

# 二手车评估与交易

总 主 编 吴光强  
主 编 潘秀艳  
编 者 潘秀艳 袁 菲 吴雅娟



华东师范大学出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

二手车评估与交易 / 潘秀艳主编. —上海: 华东  
师范大学出版社, 2014.1  
ISBN 978-7-5675-1671-7

I. ①二… II. ①潘… 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 ③  
汽车—商品交易—高等职业教育—教材 IV. ①U472.9  
②F724.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 019815 号

## 二手车评估与交易

主 编 潘秀艳  
项目编辑 吴 余  
特约编辑 王琳琳  
审读编辑 丁 倩  
封面设计 顾 欣  
责任印制 张久荣

出版发行 华东师范大学出版社  
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062  
网 址 [www.ecnupress.com.cn](http://www.ecnupress.com.cn)  
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105  
客服电话 021-62865537 门市 (邮购) 电话 021-62869887  
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口  
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 上海竟成印务有限公司  
开 本 787×1092 16 开  
印 张 14.75  
字 数 315 千字  
版 次 2014 年 1 月第一版  
印 次 2014 年 1 月第一次  
书 号 ISBN 978-7-5675-1671-7/U · 019  
定 价 45.00 元

出 版 人 朱杰人

(如发现本版图书有印订质量问题, 请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

# 总 序

我国汽车产销量全球第一，保有量仅次于美国。随着汽车工业的快速发展，汽车界提出了产品全生命周期管理（Product Lifecycle Management, PLM）的开发理念，加强了对人才，特别是高端技能型专门人才质量与数量的需求。2011年8月教育部出台的《关于推进高等职业教育改革，创新引领职业教育科学发展的若干意见》（教职成[2011]12号）明确指出，高等职业教育具有高等教育和职业教育双重属性，以培养生产、建设、服务、管理第一线的高端技能型专门人才为主要任务，并要求高等职业学校改革培养模式，增强学生的可持续发展能力。这无疑对高职高专院校教学理念与教学模式的创新调整提出了更高的要求。

发达国家的高等职业教育和高等专科教育模式不尽相同，包括国际劳工组织的“模块化技能培训（Modules of Employable Skills, MES）”、德国的“双元制（Dual Education System, DES）”、美国社区学院的“合作教育（Cooperative Education, CE）”、英国的“工读交替制（Sandwich Courses, SC）”及澳大利亚的“技术与继续教育（Technical and Further Education, TAFE）”人才培养模式等。这些模式反映了国际上高职高专人才培养的发展趋势，同时也为我国高职高专院校建立科学的人才培养模式提供了借鉴。

为适应新形势下高职高专汽车专业课教学的需要，推动教学模式与教学理念的发展，出版社组织上海十多所院校的骨干教师召开了“汽车类专业技能型教育规划教材”研讨会，确定了本套教材的编写指导思想和编写计划。本套教材充分考虑高职高专学生的特点和企业的需要，借鉴“DES”模式，紧紧围绕职业工作的需要，以技能训练为中心，设计教材结构与大纲；借鉴“MES”模式，采用任务驱动、项目导向的模式构建课程体系，使理论教学与技能训练有机结合，系统性与模块化有机结合；借鉴“CE”模式，结合远程化和网络化的先进教学手段，并配备教学课件、实训仿真软件与题库学习包等，使教学形式多样化。

该系列教材涵盖目前全国高等职业院校开设的大部分汽车类专业的基础课程和技能课程，体系完整，形式新颖，便于教学。经过各分册编者和主审的辛勤劳动，本系列教材即将陆续面世。我们希望通过本套教材的编写与推广，进一步提高高端技能型专门人才的培养水平，推动高职高专人才培养模式的改革，同时，也希望业内专家和同仁对本套教材提出指导性和建设性意见，以便在教学实践中不断完善和提高。

在本套教材编写过程中，得到了行业专家、各高职高专院校和企业家的支持与配合，在此表示诚挚的谢意！

同济大学汽车学院 吴光强教授、博士生导师  
2013年10月于上海



# 前言

二手车市场是汽车后服务市场领域的一个重要组成部分。根据国家权威部门统计,目前我国每年要对 300 多万辆二手车进行鉴定评估,但从事此方面的专业人员十分紧缺。因此,为了适应汽车后市场服务领域对二手车服务人才的需求,开设该课程成了各高校的当务之急。本课程系汽车技术服务与营销专业的核心专业课,涉及汽车构造及检修、估价、汽车市场行情、营销、产业法规等多方面知识,是学生掌握以上有关汽车各类主干课程后进行的一门综合性培养课程,是学生即将踏入工作岗位前的一次全方位提升。

本书是湖北省高职高专院校第七批教学改革试点专业——汽车技术服务与营销专业的研究成果之一,是在对汽车二手车鉴定评估师岗位分析的基础上,以职业能力培养为重点,积极与行业企业合作开发的特色教材。教材设计充分体现职业性、实践性和开放性的要求,重视学生在校学习与实际工作的一致性,有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、理实一体化等教学模式。

本书分为 5 个项目,主要内容包括:国内外二手车市场的发展状况、二手车评估基础知识、二手车技术状况鉴定、二手车评估方法和二手车鉴定评估工作实务。本书在内容的编写上遵照以下原则:

1. 贴近实际——书中编入大量的实际案例,可供学生思考和讨论,并且在每个项目之后设置了“行业资讯快递”作为项目拓展内容,使学生扩大知识面,掌握最新的市场信息。

2. 与时俱进——增加大量的企业工具表,例如“鉴定评估作业表”、“车辆检验千分表”、“宝马尊选二手车的 100 项认证及检测内容表”、“上海通用诚新以旧换新流程图”等,可指导学生的实践环节,使学生达到会说、会读、会用、会制的目的。

3. 实践性强——在每项任务的任务实施环节,设计了任务目的、准备资料、实施步骤和详细的评价标准,供学生在理解理论知识的基础上规范化地完成操作,学生易学、乐学、学有成效。

4. 通俗完整——内容通俗易懂,避免了大量的复杂公式。知识体系完整,兼顾二手车的鉴定评估及交易的知识,考虑到汽车专业学生有一定的有关汽车构造的基础知识,所以相关模块不再赘述。

本书由武汉城市职业学院潘秀艳、袁菲以及武汉圣泽集团吴雅娟共同编写,其中,项目一、项目二、项目四由潘秀艳编写,项目三由袁菲编写,项目五由潘秀艳、吴雅娟共同编写,潘秀艳负责统稿与修改。在编写过程中,编者借鉴了大量参考资料,得到了行业专家的大力支持,在此特别感谢武汉康顺汽车服务有限公司、武汉圣泽集团、长安福特华中培训中心等企业人员的宝贵建议。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏和不足之处,恳请读者指正。

编者  
2013 年 7 月



# 目 录

项目一	二手车市场	1
	任务 认识二手车市场	2
项目二	二手车评估基础知识	17
	任务 1 汽车的基础知识	18
	任务 2 汽车的使用寿命与价值	37
	任务 3 二手车评估的基本认识	51
项目三	二手车技术状况鉴定	63
	任务 1 二手车技术状况的静态检查	64
	任务 2 二手车技术状况的动态检查	84
	任务 3 事故车的鉴定与评估	96
项目四	二手车评估方法	113
	任务 1 二手车评估的重置成本法	114
	任务 2 二手车评估的现行市价法	130
	任务 3 二手车评估的收益现值法	138
	任务 4 二手车评估的清算价格法	144
项目五	二手车鉴定评估工作实务	150
	任务 1 二手车鉴定评估实务	151
	任务 2 二手车收购的基本流程	171
	任务 3 二手车的营销实务	182
	任务 4 二手车的转移登记	197
附录		207



# 项目一 二手车市场

## 项目导读

本项目只讲述一个具体任务，即二手车市场的概况。在学习二手车评估之前，必须了解二手车这个新兴市场的发展情况，本项目就国内外的二手车市场发展状况做了相关介绍，利用较通俗的语言和案例讲解了二手车市场的现状、存在的问题及发展前景。

书中含有大量的实际案例和行业情形，可组织学生进行交流和讨论学习心得。要求学生在理解的基础上，能够熟练地解说每个内容的知识点。注意：在二手车鉴定估价、营销和经纪师的业务能力中，明确强调本专业人才需要较强的交际和沟通能力。

## 学习目标

知识目标	能力目标
1. 了解二手车市场的形成和发展	1. 能够分析促进二手车市场发展的新政策
2. 了解国内外的二手车市场状况	2. 能够通过自己的阅读，简述二手车发展情况

# 任务

# 认识二手车市场



## 二手车切入互联网的四种商业模式

随着中国二手车市场的快速发展，互联网已渗透到了二手车交易的各个环节，包括二手车展示、检测、评估、销售、支付、物流等，二手车服务商的商业模式也更加成熟、更加多元化。具体来说，这些互联网二手车服务商主要分为收购型、信息服务型、交易服务型 and 在线竞拍型。

### 一、收购型

收购型商业模式即二手车经销商先进行二手车收购然后再转卖给消费者，并从中赚取差价。目前，二手车收购模式仍是国内二手车市场主流模式，市场参与者众多。而互联网凭借信息传播速度快、实时性强等优势，成为了传统二手车经销商获取和发布二手车信息的重要渠道。典型企业有“车王二手车”、“安美途二手车”等。

### 二、信息服务型

二手车信息服务主要以提供线上信息服务为主，为交易双方提供一个供需信息发布的平台，是最传统的互联网二手车服务。二手车经销商、经纪公司、拍卖机构和二手车车主等可以在网络平台上发布卖车信息，而买主则可以在这个平台上寻找符合需求的车辆信息、评估信息以及行业信息。目前，行业内比较有代表性的二手车信息服务商有“第一车网”、“51汽车网”、易车公司旗下“淘车网”等。

### 三、交易服务型

与汽车经销商不同，二手车交易服务商虽然参与到整个汽车交易过程中，但是主要是提供核心的二手车交易经纪服务，以及延伸的在线信息服务，而不赚取差价。车主可以通过线上平台发布二手车信息，二手车交易服务商帮助车主寻找买家并给出专业评估，而买方则可以在该平台上获取车辆信息，并可通过线下连锁店进行进一步咨询，例如“273中国二手车交易网”。

### 四、在线竞拍型

在线竞拍是实现二手车流通的最佳方式之一，二手车在线拍卖公司主要通过向车主抽取佣金的方式获取收入。二手车在线拍卖公司通过在线拍卖系统进行拍卖，交易双方不受地域限制，不用见面就可完成整个交易，降低了交易成本；最后车辆由条件最合适的买方拍得，提高了交易效率。当消费者在网络平台上拍下车辆并支付车款后，二手车拍卖公司也可以将拍下的车辆送到消费者手中。随着在线竞拍模式流行的浪潮，国内先后涌现了“优信拍”、“车易拍”、“二度车网”、“即时拍”等优秀的二手车在线拍卖公司。

阅读上述资料后请思考：

1. 你对二手车市场有何认识？
2. 新时代下催生的网络二手车服务模式分别有什么特点？？

### 相 关 知 识

#### 一、二手车市场的形成

##### 1. 二手车的概念

二手车，英文译为“used car”，意为“使用过的车”，在中国也称为“旧机动车”；在美国，有二手车经营者为了更好地卖出二手车，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”。

在《二手车流通管理办法》出台之前，国家的正式文件上一直没有出现过“二手车”的字样，有的只是“旧机动车”，虽然它们的内涵基本相同，只是提法上的差异，但“旧机动车”让人感觉车辆很破旧，从而在一定程度上影响人们的消费情绪。其实旧机动车是指公安机关已经正式上牌，使用一次以上的车辆。旧机动车并不意味着车辆陈旧，只要是已经办理了机动车注册登记手续，即使只使用了一天，也属于旧机动车。所以“二手车”在提法上更中性，更通俗易懂，同时也与国际惯例接轨。

二手车的定义直接关系到所涉及车辆的范围，在某种程度上也关系到二手车评估体系的科学性和市场交易的规范性，所以有必要对二手车给出明确的定义。根据2005年10月1日商务部颁布实施的《二手车流通管理办法》规定：“二手车是指从办理完注册登记手续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。”但是下列9种机动车则在禁止之列：

- （1）已报废或者达到国家强制报废标准的车辆；
- （2）在抵押期间或者未经海关批准交易的海关监管车辆；
- （3）在人民法院、人民检察院、行政执法部门依法查封、扣押期间的车辆；
- （4）通过盗窃、抢劫、诈骗等违法犯罪手段获得的车辆；
- （5）发动机号码、车辆识别代号或者车架号码与登记号码不相符，或者有凿改迹象的车辆；
- （6）走私、非法拼（组）装的车辆；
- （7）不具有（本办法）第二十二条所列证明、凭证的车辆；
- （8）在本行政辖区以外的公安机关交通管理部门注册登记的车辆；
- （9）国家法律、行政法规禁止经营的车辆。

二手车交易市场经营者和二手车经营主体发现车辆具有（4）、（5）、（6）情形之一的，应当及时报告公安机关、工商行政管理部门等执法机关。

对交易违法车辆的，二手车交易市场经营者和二手车经营主体应当承担连带赔偿责任

和其他相应的法律责任。

### 2. 二手车产生的原因

#### (1) 消费者的“喜新厌旧”

一般而言，不论是普通的轿车还是昂贵的轿车，只要上市销售，市场上就一定会有相应的二手车出现。如今汽车厂家不断推出新车型，使轿车的外观、安全性能、可靠性及经济性、娱乐性等都得到了提高，再加上大众经济能力的提升、方便的车贷服务以及超前的消费观念，汽车消费市场开始盛行“喜新厌旧”的消费态度。进入21世纪以来，我国人均收入逐年增长，很多城市已经形成了一个规模较大的高收入阶层，他们的平均收入已经达到了汽车消费标准，成为稳定的换车群体，推动着我国换车消费逐年升温。尽管经历了长时间的市场经济，消费者的理性消费程度有所提升，但总体来讲还不太成熟。一部分人购车时对车辆缺乏全面了解，考虑不周，冲动消费，结果在使用后，发现购买的车辆不适合自己的驾乘要求，就想处置现有车辆，从而使该车流入二手车市场。

#### (2) 车主收支失衡

无论是国内还是国外，部分车主都是通过银行贷款购车。由于各种原因，如车辆的档次较高，车价高，每月还贷超出车主的实际承受能力，难于还贷；又如车主买车时，只考虑到买车的钱，未考虑使用过程中各项税费及维护保养等费用支出，使用中，发现超出自己的支付能力，这样车主手中的车就可能成为欲出售的二手车。

#### (3) 企业、政府部门或个人的资产变动

在企业或公司进行合并、合资、合作、兼并、联营、企业分设、企业出售、股份经营、租赁、破产时，也有可能产生欲出售的车辆，这些欲出售的机动车辆也是二手车的重要来源。此外，国家为政府部门配备的公务用车数量较大，均为中、高档车。由于各种原因，需要更换的时候，这些公务用车也进入二手车市场，但多半以拍卖的方式出售。

抑或是，个人由于资金困难，将“爱车”抵押或典当来进行融资。当抵押人不能履行合同的义务时，抵押权人有权将抵押车辆根据合同的有关条款，在法律允许范围内，将抵押车辆变卖，从变卖的价款中优先受偿。而这些欲变卖的车辆，也是二手车的一个来源。

### 3. 消费者选择二手车的原因

随着人们换车频率的加快，现在的二手车已经不再是“旧货”、“廉价”的代名词。我国消费者选择二手车主要的原因可以概括为：

#### (1) 性价比高

价格便宜是二手车热卖的一个原因。经济学原理指出，一件商品一旦有了所有权，就几乎注定了沉没成本。还没开的新车只要有了交易的手续，再转手时，价格就会打折。因此，在经济学意义上，买一辆二手车，就是“打捞”并合法占有原车主丢失的沉没成本。还有一个原因就是车子的价值问题，同样的用车，新车最多也就使用15年，但是价格较高，相比新车，二手车使用的寿命也很长，价格却便宜很多，所以，对一些消费者来说，买辆二手车是个不错的选择。如果买一辆两年左右的二手车，开半年或一年再卖出去，只

要不出事故车主基本上不会亏钱，相当划算，磕磕碰碰也不心疼。这样根据自己的经济情况实实在在地消费，还可把资金用在更重要的投资上。

### (2) 练习驾艺

通过对消费者市场问卷调查，发现部分二手车车主的购车意图是练习驾艺，买辆二手车，即使偶尔的一些碰撞、刮擦等小事故，也不至于像碰擦了新车那样难过。另外，二手车已经经过充分磨合，质保期内暴露出来的一些技术瑕疵都已进行了修理，因此二手车更适合新手驾驶。

### (3) 选择余地大

二手车交易市场上集中的汽车品牌和车型既全又多，消费者的选择余地较大，对于一些停产的经济型车，尤其是客货两用、经济实惠、营运成本低的微型面包车，消费者都可能在二手车市场遇到。

### (4) 怀旧心理

在众多买二手车的人中，绝大多数人喜欢买比较新的二手车，但其中不乏“另类”，他们喜欢去二手车市场逛，但对新款车不感兴趣，相反，一些款式比较老的二手车，尤其是绝版的老车，才能引起他们的兴趣。他们可能不是老爷车收藏的爱好者，但他们确实对一些有十几年车龄的老款车情有独钟。

除了以上原因，二手车市场目前交易手续的简化和规范化也促使了更多的人青睐二手车。

### 知识链接

2013年7月，《理财周报》联合新华信国际信息咨询（北京）有限公司、网易汽车论坛共同推出的中国二手车接受度调查圆满结束。该调查旨在研究消费者对二手车的接受度、影响二手车接受度的因素及消费者偏好的二手车交易渠道，以期为企业营销决策提供依据。调查结果显示，近一半的受访者并不排斥购买二手车，受访者对二手车的接受度较高，49.5%的受访者不排斥购买二手车，其中16.5%的受访者明确表示计划购买二手车。家庭收入对二手车购买意愿的影响明显。调查结果还显示，车况、价格是否公开透明、经销商信用、保修期是目前影响二手车接受度的主要原因。

## 二、国外二手车市场的发展概述

二手车交易市场的繁荣程度是一个国家汽车流通领域是否发达成熟的重要标志，发达国家二手车市场交易量大，已形成规模效应。德、日、美等国家二手车交易量均远远超过新车的交易量，一般均比新车高出1倍以上。据不完全统计，日本二手车年销量已连续多年超过其新车的销量，德国和美国二手车年销量已是其新车销量的2倍和3.5倍。资料表明，西方成熟的汽车市场上，汽车报废周期平均为8~12年，而汽车更新周期平均为4年。2013年

我国商务部公布数据显示，2012年，二手车交易额为3595亿元，同比增长22.6%，交易量达到794万辆，同比增长16.4%，相当于新车销量的41%。可见二手车市场有相当的空间。

在发达国家汽车市场中，新车利润占整个汽车行业利润的20%，零部件利润约占20%，售后服务领域的利润占60%左右，这其中包括二手车置换、维修保养等服务业务。美国二手车市场的发展尤为突出，每年的二手车销量达600多万辆，占整车销量的70%，二手车利润非常丰富，可占汽车行业总利润的45%，通常一辆新车的利润率不会超过5%，而一辆二手车的利润率普遍超过20%。高利润是国外二手车市场活跃的一个重要原因，也是二手车市场可持续发展的一个重要因素。

国外发达国家二手车市场在经过数十年的市场洗礼后已然变得非常成熟，主要原因有以下几点：

### 1. 国外二手车市场繁荣源于综合体系成熟

在国外二手车市场，一般均形成了一套比较完善的收购和销售体制。各国政府也制订了有关二手车贸易的相关法规，以保护消费者的权益。在瑞士，新车5年之内免检，5年之后，每3年检查一次。在意大利，新车行驶4年之后，每2年检查一次。一般情况车辆行驶8年就会自行处理，如果超过10年直接有指定的拆解企业进行回收，同时还建立了科学、完善、权威的二手车评估体系。国内的二手车市场体制还不算完善，但是政府已经在政策上给予了支持，并且将会越来越完善。

### 2. 信息透明

发达国家二手车市场的信息较为透明。从车辆自身状况到各种交易信息都非常容易获得，大大降低了二手车市场的交易成本。此外，二手车一般配有规范化的售后服务标准。通过技术质量认证，商家对出售的二手车质量予以保证，消费者可以享受到与新车相同的售后待遇。在美国，人们对二手车刮目相看的首要原因是二手车项目一般包括合格的质量要求、严格的检测标准、质量改进保证、过户保证以及比照新车销售推出的送货方案等。美国对二手车的定价做法一般是为拥有的品牌车编制一本《价格总目录》，目录包括汽车出厂的年代、品牌、型号、行驶里程等。销售店的工作人员只需翻查目录就可大致给出比较合理的价格。另外影响车价的因素还有很多，譬如是否出过事故、有无大修记录和车体有无划痕等，这些因素都会使车价上下浮动。为了避免二手车市场信息不准确，购买的二手车有一定的试用期限，以避免消费者上当。

日本的二手车市场也已经实现全国信息互联，来自不同区域的人们可以不受地域限制地互相交易。日本二手车交易公司规模普遍较大，可同一时间通过卫星将所有待售二手车信息传递到各地交易市场的大屏幕上。信息共享的高度透明化令日本二手车市场交易颇为活跃。

### 3. 评估体系健全

发达国家能够实现二手车交易信息的透明化，与评估监管体系较为健全有关。各式各样的评估协会、二手车协会在促进二手车行业健康发展中起到了举足轻重的作用。二手车评估系统由二手车协会制定，任何二手车的估价都由这一套系统来确定。二手车首先经技

术检测部门进行测定，技术人员列出测试清单，然后对车辆进行估价，销售商根据这一估价和车辆的原销售价格，最终确定二手车的实际售价。

早在1966年，日本就成立了财团法人“日本汽车评估协会”，该协会对规范二手车的评估行为起到了重要作用。二手车经销商要想获得二手车的评估资格，必须通过日本汽车评估协会的审查。二手车销售店内要有通过评估协会组织的技能考试的专业评估师。评估师的资格有效期为3年，通过进修可以获得资格晋升。

### 4. 旧车享受售后服务

在国外，旧机动车实行规范化的售后服务标准。各国通过制定法规和行业协会管理以及品牌汽车企业来确定经营者的资质资格，通过技术质量认证，保证售出二手车的质量，规范其交易行为。同时通过统一的服务标准，使购买旧车的消费者在一定时期内，享受与新车销售相同的售后待遇。例如，通用公司规定车龄7年以内的二手车有1~2年的全美质量保证，与新车无异。而且，所有销售店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。这些做法是美国二手车市场兴旺的重要原因。

日本每辆二手车可以在全国享受1年或2.5万公里的售后维修服务。买车人如果不满意，可以在车辆售出的10天或行驶500公里以内退车；瑞士二手车车主可以得到一张保修单，享受2年的保修服务。这种承诺不仅在瑞士有效，而且在全欧洲通行。

### 5. 行业自律自我管理

国外二手车的行业组织在行业管理方面发挥了主要的作用。政府基本上不干预旧车交易，行业协会负责加强行业管理和行业自律、制定行业标准。美国和德国都有汽车经销商协会，这些协会在汽车流通行业管理中有着很高的权威性。

### 6. 经营方式灵活

国外二手车市场活跃，这与二手车经营主体的多元化、交易方式的多样化、交易手续的简便以及汽车保有量较大有关。二手车的经营在国外已经形成了品牌专卖、大型超市、连锁经营、旧车专营、旧车拍卖等多元化经营模式，其交易方式多样化。例如：直接销售、代销、租赁(实物和融资)、拍卖、置换等。英国拥有超过1500家从事二手车销售和服务的汽车修理厂，消费者可选择的二手车品牌有百余种。

从上述国家的二手车市场的情况不难看出，越是汽车市场发达的国家和地区，二手车交易越活跃。旧车销售促进新车销售，旧车的客户是新车潜在的客户。

#### 知识链接：

#### 国外二手车市场交易规则一览

##### 1. 日本：二手车的一切修复历史都要如实告知车主

在日本，二手车被称为“U-Car”或“中古车”。

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、后备厢底板等处的修复历史 and 不符合安全标准需要修复的隐患做详细记录。据了解，车的修复历史是指车的事故历史，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。

另外，每一辆二手车都可以在全国享受一年或2.5万公里的售后维修服务；买车人如果有任何不满意，也可以在出货的10天以内或行驶500公里以内退货。

### 2. 韩国：二手车交易实行拍卖

韩国的二手车统一由车行收购进行整修，经销公司通过每周1~2次的拍卖会向车行竞买整修后的车，再卖给消费者。一辆车会有三个交易价格：第一个是卖车人和车行之间的初始价格；第二个是车经过整修后，经销公司向车行买车的竞拍价格；最后一个买车人最终购买该车的成交价格。一般来说，初始价格乘以一个利润系数，大致就是车的最后成交价格了，这里面的差价除去整修的费用就是车行和经销公司的利润，可以作为买车人出价的参考。

### 3. 墨西哥：旧车要检验250个关键部位

墨西哥的旧车经营者必须对所购车辆250多个以上的关键部位进行严格的机械性能检测和检修。签订合同时必须对保质期、保修条件、违约处罚等进行具体规定。

### 4. 美国：3天之内无条件退车

在美国的俄克拉荷马、亚特兰大、纽约、波士顿和旧金山等地已经开始出现网上销售旧汽车的服务。消费者只要登录到福特的网站就能看到100辆左右的福特、林肯或土星的二手车在网上销售。

旧车的质量经过网站的综合检测，消费者可享有一定限制的质量保证期；消费者可自己选取取车地点，在发出订购指令后48小时内指定的经销商处试车。如果准消费者不打算购买该车，其在试车前交纳的300元押金将全额退还。如果消费者对已购旧车表示不满，那么在确保旧车未遭损坏而行车又未及300英里或购车不足3天的情况下，购车款可全额退还给消费者。

## 三、我国二手车市场的发展状况

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。具体而言，二手车交易市场的功能有：二手车鉴定评估、收购、销售、寄售、代购代销、租赁、置换、拍卖、检测维修、配件供应、美容装饰、售后服务，以及为客户提供过户、

转籍、上牌、保险等服务。

随着二手车交易市场的发展，目前我国已经有多种二手车交易市场形式，常见的有二手车交易市场、二手车经营公司、二手车置换公司、二手车经纪公司和经纪人等。随着二手车市场的发展和壮大，二手车超市和二手车园区也在逐渐形成和发展。它们在一般二手车市场的基础上，引入了汽车文化、科技、科普教育、展示、旅游、娱乐等多项功能。

### 1. 我国二手车市场的主要特点

#### (1) 增长快速，但交易量远低于新车市场

根据中国汽车流通协会（CADA）公布的国内二手车市场统计数据，在我国，二手车销量虽然在2000~2008年的9年间从25.17万辆上升到突破273.73万辆，增长了10多倍。但是2008年全年，我国汽车产销量分别达到934.51万辆和938.05万辆，二手车交易量为273.73万辆，新车与二手车的销售比重与发达国家恰恰相反，为3.4:1。2009年我国二手车交易量突破360万辆，2010年超过420万辆。据全国乘用车市场信息联席会统计的数据显示，2011年中国的汽车销量全年累计达到1370万辆，同比增长2.8%。而2011年1~11月中国二手车市场累计交易量为386.81万辆，同比增长14.99%，增长迅速。2012年全国二手车交易量为479.14万辆，同比增长10.6%。交易金额2636.26亿元，同比增长25.01%。二手车交易将成为汽车市场新的增长点，也将成为汽车经销商新的赢利点。但是当今的中国二手车市场仍然是“柠檬市场”，市场交易信息不透明、市场信任度不高制约了二手车市场的蓬勃发展。汽车经销商短期内很难将二手车业务转化为自己的赢利点，只有在政策上解决了税收洼地和二手车鉴定评估规范标准，二手车市场未来的大发展才可能迎来破冰点。

#### (2) 地域性发展突出

在我国，二手车市场还凸显出地域性特点，经济越发达的地区，二手车交易量越大。北京、广东、上海、浙江、山东等经济发展较快的地区，二手车交易量占很大比例，全国发展较慢的西部地区则成为二手车市场发展的一个新的支撑点。对于中国二手车市场发展而言，瓶颈在于流通领域。价格地域性差异极大，不仅是车价，过户费等各种费用也是参差不齐。政策有瓶颈，二手车制度在各个城市极不统一，很多地方甚至出台了地方保护政策。在这样的大环境下，不仅是二手车流通差，新车的地域性流通也很差。

#### (3) 经营模式有所转变

当前我国二手车市场出现了一系列新的变化，最显著的就是二手车经营主体出现了由单一模式向多元化模式的转变。经过一段时间的尝试，在部分有实力、有条件的新车供应商的组织带动下，一批新车经销商纷纷尝试二手车经营业务并且在品牌效应、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。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、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。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。

#### (4) 二手车置换大规模兴起，品牌认证成未来趋势

近年，我国二手车置换业务的广泛开展为新旧汽车两个市场带来了生机与活力，在促

进了新车销售的同时，也为二手车市场的扩充提供了丰富的经营资源。与此同时，品牌二手车业务取得重要进展，国内主要汽车厂商相继进入二手车领域，并陆续开展业务。品牌认证二手车是指由各大汽车公司生产，并通过其指定的特约店进行评估、接收、检修及翻新后，通过正常的机动车所有权变更手续销售与提供服务的汽车。自2004年8月一汽大众认证的二手车样板店开始到2013年1月，国内已有的品牌认证二手车还有：上海通用汽车诚新二手车、广州本田喜悦二手车、东风标致诚狮二手车、东风雪铁龙龙信二手车、上海大众特选二手车、东风日产认证二手车、东风悦达起亚至诚二手车、奔驰星睿二手车、宝马尊选二手车、奥迪品荐二手车等。

品牌认证二手车是为广大汽车消费者提供的一个真正可以做到放心买、安心卖、省心换的优质服务，这些二手车均为国内各大主机厂旗下授权经销商的终端零售车源。可以说，认证二手车真正做到了杜绝事故车的承诺，并享有和新车一样的质保服务。

### 2. 国内二手车市场存在的问题及风险

虽然我国二手车市场相比以前有了长远的发展，但相比发达国家的二手车市场，我国的二手车市场无论在经营理念、经营方式还是经营管理上都与他们存在着一定的差距，具体体现在以下几点：

#### (1) 交易方式不够灵活

目前，二手车交易市场仅局限于提供场所、办理手续、收取交易费等，功能过于单一，主要收入为交易费，缺乏现代营销手段，尚未发展成真正意义上的营销主体；只能在二手车交易市场由指定机构办理二手车交易及过户手续，使用统一的旧车交易发票；虽然各地二手车交易市场开展了收购、寄售、租赁、拍卖等多种经营方式，但二手车仍以代理交易为主，二手车行业法规出台严重滞后，时效性不足，现行政策限制着大部分经销商开展二手车交易业务。现在市场上普遍存在“黄牛”和“车虫”等黑中介。

#### (2) 缺乏诚信和公正的评估体系

对于目前二手车市场而言，首当其冲的问题就是传统的二手车市场诚信度不高，消费者购车时对车况总是有所顾虑，事故车坑害顾客的事件难以避免。一项针对有意购买二手车的消费群体的调查显示，90%以上的人对二手车质量表示担心。同时传统二手车市场的一些商家在服务理念、服务态度和服务水平上都较差，基本上还处于初级阶段。很多二手车市场都存在拉客揽客的情况，同时一些故意隐瞒事实情况的导购也充斥于二手车市场中，消费者对于二手车从业人员简单粗暴的服务方式非常反感。

长期以来，国内还没有一套完整、严谨、科学的二手车鉴定评估标准，二手车鉴定主要是评估师通过专业知识以及评估经验对目标车辆进行评估。并且多数采用重置成本法对目标车辆的残值进行评估，造成了普遍存在的轻鉴定重评估、评估随意性大、手段不科学、评估过程主观因素多于客观因素以及评估结果偏离车辆的实际价值等问题。在二手车交易中价格的评估是很重要的环节。目前我国经过培训并取得资格的估价师数量并不多，而且估价的标准全国不统一，在交易中存在着定价不合理，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。评估体系不健全严重制约着二手车市场的发展。

### (3) 售后服务环节薄弱

另外二手车市场的售后服务无法得到保障。消费者在传统二手车市场购车，基本没有任何售后保障，这也成为很多消费者对二手车颇有顾忌的重要原因。出现问题后消费者往往会付出很多时间、成本也无法得到解决，甚至会出现无人可找的状况。一些增值服务更是在二手车市场里无迹可寻。同时，中国二手车市场还存在严重的信息不对称，公民诚信体系尚未建立，车辆的维修保养记录、事故记录等信息不公开等问题，消费者通过独立的第三方权威机构按照二手车鉴定评估标准，获取车辆真实的技术状况，显得尤为重要和迫切。

### (4) 市场网络不完善

各地二手车交易市场在市场准入、交易方式、交易功能和交易程序等方面存在的差异，导致了各地交易市场的业务主要是面向本地区，缺乏跨地区二手车流通的市场网络，出现信息不畅、运输成本高等问题，以及因各地对二手车档案移送、落户的要求不同，致使二手车的异地流通无法形成规范稳定的二手车交易氛围。

## 3. 国内二手车的发展前景

### 知识链接

对中国二手车市场跟踪研究4年后，全球知名咨询企业理特管理顾问有限公司（Arthur D. Little）发布研究报告称，中国二手车年销量将在2020年左右超过新车。该课题研究涵盖了二手车策略、残值管理、置换项目和二手车再营销等多个方面。它的研究报告表明，中国的二手车销量在2008年已达到了148万辆，2005年到2008年的年平均增长率达到了31%，从2008年到2018年，中国二手车销量的年平均增长率将达到26%，呈现高速增长趋势。到2014年，中国将成为世界上第二大二手车市场，仅次于美国；到2020年，中国二手车销量将达到2230万辆。

驱动中国二手车市场快速发展的因素是多方面的。首先，我国市场新车销量和保有量的持续快速增长，保证会有大量二手车源源不断流入市场，这也是我国二手车市场发展最主要的驱动因素。其次，家用车辆换车周期的不断缩短，以及企业用车数量的不断增长，将会进一步刺激市场上的二手车供应量。再者，随着二手车质量的不断提高，消费者对二手车的接受程度将会越来越高。二手车市场的需求，尤其是来自城市近郊区和农村低收入人群的需求，也将进一步增长。

2009年7月28日，商务部、财政部联合发布《关于开展二手车交易市场升级改造示范工程的通知》，在北京、辽宁、深圳等10省市开展的试点工程，通过财政支持，引导企业以提高信息化水平、推进市场服务功能升级、改善交易环境为重点进行技术改造，促进了二

手车交易量持续增长。随后，工商总局、商务部、财政部、公安部等多部委联合发布《关于进一步规范二手车市场秩序，促进二手车市场健康发展的意见》，以规范二手车市场交易秩序。一个为提升经营软件，一个为强化经营秩序，两个不同方面的政策相继出台，也表明政策引导的声音。不仅如此，政府即将出台《二手车鉴定评估技术规范》、《二手车企业开业标准》、《二手车交易税收标准》等新政策，在新一轮政策的刺激下，二手车的质量将得到保证，消除购车者的后顾之忧。

除了政策支持，保证二手车品质、提高二手车增值服务以及建立完善的诚信交易平台将成为未来二手车市场发展最核心的三个内容。

### (1) 要保证二手车品质

对于品牌二手车而言，为了确保高品质，二手车必须通过严格的技术检测，以符合安全、外观及性能方面的标准。此外，对维修和整备技师进行专业培训，对二手车辆不同程度和类型的缺陷与损伤采用不同的技术手段进行修复，充分消除原用户的使用痕迹甚至包括前车主给车带来的异味等。通过由内到外的整备，确保交付新用户的二手车辆处于最佳状态。

### (2) 提高二手车增值服务

向用户提供必要的服务，满足用户在购买和使用中的各种需求，是未来二手车市场发展的核心要素。经销商为用户提供二手车销售、信贷和保险的咨询，代办各种车辆变更手续等是最基本的服务。更重要的是，全国质量联保索赔、替换车服务、两日退换车以及24小时道路救援等等高端服务也出现在了一些高档二手车的增值服务中。

### (3) 建立二手车诚信交易平台

二手车交易应该有一个透明的交易管理系统和完善的售后跟踪体系。全国联网的车辆保养维修信息将是未来二手车市场的一个必要系统，对车辆的历史维修、保养记录，车辆历史出险情况，车辆表征里程的真实性等方面信息进行核查。客户在整个交易过程中可以参与车辆的检测，能够实时了解包括车辆信息、交易进度、手续处理等流程在内的相关信息，诚信规范的交易平台将可能的用户抱怨消灭在销售阶段。此外，二手车经销商还应该建立售后跟踪体系，对购车用户进行使用状况的访问、记录和分析，及时搜集用户反馈，为以后相关业务的改进提供参考。

## 任务实施

### 当地二手车市场的调查方案

#### 一、任务目的

1. 了解二手车市场的实际发展状况及当地二手车市场相关法律法规及政策；
2. 培养学生搜集信息、分析二手车市场、开展调研工作的能力。

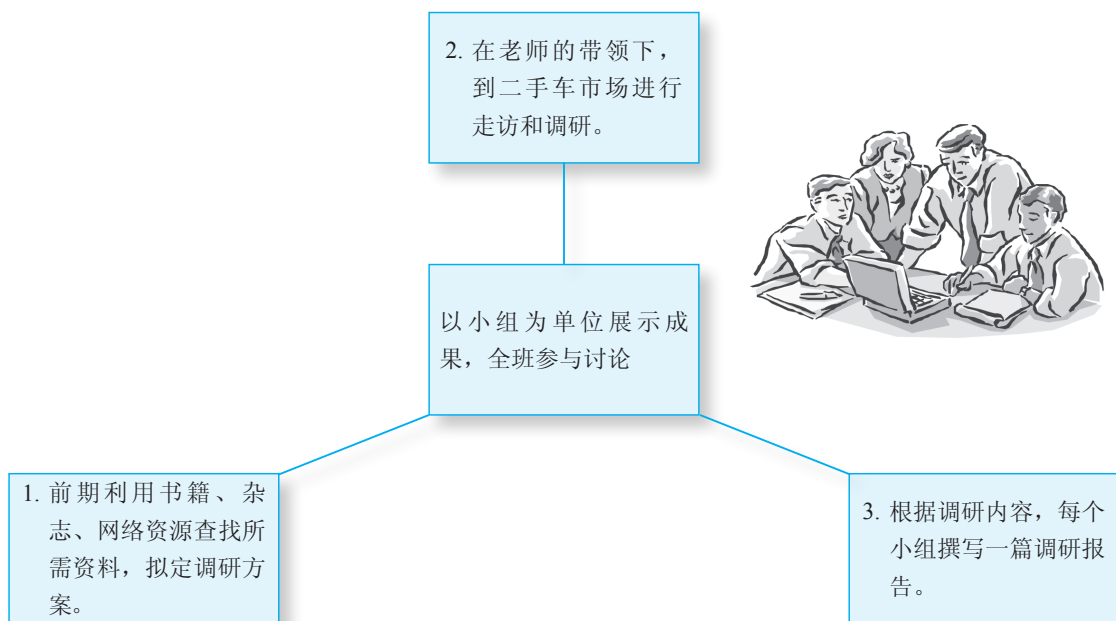
### 二、任务准备

1. 全班分成若干组，每组指定专人负责，分配调查任务。

2. 调研和收集的内容：

当地二手车市场的地理位置及规模、二手车市场现行政策、市场繁荣程度等。

### 三、任务实施步骤



### 四、评价标准

	好	一般	差
实训准备 (10分)	小组分工明确，能够对调查的内容事先进行精心准备	能够做必要的准备，但不够充分	分工不够明确，事先无准备
运用知识 (30分)	能够熟练、自如地运用所学的知识进行分析，分析卓有成效	小组讨论认真，所学知识运用不是很准确，个别组员不积极	不能运用所学的知识分析实际问题
调研报告质量 (30分)	调研报告结构完整，论点正确，论据充分，分析准确、透彻	调研报告基本完整，能够根据调查的实际情况进行分析	调研报告不完整，分析缺乏个人观点
学习态度 (30分)	热情高，干劲足，态度认真，能够出色地完成任务	有一定的热情，基本能够完成任务	敷衍了事，不能完成任务

### 思考题

1. 简述国外二手车市场的发展状况。
2. 你认为目前国内的二手车市场需要怎样的变革和优化？

### 行业资讯速递

#### 二手车市场上的交易陷阱

很多人在购买二手车时，图的就是价格便宜。因此，在价比三家后，一些超便宜的价格会打动“淘宝者”的心。但是不排除非法分子从中牟取暴利，欺骗消费者。

##### 陷阱1：卖方隐瞒实际车况

##### 新闻链接：车况被隐瞒

市场上的二手车质量参差不齐，通过车体美容、里程表改动等手段，在车的外观、磨损程度甚至背景上“做文章”是比较常见的猫腻。一些卖主在售车前，会对出过事故的车喷漆美容，让车辆从外表看不出来受过伤；除了对车体本身做手脚，隐瞒二手车的实际背景经历也很多见。比如有的车涉及经济纠纷，已质押或被法院查封，在汽车的档案里会有相关手续，但卖家故意隐瞒这一情节，借口“急需用钱”，以较低的价格出售；一些车是套牌车、车型的某些部分与原车档案记载不吻合。

##### 提示：

消费者购车的时候应对车辆的基本状况有大致的判断。假如旧车重新喷漆，且前脸、尾部和A、B、C柱周围有修补的痕迹，该车极有可能发生过交通事故。选定车辆之后，应再到相关单位去做一个全车检查。

国家工商总局网站公布《二手车买卖合同》（示范文本），并将在全国范围内推行使用。

示范文本规定，卖方应向买方提供车辆的使用、修理、事故、检验以及是否办理抵押登记、缴纳税费、报废期等真实情况和信息；买方应了解、查验车辆的状况。在车辆交付买方之前所发生的所有风险由卖方承担和负责处理，在车辆交付买方之后所发生的所有风险由买方承担和负责处理。卖方应按照合同约定的时间、地点向买方交付车辆，保证合法享有车辆的所有权或处置权，保证所出示及提供的与车辆有关的一切证件、证明及信息合法、真实、有效。买方应按照合同约定支付价款，对转出本地的车辆，买方应了解、确认车辆能在转入所在地办理转入手续。卖方向买方提供的有关车辆信息不真实，买方有权要求卖方赔偿因此造成的损失。

### 陷阱2：运营车冒充私家车

#### 新闻链接：1.5万元买辆报废出租车

今年春节前，青岛市民李先生跑到二手车交易市场去选车，准备过年开回老家。看上了一辆外观挺新的桑塔纳，当时卖主称想春节前换辆新车所以着急脱手。虽然车体看起来保养很好，里程数不到18万公里，但毕竟是9年的车龄，李先生有点犹豫，卖主却表示，这辆车质量好、保养好、价格低，才卖1.5万元，非常划算。李先生也觉得价格合适，简单看过行车证后，便付了车款。第二天，两人相约去过户，卖方才告诉李先生车辆登记证书丢了。隐约感觉不妙的李先生要求车主陪他补办时，车主找借口推辞。李先生到有关部门一查，得知这辆桑塔纳原籍河北省，是辆运营了9年多的出租车，马上就要报废了，最近才转籍到了青岛。上当受骗的李先生多次找车主理论，可始终没结果。

#### 提示：

有些卖家会将特殊用途车辆当私家车卖，特殊用途车涵盖很多车辆，主要包括运营的的士、驾校用教练车等。这些车辆与私家车相比，由于使用频次和场合都比较“伤车”，因此都有其不同的缺点。在挑选二手车时要仔细鉴别车况，包括对发动机的性能、车辆的底盘、刹车以及外壳的完好程度进行评估，看该车是否有碰撞、维修记录，不妨找修理厂去鉴定一下，同时，了解清楚车辆的报废年限。另外，还要仔细核查购车原始发票或前次交易过户票等各种票据和凭证。

### 陷阱3：拖欠罚款和税费不告知

#### 新闻链接：疏忽车辆规费，栽了大跟头

王先生在广州做生意，需要一辆代步车，前几天，他在路边看到一辆挂牌转让的小汽车，品牌、型号和车身颜色都是他一直想要的，而且只有3年多的车龄。卖主开价不高，不到3万元。他当即就和卖家签订购买协议、付清车款，并约定第二天办理过户。但没想到，到车管所办理过户的时候，他发现爱车除了路桥费、养路费不齐全外，还有10多次交通违规行为，但卖家却以协议没有注明为由拒绝承担费用，要王先生自己来承担。无奈的王先生只好自认倒霉，白白损失了4000多元。

#### 提示：

市场上有许多待售二手车有交通违法记录未处理，一旦购买此类车，消费者就要为前任车主的交通违法行为埋单。购车前到征稽机构查询车辆是否拖欠车船使用税，如有欠税情况必须要求卖方缴纳后再进行交易。同时到交管部门查询该车的使用情况，如果有违章则要求将违章处理后再交易。不少二手车都会标明该车拥有全年的保险，并把这项作为卖点，但通常都不会主动告知这辆车发生过什么理赔记录。消费者除了看保险还应当看理赔记录，这个找保险公司不难问到。

### 陷阱4：买车无保障

#### 新闻链接：出了门，概不负责

2009年10月份，张先生到二手车交易市场以8.3万元的价格购买了一辆商用车。不料，车子第一次出远门，还未开到目的地，就不能动了。无奈，他只能叫来拖车，把汽车拖回南昌的修理厂。当他找到卖给他车的二手车商时，车商告诉他，车子已经卖了，一切责任由他自己承担。

#### 提示：

商务部根据《二手车流通管理办法》，制定了《二手车交易规范》，并于2006年3月发布实施。《二手车交易规范》对二手车的收购和销售，以及二手车的经纪、拍卖、直接交易、市场交易的服务与管理等方面做出详细规定。对于二手车经销企业、二手车经纪公司、二手车交易市场等市场主体的职责及二手车拍卖、二手车直接交易等流通形式的行为规范做出了进一步的明确规定。

《二手车交易规范》第十九条明确规定，二手车经销企业销售使用年限在3年以内或行驶里程在6万公里以内的车辆（以先到者为准，营运车除外），应向直接用户提供不少于3个月或5000公里（以先到者为准）的质量保证。这意味着，新办法出台后，买二手车也能有售后服务的保障。

另外规范中还规定，二手车经销企业买卖车辆应按规定开具国家税务机关监制的统一发票。而现在占二手车交易主体的二手车经纪公司不能直接从事二手车的买卖，只能在规定的二手车市场内开展居间经纪、代理等经营活动。