

普通高等教育“十三五”规划教材·卓越汽车工程师系列

二手车评估与交易实务 (第3版)

主 编 庞昌乐

副主编 程勉宏

内 容 简 介

本书全面、系统地介绍了二手车基础知识、二手车鉴定评估专业知识和二手车交易的实用知识。

本书分7章,主要内容有二手车概述、汽车基础知识、二手车鉴定评估基础、二手车技术状况鉴定、二手车价值评估、二手车鉴定评估实务和二手车交易实务。

本书集理论性和实用性于一体,适合作为高等院校汽车相关专业(方向)的学习教材,也可以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想学习二手车知识的普通读者的参考书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

二手车评估与交易实务 / 庞昌乐主编. —3版. —北京:北京理工大学出版社, 2017.7

ISBN 978-7-5682-4203-5

I. ①二… II. ①庞… III. ①汽车-价格评估-高等学校-教材②汽车-市场交易-高等学校-教材 IV. ①U472②F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第144298号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 / 17.5

字 数 / 412千字

版 次 / 2017年7月第3版 2017年7月第1次印刷

定 价 / 48.00元

责任编辑 / 李秀梅

文案编辑 / 杜春英

责任校对 / 孟祥敬

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

再版前言

我国汽车保有量从 2012 年的 1.2 亿辆快速增长到 2016 年的 1.94 亿辆，乘用车销售量从 2012 年的 1 323 万辆增长至 2016 年的 2 359.9 万辆。中国很多城市已进入汽车社会、汽车生活时代。快速增长的汽车保有量为二手车流通提供了巨大车源，随着人们消费观念的改变，人们开始接触二手车、消费二手车，二手车交易量逐年递增。在二手车流通中，限迁、税收和临时产权制度一直被视为妨碍二手车流通的三大政策壁垒。目前，限迁政策已被破除，使二手车市场看到了新的曙光。2016 年二手车交易量突破 1 000 万辆关口，交易额达 5 926 亿元。预测到 2020 年，中国二手车交易量将达到 2 000 万辆，新车与二手车的交易比例将达到 1 :1。二手车交易巨大的市场前景吸引了经销商、创业者携带资本大举进入，在资本市场的助推下，二手车电商行业使得二手车交易平台、金融、延保、物流、检测和认证等二手车产业链得到了有效整合，二手车作为商品在全国范围内流通成为现实。随着新车市场的发展及汽车换代周期的到来，二手车供给量大幅增加，二手车交易将进入快速增长阶段。

本书从 2007 年出版第 1 版以来，2012 年出版了第 2 版，一直受到众多读者的喜爱和关注，很多学校将其选为授课教材。在使用该书的过程中，很多读者向编者反馈了很好的信息，认为该书注重理论性和实用性的结合，二手车知识比较全面，同时对书中存在的问题也提出了宝贵意见。的确，2012 年以来我国出台了很多涉及汽车和二手车的消费政策，尤其是 2013 年颁布的《机动车强制报废标准规定》、2014 年发布的《二手车鉴定评估规范》和 2016 年出台的《关于促进二手车便利交易的若干意见》解禁了二手车限迁政策，二手车交易环境也有了很大变化，书中涉及的部分内容需要加以调整和更新。因此，本次对书的修订在保持基本知识内容的基础上作了较大调整，删除了一些过时的内容，也增加了很多新的内容。

全书分为 7 章，编写分工如下：程勉宏编写第 1 章~第 4 章部分内

容；庞昌乐编写第5章~第7章，并补充完善了第1章~第4章的内容。庞昌乐担任主编，负责全书的统稿和修改。在编写过程中，参考了大量已出版的相关图书和文献资料，谨此致谢！

由于编者水平有限，书中的错误和缺陷在所难免，殷切希望广大读者对书中误漏之处予以批评指正，对全书内容不妥之处提出宝贵意见，请致信 pangcl@cau.edu.cn，我们将认真对待、加以完善，并表示感谢。

编 者

2017年4月

目 录

CONTENTS

第1章 二手车概述	001
1.1 二手车概念	001
1.1.1 旧机动车与二手车	001
1.1.2 二手车的属性和特点	002
1.2 我国二手车市场介绍	002
1.2.1 二手车产业链概述	002
1.2.2 二手车交易市场及经营主体	004
1.2.3 我国二手车流通市场的特征	006
1.2.4 当前二手车流通行业存在的主要问题	010
1.2.5 二手车流通市场发展的对策与建议	013
1.3 国外二手车市场介绍	016
1.3.1 美国二手车交易介绍	016
1.3.2 日本二手车交易介绍	022
1.4 二手车在汽车后市场中的地位 and 作用	030
1.4.1 汽车后市场概述	030
1.4.2 汽车后市场的分类及发展历程	031
1.4.3 二手车业务在汽车后市场的地位分析	033
第2章 汽车基础知识	036
2.1 汽车的组成	036
2.1.1 发动机	036
2.1.2 底盘	038
2.1.3 车身	040
2.1.4 电气设备	041

2.2 汽车类型及型号编制规则	043
2.2.1 汽车类型	043
2.2.2 汽车型号编制规则	045
2.2.3 发动机型号编制规则	047
2.3 车辆识别代号	048
2.3.1 车辆识别代号的定义	048
2.3.2 车辆识别代号的基本内容	049
2.3.3 车辆识别代号的作用及应用	055
2.4 汽车使用寿命	056
2.4.1 汽车使用生命周期	056
2.4.2 汽车使用寿命的分类	058
2.4.3 汽车经济使用寿命的计算	061
2.4.4 影响机动车经济使用寿命的因素	066
第3章 二手车鉴定评估基础	068
3.1 二手车鉴定评估概述	068
3.1.1 二手车鉴定评估的主体和客体	068
3.1.2 二手车鉴定评估的意义和目的	069
3.1.3 二手车鉴定评估的业务类型	070
3.1.4 二手车鉴定评估的特点	070
3.1.5 二手车鉴定评估的依据和原则	071
3.2 二手车鉴定评估机构的特征、职能和地位	073
3.2.1 设立二手车鉴定评估机构应具备的条件和程序	073
3.2.2 二手车鉴定评估机构的特征	074
3.2.3 二手车鉴定评估机构的职能	074
3.2.4 二手车鉴定评估机构的地位	075
3.3 二手车鉴定评估师职业资格	075
3.3.1 二手车鉴定评估师职业简介	076
3.3.2 二手车鉴定评估师申报条件	077
3.3.3 二手车鉴定评估师的要求	077
3.3.4 二手车鉴定评估师注册登记与管理	082
第4章 二手车技术状况鉴定	086
4.1 二手车技术状况鉴定方法、范围和内容	086
4.1.1 技术状况鉴定方法	086
4.1.2 技术状况鉴定范围和内容	087
4.1.3 不可交易车辆和事故车鉴别	088

4.2 二手车技术状况人工检查鉴定	092
4.2.1 检查车辆信息	093
4.2.2 车身外观检查与鉴定	093
4.2.3 发动机舱检查与鉴定	104
4.2.4 驾驶舱检查与鉴定	105
4.2.5 起动检查与鉴定	107
4.2.6 路试检查与鉴定	108
4.2.7 底盘检查与鉴定	110
4.2.8 检查功能性零部件	111
4.3 二手车技术状况仪器检查	111
4.3.1 汽车动力性检测	112
4.3.2 发动机气缸密封性检测	116
4.3.3 汽车燃油经济性检测	118
4.3.4 汽车制动性能检测	119
4.3.5 车轮侧滑检测	121
4.3.6 汽车前照灯技术状况检测	123
4.3.7 四轮定位检测	126
4.3.8 汽车车速表检测	128
4.3.9 汽车排气污染物检测	129
4.3.10 汽车噪声污染检测	132
第5章 二手车价值评估	135
5.1 二手车价值评估概述	135
5.1.1 二手车价值评估计价标准	135
5.1.2 二手车价值评估的类型和方法	137
5.1.3 二手车价值评估方法的比较与选择	138
5.1.4 影响二手车价值的因素	139
5.2 二手车成新率计算方法	141
5.2.1 使用年限法	142
5.2.2 行驶里程法	144
5.2.3 技术鉴定法	144
5.2.4 综合成新率法	147
5.2.5 综合调整系数法	148
5.3 重置成本法评估二手车	151
5.3.1 重置成本法的基本原理	151
5.3.2 重置成本法的应用前提和适用范围	152
5.3.3 重置成本法评估方法	153

5.3.4	重置成本法的优缺点	154
5.3.5	重置成本法评估实例	154
5.4	现行市价法评估二手车	162
5.4.1	现行市价法的基本原理	162
5.4.2	现行市价法的应用前提和适用范围	163
5.4.3	现行市价法的优缺点	164
5.4.4	现行市价法评估方法和程序	164
5.4.5	现行市价法评估实例	166
5.5	收益现值法评估二手车	167
5.5.1	收益现值法的基本原理	167
5.5.2	收益现值法的应用前提和适用范围	168
5.5.3	收益现值法的优缺点	168
5.5.4	收益现值法评估方法	169
5.5.5	收益现值法评估实例	170
5.6	清算价格法评估二手车	171
5.6.1	清算价格法的概念和基本原理	171
5.6.2	清算价格法的应用前提和适用范围	172
5.6.3	清算价格法评估方法	172
5.6.4	清算价格法评估实例	173
5.7	折旧法评估二手车	173
5.7.1	折旧法评估的基本原理	173
5.7.2	折旧法评估模型	175
5.7.3	折旧法与重置成本法评估二手车的区别	177
5.7.4	折旧法的比较、选择与适用范围	179
5.7.5	折旧法的优缺点	179
5.7.6	折旧法二手车收购估价实例	180
第6章	二手车鉴定评估实务	186
6.1	二手车鉴定评估程序	186
6.1.1	受理鉴定评估	187
6.1.2	查验可交易车辆	188
6.1.3	签订鉴定委托书	196
6.1.4	登记基本信息	198
6.1.5	判别事故车	198
6.2	二手车技术状况鉴定	198
6.2.1	二手车检查与技术状况鉴定	198
6.2.2	拍摄车辆照片	203

6.3 评估二手车价值	205
6.3.1 价值评估方法的选择	205
6.3.2 确定二手车成新率	206
6.3.3 市场询价	206
6.3.4 计算车辆价值	207
6.4 撰写鉴定评估报告	208
6.4.1 二手车鉴定评估报告的概念与作用	208
6.4.2 编制二手车鉴定评估报告	209
6.5 二手车鉴定评估业务案例	211
第7章 二手车交易实务	223
7.1 二手车交易概述	223
7.1.1 一个合法完备的二手车交易过程	223
7.1.2 二手车交易市场经营者与二手车经营主体	224
7.1.3 二手车交易的相关法规介绍	224
7.2 常见二手车交易模式	227
7.2.1 二手车购买渠道	227
7.2.2 二手车直接交易	228
7.2.3 二手车中介交易	230
7.2.4 二手车经营销售	231
7.2.5 二手车电商交易模式	233
7.3 二手车交易程序	236
7.3.1 二手车直接交易程序	236
7.3.2 二手车销售程序	237
7.3.3 二手车拍卖程序	238
7.4 办理交易过户业务	239
7.4.1 二手车过户需要的手续	240
7.4.2 二手车交易过户程序	240
7.4.3 二手车交易完成后卖方应向买方交付的手续	245
7.5 办理转移登记过户手续	245
7.5.1 申请转移登记	245
7.5.2 办理二手车转移登记提交的资料	246
7.5.3 二手车转移登记类型及程序	248
7.5.4 车辆同城转移登记	249
7.5.5 车辆所有权异地转移登记	250
7.6 办理税、险过户手续	253
7.6.1 车辆购置税和车船税过户问题	253

7.6.2 车辆保险过户	254
7.7 二手车交易合同	256
7.7.1 订立二手车交易合同的基本准则	256
7.7.2 交易合同主体	256
7.7.3 交易合同的内容	257
7.7.4 交易合同的变更和解除	257
7.7.5 违约责任	258
7.7.6 合同纠纷处理方式	259
7.7.7 二手车交易合同的种类	259
7.8 二手车质量保证	263
7.8.1 二手车质量保证的意义	263
7.8.2 二手车质量保证的前提及质量保证期	264
7.8.3 二手车的售后服务	265
参考文献	267

第1章 二手车概述

本章学习要点：

1. 掌握二手车和二手车产业链的概念，了解我国二手车的市场状况、特点以及存在的主要问题。
2. 了解国外二手车的发展状况，了解汽车发达国家二手车的交易方式和特点以及对二手车市场的管理方法。
3. 掌握汽车后市场概念，了解二手车在汽车后市场中的地位和作用。

1.1 二手车概念

1.1.1 旧机动车与二手车

在我国，人们喜欢用“旧”这个词来形容一件使用过的东西，“旧”有陈旧（或老旧）和破旧之分。陈旧反映了时间对外观的影响；破旧反映了磨损对外观的影响。基于这个观念，在用车一直以来被称为旧机动车或旧车，这一概念让人在不看车的情况下想象车辆老旧或破旧，感觉使用起来车辆会发出响动、坐着不舒服等，认为肯定不是什么好车，从而在一定程度上影响人们消费二手车的情绪，不利于二手车再次流通和消费。其实只要办理完注册登记手续的车，不管有多新，当再次进入市场流通时就是二手车。现在，有许多只开了几个月甚至一两个月的车（也被称为次新车）被拿到市场上进行再交易，所以把这些再次交易的在用车叫“二手车”更准确一些。当然，二手车也包括那些交易的使用年限较长的老旧车。国际上，对二手车有一个中性的、通俗易懂的叫法：Used Car（即“用过的汽车”）。用过并不意味着一定是旧的。为了鼓励二手车行业的发展，国家在颁布实施的《二手车流通暂行管理办法》法规中，首次明确地将交易的在用车称为二手车。在该法规中，把二手车作了如下严格的定义：

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。二手车概念有4个关键词，分别是：

①注册登记。已注册登记表明二手车交易时必须是能够合法使用的汽车。

②强制报废标准。强制报废标准前交易是为了确保二手车交易后继续可用。

③交易。交易反映了二手车的普通商品属性，即在用汽车只有再次进入流通市场进行交易时才能被称为二手车。根据《中华人民共和国物权法》第二十三条规定，动产物权的设立和转让，自交付时发生效力，但法律另有规定的除外。也就是说，二手车完成交易后，买方即刻合法取得了二手车的物权，“但法律另有规定的除外”说明在我国机动车所有权转移

登记还有专门的法律规定。所以，二手车交易只是一种产权的转让行为。

④转移所有权。转移所有权反映了二手车的法律归属，新车主只有通过所有权转移才能真正成为法律意义上的车主——合法拥有该车。也就是说，二手车交易后必须易主才算完成合法的交换，两者缺一不可。《中华人民共和国道路交通安全法》和《机动车登记规定》都对机动车所有权转移提出了要求，实际办理所有权转移登记按《机动车登记规定》进行。

鉴于上述③和④的规定，二手车也被称为特殊商品。

1.1.2 二手车的属性和特点

二手车是交易的在用汽车，既继承了汽车的属性，又有商品的属性。

在用的汽车一般有两种属性：一是消费品，二是资产。

作为消费品，汽车技术状况会随着时间的和消费条件的变化而变化，且价值逐步减少；作为资产（是动产），汽车具有价值，能进行交易、质押和抵押。

汽车作为一种资产进行交易，就是商品，所以二手车具有商品属性。但二手车商品是一个非标商品，具有“一车一况，一况一价”的特点。

二手车商品与新车商品是有区别的，体现在：

①新车是标准化产品，同车型、同配置的所有新车质量是一致的；二手车是一个非标商品，同车型、同配置的任意两辆二手车质量是不一样的。

②在同一地方，同车型、同配置的所有新车车况、价格基本是一致的；二手车的车况和价格一般是不同的，有“一车一况，一况一价”的特性。一般来说，价格便宜是二手车最大的卖点。用与购买新车相同的价格可以买到高一个档次的二手车。

1.2 我国二手车市场介绍

通常所说的二手车市场是指二手车流通市场，包括二手车交易市场、各类二手车经营主体（包括二手车电商企业）及相关服务行业等。实际上是二手车流通产业链。

在美国、德国等发达国家，由于社会汽车保有量庞大，二手车交易额是新车销售的2~3倍。目前，中国二手车销售在汽车市场的比例还不到一半，中国二手车市场处于起步阶段，发展空间极大。可以预见，在未来10年，二手车行业将成为一个不折不扣的朝阳产业。

1.2.1 二手车产业链概述

二手车产业链是指二手车作为商品出售从车主流通到消费者所涉及的环节总和。如图1-1所示， C_1 代表车主（卖方）， C_2 代表消费者（买方）； B_1 、 B_2 代表流通中的各个中间环节，包括二手车经销商、4S店、二手车（经纪、拍卖）公司等中介经营企业。4S店（全称是4S汽车销售服务店，4S Automobile Sales Serviceshop）是指集整车销售（Sale）、零配件（Sparepart）、售后服务（Service）、信息反馈（Survey）四位一体的汽车销售服务企业。其店铺特点是由经销商投资建设，按照汽车生产厂家规定的标准建造，只能销售由生产厂家特别授权的单一品牌汽车，能够为顾客提供专业的技术支持和售后服务的一种特许经营模式。因此，4S店也被称为汽车品牌经销商。

图1-1中，“ C_1 to B_1 ”是二手车生产环节；“ B_1 to B_2 ”是二手车流通环节（包括本地

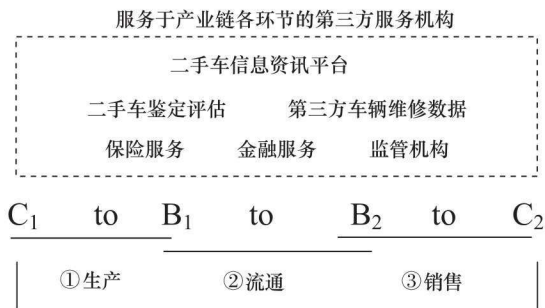


图 1-1 二手车产业链示意图

和异地流通)；“B₂ to C₂”是二手车销售环节；“C₁ to C₂”称为直接交易；“C₁ to B₁ (B₂) to C₂”或“C₁ to C₂”中间提供服务的是第三方服务机构。

1. 二手车生产环节

二手车不是新制造的产品，所以并不存在真正的生产环节，但二手车却是新产生的二次商品。不是商品的在用车再次出售就相当于生产了一件商品，从这个意义上理解，在用车变成商品就相当于生产了二手车。

在用车变成商品二手车的途径有：“C₁ to B₁”和“C₁ to C₂”。其中 B₁ 包括二手车经销商、4S 店和其他形式的二手车经营企业。4S 店的二手车由企业开展以旧换新的汽车置换业务得来。

2. 二手车流通环节

二手车流通环节包括从 B₁→C₂ 的各种中间商及其组合形式，是二手车产业链中最复杂也是商机最多的关键环节。在这个环节中，B₂ 不包括 4S 店，其他形式与 B₁ 相同。传统二手车流通形式有 C2B (C₁ to B₁)、B2B (B₁ to B₂)、B2C (B₂ to C₂)、C2C (C₁ to C₂) 多种模式（注：这里的 2 与英文 to 读音相同，所以用 2 代表 to，是一种约定俗成的写法），但在“互联网+资本”的双重助力推动下，二手车流通转型升级，出现各种组合（混合）流通模式的二手车电商平台，二手车流通也由以本地流通为主向全国流通转型。

C2B 模式处于最上游的收车环节，主要帮助个人车主解决卖车难的痛点，刺激市场需求，为二手车行业增添新的车源。同时，C2B 模式又补充了车商、B2B 平台获取车源的途径，帮助车商和平台拿到一手车源。

B2B 模式帮助下游车商解决了车源问题，需求更集中，成交效率更高，为当前的主要交易模式。B2B 模式服务的交易双方均为专业车商，车源和需求都更加集中，通过优质服务培育 B 端车商，相当于提升了车源收集效率，为未来向 C₂ 端买方市场的发展奠定基础。

由于 C₂ 端买方市场尚待培育，行业尚无完善的认证体制，2C（即 to C₂）模式市场还需大力培养。对于 B2C 模式，前期可通过培育车商资源，建立信任，扩大车源数量，进而增加用户流量和成交量。对于 C2C 模式，由于两端均需要培养用户，资金、时间成本巨大，还需要通过更多的努力和投入来建立成熟稳定的交易体系。

3. 二手车流通第三方服务机构

第三方服务机构是二手车流通中的重要组成部分，包括促成二手车交易的中介企业

(如二手车经纪公司、二手车拍卖公司)、二手车鉴定评估公司、二手车信息资讯平台、第三方车辆维修数据、保险服务和金融服务以及二手车流通监管机构。其中,二手车信息资讯平台面向全产业链中二手车买卖双方提供信息资讯,是产业链中不可或缺的信息来源渠道;第三方鉴定评估服务及第三方车辆维修数据服务则作为重要工具为二手车估价提供数据支持;保险、金融和监管机构则为买卖双方提供服务支持和保障。

目前,二手车流通的现状是:二手车车源(置换、淘汰)集中在北上广(北京、上海、广州)一线城市,而购买需求在广大的三四线城市,分散不集中的状况使得二手车流通产业链中间环节过多,各级层层加价,而4S店等收车者把收购价压得极低,加上渠道和信息不对称,使得卖车者和消费者往往无法卖出和买到一个市场公允价的二手车。

1.2.2 二手车交易市场及经营主体

《二手车流通管理办法》和《二手车交易规范》对二手车交易市场及相关经营活动作出了明确规定。

1. 二手车交易市场

(1) 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。这个定义有如下含义:

①它是一个企业,是为二手车交易提供场地服务的企业。

②经营范围:二手车交易市场经营服务和管理,包括二手车交易服务、信息咨询服务、房屋及场地租赁等。

从定义可知,二手车交易市场是有形市场。

(2) 设立条件与备案

二手车交易市场经营者要具备企业法人条件,依法到工商行政管理部门办理登记取得营业执照,并在商务管理部门备案。备案申请条件如下:

①符合所在地二手车流通行业发展规划。

②市场开办主体具备企业法人条件,持有工商部门认可的市场经营者营业执照。

③有固定的交易场地,设立车辆展示区、交易大厅、办公区域等。经营场地面积要求:一类城市,场地面积不小于10 000 m²,办公建筑面积不小于1 000 m²,交易大厅面积不小于500 m²;二类城市,场地面积不小于5 000 m²,办公建筑面积不小于500 m²,交易大厅面积不小于250 m²。

④具有从事经营活动的必要设施,能为客户提供二手车信息查询、鉴定评估、转移登记、保险、纳税等相关服务。

⑤有3名以上从事二手车鉴定评估业务的专业人员(具有二手车鉴定评估师职业资格证书及汽车流通协会的注册证明)。

⑥有规范的市场监管制度。

⑦企业在“商务部汽车贸易管理信息系统”(网址: <http://qcsbjss.mofcom.gov.cn>)内完成企业注册。

(3) 二手车交易市场服务与职责

①为驻场的二手车经营主体提供固定场所和设施,并为客户提供办理二手车鉴定评估、转移登记、保险、纳税等手续的条件。

②为客户提供相关服务(如验车服务、交易服务和物业等),在收取服务费时应开具发票。

③对二手车直接交易和通过二手车经纪机构进行交易的,应当由二手车交易市场经营者按规定向买方开具税务机关监制的《二手车销售统一发票》。

④建立交易档案。交易档案保留期限不少于3年。

⑤确认卖方的身份,核对车辆所有权或处置权证明及车辆的合法性,杜绝盗抢车、走私车、非法拼装车 and 证件不合法的违法车辆上市交易。

⑥对交易违法车辆的,二手车交易市场经营者要承担连带赔偿责任和其他相应的法律责任。

(4) 二手车交易市场服务管理要求

①二手车交易市场经营者应具有必要的配套服务设施和场地,设立车辆展示交易区、交易手续办理区及客户休息区,做到标识明显、环境整洁卫生。交易手续办理区应设立接待窗口,明示各窗口业务受理范围。

②二手车交易市场经营者在交易市场内应设立醒目的公告牌,明示交易服务程序、收费项目及标准、客户查询和监督电话号码等内容。

③二手车交易市场经营者应制定市场管理规则,对场内的交易活动负有监督、规范和管理责任,保证良好的市场环境和交易秩序。由于管理不当给消费者造成损失的,应承担相应的责任。

④二手车交易市场经营者应及时受理并妥善处理客户投诉,协助客户挽回经济损失,保护消费者权益。

⑤二手车交易市场经营者在履行其服务、管理职能的同时,可依法收取交易服务和物业等费用。

⑥二手车交易市场经营者应建立严格的内部管理制度,牢固树立为客户服务、为驻场企业服务的意识,加强对所属人员的管理,提高人员素质。二手车交易市场服务、管理人员需经培训合格后上岗。

2. 二手车经营主体及经营行为

(1) 二手车经营主体定义

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。近几年出现的各类二手车电商企业依照其业务性质归类为二手车经销、拍卖、经纪企业。

上述二手车经营主体通常在二手车交易市场内租赁场地开展经营业务。

(2) 二手车经营行为

二手车经营行为是指二手车经销、拍卖、经纪、鉴定评估等。

①二手车经销是指二手车经销企业收购、销售二手车的经营活动。

②二手车拍卖是指二手车拍卖企业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。

③二手车经纪是指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。

④二手车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。

3. 监督与管理

二手车交易市场经营者和二手车经营主体涉及三个监督管理部门: 国务院商务主管部门、工商行政管理部门、税务部门。具体监管要求如下:

①建立二手车交易市场经营者和二手车经营主体备案制度。凡经工商行政管理部门依法登记, 取得营业执照的二手车交易市场经营者和二手车经营主体, 应当自取得营业执照之日起2个月内向省级商务主管部门备案。省级商务主管部门应当将二手车交易市场经营者和二手车经营主体有关备案情况定期报送国务院商务主管部门。

②建立和完善二手车流通信息报送、公布制度。二手车交易市场经营者和二手车经营主体应当定期将二手车交易量、交易额等信息通过所在地商务主管部门报送省级商务主管部门。省级商务主管部门将上述信息汇总后报送国务院商务主管部门。国务院商务主管部门定期向社会公布全国二手车流通信息。

③商务主管部门、工商行政管理部门应当在各自的职责范围内采取有效措施, 加强对二手车交易市场经营者和经营主体的监督管理, 依法查处违法违规行为, 维护市场秩序, 保护消费者的合法权益。

④国务院工商行政管理部门会同商务主管部门建立二手车交易市场经营者和二手车经营主体信用档案, 定期公布违规企业名单。

1.2.3 我国二手车流通市场的特征

现阶段我国二手车流通市场有以下特征。

1. 以有形二手车交易市场为主体

我国二手车市场从20世纪80年代发展至今已有30多年的历史, 二手车交易模式由早期以零散的个人直接交易、车贩子倒车为主的单一交易模式, 发展到今天以二手车经销公司、二手车经纪公司、二手车拍卖、二手车置换、二手车租赁业务等多种交易模式并存的格局。近年来, 二手车品牌专卖、大型超市、连锁经营等经营模式先后在市场上出现, 并发展了二手车电子商务创新交易模式。但这些外部条件的变化并没有改变我国二手车市场长期以来形成的以有形交易市场为主体的流通特征。

2. 二手车经营主体向多元化发展

2004年以前, 二手车是作为特殊商品交易的, 且只能在二手车交易市场里进行交易, 形成了以二手车交易市场主导的交易模式, 那时的二手车交易量远远落后于新车交易量, 不利于二手车市场的整体发展。2005年10月国家发布了《二手车流通管理办法》, 放开了二手车经营权, 降低了二手车经营门槛, 二手车拍卖公司、二手车连锁机构和汽车厂商等诸多经营主体纷纷加快扩张步伐, 并开始陆续进入二手车领域, 二手车市场开始向多元化、规范化发展的道路迈进。

(1) 新车供应商、经销商参与二手车经营

新车供应商、经销商取得二手车经营权后纷纷开展了汽车置换和二手车经营业务,并且在注重品牌效应、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。上海通用、上海大众、一汽大众、东风雪铁龙、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。如上海通用推出“诚新二手车”品牌,依据其全国4S店销售网络开展由汽车生产企业主导的品牌二手车置换业务,以二手车品质与质量担保为其经营特色,主打的是诚信和放心的理念。汽车供应商及新车经销商介入二手车市场,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营的品牌理念和诚信机制。

(2) 国际二手车企业参与二手车经营

《二手车流通管理办法》允许外资进入我国二手车流通领域后,美国、日本等国家的一些世界知名企业积极进入我国二手车市场。如成立于1945年的美瀚(Manheim)公司,是全球历史最久、规模最大、销量最高的二手车批发拍卖公司,已经进军中国二手车市场。美瀚公司先后在上海、深圳、北京成立合资企业,并将美瀚亚洲区总部从泰国移到中国,就是因为中国二手车市场发展迅速。在国外二手车市场中,美瀚公司的MMR(Manheim Market Report)二手车价格指数已成为车价走势的主要参数,是业界经销商考量车辆批发价格的主要依据。MMR是美瀚从全球最大的批发市场数据中平均3000余万笔交易而得出的数据,是目前二手车市场营销行业中最大的、唯一的、每日实时更新的二手车实际批发价格定价指南。

(3) 汽车维修企业参与二手车经营

新的《二手车流通管理办法》中对二手车经销企业降低了准入门槛,开办二手车经销企业只需达到公司法要求的注册标准,到所在地工商部门登记领取执照,到税务部门领取《二手车销售统一发票》就可以进行二手车的收购和销售。经营权的放开使得全国二级以上资质的维修企业中一半以上具有申办二手车经销企业的条件,这些维修企业具有熟悉汽车技术性能和维修技术等天然优势。同时,这类企业只要卖出一辆二手车就等于增加一个客户,二手车的经营利润可以不计,仅售后服务利润就可以成为维修企业的滚滚财源;另外,维修企业还可以提供便捷性的服务和相对低廉的价格。

以上说明在我国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、二手车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,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。

3. 新车市场与二手车市场联动效应更加明显

新车市场和二手车市场存在着联动的关系,新车市场的表现直接影响二手车市场的走势。图1-2和图1-3分别为2002—2016年全国乘用车销售量和二手车交易量统计。由图1-2可见,全国乘用车新车销售量呈逐年增加的趋势(复合增长率(CAGR)为21.58%),其中2009年、2010年和2013年销售量增加较大。新车销售量持续增长使社会汽车保有量逐年增加,为二手车市场成长提供了丰富的车源,同时也影响和改变着二手车流通市场的走势。图1-3反映了二手车交易量也呈逐年递增的趋势(复合增长率(CAGR)为19.56%),2016年二手车交易量首次突破1000万辆大关。(注:复合增长率是指投资在一定时期内的年度增长率,用来描述长期时间基础上投资增长潜力和投资回报预期。其计算公式为:(现有价