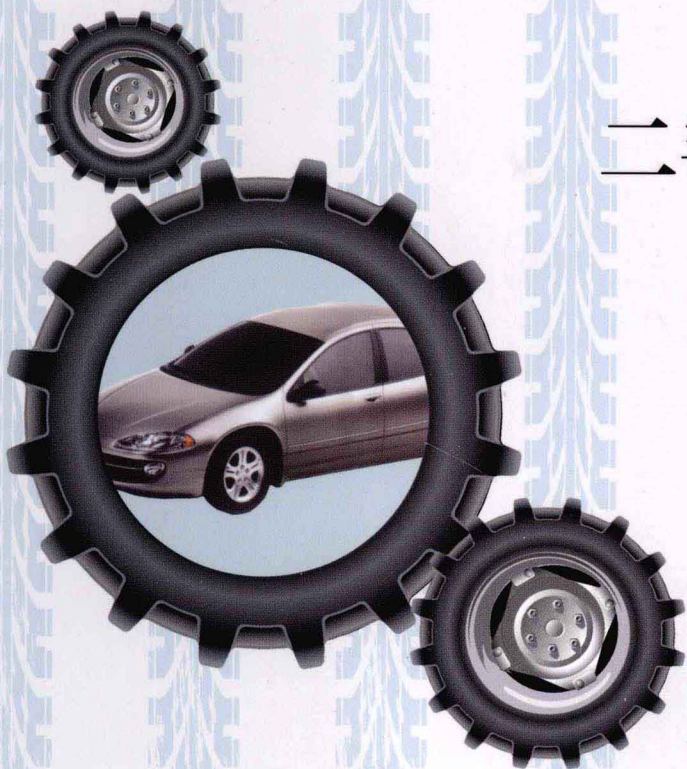


普通高等教育规划教材

汽车专业系列

二手车鉴定评估

陈传灿 主编



普通高等教育规划教材

汽车专业系列

二手车鉴定评估

Ershouche Jianding Pinggu

陈传灿 主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书共分7章,第1章为绪论,对二手车鉴定评估相关的基本概念、国内外相关背景情况作了简单介绍;第2章为汽车识别技术,介绍车辆类别及代码、标牌等关键标志如何识别;第3章介绍汽车性能劣化规律、使用寿命及报废标准;第4章详细介绍二手车车况鉴定方法、流程、工具仪器设备使用等内容,并对事故车辆的检查和判别作了简要介绍;第5章结合案例详细介绍了七种二手车成新率的确定方法,并对二手车的五种价值估算方法作了全面的介绍,并配有大量的案例;第6、7章结合交易市场的实际运作情况,对二手车鉴定评估的操作实务、二手车交易实务作了完整的介绍;最后对与二手车鉴定评估相关的主要法律、法规进行了梳理,编列在附录中。

本书在注意理论体系完整的前提下,强调实用性和可操作性。由于本课程属实践类课程,对基础理论的依存度较小,可作为各类院校汽车类专业(特别是应用型专业及高职高专类专业)的专业教材,也可作为汽车类相关职业培训用书以及从事二手车流通、维修、典当、定损、保险、司法鉴定、价格咨询等行业的技术及业务人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

二手车鉴定评估 / 陈传灿主编. —北京: 高等教育出版社, 2012.2

ISBN 978-7-04-034518-6

I. ①二… II. ①陈… III. ①汽车-鉴定-高等学校-教材 ②汽车-价格评估-高等学校-教材 IV.

①U472.9②F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第007094号

策划编辑 徐进

责任编辑 查成东

封面设计 于涛

版式设计 王莹

插图绘制 杜晓丹

责任校对 杨雪莲

责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社

咨询电话 400-810-0598

社址 北京市西城区德外大街4号

网址 <http://www.hep.edu.cn>

邮政编码 100120

<http://www.hep.com.cn>

印刷 涿州市星河印刷有限公司

网上订购 <http://www.landaco.com>

开本 787mm×1092mm 1/16

<http://www.landaco.com.cn>

印张 20.25

版次 2012年2月第1版

字数 490千字

印次 2012年2月第1次印刷

购书热线 010-58581118

定价 34.80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 34518-00

前 言

随着国民经济的持续发展和居民收入的稳定增长,汽车的消费能量得到巨大的积蓄。最近几年,我国汽车销售一直以年均超过20%的速度增长。2009年、2010年汽车销量超过美国,成为世界第一。未来几年,我国汽车需求将继续保持增长的势头。从每千人拥有小汽车的数量(我国为50辆)看,目前只相当于美国20世纪初的水平。这一数目离世界平均水平(每千人拥有小汽车150辆)还很远,因此,我国目前汽车产销量还有很大的提升空间。我国汽车产业将再次迎来新一轮的高速增长期。

我国汽车市场飞速发展和销售量持续增长的事实,也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,起步于20世纪90年代后期,真正发展始于2004年。短短几年时间,取得了很大的发展,除2008年受金融危机影响外,几乎都以两位数的速度增长。但与新车销量相比,差距太大。2010年,二手车交易量不到新车交易量的1/4。而根据国外成熟市场发展情况,这一比例应该倒过来,在欧美等发达国家,二手车和新车交易量的比例约为3.5:1,也就是说,在卖出一辆新车的同时有3~4辆二手车的销售。按照汽车行业一致认为的5~6年更新周期预测,二手车交易必将迎来一波比新车增长更猛的发展时期。

二手车市场作为汽车产业链的重要一环,其重要地位和作用随着市场规模的不断扩大而越发突出。对于我国的二手车市场,业内人士普遍认为其拥有巨大的发展潜力,但是预期中的二手车爆发式增长却迟迟未到。对此,专家分析认为,行业中的诚信问题、国家税收问题以及生产环节车辆供应不足问题是制约二手车行业发展的拦路虎,而关键问题是行业缺乏规范性。在二手车市场,信息对买卖双方来说是不对称的,这是制约市场发展的要点,而矛盾的焦点在于二手车的评估鉴定和报价。因此,影响二手车交易的最大问题就是二手车的鉴定和价格的评估。

由于二手车鉴定评估行业的发展起步较晚,目前我国的二手车鉴定评估体系还处于萌芽状态,整个二手车鉴定评估行业还没有一套科学、统一、严谨的鉴定评估理论和方法。很多二手车市场采用简单的平均年限折旧法,并辅之眼观、手摸、试驾等老办法,完全凭借评估师的经验进行价值的评估。其结果缺乏依据,具有一定的片面性,致使所定价格缺乏科学性和可信度,难以为公平的市场交易提供价值尺度。在实际的二手车业务操作过程中,多数情况下,二手车的价格往往由市场决定,即买卖双方在交易过程中通过协商来确定成交价格。这就存在人为因素多、随意成分大等问题,造成车价的漏估、高估、低估等现象。二手车鉴定评估系统的缺失成为制约市场发展的重要原因。因此,二手车鉴定评估系统的完善和鉴定方法的改进成为汽车市场交易和发展的当务之急。有鉴于此,本书的出版对规范评估行为、提高鉴定评估人员的业务水平、培养评估后备人才等都具有积极和现实的意义。

参加本书编写的人员有:陈传灿(第1、2、3章),仝光(第4、5章),何瑛(附录)。为了使教材内容更贴合市场实际,特邀请上海二手车咨询服务有限公司贾建胜总经理编写第6章,前上海东昌二手车经营有限公司总经理黄志诚编写第7章。全书由陈传灿负责统稿并任主编。同济大学



汽车学院研究生万开明、陆星星、朱哈福、杨汉举等同学在文字录入、图表处理等方面做了大量的工作。

在编写过程中,参考了大量已出版的相关图书和文献资料,谨对有关作者表示真诚的敬意。同济大学汽车学院博士生导师左曙光教授认真审阅了本书,并提出了宝贵意见,在此表示感谢。

编者

2011年10月

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目 录

第 1 章 绪论 1

- 1.1 基本概念 1
 - 1.1.1 二手车与二手车交易市场 1
 - 1.1.2 二手车鉴定评估 2
 - 1.1.3 二手车经营主体 3
 - 1.1.4 二手车置换 3
- 1.2 国内外二手车市场简介 3
 - 1.2.1 国外二手车市场介绍 4
 - 1.2.2 国内二手车市场现状 12
- 1.3 二手车评估的基本要素 16
 - 1.3.1 评估的主体和客体 16
 - 1.3.2 评估的依据和目的 17
 - 1.3.3 评估的原则和程序 20
 - 1.3.4 评估的假设和计价标准 24
- 1.4 二手车评估的种类及特点 27
 - 1.4.1 评估的业务范围 27
 - 1.4.2 评估的种类 27
 - 1.4.3 评估的特点 28
 - 1.4.4 二手车评估机构的职能与地位 30

第 2 章 汽车识别技术 33

- 2.1 机动车分类 33
 - 2.1.1 按国家标准分类 33
 - 2.1.2 按公安车辆登记管理分类 41
 - 2.1.3 按交通部门对收费公路收费标准进行分类 43
- 2.2 VIN 码识别技术 44
 - 2.2.1 VIN 码概述 44
 - 2.2.2 VIN 码的基本内容 45
 - 2.2.3 VIN 码标牌的位置 49
- 2.3 车辆铭牌识读 50
 - 2.3.1 汽车产品型号编制规则 50

- 2.3.2 发动机型号编制规则 52
- 2.3.3 车辆油漆代码 54
- 2.4 汽车基本构造 55
 - 2.4.1 汽车型式 55
 - 2.4.2 汽车主要技术参数 56
 - 2.4.3 汽车总体结构 58

第 3 章 汽车性能劣化规律及使用寿命 67

- 3.1 汽车使用性能及评价 67
 - 3.1.1 汽车动力性与经济性 67
 - 3.1.2 汽车安全及环保性能 68
 - 3.1.3 汽车舒适性及通过性 79
- 3.2 汽车性能劣化规律 84
 - 3.2.1 汽车技术状况变化的原因及影响因素 84
 - 3.2.2 汽车性能劣化的规律 88
- 3.3 汽车品牌与保值 89
 - 3.3.1 汽车主流品牌特点 89
 - 3.3.2 影响保值的一般要素 95
- 3.4 汽车使用寿命 97
 - 3.4.1 汽车使用寿命概念 97
 - 3.4.2 最佳更新时刻的确定 99
 - 3.4.3 汽车报废标准 102

第 4 章 二手车技术状况鉴定 104

- 4.1 静态检查 104
 - 4.1.1 静态检查的流程、工具及操作要点 104
 - 4.1.2 静态检查的主要内容 111
- 4.2 动态检查 117
 - 4.2.1 动态检查前的准备 117
 - 4.2.2 发动机运转情况检查 119
 - 4.2.3 动态路试检查 120



4.2.4	自动挡汽车的路试检查	124	5.4.3	收益现值法各评估参数的确定	198
4.2.5	路试后的检查	125	5.4.4	评估计算	199
4.3	仪器检查	126	5.5	现行市价法评估二手车	201
4.3.1	汽车动力性检测	126	5.5.1	现行市价法基本概念	201
4.3.2	汽车燃油经济性检测	127	5.5.2	现行市价法的计算方法	201
4.3.3	汽车制动性能检测	130	5.5.3	评估实例	203
4.3.4	汽车车轮侧滑检测	132	5.6	清算价格法评估二手车	204
4.3.5	四轮定位检测	132	5.6.1	清算价格法基本概念	204
4.3.6	汽车车速表检测	133	5.6.2	清算价格估算方法	205
4.3.7	汽车前照灯检测	134	5.6.3	评估实例	206
4.3.8	汽车排气污染物检测	135	5.7	折旧法评估二手车	207
4.4	事故车辆检查和判别	137	5.7.1	折旧法基本原理	207
4.4.1	事故车的定义	137	5.7.2	折旧法评估的基本方法	207
4.4.2	事故车损伤类型	139	5.7.3	评估实例	209
4.4.3	事故车的检查与判别	141	第6章	二手车鉴定评估实务	210
4.4.4	事故车损失项目的确定	154	6.1	评估准备	210
第5章	二手车价值评估	160	6.1.1	业务洽谈	210
5.1	二手车鉴定评估方法的选择	160	6.1.2	签订鉴定评估委托协议	210
5.1.1	评估方法的区别与联系	160	6.1.3	确定鉴定评估方案	212
5.1.2	评估方法的比较	162	6.2	凭证审核	213
5.1.3	评估方法的选用	163	6.2.1	核查证件	213
5.2	二手车成新率的确定	164	6.2.2	核查税费	219
5.2.1	使用年限法	164	6.2.3	车辆拍照	222
5.2.2	行驶里程法	168	6.3	鉴定估算	223
5.2.3	整车观测法	169	6.3.1	车况鉴定	223
5.2.4	部件鉴定法	170	6.3.2	价值估算	224
5.2.5	综合系数调整法	171	6.4	评估报告撰写	225
5.2.6	保值率调整法	174	6.4.1	评估报告的业务规程	225
5.2.7	综合分析法	178	6.4.2	评估报告书的类型及基本内容	229
5.3	重置成本法评估二手车	187	6.4.3	评估报告书业务实例	232
5.3.1	重置成本法基本原理	187	第7章	二手车交易实务	236
5.3.2	重置成本的确定	189	7.1	二手车交易类型及流程	236
5.3.3	各种损耗及其估算	191	7.1.1	二手车交易的发展历程	236
5.3.4	重置成本法应用举例	193	7.1.2	二手车交易类型	236
5.4	收益现值法评估二手车	197			
5.4.1	收益现值法基本原理	197			
5.4.2	剩余寿命期内预期收益估算	197			

7.1.3 二手车交易基本程序	237	7.4.1 车辆购置税的变更	263
7.2 二手车交易规范的要求	239	7.4.2 车辆保险合同的变更	264
7.2.1 对卖车方的行为规范	239	7.5 二手车交易合同	265
7.2.2 对买车方的行为规范	239	7.5.1 订立交易合同的基本准则	265
7.2.3 对二手车市场和经营主体的共同 行为规范	240	7.5.2 交易合同的主体、内容	265
7.2.4 对二手车经销企业的规范 要求	240	7.5.3 交易合同的变更和解除	266
7.2.5 对经纪行为的规范要求	241	7.5.4 违约责任及合同纠纷处理 方法	267
7.2.6 对拍卖公司的规范要求	241	7.5.5 二手车交易合同种类	268
7.2.7 车辆查验的规范要求	242	7.6 二手车质量担保	275
7.2.8 出售车辆的标示	244	7.6.1 二手车质量担保的意义	275
7.2.9 开具二手车销售统一发票的 说明	246	7.6.2 质量担保条件和时间	276
7.2.10 二手车交易费用	247	7.6.3 二手车售后服务	276
7.3 二手车转移登记业务	248	附录 相关法律法规	278
7.3.1 二手车交易程序	248	附录一 机动车登记规定	278
7.3.2 办理转移登记所需的证件和 证明	249	附录二 汽车贸易政策	291
7.3.3 转移登记流程	250	附录三 二手车流通管理办法	295
7.3.4 北京二手车转移登记介绍	255	附录四 二手车交易规范	299
7.3.5 上海二手车转移登记介绍	256	附录五 汽车报废标准及相关通知	308
7.4 办理其他税证变更	263	参考文献	313



第 1 章

绪 论

1.1 基本概念

1.1.1 二手车与二手车交易市场

1. 二手车

二手车,英文译为“used car”,意为“使用过的车”,国内也称为“旧机动车”,在日本叫“中古车”。在美国,经营者为了更顺利地卖出二手车,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”,而不再使用“二手车”。

在中国,二手车定义为在公安交通管理部门登记注册,在达到国家规定的报废标准之前或在经济使用寿命期内服役,并仍可继续使用的机动车辆。根据商务部、公安部、国家工商行政管理总局、国家税务总局于 2005 年 8 月颁布的《二手车流通管理办法》,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)、挂车和摩托车。这与之前提到的定义也相互吻合。

2. 二手车交易市场

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。二手车交易市场经营者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手续。

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。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。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。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。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方能上岗。

此外,进行二手车直接交易和通过二手车经纪机构进行二手车交易的,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统一发票。

1.1.2 二手车鉴定评估

1. 二手车鉴定评估定义

二手车鉴定评估,是指依法设立具有执业资质的二手车鉴定评估机构和二手车鉴定评估人员,接受国家机关和各类市场主体的委托,按照特定的目的,遵循法定或公允的标准和程序,运用科学的方法,对经济和社会活动中涉及的二手车所进行的技术鉴定,并根据鉴定结果对二手车在鉴定评估基准日的价值进行评定估算的过程。二手车鉴定评估需把握以下两点:

1) 二手车鉴定评估既是科学也是艺术与经验的结合。正确的二手车技术状况鉴定,二手车价格的估计、推测与判断,必须依赖于一套科学严谨的二手车鉴定评估理论和方法,但又不能完全拘泥于有关的理论和方法,还必须依赖于评估人员的经验。因为二手车价格形成的因素复杂、多变,不是任何人用数学公式就能计算出的。

2) 二手车鉴定评估不是对评估对象的主观给定,而是把二手车客观实在的价值运用科学的评估理论、方法和长期积累的评估经验将其表达出来,而不是把某一个主观想象的数据强加给评估对象,尽管评估表现为一种主观活动,甚至带有一些主观色彩。

2. 二手车鉴定评估业务特点

二手车作为一类资产,既是生产资料,也是消费资料。作为生产资料是指用于生产或经营的车辆,其特征是有明显的价值转移,对产权所有者产生收益,如营运载货车、客车、工厂用于生产的叉车、工程上使用的挖掘机等。作为家庭的消费资料是指一般家庭中仅次于房产的第二大财产,用于生活和生产服务,以交通代步为主的车辆,其特征是没有明显的价值转移,对所有者不产生经济收益,车辆价值随使用年限及使用里程数的增加而消费掉。二手车自身有以下特点:① 单位价值大、使用时间长;② 有权属登记,使用管理严格,税费附加值较高;③ 使用强度、使用条件、保养水平差异较大,并有较高的技术含量。

由于二手车的特点,决定了二手车鉴定评估的业务特点如下:

(1) 二手车鉴定评估以技术鉴定为基础

机动车技术含量较高,在长期的使用中,由于机件的摩擦和自然力的作用,使机动车处于不断磨损的过程中。随着行驶里程和使用年数的增加,车辆实体的有形损耗和无形损耗加剧,其损耗程度因使用强度、使用条件、维修保养水平不同等差异很大。因此,评定车辆技术状态和价值水平,往往需要先通过技术勘察或仪器检测等手段来鉴定其损耗程度。

(2) 二手车鉴定评估都以单台为评估对象

二手车单位价值相差比较大、规格型号多、车辆结构差异很大。为了保证评估质量,对于单位价值大的车辆,一般都是分整车、分部件逐台、逐件地进行鉴定评估,为了简化鉴定评估工作程序,节省时间,对于以产权转让为目的、单位价值小的车辆,也不排除采取“提篮作价”的评估方式。

(3) 二手车鉴定评估要考虑其手续构成的价值

由于国家对车辆实行“户籍”管理,使用税费附加值高。因此,对二手车进行鉴定评估时,除了估算其实体价值以外,还要考虑由“户籍”管理手续和各种使用税费构成的价值。

1.1.3 二手车经营主体

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。二手车经营行为是指二手车经销、拍卖、经纪、鉴定评估等。

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;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;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;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。

二手车经营主体只能在上述法律规定的经营范围内从事经营活动。

1.1.4 二手车置换

二手车置换,简言之就是二手车以旧换新业务。用手头的二手车来置换新车,将卖旧车和买新车两个过程合并成为一个过程。

目前的二手车置换有两种方式:一种是同品牌内的旧车换新车,比如奇瑞汽车股份有限公司开展的“QQ”换“旗云”,“旗云”换“东方之子”等活动。但是采取这种置换方式的汽车厂商一般较少,而且很多是地区经销商的个别行为。另一种是多品牌置换某一品牌新车的业务。例如目前上海通用汽车有限公司推出的“诚新二手车”服务就是这种方式。厂商直接参与的二手车置换与直接把旧车拿到二手车交易场所出卖相比,主要的好处就是比较有保障。但一般来讲,厂商的二手车置换给出的旧车评估价相对来讲比较低。汽车4S店真正有优势的是在旧车的整修环节,它们可以利用他们的硬件资源,将旧车真正地整修一番,无疑可以提高旧车在下一个阶段的使用价值,但这一个环节已经与欲置换车辆的车主没有关系。



根据置换旧车的处理方式不同,目前通常采用以下三种形式:

1) 收购。通过对旧车进行评估,同置换客户协商确定旧车价格予以收购,置换客户只需支付新车售价和旧车作价间的差额部分即可完成置换。收购方式是目前主要采用的置换形式。

2) 寄售。接受客户委托,按客户指定限价对置换车辆挂牌销售或委托专业拍卖公司对客户委托车辆进行拍卖。车辆售出后,客户补足寄售所得和新车全款间差额即可置换新车。

3) 交易。可为置换客户指定交易对象代办旧车转籍,旧车由置换客户自行议价处理,置换客户须支付全款购入新车。

1.2 国内外二手车市场简介

改革开放以来,尤其是加入WTO之后,我国的汽车市场开始快速发展。这表现在:①市场规模迅速扩大,汽车销量从2002年的337万辆升至2010年的1806万辆,从而超过美国、日本一跃成为全球第一大市场;②国内市场汽车产品线逐渐完善,种类齐全;③汽车生产技术在通过建立合资企业或者自主研发等多种途径下,与国外差距逐渐缩小;④汽车市场开始多元化、均衡发展,在新车市场的带动下,二手车市场、租赁市场、维修服务市场及配饰件市场应运而生,并呈现出势不可挡的发展前景。

从1995年开始至今,我国汽车市场逐渐从卖方市场转变为买方市场。1998年是二手车市

场成形的分水岭,私车逐渐成为汽车消费的主体,进入家庭。私车快速增长及汽车保有量提高,为二手车市场创造了繁荣的前提条件。随着我国汽车工业政策的调整,汽车流通体制改革的深化和汽车需求呈现多元化,与新车交易相伴,二手车交易日益活跃,蓬勃发展,交易量每年以高达20%的速度递增。在汽车市场产销矛盾与市场压力的双重作用下,1999年下半年,国内第一家专业汽车置换公司在上海成立,标志着中国二手车业务正式登台亮相。二手车业务也从汽车营销创新的产物开始为大家所熟知。自2000年以来,汽车行业出现爆发性的增长,特别是近几年来,新的车型不断推出,新车销售量增长幅度均以大大超过GDP的速度迅速增长着。作为整车销售的一部分,二手车交易的高潮也在积极酝酿中。2006年,许多城市的二手车交易量的增幅已超过新车,成为新一轮的交易热点。

作为潜力巨大的汽车消费新方式,中国的二手车交易量确实也呈现出上扬的态势。根据中国汽车流通协会今年公布的统计数据显示:从2000—2010年,我国二手车交易量从25.17万辆上升到385.19万辆,增长了14倍。虽然二手车销量增速迅猛,但总体上而言,与欧美、日本等成熟二手车市场相比,我国的二手车交易市场尚处于起步阶段。在欧美市场,二手车与新车比为2:1或3:1,我国目前二手车与新车比仅为0.23:1。不过,在北京、上海等较成熟的汽车市场,这一比值已达0.8:1,与全球的平均值相近。

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、交易规范、信息对称、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已相当成熟,从美国、日本、德国、瑞士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。“他山之石,可以攻玉”,我们不妨学习借鉴一下国外的经验。

1.2.1 国外二手车市场介绍

1. 日本二手车市场概况

(1) 日本二手车市场发展历程

日本二手车市场发展经历了以下三个阶段。

第一个阶段:旧车抵价购买新车,市场形成。20世纪60年代,日本新车市场取得了长足的进步,但是二手车市场还很不发达,二手车除了个人之间的买卖业务,主要是新车销售店的“以旧换新”业务,为了控制旧车抵价的风险,日本鉴定评估协会制定了二手车鉴定评估标准,于1966年开始在置换业务的新车销售店中实施。这一阶段,诞生了日本首批二手车销售业者,其中大多数都曾经是新车销售店的推销员,他们看到了巨大的市场潜力,利用自己在新车销售店工作过的经历及人脉关系,开始大量从新车销售店中收购二手车。

第二个阶段:二手车销售模式引入拍卖方式,市场价格机制形成,建立行业自律管理机制,进入发展期。进入20世纪70年代,日本二手车市场在20世纪60年代的随意性以及商业欺诈性并没有随着市场的迅速增长而得到改善。为此,日本政府一方面着手完善二手车流通管理政策,另一方面成立扶持相关行业组织并使其发挥积极作用。1971年,在日本通商产业省和运输省等政府部门的支持下,成立了中古车贩卖协会联合会,即二手车销售商协会,制定了行业自律规则,并指导行业实施。另外,设立了自动车公正交易协议会,并负责汽车公平竞争条约的实施。该条约的核心就是要求新车和二手车的广告、展卖都必须按照规范的标识来公示车辆的基本信息。1977年,以《中小企业现代化促进法》为基础,制定了中小企业发展规划。通过政府行业政策的

不断完善和行业组织实施行业自律管理,日本相关部门极大地改善了二手车市场环境。随着市场的发展,一些专业二手车经营企业改变了由于实力不同而从新车经销商处收购价格存在差异的不公平交易现象。通过拍卖这一交易方式公开竞价,规避了二手车批量收购环节中对小规模经营企业的歧视,从而受到小规模二手车销售商的欢迎。二手车拍卖在 20 世纪 70 年代得到迅速普及。

第三个阶段:市场成熟。进入 20 世纪 80 年代后,日本汽车市场基本走向成熟。统计数据表明,1980 年日本新车销量为 501 万辆,1990 年销量达到顶峰,为 778 万辆。从此以后,日本汽车市场趋于饱和,新车销量不再增长,维持在 500 万辆/年。二手车市场的转折点在 1992 年,这一年,二手车销量与新车销量持平,自此以后,日本二手车销量均超过新车销量。2006 年,日本机动车保有量为 7 899 万辆,千人汽车保有量超过 600 辆,奠定了二手车市场的基础,其中新车销量为 574 万辆,二手车销量为 807 万辆,二手车销量为新车销量的 1.4 倍。科学技术的高度发展以及互联网的普及,使得电子信息技术在二手车流通行业得到了广泛应用。特别是二手车拍卖业,自 1978 年首次采用 POS 计算机映像拍卖系统以来,由于能够最大限度地提高拍卖效率,避免由于拍卖师人为干预而产生的不公平现象,而得到全行业的认可,并得到迅速普及,实现了二手车拍卖行业的一次革命,盘活了整个二手车市场,成为日本二手车流通行业的一大亮点。

(2) 日本二手车的流通模式

日本传统的二手车流通主要由专业二手车商承担,二手车商同时从事二手车的销售和收购业务,多数在自家店进行零售。传统二手车流通形式具有渠道短、单车销售利润高的特点,但由于经营主体是中小零售商,其资金和库存都十分有限,因此,二手车经营规模比较小,品种的可选择性不大。随着新车市场竞争激烈,加上二手车利润丰厚,大企业纷纷进入二手车流通领域,经营主体趋于多元化,有传统意义上的中小二手车商、二手车专业收购商、大型拍卖公司等。新车商几乎都兼营二手车业务,如 4S 店通过品牌二手车业务提高消费者的品牌忠诚度,拉动和促进汽车厂商的新车销售,并在一定程度上增加利润。

总的来说,日本二手车销售模式主要分为以下三种:

第一种:卖车消费者—新车销售商、二手车商—买车消费者。在日本,新车销售商旗下的店铺分为系列店和独立店两种。系列店是指汽车厂商下的专门从事本企业内品牌系列新车销售的零售商店,如 4S 店;独立店是指完全独立于汽车厂商,不分厂家和品牌的新车专业零售商店。二手车商是指专门从事与二手车相关业务的企业,包括二手车的销售和收购业务,一般也有一家或多家零售店铺。在这种销售模式中,新车销售商在销售新车的同时开展“以旧换新”的二手车业务。

第二种:卖车消费者—新车销售商、二手车商—拍卖市场—新车销售商、二手车商—买车消费者。拍卖会一般实行会员制,会员包括参加拍卖活动的新车商、二手车商以及下文将要提及的专业二手车收购商等,拍卖会参加者都是相应的会员单位,没有会员资格的不能在拍卖会上进行车辆的交易。

第三种:卖车消费者—专业二手车收购商—拍卖市场—新车销售商、二手车商—买车消费者。专业二手车收购商是指从事专业收购二手车辆的商店,不做车辆的零售。这种流通形式比较单纯,一般是将从顾客手里购进的车辆通过拍卖市场进行拍卖。

从以上三种销售模式中,可以看出拍卖会是日本二手车流通的主要形式。全日本现在约有



150处拍卖会会场,平均7~10天就有一场拍卖会,拍卖会年出场车辆600万台以上,年平均成交率为60%。

而拍卖会之所以能够如此顺利开展,一方面得益于日本二手车企业的连锁经营。新车商和二手车商以及专业二手车收购商在全国各大城市和城镇都建有连锁店,连锁店少则数十家,多则上千家,经营二手车业务的店铺遍布日本全国,包括农村市场。二手车连锁经营商业模式具有单店规模较小、店铺多的特点,加之拍卖会实行的是会员制度,因此,分布在各地的店铺自然形成一个个购销网络,有新车商的连锁店,有二手车商的连锁店,还有专业二手车收购商的连锁店。连锁店的库存信息在各会员组织内全面公开,会员之间实行信息共享,形成了一个个以组织运营二手车流通的拍卖商为核心,由一大批新车商、二手车商、专业二手车收购商等连锁机构组成的全国性的二手车流通网络化经销体系和信息网络。会员可根据所在地区的顾客需求在全国的会员店库存中进行车辆调剂及异地交易和服务,随时满足消费者的需求。发达的网络化流通体系使各地会员店的库存车辆周转很快,平均在库周转时间均少于两个月,极大地降低了二手车经销商的风险和流通成本。

另一方面,到了1980年后,电子自动化替代了传统人工竞价拍卖,计算机拍卖系统极大地提高了拍卖会效率,实现了日成交二手车上千辆,会场规模也从原来的一般地区性、小规模发展到了全国性的、大规模的拍卖会。但碍于现车拍卖对拍卖会场地的要求,拍卖规模依然受到限制,因此,纯粹的现车拍卖往往较少,一般都与电视拍卖会的形式结合进行。拍卖会员无须到达现场,车辆也无须到现场,会员们可以在自己店中参与拍卖,传送到各地会员终端的车辆信息内容既具体又详细,包括车辆的内外车况和质量、使用年限、实际行走距离、事故历史、大修记录以及价格等关于车辆的所有数据,并配有图像。电视拍卖会省去了车辆往返会场的搬运费用和时间,降低了整体流通成本,提高了二手车流通效率。

强大的二手车流通网络化经销体系、发达的信息网络技术使得汽车拍卖盛行于日本,也使得消费者可以在全国范围内公平公正地选到自己心仪的二手车,促进了二手车市场的蓬勃发展。

(3) 日本二手车市场的交易特点

1) 信息畅通、交易量大。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”。在不同的地点可以交叉交易,不受地域限制。每个交易市场都设置2~4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。

在日本,自1992年二手车登记数量首次超过新车销售数量后,二手车的交易量就一直持续上升,到1997年以后始终保持在800万辆/年左右的水平。2006年以后,二手车登记数量开始减少,2008年的二手车登记数量为707.4万辆,2009年继续走低,为670万辆。

拍卖是日本二手车的主要交易方式。2007年之前,日本二手车拍卖行业在会场的展开方面主要是以大企业为中心的规模扩大战略。受其影响,拍卖市场由几大集团寡头垄断的现象不断加剧。从2008年的出展数量分析,各集团的市场份额:USS为34.7%,占据了市场1/3以上的份额;其次是JU,为16.9%;TAA·CAA联合为14.7%;JAA为8.1%。这四个集团占据了总出展

数量 74.4% 的份额。2005 年这四个集团合计市场份额为 54.1%，可见逐年都有增长。2008 年的会场数量中，上述四个集团所占比例为 26.6%，也就是说少数的集团占据了拍卖展出数量的大部分。

2) 体制完善、交易诚信。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，卖方都要签订相关协议，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，重点是避免交易结束后发生意外纠纷。为避免纠纷，日本的二手车经营公司一般都需要卖方提供各种车辆证明，如验车证、转让证明、印件证明等。同时，对一些不法分子也建立了一套相应的惩罚系统，比如每次交易之前，都要调查相关交易人员的档案，一旦检查到有不良记录的会员，将阻止不良记录会员进入拍卖会。

3) 车辆修复记录公开、交易透明。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、后备箱底板等处的修复历史和不符合安全标准需要修复的隐患作详细记录。据了解，车的修复历史是指车事故历史，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。

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 500 km 以内退货。

(4) 日本二手车市场的评估制度

日本在 1966 年成立了财团法人日本评估协会。根据日本评估协会的规定，要想获得二手车的评估资格，必须是二手车的销售店，销售店要向评估协会申请实施评估业务，经过评估协会对其进行审查合格后，发给其《评估业务确认书》，并在店内挂上“评估业务实施店”的标牌。销售店要有通过评估协会组织的技能考试的专业评估师，评估师分为大型评估师和小型评估师。评估师的资格有效期为 3 年，通过进修可以晋升。

对二手车的价格，日本通行的计算公式是：评估价格 = 基本评估价 - 标准维修费用及标准杂费 - 各公司调整点 - 加减点。其中基本评估价是根据评估协会发行的指导手册，通过二手车行情信息系统推算出来的。

日本评估协会每月会发行一本《价格指导手册》，俗称“银皮书”，在书中刊登各地区（全国分为三个地区）的零售价格。此外，在东京横滨地区还发行一本黄皮书，刊登零售价和批发价。

(5) 日本二手车市场的监管体制

1) 二手车销售资格。日本有一个《旧货经营法》来规范旧货交易，二手车的交易属于旧货交



易之一。所谓旧货,是指用过一次以上的物品,或者虽然没有用过,但是为了使用的目的而进行过交易的物品,或者修理过的物品。经营旧货(包括网上交易),必须得到当地都道府县警察(相当于我国的公安部门)的许可,并且在经营场所张挂标志。管理人员需要有3年以上经营旧货的经验,能够辨别非法物品(例如盗窃来的),有能力核实旧货的来源,如果怀疑旧货来历有问题,要及时向公安部门报告,交易必须有记录而且要保管3年。

2) 二手车的流通制度。在日本,要求二手车销售商提供公平的价格,并向消费者提供充分的二手车背景信息,避免言过其实的宣传。由社团法人“汽车公平交易协会”制定相关的行业规约。协会会员是各汽车厂家,以及新车和二手车的销售商。协会的主要宗旨是制定公平竞争的规约、对普通消费者进行购买指导、接受消费者的咨询和投诉、对销售商的违规情况进行调查并提出改进的措施等。日本销售二手车的一些规约是:在销售二手车的商店里以及广告媒体上,必须明确说明的内容有车名、主要规格、第一次上牌照的时间、售价(包括各种费用的说明)、已经行驶的公里数、公用车还是私用车、私车验车的有效期、有无维修记录本、有无保修证以及保修期限、定期保养的情况、有无维修记录;如果登载广告,必须要有彩色照片;此外,不许把行驶里程调小,以及隐瞒修理过的事实等。日本其他的相关团体还有财团法人“汽车检查登记协会”、“日本汽车工业会”和“日本汽车销售协会联合会”等组织。这些组织在各自的管辖范围均制定了相应的规定。

3) 对二手车违规交易的对策。在日本的二手车交易中,也存在着违规交易的现象,销售者违规交易大致有以下几种情况:

① 在向消费者提供的信息中有虚假的内容:对某辆二手车的车况并不清楚,但是消费者问起的时候假装知道,信口开河,误导消费者;隐瞒曾经发生的事故,或者隐瞒曾经修理过的事实。

② 把里程表的里程调小:在日本的消费者汽车消费的投诉中,70%的投诉是针对二手车销售的,而投诉的内容中,改动里程表或者对车辆的维修历史有疑义的投诉占30%。过去,消费者都是等到出现了问题之后,才去找销售者解决问题,到了2001年4月,日本颁布并实施了《消费者合同法》,在这个法律中规定,如果销售者有不正当的行为,违背了消费者的意志,则可以判定合同无效或者部分无效。这样就从法律上约束了销售者,他们如果实施了不正当的销售行为,就要承担相应的责任。

4) 对里程表数据的新管理模式。如上所述,往回拨里程表的计数,是很多二手车交易市场的通病。如何能够把里程表管理起来,日本的汽车协会想了很多办法。先是在1997年开发了拍卖车的行驶管理系统,日本二手车销售联合会下所有的拍卖车,都要把车体号码和该车的行驶里程进行登记,建立可以查询检索的行驶里程管理系统。一旦某车在这个系统里面作了登记,那么以后只要这辆车参加二手车交易,就可以查询到它的行驶里程,如果行驶里程小于档案中的数值,就说明里程表被改动过了。3年之后,有些较大的企业也陆续加入这个系统,这个系统的效果就显现出来了。在日本经济产业省的指导下,2002年4月,成立了日本机动车拍卖协会,把这个系统和日本机动车查定协会的管理系统统一了起来,这样,所有参加这个系统的机动车的里程表就都统一接受管理了。2002年8月起,该系统向普通消费者开放,可有偿使用。

5) 机动车的报废管理。在日本,每年淘汰的机动车为400~500万辆,多数是依照国土交通省的规定履行了合法的报废手续。但还是有0.5%即约2万多辆车被违法地丢弃,给环境带来了危害,增加了处理费用。为了合理处置报废车,日本有关部门颁布并实施了《机动车再生法》。