功能的道路上谋求多元化发展,在实现车辆工商验证、过户、保险等基本服务功能的基础上,继续引入了二手车信贷、保险业务、二手车置换业务、二手车竞价拍卖业务及一系列方便买卖双方交易的新举措,其中以二手车竞价拍卖业务最受买卖双方欢迎。

(3) 市场经营批发二手车业务模式：借助交易市场本身的人力、资金、信息优势,批量采购各地二手车,利用区域性价差,向市场内经纪户、经纪公司批发,或直接销售。

(4) 发展相关配套业务：二手车翻新必定有各种各样的问题,维修、保养、美容、装饰、配件销售等业务是顺理成章的,其收益也是显而易见的。

## 2. 独立二手车经销商

二手车经销公司的业务模式包括二手车收购、整备、展示销售、转移登记。独立二手车经销商主要存在于二手车交易市场之外,有独立的经营场所,其特点为多品牌化、规模化、规范化。独立二手车经销商以专业性更强、诚信度更高、可靠性更佳、服务更好的新业务模式,来满足二手车消费市场的需求,填补现有二手车市场存在的信用缺失空白。

## 3. 二手车拍卖与交易服务平台

二手车拍卖与具有拍卖特征的交易服务平台业务指二手车以公开竞价的形式转让给最高应价者的经营活动。二手车拍卖公司和交易服务平台的业务主要来自集团客户、经纪公司、经销公司和个人车主的委托,通过拍卖的方式,实现 B2B、B2C 和 C2C 交易。二手车拍卖分为二手车实地竞拍和二手车网络竞价。

## 4. 连锁经营成为二手车交易新趋向

连锁经营是指在流通领域中,若干同业商店以统一的店名、统一的标志、统一的经营方式、统一的管理手段连接起来,共同进货、分散销售、共享规模效益的一种现代组织形式和经营方式。表 1-1 为目前二手车市场相关经营模式的对比情况。

表 1-1 目前二手车市场相关经营模式的对比情况

序号	经营模式	优势	劣势
1	商铺模式经营企业	影响力、灵活性、成本低、专业性	口碑差、形象差、规模小、复制难、竞争大、空间小、压力大
2	展厅模式经营企业	形象好、规模大、实力强、流程化、综合化	投资大、风险大、成本高、收车难、管理难、复制差、竞争大
3	寄售模式经营企业	形象好、便捷性、灵活性、整修性	车源少、顾虑多、不透明、成本高、复制差
4	拍卖模式经营企业	效率高、流程化、技术化、整合化	管理难、操作难、投入大、盈利点少、磨合久
5	网络媒体经营企业	资源多、平台强、辐射广	缺人才、少线下、没经验、成本高

在一个成熟的汽车市场中,整车销售利润只占整个汽车行业利润的 20%,而其余约 80% 的利润来自于汽车后市场。我国二手车流通的主要模式如图 1-2 所示。绝大多数二手车通过二手车交易市场及经纪公司进行交易,这是由目前政策因素造成的,从长远来



看,品牌经销商及品牌二手车是未来中国二手车市场发展的主要模式。

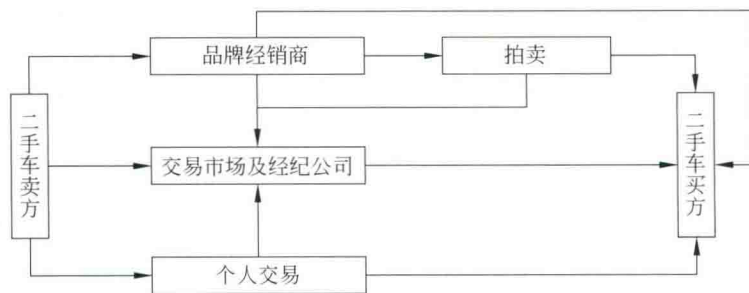


图 1-2 我国二手车流通的主要模式

品牌二手车是指建立在一定规模保有量基础上的汽车生产厂家,为了提高其汽车的保值率、巩固用户的忠诚度和提高用户量,进一步完善汽车售后服务领域所开展的二手车业务。国内品牌二手车经营模式如表 1-2 所示。

表 1-2 国内品牌二手车经营模式

经营模式	品牌名称	业务范围及特点
合资公司/大卖场	上汽/通用: 诚新二手车	直接从事二手车业务的经营实体,整车厂家和经销商相辅相成,以实现品牌化、标准化、规模化运营;二手车收购、整备、翻新、认证、销售、拍卖、售后服务等全业务链环节
合资公司/授权经销商	北汽/现代: 首选	国内首家二手车合资公司;大批量收购、整备、翻新、过户、转籍、销售、租赁资质的专业化二手车经营公司
经纪公司	上汽: 安吉二手车	业务范围涉及汽车收销、经纪、置换、拍卖、评估等
授权经销商	梅赛德斯奔驰: 星睿	成立于 2009 年 11 月 12 日;多品牌置换业务,认证二手车零售业务以及售后服务在内的“一站式”购置服务
	保时捷: 认可易手车	成立于 2010 年 3 月;多品牌置换业务,认证二手车零售业务以及售后服务在内的“一站式”购置服务
	华晨宝马: 尊享二手车	成立于 2006 年 1 月 23 日;BMW 尊享二手车是宝马集团于 2003 年在全球豪华品牌中,首先推出的全球统一的二手车认证项目。该项目通过对 BMW 品牌二手车的车辆标准、客户利益及经营模式的系统规划和严格要求,向客户提供高品质的 BMW 尊享二手车。目前,全球已有近 40 个国家和地区启动了统一的 BMW 尊享二手车项目
	一汽奥迪: 品荐二手车	成立于 2009 年 11 月 17 日;AAA 二手车品牌的提升;二手车置换、零售、认证
	东风雪铁龙: 龙信	成立于 2008 年 9 月 19 日;多品牌置换、一站式服务
	广汽本田: 喜悦二手车	成立于 2007 年 4 月 20 日;购进广本及本田二手车,通过专业翻新,提供健全的售后服务、纯正的零部件,让顾客在从新车购买,到使用、维护、保养,到旧车置换、再购买等的每一个用车环节都能切身体验和感受到信心、省心和悦心
	上海通用: 别克诚新	成立于 2002 年 9 月 23 日;国内首个二手车品牌;别克品牌二手车置换(以旧换新)、认证和销售
	上海大众: 特选二手车	成立于 2004 年 8 月 30 日;收购、置换、认证和销售等