

任务引领

汽车运用与维修专业课程改革试验教材



# 二手车交易

张巴冬 编



高等教育出版社



# 汽车运用与维修专业 教材编写委员会

---

主任委员 鲍贤俊

副主任委员 张文华 汤定国

委员(按姓氏笔画排列)

马志宏 杜静安 高明

曹颐华 龚箭 章晓峰

傅耀祖

## 内容简介

本书是根据上海市教育委员会组织开发和制订的《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》，并参照相关行业岗位标准编写的中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学用书。

“二手车交易”是汽车商务专门化的课程。

本书主要包括：二手车评估前期工作、二手车技术状况鉴定、二手车价格评估和二手车交易实务，共4个项目16个活动。

本书采用出版物短信防伪系统，用封底下方的防伪码，按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作，可查询图书真伪并可赢得大奖。登录 <http://sv.hep.com.cn>，可获得图书相关信息及资源。

本书主要供中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学使用，也可作为相关行业岗位培训教材和二手车从业人员自学用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

二手车交易/张已冬编. —北京：高等教育出版社，  
2009.3

ISBN 978-7-04-025972-8

I. 二… II. 张… III. 汽车-商品交易-专业学校-  
教材 IV. F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 013642 号

策划编辑 李新宇 责任编辑 查成东 封面设计 于涛 责任绘图 尹莉  
版式设计 张岚 责任校对 殷然 责任印制 朱学忠

---

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街4号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100120	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
总 机	010-58581000		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	<a href="http://www.landraco.com">http://www.landraco.com</a>
印 刷	人民教育出版社印刷厂		<a href="http://www.landraco.com.cn">http://www.landraco.com.cn</a>
		畅想教育	<a href="http://www.widedu.com">http://www.widedu.com</a>
开 本	787×1092 1/16	版 次	2009年3月第1版
印 张	11	印 次	2009年3月第1次印刷
字 数	260 000	定 价	15.80元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 25972-00

# 序

基于《上海市中等职业教育深化课程教材改革行动计划(2004—2007)》，由上海市教育委员会组织开发编制的《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》已于2006年10月正式出版发行。这是上海市教育委员会贯彻落实国务院和上海市人民政府《关于大力发展职业教育的决定》，深化中职课程与教材改革的一项重要举措，旨在建设反映上海特点、时代特征，具有职业教育特色，品种多样、系列配套、层次衔接，能应对劳动就业市场和满足学生发展多元需要的中等职业教育课程和教材体系。

《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》是上海市为深化课程与教材改革首批开发的12个专业教学标准之一。它以“任务引领型”目标为核心，对应当前汽车运用与维修行业的六大工种，设计了6个专门化方向，即汽车维修机工、汽车维修电工、汽车商务、汽车维修钣金工、汽车维修油漆工、汽车装潢美容工。根据此专业标准，汽车运用与维修专业共设34门课程，其中专业核心课程5门，专门化方向课程29门。全市开设汽车运用与维修专业的中等职业技术学校将统一按此教学标准，使用统一的教材实施教学。

汽车运用与维修专业课程有五个特征：一是任务引领，即以工作任务引领知识、技能和态度，使学生在完成工作任务的过程中学习专业知识，培养学生的综合职业能力。二是结果驱动，即通过完成典型产品或服务，激发学生的成就动机，使之获得完成工作任务所需要的综合职业能力。三是突出能力，即课程定位与目标、课程内容与要求、教学过程与评价都围绕职业能力的培养，涵盖职业技能考核要求，体现职业教育课程的本质特征。四是内容适用，即紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容，不强调知识的系统性，而注重内容的实用性和针对性。五是做学一体，即打破长期以来的理论与实践二元分离的局面，以任务为核心，实现理论与实践一体化教学。

为了促进新教材的推广使用，便于边使用边修订完善，我们整合上海市相关中等职业学校在汽车运用与维修专业方面的优质资源，成立了由相关中等职业学校校长为主的教材编写委员会，组织各中等职业学校资深的专业教师编写教材，以达到忠实体现上海市以“任务引领型课程”为主体的中等职业学校课程与教材改革的理念与思路的目的，保证教材的编写质量。本套教材将本着立足上海，服务全国的宗旨，在积极贯彻落实上海市教育委员会下达的上海市中等职业教育课程教材改革任务的同时，也希望能为全国中等职业技术教育的课程教材改革提供案例，为我国职业教育的发展作出自己应有的贡献。

汽车运用与维修专业教材编写委员会

2007年6月

# 前 言

本书是根据上海市教育委员会组织开发和制订的《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》，并参照相关行业岗位标准编写的中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学用书。

“二手车交易”是汽车商务专门化的课程。通过学习和训练，使学生能正确使用二手车评估鉴定中常用量具和仪器；能知道二手车技术鉴定的方法；会进行二手车价格评估的作业；会进行二手车交易的相关作业。同时培养学生具有一定的逻辑思维和分析问题与解决问题的能力。

本书以科学发展观为指导，以服务为宗旨，以就业为导向，以能力为本位，以岗位需要和职业标准为依据，体现职业教育发展趋势，适应社会经济发展的需要。

本书的特色主要有：

1. 根据专业的职业能力分析，以工作项目为“项目”，以完成某一生产任务为“活动”。活动内容基本以生产活动为主。

2. 突出实践在课程中的主体地位，用工作任务来引领理论，以相应职业活动为单元组织教学，使理论从属于实践。

3. 按照工作过程设计学习过程，以典型产品(服务)为载体来设计活动、组织教学，建立工作任务与知识、技能的联系，增强学生的直观体验，激发学生的学习兴趣。

4. 吸收名企的岗位培训理念组织内容。

5. 插图以实物图为主，图文并茂。

6. 技能训练步骤详细，并配有详细的图示，可操作性强。

本书使用建议：

1. 由具备很强动手能力的双师型教师任教。

2. 采用现场式、小班化教学，理论与实际教学一体化。

3. 理论与实践课程的比例为 5：5，应留出更多的时间让学生操作。

建议的课程安排：

项目	理论课时	实训课时
项目一 二手车评估前期工作	6	4
项目二 二手车技术状况鉴定	8	12
项目三 二手车价格评估	8	12
项目四 二手车交易实务	4	2
总计:56 课时	26	30

本书采用出版物短信防伪系统，用封底下方的防伪码，按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作，可查询图书真伪并可赢得大奖。登录 <http://sv.hep.com.cn>，可获得图书相



关信息及资源。

本书由上海市交通学校张已冬编写,上海大众工业学校邱伟明审阅。

限于编者的经历和水平,以及任务引领型课程突出工作任务的完成,不强调学科性的特点,教材难以涵盖课程中所有的知识点,所选的车型不能满足所有学校教学的需要,有些活动难以适用各地各校不同的实训条件和师资情况。希望各教学单位在积极选用和推广的同时,注意总结经验,及时提出修改意见和建议,以便再版修订时改正。

编 者

2008年11月

# 目 录

项目一 二手车评估前期工作 .....	1	活动 5 二手车评估报告编制 .....	103
活动 1 二手车市场分析 .....	2	练习与思考 .....	112
活动 2 二手车评估基础 .....	10	项目四 二手车交易实务 .....	119
活动 3 二手车评估准备工作 .....	23	活动 1 二手车交易基本程序 .....	120
活动 4 二手车证照检查 .....	28	活动 2 二手车交易合同识读 .....	126
练习与思考 .....	47	活动 3 二手车金融业务 .....	141
项目二 二手车技术状况鉴定 .....	49	活动 4 二手车交易模式 .....	143
活动 1 二手车的静态检查 .....	50	练习与思考 .....	147
活动 2 二手车的动态检查 .....	71	附录一 二手车流通管理办法 .....	148
活动 3 二手车仪器检查 .....	78	附录二 二手车交易规范 .....	156
练习与思考 .....	80	附录三 旧机动车鉴定估价师职业资格 鉴定试点方案(试行) .....	161
项目三 二手车价格评估 .....	81	附录四 旧机动车鉴定估价师注册登记 管理办法(试行) .....	163
活动 1 应用重置成本法评估二手车 .....	82	参考文献 .....	165
活动 2 应用现行市价法评估二手车 .....	93		
活动 3 应用收益现值法评估二手车 .....	97		
活动 4 应用清算价格法评估二手车 .....	101		

## 项目一 二手车评估前期工作



### 项目要求

对二手车进行鉴定、评估、交易前必须掌握二手车的相关基础知识，通过对我国二手车市场现状与前景的分析、二手车基本知识的学习，为后续具体开展二手车技术鉴定、交易等项目奠定良好的学习基础。





## 活动 1 二手车市场分析



### 工作背景

即将从事二手车评估、鉴定、交易工作的人员,需要从我国的二手车市场发展状况入手,熟悉二手车行业特点,从而奠定自身发展方向。



### 活动要求

1. 了解我国二手车市场现状。
2. 了解我国二手车市场前景。
3. 了解二手车从业人员的职业要求。



### 活动内容

#### 1. 我国二手车市场发展的历史

我国二手车市场是社会主义市场经济发展的产物,而且随着市场化程度的不断提高显现出巨大的发展潜力。

我国二手车市场的发展历程,大体上可分为四个阶段:

第一阶段为 1985 年以前,我国处于计划经济时期,国家对汽车生产、分配和消费实行计划管理,产量和保有量很低,以党政军机关、国有企业、事业单位为消费主体。因此,消费主体单一,在车辆的使用上基本是从新车开始一直使用到报废,二手车交易极少,市场化交易方式尚未形成。

第二阶段为 1985 年至 1992 年,国家经济体制由计划经济向有计划的商品经济过渡,作为身份和地位的象征,一部分先富裕起来的人们将目光转向了汽车消费,二手车流通需求开始出现,二手车交易量呈缓慢上升趋势。

第三阶段为 1993 年至 1998 年,党的十四届三中全会通过了《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,以市场为导向的经济体制改革的步伐加快,人民生活水平得到较大幅度提高,社会购买力大大增强,汽车消费已成为高收入阶层的消费时尚。与此同时,由于二手车的高额经营利润,吸引了大批企业进入二手车流通行业,极大地激发了二手车市场活力。为了加强二手车的流通管理,规范二手车交易行为,1998 年原国家内贸部制定颁布了《二手车交易管理办法》(内贸机字[1998]第 33 号),从此我国的二手车市场有了第一个法规性文件并一直沿用至今。《二手车交易管理办法》的颁发进一步规范和促进了二手车流通行业的发展,初步实现了由分散交易向集中交易、无序交易向有序交易转变。

第四阶段为 1998 年以后。在国家扩大内需,刺激消费的政策鼓励下,汽车需求量逐年增加,使得汽车产量和保有量呈快速增长趋势。据国家统计局有关数据显示,截止到 2003 年底,全国



汽车保有量估算为 2 400 余万辆,其中私人汽车保有量达 1 242.8 万辆,约占全国汽车保有量的 51.8%。全国二手车交易市场共有 400 多家,据中国物流与采购联合会在全国 141 家二手车交易中心统计,2003 年共交易二手车 87.9 万辆,同比增长 20.23%,交易额 309.72 亿元。据估算,全国二手交易量约占当年新车销量的 30%。全国二手车交易市场的分布情况为:约 30%位于省会城市,41.5%位于地级城市,28.5%位于县级;据估算,各级交易市场交易量分别占总交易量的 65%、32%、3%。全国约 8 000 人从事二手车交易管理工作,40 000 余人从事二手车经营活动。上述数字表明,我国二手车交易主要集中在汽车保有量较高的大中城市,交易方式以直接交易或代理交易为主。

## 2. 我国二手车市场的现状

我国二手车市场经过近十年的发展,已初步探索出了具有中国特色的发展道路,并已形成一定规模,具体有以下鲜明特点:

### (1) 起步晚、发展快、潜力大

我国二手车市场从 20 世纪 90 年代初期起步,国民经济迅速发展,社会主义市场经济体制建立以及人民生活水平不断提高和社会购买力日益增强,为我国汽车市场的繁荣奠定了坚实的基础。二手车市场作为汽车市场的重要组成部分,实现了从无到有,从小到大的根本性转变。从 1998 年《二手车交易管理办法》的颁发到 2003 年这短短的 5 年多时间里,二手车交易量以高于年平均 25% 的速度增长,实现了翻番。

2002 年统计数据表明,发达国家汽车拥有量为每千人 600 辆,我国仅为每千人 15.98 辆,是发达国家的 2.66%。2003 年我国汽车销售量同比增长 34.21%,达到 439.08 万辆;其中,轿车销售量达到 197 万辆,同比增长高达 75.28%。中国的汽车市场将有 15~20 年的增长发展期,车辆更新换代频率加快,二手车市场必将随着汽车市场需求的增长和社会汽车保有量的提高而迅速发展,发展空间非常广阔。

在发达国家,初次购买汽车的人 80% 以上选择买二手车,在消费习惯上与我国有很大区别。随着汽车作为普通商品逐渐进入家庭,消费者的消费理念逐步成熟,他们在购买汽车时不再一味追求豪华体面,因而将会有更多的购买者首先选择二手车,二手车的购买群体会越来越大。

### (2) 交易相对集中,流向趋势明显

我国二手车交易主要集中在经济发达、汽车保有量大的大中型城市,且流向趋势明显。其中北京、上海两地二手车交易市场是我国启动最早、交易量最大的市场,其交易量占全国交易量的 20% 左右。二手车流向呈现四大趋势:一是从城市流向乡镇;二是从东部流向西部;三是从经济发达地区流向经济相对落后地区;四是从高收入者流向中低收入者。

### (3) 二手车交易市场功能日趋完善

二手车交易市场是我国现阶段二手车流通的主要渠道,这种集贸市场形式比较符合中国人的消费习惯,经过几年的培育和发展,已初具规模,主要有以下几个特点:①为供需双方提供集中交易场所,使消费者在一个交易市场内就能够对本地旧车市场行情一目了然;②政府相关职能部门统一现场办公,实行“一站式”服务,为消费者提供方便;③市场制定相关的管理办法和交易程序,保证了入场交易车辆的合法性;④市场通过加强对经纪公司的管理,规范经纪公司的交易行为,在一定程度上有效地保护了消费者的权益。

### (4) 经纪公司的桥梁作用



一批具有较高文化层次的二手车从业者通过培训获得了经纪人资质,组成了具有法人地位的经纪公司,变过去无组织的“拼缝”为有组织、有章程、有法则的经纪行为。二手车经纪人由于长期从事二手车交易活动,掌握着大量的信息资源,买卖双方通过经纪公司的中介服务,实现二手车所有权的转移。经纪公司充当了买卖双方的桥梁,活跃了市场。

### (5) 二手车拍卖越来越受到青睐

二手车竞价拍卖以其交易成本低、交易周期短、兑现快的优势赢得了批量售车企业和消费者的青睐。通过定期和不定期的组织二手车现场拍卖和网络竞价,提高了二手车交易的速度,降低了交易成本,限制了人为因素导致的不正常交易行为,使售车单位和个人快捷地实现了由商品向货币的转化。

### (6) 置换业务开始起步

1999年4月,原国家国内贸易局首次在上海组织召开了汽车置换研讨会,来自全国33家二手车交易市场和11家品牌汽车企业的代表以及原国家经贸委、国家工商总局、原国家机械局等部委的有关领导参加了这次会议。会后,上海汽车工业销售总公司、天津汽车工业销售有限公司等企业成立了汽车置换公司,至此,我国汽车置换业务开始起步。在2000年至2003年四年中,许多品牌汽车企业相继成立了二手车销售部或特殊业务销售部。2002年9月上海通用汽车有限公司首次在上海、北京、广州、深圳等城市授权当地有条件的经销商推出汽车置换业务。2003年上海大众、一汽大众、广州本田、北京现代、长安铃木等品牌轿车企业也陆续开展了汽车置换业务,但由于政策限制,由生产企业推出的置换业务尚处于探索阶段。

### (7) 流通网络初步形成

原国内贸易部在直辖市、计划单列市等大、中型城市有选择地培育了45家规模较大、设施完善、功能齐全、管理规范二手车交易市场作为二手车交易示范基地,取得了成功。目前,全国二手车交易市场已发展为400多家,分布于全国各地,已初步形成了规范合理的二手车流通网络。

## 3. 我国二手车市场存在的主要问题

近年来我国二手车市场虽然取得了较快的发展,但作为新车流通的延伸,发展相对滞后,与汽车工业发达国家相比差距十分明显。主要表现在:交易行为不规范,鉴定评估随意性大;交易主体和交易市场功能单一,交易方式落后,不具备现代营销手段;缺乏完善的市场信息网络系统,交易量与新车销量比例明显偏低。二手车流通滞后已成为制约汽车市场发展的瓶颈。

### (1) 现行流通法规落后,经营主体单一

从1998年起国家有关部门相继出台了《二手车交易管理办法》(内贸机字[1998]第33号)、《关于加强二手车市场管理工作的通知》(国经贸贸易[2001]1281号)、《关于规范二手车鉴定评估工作的通知》(国经贸贸易[2002]825号)等相关文件和规定,对推动二手车市场发展,培育和规范二手车交易行为起到了积极的作用。但总的看来,现行管理办法存在内容陈旧,计划、行政色彩浓厚,立法层次低等问题,已不能满足二手车流通发展的需要,更不能适应入世后汽车服务贸易领域对外开放步伐加快的形势。

《二手车交易管理办法》只对二手车交易市场的设立条件及审批程序等作了较为详细的规定,而其他经营主体是否能经营二手车未在《二手车交易管理办法》中明确,造成了目前经营主体单一的局面,在一定程度上制约了二手车市场的发展。其他经营主体如品牌汽车经营企业虽



然有比较完善的销售体系及售后服务体系,却由于没有二手车经营资格而不能有效地开展经营业务。

#### (2) 管理手段陈旧,难辨车辆身份

为了防止非法车辆流入市场,部分中心城市的二手车交易市场建立车辆信息库并与公安部门进行了联网,但还有相当部分的交易市场未实现联网,很难控制非法车辆的流入。目前多数二手车交易市场仍旧采用最原始的管理手段,即通过一线管理人员凭经验对进入市场车辆合法身份进行鉴别。据北京二手车交易市场提供的数据,自2002年7月至2003年9月,由于他们采用了互联网技术、电子监控技术等高科技手段,共查处了挪用牌照、使用假代码证、假身份证、假户口本、假牌照等97起,有效地防止了非法车辆的流入。可以想象,如果没有这些措施,很难有效防止非法车辆流入二手车市场。

#### (3) 经纪经营不分,二手车市复杂

按照国家有关规定,经纪公司、经纪人的职能是为买卖双方提供委托代理中介服务,但在实际运作过程中,经营、经纪行为没有分开,多数经纪公司或经纪人都有超范围经营行为。他们低价购入,然后再加价卖出,但不缴纳销售环节的增值税,导致国家税收流失。有些地方二手车交易市场中还存在大量的自然人或经纪人在从事二手车交易,特别是由于个别经纪人素质不高,在经营过程中有故意隐瞒车辆质量问题、以次充好等欺骗消费者的现象,给二手车市场造成不良影响。

#### (4) 缺乏标准规范,评估结果主观

二手车鉴定评估是一项技术性很强的工作,需要专门的设备和技术人员。但是,目前我国在二手车鉴定评估方面还没有一个可以依据的评估标准与评估规范,在鉴定评估过程中,很少企业使用检测设备,主要是靠评估人员的肉眼观测,随意性很大。有的地方为了抢生意,故意低估价格,竞相压价。此外,目前大多数二手车交易市场规定对所有交易的二手车必须进行评估,而且,多数二手车交易市场都设有从属的鉴定评估机构,既当运动员又当裁判员,并以评估价格作为收取交易费的标准和车辆贷款额度的依据,评估定价常常与实际交易价相差很大,很难保证评估结果的公允。

#### (5) 交易手续繁琐,买卖双方麻烦

长期以来,我国一直把二手车当做特殊商品进行管理,而车辆档案未实现数据共享,二手车交易市场不掌握车辆的档案,根据有关规定必须对于车辆的合法性进行鉴别,市场管理人员通过对车辆的原始资料及相关凭证进行查阅、验证与判断,需要做大量细致的工作,无形中增加了消费者的等待时间。同时在办理过户注册登记手续时,需要买卖双方携带若干证明材料和原始凭证,而普通消费者又对交易过户程序不甚了解,经常为办理过户手续要来回跑好几趟,给消费者带来不便。

#### (6) 没有统一收费标准,税收征收困难

由于二手车流通行业没有形成标准体系,二手车交易费收取标准完全由当地二手车交易市场或地方有关部门来自己决定,使得各地二手车交易费标准不统一。

在实际运作过程中,大多数二手车市场对二手车交易收取一定的交易手续费。也有少数地区按照车辆的使用年份和车辆质量收取固定费用。由于国家没有统一的收费标准,因而各地区收费标准也参差不齐,高的按评估价的3.5%,低的按1%,普遍按2%左右收取,除此之外部分交



易市场还要按车辆评估价格的 0.5% 加收车辆评估费。

从税收情况来看,按 1993 年《中华人民共和国增值税暂行条例》的规定,二手车交易税按照一般纳税人征收 6% 的增值税,1998 年 8 月 1 日调整为 4%。2002 年 3 月 13 日财政部、国家税务总局联合下发了《关于旧货和二手车增值税政策的通知》(财税[2002]29 号),对二手车增值税再次进行了调整,售价未超过原值的免征增值税,超过原值的按照 4% 的税率减半征收;二手车经营企业,按照 4% 的税率减半征收增值税。然而,绝大部分二手车交易市场并未开展买进卖出的经营活动,经纪公司虽然经历了收购与卖出过程,但从交易凭证的形式上反映的是消费者之间的直接交易,经纪公司只是为用户提供委托代理业务,从其账面上反映不出进销差价,不产生增值。同时,通常情况下二手车交易的价格不会超过新车原值,因此,增值税的征收基本没有实现。

#### 4. 我二手车市场发展的趋势

##### (1) 拓宽流通渠道,建立完善的二手车流通体系

当前,我国商品市场已基本实现了市场化运营,但二手车流通市场还存在经营主体单一、垄断经营的现象,与国内大气候不协调。允许符合条件的企业开展二手车经营活动,引入多元化经营主体,符合国家有关建立社会主义市场经济体制的总体要求,符合我国加入 WTO 后市场化运作原则,同时也是拓宽二手车流通渠道,规范二手车流通过程,搞活二手车市场的重要措施。品牌供应商和大型专业二手车经营公司的进入,必将为我国二手车流通行业乃至整个汽车市场注入新的活力。因此,国家有关部门可以出台相关政策,将有实力和有从事二手车愿望的企业吸纳进二手车流通行业,培育和发展多元化经营主体,建立方便用户的集中交易和分散经营相互并存、有机联系的二手车流通体系。

##### 1) 培育发展二手车专业经营企业

二手车专业经营公司是专门从事二手车交易的公司法人,具有固定的交易场所,拥有一批较高素质的专业技术人员和经营管理人员,具有车辆检测维修设备,能够为消费者提供售后服务。其主要经营方式为买进和卖出二手车从而取得经营利润。二手车专业经营公司在国外是一种最普遍的经营方式,其主要特点是熟悉二手车经营全过程业务,有完整的收购、估价、销售、整修系统和专业能力强的人员,是二手车产业发展中的主要力量和重要组成部分。为防止“一放就乱”局面的出现和各种形式二手车经营实体之间恶性竞争,前期要建立适当的市场准入门槛,严把资质审核关口,有计划、有步骤地培育和发展二手车经营公司。

##### 2) 鼓励品牌企业开展二手车经营业务

鼓励品牌汽车供应商及品牌汽车经销商开展二手车经营和汽车置换业务,形成以品牌供应商为龙头,品牌经销商为基础的二手车经营网络。在国外,品牌企业是二手车流通体系中的重要组成部分。近年来汽车保有量不断增加,相当一部分车辆已进入更新期,市场潜力很大。品牌企业开展二手车经营和置换业务的作用和优势在于:一是通过收旧供新途径,实施车辆更新市场的渗透竞争,以巩固扩大其新车市场份额;二是利用其售后服务体系,能够为购车者提供二手车实时的车辆技术状况跟踪及相关的售后服务保障;三是通过品牌企业参与由二手车经营公司、市场等有机组合的二手车流通链,为消费者提供丰富的二手车资源。

##### 3) 提高二手车交易市场的管理服务水平

二手车交易市场是现阶段二手车流通的主要载体,运作模式已为广大消费者接受。但由于长期独家经营,普遍存在竞争意识不强、经营行为不规范等问题。新经营模式的进入,必然会对



原有的二手车交易市场形成一定的冲击。各级政府职能部门及二手车流通行业组织应加强对他们的引导和监督,使其积极改变过去出租场地、收过户费等简单的经营方式,帮助他们认清形势,进一步转变经营观念,主动去适应市场变化,努力提高自身素质,增强服务意识,拓宽经营渠道,规范经营行为,培养自身的核心竞争优势。随着二手车流通方式的改革和发展,传统的市场功能得以改造创新,以尽快实现在二手车流通过程中的管理、服务能级的全面提升;根据二手车交易的特性,通过电子商务技术实行交易全过程的系统规范管理;强化车辆查验、检测、鉴定评估等硬件设施改造,提高技术含量,保证交易质量,维护交易双方的权益;实行专项合同、保证金、交易办证服务承诺等制度,提升市场服务诚信体系,在二手车流通规范、规模发展中继续发挥其重要作用。

#### 4) 引进新型营销方式,健全市场组织体系

在推出二手车交易市场的二手车经营公司、二手车品牌经营公司和二手车经纪公司等多元化经营主体的同时,引入拍卖、租赁、置换、连锁等新型营销模式,努力营造各种经营实体并存,各种交易模式并存的良好局面,形成以国务院商品流通行政管理部门为中心,以各级二手车行业组织为纽带,以二手车交易市场的二手车品牌经营公司和二手车经营公司等多元化经营主体为基础的二手车市场组织体系。

#### (2) 统筹规划,合理布局

由于二手车不同于一般消费品,在流通过程中涉及人民生命财产安全、交通安全、社会治安和环保等方面。因此,在二手车流通管理中不能只简单地说放开与否,应由国务院商品流通行政管理部门根据总体行业规划统一布局;各地方政府在核准设立二手车交易市场及其他形式的二手车经营企业时,应对本区域的经济发展、人均可支配收入、汽车保有量、现有二手车经营企业数量与布局以及二手车交易量等项经济指标综合考虑。

我国现有的二手车交易市场,多数已发展为二手车流通载体而非经营主体,因此,为防止无序竞争的现象,同一城市不宜设多家交易市场。

#### (3) 循序渐进,逐步放开

全国二手车行业组织应积极配合国务院商品流通行政管理部门,在对国内二手车市场充分调查研究的基础上制订二手车交易市场的二手车经营公司、品牌汽车供应商以及品牌经销商的市场准入资质条件。

在二手车市场改革中,应坚持先试点后逐步放开的原则,既要考虑市场发展和人民生活需要,又要防止非法车辆通过放开的渠道流入市场,同时还应考虑放开后整个行业发展问题。①选择保有量大、具有发展潜力的品牌供应商进行汽车置换试点;②选择信誉好、实力强的部分企业进行二手车专业经营试点;③强化二手车交易市场售后服务功能;④在选择试点时,各级行业组织应积极配合政府有关职能部门,要把好资质审核、备案等各个关口和各项程序。

#### (4) 加强法制化、标准化建设,促进市场规范化运营

加快行业法制化、标准化体系的建设步伐,有利于规范市场运作,有利于我国二手车市场体系的建立和完善。为此,国务院商品流通行政管理部门可以出台《二手车流通管理条例》并选择重点区域进行试点,分步骤推广。全国二手车流通行业组织应积极配合,调查跟踪试点工作进展情况,了解试点工作中存在的问题并及时报告;由全国二手车流通行业组织尽快制订出二手车交易规则、标准化交易流程、售后服务规范,以便各二手车经营企业在统一的标准下开展经营活



动;由国务院商品流通行政管理部门协调国家工商总局尽快制订二手车流通企业的市场准入条件和二手车交易标准合同文本;协调国家税务总局尽快制订全国二手车交易发票,制订出科学、合理、可操作性强的、统一的税收标准和经营收费标准,明确税种、税率,保证国家税收落到实处;全国二手车经营主体使用统一的交易发票和统一的交易合同文本;协调公安部门,尽快与二手车交易市场和试点品牌企业、专业经营公司联网,建立二手车流通档案,便于各经营实体辨别进入流通的二手车合法性。经过一年左右时间的努力,基本实现“五统一”目标,即:合同文本统一、交易税率统一、交易发票统一、交易凭证统一、售后服务标准统一。

### (5) 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旧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。

### (6) 建立信息网络体系

加快信息化网络建设步伐,由全国二手车流通行业组织牵头建立二手车交易信息平台。引进先进技术、设备和人才,将计算机信息网络技术应用于二手车流通领域,整合全社会二手车市场信息资源,制订二手车价格指南,做到全国二手车信息资源共享,实现信息的快速传递。政府职能部门、各级二手车流通行业组织以及经营实体可以通过信息平台很方便地得到实时市场信息,把握市场脉搏,实现快速决策。信息网络平台的建立,为二手车跨地区经营,实现全国大流通奠定了坚实基础。

### (7) 建立科学规范的鉴定评估体系

二手车鉴定评估在二手车交易中占有重要地位,必须彻底改革旧的鉴定评估体系和落后的鉴定评估手段,建立鉴定评估机构准入机制,实行鉴定评估机构归口管理。由国家主管部门制订统一的鉴定评估标准、鉴定评估流程、鉴定评估师等级标准等行业标准,采用科学鉴定评估的手段,引进先进的鉴定评估检测设备,严格鉴定评估程序,引入第三方鉴定评估,实行评估收入与评估价格脱钩。二手车鉴定评估机构及其从业人员,应根据机动车的行驶里程、使用时间、车辆安全、环保、主要零部件的技术状况和该车型现行市场价等有关因素,提出参考价格。建立鉴定评估专业培训机构,加强对鉴定评估从业人员的技术培训和职业道德培训,培养一支专业化的鉴定评估队伍,二手车鉴定评估从业人员实行持证上岗。努力营造一个公平、公正、公开的市场环境,进一步规范鉴定评估行为,本着评估自愿的原则,建立起科学规范的鉴定评估体系。

### (8) 加强行业组织体系建设,提高行业管理水平

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、行业标准的制订等工作,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订。各地二手车流通行业组织是地方性行业自律组织,在全国二手车流通行业组织的具体指导下开展工作。全国和地方二手车流通行业组织与二手车经营实体一起共同组成二手车流通体系。成立全国、地方二手车流通行业组织,实现行业自律,对二手车流通市场进行统一的监督和管理。打破旧的用人制度,引进高素质的优秀经营管理人才,提高全国二手车流通行业整体管理水平。



### 5. 二手车从业人员的职业素质

由于机动车辆价值较大,使用时间长,工程技术性强,受使用条件、维护水平差异影响大,税费附加值高等特点,决定了二手车鉴定与评估是一项以技术鉴定为基础、单台车辆为对象的综合评估工作,因此对从业人员有较高的素质要求。

#### (1) 具有汽车专业知识与实践操作经验

在二手车评估鉴定中,需要通过人工或者借助必要的检测工具设备,对汽车的技术状况进行检测。这就要求从业人员会使用简单的卷尺、游标卡尺、轮胎气压表等工具和复杂的解码器、四轮定位仪等设备。

#### (2) 具有一定的信息分析解读能力

油价、保险制度等因素都会影响到二手车的价值评估,因此必须对国内重要的旧车交易、拍卖信息、中央或地方政府指定的汽车相关管理条例制度等进行关注。并对这些因素对二手车交易影响进行分析,从而把握二手车交易的市场脉搏,对二手车价格趋势与需求作出较为准确的判断。

#### (3) 具有多方面的知识

每年年底,汽车制造商会为未来提高自身汽车销量,在新车销售上进行一些布局。而企业会对固定资产进行改革或处理,使得企业的一些用车进入二手车市场。这些情况都会对二手车市场的行情产生影响。这就使得二手车从业人员必须掌握相关的财务会计、法律诉讼、金融物价等方面的知识。才能充分应对不断变化的二手车市场行情。

#### (4) 具有正确的职业道德观

在前文对我国二手车市场现状分析中,明确了目前二手车市场中不规范的方面。利用这些漏洞,损人利己、谋取利益的现象确实存在。作为从业人员必须从公平、公正、公开、公信的原则出发,保证评估鉴定的客观真实。





## 活动2 二手车评估基础



### 工作背景

如何对一辆二手车评估呢？需要从机动车的相关定义和分类等基础知识着手。



### 活动要求

1. 知道汽车的定义、分类。
2. 知道我国汽车产品型号编制。
3. 知道国际通用 VIN 码的含义。
4. 知道车辆铭牌的识读。



### 活动内容

#### 1. 汽车的定义与分类

根据中华人民共和国国家标准《汽车和挂车类型的术语和定义 GB/T 3730.1—2001》中的定义,汽车(motor vehicle)是由动力驱动,具有四个或四个以上车轮的非轨道承载车辆,主要用于:载运人员和(或)货物;牵引载运人员和(或)货物的车辆;特殊用途。本术语还包括:①与电力线相连的车辆,如无轨电车;②整车整备质量超过 400 kg 的三轮车辆。其主要分类如下:

##### (1) 乘用车(passenger car)(见表 1-1)

在其设计和技术特性上主要用于载运乘客及其随身行李和(或)临时物品的汽车,包括驾驶员座位在内最多不超过 9 个座位。它也可以牵引一辆挂车。

表 1-1 乘用车主要类型

术 语	定 义	示 意 图
普通乘用车 saloon(sedan)	车身: 封闭式,侧窗中柱有或无。 车顶(顶盖): 固定式、硬顶。有的顶盖一部分可以开启。 座位: 4 个或 1 个以上座位,至少两排。 后座椅可折叠或移动,以形成装载空间。 车门: 2 个或 4 个侧门,可有一后开启门	