



21世纪全国高等教育应用型精品课规划教材

二手车鉴定与评估

ershouchē jiāndìng yǔ pínggū

■ 主编 郭志军



 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内容简介

本书从二手车鉴定评估和交易角度介绍了二手车的知识,包括了世界二手车流通模式分析概述、车辆技术状况检查、旧车价格评估标准与计算方法、二手车交易实务与车辆公安交通管理法律法规等方面的内容,系统阐述了国家对二手车交易的有关政策及旧机动车交易过户、转籍的办理程序。内容既注重丰富学生的理论知识,又注重实践能力的培养,紧跟当前高等教育的发展方向。

本书图文并茂、实用性强,可作为高等院校汽车运用技术、汽车技术服务与营销专业的专业课教材或汽车各专业的选修课教材,也可作为各类汽车职业培训用书以及汽车流通领域的管理和技术人员,特别是从事车辆交易、抵押、典当、保险、定损、担保、司法鉴定、法律诉讼、价格咨询等业务人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

二手车鉴定与评估/郭志军主编. —北京:北京理工大学出版社, 2009. 8

ISBN 978 - 7 - 5640 - 2698 - 1

I. 二… II. 郭… III. ①汽车 - 鉴定 ②汽车 - 价格 - 评估 IV. U472.9
F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 150808 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市南阳印刷有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 22

字 数 / 418 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 1500 册

定 价 / 39.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

出版说明

21 世纪是科技全面创新和社会高速发展的时代, 面临这个难得的机遇和挑战, 本着“科教兴国”的基本战略, 我国已着力对高等学校进行了教学改革。为顺应国家对于培养应用型人才的要求, 满足社会对高校毕业生的技能需要, 北京理工大学出版社特邀一批知名专家、学者进行了本系列规划教材的编写, 以期能为广大读者提供良好的学习平台。

本系列规划教材面向汽车类相关专业。作者在编写之际, 广泛考察了各校应用型学生的学习实际, 本着“实用、适用、先进”的编写原则和“通俗、精炼、可操作”的编写风格, 以学生就业所需的专业知识和操作技能为着眼点, 力求提高学生的实际运用能力, 使学生更好地适应社会需求。

一、教材定位

- ※ 以就业为导向, 培养学生的实际运用能力, 以达到学以致用目的。
- ※ 以科学性、实用性、通用性为原则, 以使教材符合汽车类课程体系设置。
- ※ 以提高学生综合素质为基础, 充分考虑对学生个人能力的提高。
- ※ 以内容为核心, 注重形式的灵活性, 以便学生易于接受。

二、编写原则

- ※ 定位明确。本系列教材所列案例均贴合工作实际, 以满足广大企业对于汽车类专业应用型人才实际操作能力的需求, 增强学生在就业过程中的竞争力。
- ※ 注重培养学生职业能力。根据汽车类专业实践性要求, 在完成基础课的前提下, 使学生掌握先进的汽车类相关操作软件, 培养学生的实际动手能力。

三、丛书特色

- ※ 系统性强。丛书各教材之间联系密切, 符合各个学校的课程体系设置, 为学生构建牢固的知识体系。
- ※ 层次性强。各教材的编写严格按照由浅及深, 循序渐进的原则, 重点、难点突出, 以提高学生的学习效率。

- ※ 先进性强。吸收最新的研究成果和企业的实际案例，使学生对当前专业发展方向有明确的了解，并提高创新能力。
- ※ 操作性强。教材重点培养学生的实际操作能力，以使理论来源于实践，并最大限度运用于实践。

北京理工大学出版社

前 言

中国的汽车产业蓬勃发展，正逐步成为汽车产业大国。至2006年，中国汽车产销已突破700万辆，2007年超过了860万辆，2008年超过了930万辆，汽车已经走进中国家庭。在这种情况下，许多人要购新车，而原来的旧车就要卖出。另一方面，许多人因为各种原因选择购买二手车。在欧、美、日等发达国家，二手车的交易市场已很活跃、规范。而我国的二手车交易则刚刚起步，前景很广阔，但也存在很多问题，亟须规范，只有规范才能促进二手车交易的进一步繁荣。在《二手车流通管理办法》于2005年10月1日实施后，我国的二手车交易量以高于年平均25%的速度增长。初步预计，中国的汽车市场将有15年~20年的增长和发展期。

汽车行业一直以来是专业和技术并行的领域，二手车市场更是如此。随着我国二手车行业的不断发展，市场对该行业人才的需求日渐高涨，对专业技术人员水平的要求也不断提高。

国家已对二手车鉴定评估师实行职业资格证书准入制度，按照《二手车流通管理办法》的相关规定，要成立二手车鉴定评估机构必须有三名以上的“二手车鉴定评估师”。在这个背景下，二手车鉴定评估师更加成为市场稀缺的热门人才之一。但现阶段二手车鉴定评估师人才培养与二手车行业的发展需要脱节，人才缺乏的问题仍然严重，高级二手车鉴定评估师更是供不应求。所以，加强二手车鉴定评估师人才的培养势在必行。

本教材编写时，参考了汽车类相关专业的教学计划与课程标准，并根据目前高等教育的改革与探索，按专业培养目标要求，强调基本能力培养，以基础适度、实用、够用为原则进行课程适度的整合。

本书由郭志军任主编，并对全书统稿。全书共分十章，其中第一章由朱晓黎编写，第二章由穆乾坤编写，第三章由薛川编写，第四章由杨荣昌编写，第五章由郭志军编写，第六章由肖冬玲编写，第七章由刘俊萍编写，第八章由周建军编写，第九章由张永学编写，第十章由王运超编写。

在编写本书的过程中，引用了许多文献资料，在此，全体编者向所有原作者们表示衷心的感谢！由于作者水平有限，书中难免有错误和不当之处，诚请专家和广大读者批评指正。

编者

目 录

第一章 二手车市场介绍	1
第一节 二手车交易市场概述	1
第二节 国外二手车市场介绍	9
第三节 二手车在汽车后市场中的地位和作用	20
第二章 汽车基础知识(4 学时)	23
第一节 汽车分类及型号编制规则	23
第二节 车辆的识别代号	31
第三节 汽车的主要性能参数	35
第四节 汽车的使用寿命	46
第三章 二手车的鉴定评估基础(4 学时)	53
第一节 资产评估概述	54
第二节 二手车鉴定评估概述	64
第三节 二手车鉴定评估机构	74
第四章 二手车技术状况鉴定(9 学时)	78
第一节 静态检查	78
第二节 动态检查	87
第三节 仪器检查	94
第五章 汽车碰撞损伤评估	118
第一节 汽车碰撞损坏	118
第二节 碰撞损伤的检测与测量	127
第三节 主要零部件的损伤评估	134
第四节 汽车修理工时费用的确定	145
第五节 车辆损伤评估报告的撰写与案例分析	154
第六章 二手车价值评估(12 学时)	163
第一节 二手车成新率的计算方法	163
第二节 现行市价法	173
第三节 收益现值法	181
第四节 重置成本法	185
第五节 清算价格法	192
第六节 折旧法	195

第七节 二手车评估方法的选择与案例分析	200
第七章 二手车鉴定评估实务(5 学时)	209
第一节 二手车鉴定评估的前期准备工作	209
第二节 现场鉴定工作	212
第三节 评定估算工作	223
第四节 撰写鉴定评估报告	226
第八章 二手车收购评估与销售定价(4 学时)	241
第一节 二手车营销与市场分析	241
第二节 二手车收购评估	256
第三节 二手车销售定价	262
第九章 二手车交易实务(4 学时)	267
第一节 二手车交易类型	267
第二节 二手车交易过户业务	271
第三节 办理车辆转移过户登记手续	277
第四节 办理其他税、证变更	287
第五节 二手车交易合同	290
第十章 二手车鉴定评估师(2 学时)	304
第一节 职业简介	304
第二节 二手车鉴定评估师技能要求	306
第三节 二手车鉴定评估师等级考核实施办法	310
附录:相关法律法规	315
一、机动车登记规定	315
二、汽车报废标准(1997 年修订)	330
三、关于调整汽车报废标准若干规定的通知	331
四、二手车流通管理办法	332
五、二手车交易规范	336
参考文献	343

第一章 二手车市场介绍

学习目标:

1. 了解我国二手车交易流通体制的现状及历史。
2. 了解国外二手车市场的交易情况。
3. 掌握最新的《二手车流通管理办法》。
4. 了解二手车的市场地位。

第一节 二手车交易市场概述

一、二手车概念

旧机动车俗称二手车。商务部、公安部、国家工商行政管理总局、国家税务总局令 2005 年第 2 号《二手车流通管理办法》第二条给出了二手车的定义。所谓二手车,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。《二手车流通管理办法》取代了 1998 年出台的《旧机动车交易管理办法》。在以往的国家正式文件上,一直没有出现过“二手车”,有的只是“旧机动车”。在《二手车流通暂行管理办法》中,首次明确地将“二手车”的内涵与“旧机动车”相同。尽管只是提法上的不同,但“旧机动车”会让人感觉车辆很破旧,几乎是没什么好车,从而在一定程度上影响人们的消费情绪。其实二手车并不等于旧车,我们认为只要上了牌照的车就是二手车。“二手车”则通俗易懂,提法上也更中性,同时也与国际惯例接轨。

在国外,二手车确实不等于旧车,我国目前体现的尚不充分,不少国家对新车销售年限有严格的规定。比如,国外年生产 600 万辆新车,卖掉了 500 万辆,剩下的 100 万辆,过了规定的一两年新车销售时间,就不能再进入新车的渠道销售,这些车就进入拍卖场,也就归入二手车一族了。

二、二手车交易政策法规介绍

在《二手车流通管理办法》中,将二手车的交易、经营、经纪等概念明确划分开来,规定:二手车交易是指二手车经营和直接交易活动。二手车经营是指二手车收购、销售、置换、拍卖、委托代理等经营活动;二手车经纪是指为二手车买卖双方提供信息咨询、撮合交易并收取佣金的中介服务活动;二手车交易市场和二手车经纪公司均不得参与二手车经营活动。在管理办法上对交易市场、经

纪公司、经营公司、鉴定评估机构的职责和经营范围进行区分，有助于堵塞行业黑洞，保障买卖双方的合法权益。

1. 《二手车流通管理办法》

《二手车流通管理办法》对二手车交易有如下规定：

(1) 二手车交易市场经营者、二手车经销企业和经纪机构应当具备企业法人条件，并依法到工商行政管理部门办理登记。

(2) 外商投资设立二手车交易市场、经销企业、经纪机构、鉴定评估机构的申请人，应当分别持符合《二手车流通管理办法》的相关规定和《外商投资商业领域管理办法》、有关外商投资法律规定的相关材料报省级商务主管部门。省级商务主管部门进行初审后，自收到全部申请材料之日起1个月内上报国务院商务主管部门。合资中方有国家计划单列企业集团的，可直接将申请材料报送国务院商务主管部门。国务院商务主管部门自收到全部申请材料，3个月内会同国务院工商行政管理部门作出是否予以批准的决定，对予以批准的，颁发或者换发《外商投资企业批准证书》；不予批准的，应当说明理由。申请人持《外商投资企业批准证书》到工商行政管理部门办理登记手续。

(3) 二手车交易市场经营者和二手车经营主体应当依法经营和纳税，遵守商业道德，接受依法实施的监督检查。

(4) 二手车交易市场经营者应当为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。二手车经销企业、经纪机构应当根据客户要求代办二手车鉴定评估、转移登记、保险、纳税等手续。《二手车流通管理办法》中对行业门槛进行了明确规定。如二手车交易市场注册资金不低于500万元；有固定的交易场所，场地面积不低于10000 m²；二手车经营公司注册资金不低于500万元，固定经营面积不低于2000 m²，具有维修专业技术人员和鉴定评估资质的专业人员等；二手车鉴定评估机构必须拥有5名以上的注册旧机动车鉴定估价师和至少有一名注册旧机动车高级鉴定估价师等。对二手车鉴定评估师实行职业资格和就业准入制度，未经注册登记的鉴定评估师不得执业；二手车鉴定评估机构对所出具的车辆鉴定评估报告负有相应的经济、法律责任。在交易中，二手车经营公司、拍卖公司对所销售的二手车应当标明使用年限、行驶里程、技术状况和售价等技术、经济指标，并承担相应的经济、法律责任。

(5) 二手车流通监督管理遵循破除垄断，鼓励竞争，促进发展和公平、公正、公开的原则。

(6) 要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。

(7) 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。

(8) 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。

2. 《二手车交易规范》

《二手车交易规范》对二手车交易的规定:

(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,做到标志明显,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、管理人员须经培训合格后上岗。

三、我国二手车市场特征

汽车产业是一个完整的产业链条,它涵盖了汽车的制造、营销、后市场、环保、能源、交通等领域。在一个成熟的汽车市场中,汽车整车销售利润大约只占整个汽车行业利润的20%,而其余约80%的利润是来自于汽车后市场。

近年来,我国汽车市场发展迅速,汽车产业在国民经济中的支柱地位愈加显著,中国已居世界第三汽车消费大国。在后WTO时代,我国汽车流通行业将全面与国际接轨,二手行业的发展将超出我们的判断和想象。二手车交易形态由集中交易模式逐渐向多元化主体经营模式过渡,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。从国家有关部委一系列有利于中国二手车市场规范发展的政策的相继出台，到二手车流通领域炙手可热的广泛参与，再到二手车交易规模的屡创新高，这一切都昭示了中国二手车市场迈入了新的历史阶段。

1. 二手车经营主体由单一模式向多元化转变

经营主体的演变是市场的自然选择，当单一的交易模式已经不再适应千变万化的市场，市场就会孕育出新的交易模式，自然产生出新生力量。汽车供应商及经销企业的全面介入正是应运了市场的客观发展规律。他们带来了规模化、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。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；新车经销商直接在二手车交易市场摆摊设点，或与二手车交易市场、经纪公司联手参与二手车经营的做法比较普遍；与二手车经营相关的汽车维修企业和其他汽车经营机构已经将二手车业务作为了新的战略重点；各地拍卖企业也纷纷尝试进行二手车实地拍卖和网络拍卖，取得了较好效果。

与此同时，国际上知名的二手车行业的相关企业也已进驻我国设立办事机构、洽谈建立合资企业的实际操作阶段。一个以二手车交易市场、二手车经纪公司传统力量，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，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。

2. 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。2002年~2003年新车市场出现“井喷”行情以来，新车市场活跃，二手车市场相对发展滞后的格局自2004年开始出现转机。尽管在总量上新车交易量仍高于二手车，但从增长率上看，新车市场与二手车市场呈现出同步发展的良好态势，二手车市场的增长率已于2004年实现了超越，2005继续保持了较快的增长趋势。据国家有关部门发布的统计数据，2005年1月~8月，国产新车市场与二手车市场的同比增长率基本相同，均达到了10%以上的增幅。

置换业务的广泛开展为新车和二手车两个市场带来了生机与活力，在促进了新车销售的同时，也为二手车市场规模的扩充提供了丰富的经营资源。

新车价格的不断下调决定了二手车交易价格持续走低，导致汽车市场价格总体水平的下降，客观上迎合了现阶段部分二手车消费者的消费水平，在一定程度上促进了二手车市场交易的进一步增长。新车与二手车市场的联动效应无论从市场变化形态、增长速率、价格趋势等方面均在2005年反映得更为直观和明显。

3. 新车经销商、汽车供应商与二手车交易市场的联系更加紧密

新车经销商、汽车供应商与二手车交易市场互利合作的发展态势得到进一步延续和深化。新车市场和二手车市场天然的互动关系使得汽车供应商、新车经销商与二手车交易市场的合作成为必然。各地二手车交易市场在长期的经营过程中积累了丰富的市场运作经验,和公安交管部门、工商管理部门等保持着长期友好的合作关系,拥有庞大的二手车经营网络、信息资源和人才资源等,而这些优势又恰恰是汽车供应商和新车经销商开展二手车经营业务最薄弱的环节。因此,汽车供应商和新车经销商迫切希望同有经验的二手车交易市场开展合作,共同推进二手车置换业务。近年来的实际运营状况表明,这种合作是成功的,是卓有成效的,为我国二手车流通行业的持续健康发展增添了新的生机与活力。

4. 二手车经营内涵得到进一步的拓展和深化

随着经营规模的扩大和市场竞争的加剧,苦练内功、拓宽经营思路、增加服务内容与功能成为众多二手车经营机构的共同取向。如部分二手车交易市场转变经营机制,拓宽服务领域,延伸服务产业链,变原有交易过户的单一功能增加为维修—美容—交易—质量担保等多环节的一条龙式服务模式,既为消费者创造了更加周到的服务,又为企业找到了新的利润增长点。以北京、上海、天津等二手车交易市场为代表的大批二手车流通企业,不断探索,勇于创新,深度挖掘服务内涵,以追求高品质服务作为企业生存发展的根本,服务质量、服务水平大幅度提高,走出了一条以二手车交易服务为主线,以置换、拍卖、鉴定评估、美容、维修等多种经营服务模式并存的发展之路。他们在营销方法与手段上不断推陈出新,一些企业引入二手车网上拍卖系统,通过开展网上交易、定期或不定期举办现场拍卖会、开展质量跟踪服务等进一步扩大了原有二手车经营业务的涵盖范围,为二手车交易市场在新的市场形势下实现可持续发展,提供了新的思路和支点。

5. 二手车市场的巨大增长空间显示了良好行业发展前景

据国家有关部门统计数据显示,2008年,全国31个省市自治区(不包括香港、澳门、台湾地区)共交易二手机动车(含摩托车)273.73万辆,绝对数量较2007年增加7.97万辆,同比增长3.0%;二手车交易额达到1182.65亿元,同比增长10.56%。

2008年末,全国民用汽车保有量达到6467万辆(包括三轮汽车和低速货车1492万辆),比上年末增长13.5%,其中私人汽车保有量4173万辆,增长18.1%。民用轿车保有量2438万辆,增长24.5%;其中私人轿车1947万辆,增长28.0%。私人轿车占民用轿车保有量的80%。

从整个年度来看，二手车市场交易将继续保持比较旺盛的增长势头。当然，由于我国汽车保有量远未达到饱和状态，汽车开始进入家庭仅仅是近几年的事情，大多数家庭刚刚购买了第一辆车，绝大多数还没有到换车的时间，按照我们掌握的汽车更新周期一般为3年~5年。因此，二手车市场再现新车市场的井喷式增长尚需时日。然而，二手车市场仍然蕴涵着巨大的增长潜力。

6. 各地自发成立二手车行业组织是行业日渐成熟的标志

随着二手车市场的不断壮大与发展，二手车流通业态的不断成熟，二手车流通企业自律意识和维权意识不断增强。为营造地方二手车市场正常的经营秩序，维护企业的合法权益，保护消费者的利益，全国大部分省市相继成立了二手车行业组织。其中，上海、山东、山西、陕西、云南、湖北、江西、贵州等地的二手车流通行业协会，在开展行业活动，维护二手车市场经营秩序，繁荣当地汽车市场，帮助企业解决经营过程中面临的困难和实际问题等方面作出了大量卓有成效的工作。

四、我国二手车流通行业的现实状况

我国二手车交易市场是随着社会主义市场经济的发展而逐步形成的，现已成为我国汽车市场的重要组成部分，二手车流通成为我国汽车流通的最为重要的环节之一。尽管我国二手车市场存在巨大的潜力和广阔的发展前景，但目前我国二手车市场仍然存在着较突出的问题，

1. 缺少统一管理和整体规划

我国旧机动车交易市场由于历史原因存在多头管理问题，行业间及经营企业间缺少相互沟通。旧车交易行业在本国的经济地位不高，一直未引起国家的高度重视，使其缺乏制度上监督管理力度。

2. 评估体系不健全

我国二手车交易起步较晚。改革开放后，一方面，人民生活水平的提高，汽车进入家庭的步伐加快，更新换代的步伐也在加快，二手车市场的发展伴随着我国市场经济的发展。另一方面，国家机关、企业、事业用车制度的改革，进口车、新车、缉私罚没车、抵债车等不断增加，人们的消费观念、市场需求结构发生了变化，从而刺激了二手车交易市场的形成和发展。在二手车交易中，价格的评估是很重要的环节。现在面临的主要问题是估价的标准全国不统一，在交易巾存在着定价不合理，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，甚至还出现“私卖公高估价，公卖私低估价”的现象。由于价格压低，使国有资产流失，国家的税收减少。因此，如何建立科学、可操作的

二手车评估体系是亟待解决的问题。

3. 二手车售后服务问题多

服务方式单一是目前许多二手车交易市场的通病，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。目前，我国新车品牌的销售基本上建立了信息咨询、配件供应、维修、汽车保险等一条龙服务。而二手车的售后服务还没有建立，特别是与发达国家相比差距较大。如美国在二手车售出之后，还提供一段时间的质量保证，通用公司就规定车龄7年以内的二手车有一至两年的质量保证，这与新车的服务一样，而且，所有车行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。一般购买二手车的消费者还有一定时间的使用期，避免消费者利益受损失。这些服务有力地促进了发达国家二手车的销售。

4. 开展汽车置换步履维难

随着经济的发展，人们对购买汽车的需求发生了变化，据南京一些汽车品牌专卖店反映，经常有人开着以前在这里购买的汽车来询问，“我这辆旧车你们能否以旧换新？”。这说明汽车置换有需求，能不能把旧车买卖引入实力强、信誉好的汽车专卖店来呢？从国外情况看，通常是一家品牌专卖店，除了卖新车还负责买卖本公司品牌的二手车。这种做法有利于企业降低成本，保证企业的形象。但在运行中，生产企业反映步履维难，主要存在着以下问题：

一是旧车收上来很难卖出。其原因：①生产企业二手车估价没有统一的标准和科学的依据，估价高影响新车销售的利润，估价低不能满足购车者的预期。②在中心城市置换下来的二手车不容易就地销售，一般流向不发达的小城市和乡镇，涉及到车辆跨地区的销售过户转籍问题。③关键的问题是生产厂家没有二手车的经营权，不能就地销售。

二是目前生产企业的内部管理制度制约置换业务的开展。其原因是现有的管理体制不适应汽车置换业务的开展。因为置换的二手车卖出去有一段时间，这部分的价值过去企业可以挂账处理，近年来企业对挂账处理比较严格，又不能出现过多的应收账款，一般企业考核业绩，应收账款是很重要的指标，所以经营者很难承受。

5. 二手车技术检测不到位

2000年，全国汽车更新办公室领导小组在组织国家经贸委、国家计委、国家内贸部、国家机械局、公安部、国家环保局6部委研究修订《汽车报废标准》时，特别强调在调整延缓年限的同时增加汽车安全、环保技术的检验项目和技术指标。但从目前情况看，国家并没有要求所有二手车在交易前必须经过有关的技

术检测，这样就很难保证二手车的行使安全和购车者的利益。

6. 买卖双方信息不对称

卖方往往对自己手中的二手车有比较充分的信息，而买方往往缺少这方面的信息，再加上目前我国信用体系不健全，卖方故意隐瞒某些瑕疵，甚至提供虚假信息欺骗买方。这都在很大程度上制约了二手车市场的发展。

五、我国二手车市场的健康发展方向

1. 加强二手车市场管理的力度

1998年发布了《旧机动车交易管理办法》，在当时规范二手车交易行为，保障购车者合法权益，促进二手车流通起到了很重要的作用。但随着我国市场经济的发展，各地二手车流通中不同程度地开展了二手车的租赁、拍卖、置换等业务。其规定有些已不适应特别是品牌汽车新旧置换问题，即“收旧卖新”受二手车经营资格的制约，不但影响了二手车的流通，也影响了新车的销售。因此应按照市场经济的规律和发达国家二手车市场的成熟经验，结合我国国情的现状，尽快调整、完善、充实、修订原《旧机动车交易管理办法》。

2. 尽快建立科学的二手车价格评估体系

鉴于我国在二手车的价格评估还不规范，一方面要加强二手车鉴定估价师的培训和再培训的提高；另一方面有关行业组织应研究制定全国统一的价格评估标准。

3. 简化交易手续，强化售后服务

针对目前消费者普遍反映交易手续过于烦琐和售出二手车没有服务保障的问题，建议由全国二手车流通行业组织配合国务院商品流通行政管理部门进行深入的调查研究，尽快拟定有关法规和标准交易流程，简化不必要的交易环节和交易手续，为客户提供便捷的服务。同时，还应强制性规定二手车经营企业必须有售后服务保障功能，对售出的二手车必须有一定程度的售后服务保障承诺。

4. 完善汽车置换业务

目前，我国生产厂家没有二手车的经营权，应该学习和借鉴国外这方面的成功经验，结合本国国情，采取更加灵活可行的办法，开创出一条适合国情的模式。

5. 建立健全旧车交易诚信体系

我国整个二手车交易诚信体系还不完善，汽车交易中的交易信息、车辆的维护保养信息、车辆的产权转移信息、车主信息等都难以确保真实统一。汽车厂家和经销商的业务员相对缺乏相关鉴别经验，如何避免置换车辆中出现盗抢车、组装车、拼装车、走私车等成为了经销商从事二手车交易的很大障碍。此外，交易中的假身份证、假代码证书、假公章、假合同也会给经销商造成非常大的麻烦和风险，而这些都严重制约了二手车市场发展，对整个市场扩张和利润回收都造成巨大影响。要克服这些问题，就要加快整个二手车交易市场的诚信体系的建设。

6. 加强行业组织建设

全国二手车流通行业组织作为国务院商品流通行政管理部门的助手，承担行业发展规划、行业自律、行业信息统计、行业标准制订、行业人才培养等工作，同时接受国务院商品流通行政管理部门的委托，参与行业有关政策法规的制定。

第二节 国外二手车市场介绍

一些发达国家的经验表明，随着人均汽车保有量的增长和大众汽车消费观念的成熟，二手车交易量会逐渐增加，进而形成一个供需两旺的巨大市场。近年来，随着我国汽车消费的普及，我国的二手车市场日趋活跃，呈现出迅速发展的势头。但由于我国二手车市场起步较晚，与国外规范运营、良性发展的情形相比，在行业管理、交易规则、售后服务等许多方面还存在不小的差距。国外二手车市场相对于国内来说比较成熟，从美国、德国、瑞士、日本、中国台湾等二手车市场的情况看，越是汽车发达的国家和地区，二手车市场越活跃。

一、日本二手车交易介绍

1. 日本二手车市场交易特点

在日本，每 20s 就可以成交一辆二手车。一个二手车交易公司一年的成交量接近 300 万辆，拥有自己的卫星系统、海外市场，事故车、报废车依然“吃香”，在市场中发挥“余热”。

1) 卫星系统构成交易网

日本二手车交易公司的规模普遍较大。日本最大的二手车交易公司 USS，拥有总资产 156 亿日元，甚至拥有自己的卫星系统，实力可见一斑。

在日本，二手车市场已形成一张分布均匀、覆盖完整的“交易网”。在各个地区、不同的地方都可以交叉交易，并不受地域限制。但因为市场分散，交易也随之带来不少问题，如在不同的市场内进行交易，怎样做到二手车交易信息的充分共享？怎样公平、公正地进行同步交易？

卫星系统可以将这张网完全贯穿起来。不同的交易市场中都设置2个~4个大屏幕，在同一时间通过卫星，将所有要进行交易的二手车信息反映在分散各地交易市场的大屏幕上。交易人员通过大屏幕，可以清晰明了地看到交易信息。只要按动手中的按钮，交易人员就可以将信息传输到电脑，由电脑再将信息传递给卫星，信息经卫星处理后反馈到大屏幕上，完成整个交易。这一过程虽然十分复杂，但只需用短短几秒钟时间。有了这样一个卫星系统，不同市场的人员就像在同一个市场中进行交易一样便捷。

2) 一天交易1万辆二手车

一直到2003年，上海一个月的二手车交易量才突破10000辆，而日本2003年共交易二手车600万辆，平均一天16000多辆，差距悬殊。

USS公司2003年一年总交易量就达到296万辆。在日本千叶县的二手车拍卖场，平均每20s就成交一批二手车，交易人员则不停地按动手中的红、绿按钮进行交易。从早到晚，每次拍卖会都有近1万辆二手车被竞买者买走。在日本国内，有大大小小150家拍卖场，这些拍卖场以会员制形式组成。每当有拍卖会，遍布国内的上万家会员经销商都会赶往那里。拍卖会不直接针对消费者拍卖，会员经销商兼演卖者与买者双重角色，每个经销商可以把自己收购的二手车或者是自己未卖出去的二手车运到拍卖场展示拍卖，并买回价位合理、自己需要的二手车，经过翻新以后再次销售。一般来说，如果一辆车能顺利拍卖出去，拍卖商要从中收取约合1500元人民币的各种费用。

3) 诚信交易由体制来保证

国内二手车交易往往带有很多“猫腻”，如改动里程表、行驶证年份等，许多消费者在买进二手车后连呼上当。目前，日本已经形成一套完善的交易体制，确保了交易的“诚信度”。

掌握车况的真实情况，是进行公平买卖的前提。每次拍卖前，卖方就要签订相关协议，确定将交易完全委托给二手车交易公司。为防止车主做“手脚”，车辆都要入库。在交易结束之前，车主不能再与交易车辆进行接触。入库后，二手车交易公司作为第三方中介，由专门评估部门对车辆进行严格检查和公平中立的评价；同时，对原车进行拍照，将检查、评估内容做成数据输入电脑进行存储，拍卖时这些数据就在大屏幕上显示。最后，按照拍卖区对汽车进行整理并认真保管，直至交易完成。

交易之前，买方可以通过电脑网络检索到所有进行交易车辆的相关信息，查到有意向的车辆，买主在交易前将被安排对车辆进行一次实地检查，重点是避免