（上接B29版）

作为一线城市代表的北京，对整个经济环境、政策实施反应最为敏锐；而作为二手车市场交易一线的经纪公司，对各种影响变化的感受也最为明显。“限行促进很多家庭由一辆车变成了两辆车，加大了北京二手车的储备量”，一位二手车经纪公司总经理介绍，而限购使得购车“一号难求”，旧车置换在4S店销售比重中越来越大，二手车交易量也同步增加。这两项措施推动了二手车交易的向上势头。

二手车交易状况、价格高低一直都是随新车销售情况波动的。因此，近年来，由于新车销售进入微增阶段，经销商库存压力倍增，新车降价、优惠幅度不断加大，直接导致二手车的交易价格下滑，利润降低。而多省份“限迁令”的实行，也让二手车交易面临流通不畅的困境。

“但整体属于平稳上升的趋势”，上述经纪公司总经理介绍，“这10年，影响较大的就是尾气排放标准的不断提高。国二、国三、国四到马上要实行的国五，这是对汽车更新换代影响力最大的，所以也加速了二手车市场的每一步发展。”

品牌二手车
有待进一步建立

品牌二手车业务在这10年取得了重要进展，各品牌汽车厂相继进入二手车领域，并陆续开展业务。例如2004年8月，全国13个城市的16家经销商成为首批开业的一汽大众认证的二手车样板店。2006年5月，东风日产二手车（北京）交易中心在位于北京花乡二手车交易市场二期经营区开业。但与主营新车销售的4S店相比，品牌二手车的业绩平平，在交易状况上仍未有所突破。

目前，各厂家品牌二手车的设立多是为了服务新车销售，为提高置换比例、消除消费者对二手车交易的不信任而设立。其局限主要表现在，一方面，品牌二手车车源主要来自于本品牌4S店置换业务，还不存在直接从消费者处收车的情况，而消费者拥有选择二手车交易平台的权利，可能会选择其他公司来进行交易；另一方面，据了解，部分品牌二手车的资源信息仍然需要借助传统二手车交易市场，以此寻找合适的买主，完成交易。

一辆小排量二手车摆在二手车市场内。　　新京报记者 秦斌 摄

【10年变化】

经营模式多样化

二手车经营主体出现了由单一模式向多元化转变，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、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。

置换比例增加

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。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。

跑车开始增多

“二手车市场在任何时期都会有高中低三个购买群体，占据最多的就是中低端，高端车型一直是少数。”花乡二手车交易市场负责人介绍，最初销量最多的车型是“老三样”捷达、桑塔纳和富康，目前热销车型早已不局限于这三种，SUV车型、跑车等也开始多起来，但轿车仍是主流，约占70%。

【说10年】

二手车交易将逐渐成熟

这10年，二手车发展确实很快。我记得在2002年以前，刚刚开始做二手车的时候，人们对二手车的理解就是“被淘汰的、旧车”，买的人不多，卖的人也不多。

后来，国家对二手车的重视度也开始增加，人们对二手车的认知度也逐渐增加，并且随着油价一直往上升，有车的人和想买车的人都有了经济负担和思想负担，于是开始有很多人把目标转向二手车。一方面，二手车经济实惠，而且现在很多车差不多都是“准新车”，可以继续使用很多年；另一方面，二手车数量多，车型越来越多样，可选择类型也越来越全面，能够满足客户多方面需求。因此二手车在这几年发展得比较快，市场里的经纪公司也越来越多。

限购之后新车的销售不好，二手车也受到了影响，但是我觉得这种下滑也是一种正常的市场情况，随着管理的完善，国家重视度的加强，人们认知度的提高，二手车市场会朝着成熟的方向逐步发展。

口述：一家二手车经纪公司负责人

【观察】

诚信阻碍二手车发展

“诚信问题是最不好解决的问题，也是最重要的。”一位欲购买二手车的消费者表示，这是最让他担心的问题。在二手车交易过程中，由于消费者对旧车的质量状况难以做出判断，因此普遍存在着买方对卖方的不信任。而一些二手车商扰乱正常交易秩序的行为，如交易不过户、场外交易、私下交易等，也加重了消费者的不信任，这种不信任还未得到完全消除。而二手车售后服务不到位也在一定程度上影响了消费者信心。

同时，由于各地二手车交易市场在准入、交易方式、交易程序等方面存在的差异，也导致各地形成了交易“壁垒”，缺乏跨地区的流通网络，如信息不畅、运输成本高等，妨碍了二手车的异地流通。“限迁令”就是表现形式之一。

国内部分厂家认证二手车品牌

奥迪	品荐二手车	广汽丰田	心悦二手车
奔驰	星睿二手车	东风雪铁龙	龙信二手车
BMW	尊选二手车	东风标致	诚狮二手车
大众	Das WeltAuto	广汽本田	喜悦二手车
上海通用	诚新二手车	东风悦达起亚	至诚二手车

【数据】

今年上半年全国二手车交易

项目	销量	同比增长（万辆）	金额（亿元）
轿车	128.43	24.62%	660.84
客车	37.79	23.24%	149.08
货车	34	9.02%	134.18
越野车	4.62	38.32%	75.32
其他车型	13.24	—	—

备注：2012年上半年全国共交易二手车230.55万辆，同比增长18.10%，总交易金额达1128.67亿元。

2002年上半年全国二手车交易

项目	销量（万辆）	占比
载重车	5.8479	23.5%
轿车	8.1664	32.9%
客车	5.4152	21.8%

备注：2002年上半年共交易二手车24.8441万辆，同比增长22.4%。

数据来源：中国汽车流通协会

责编 何立军　图编 高玮　美编 叶绿　责校 薛京宁