



Karen女士是美国事故车维修领域的知名人物,曾任职于美国汽车零部件认证协会(CAPA)。1998年Karen女士成立KerenOr Consultants咨询公司以来,她为美国及其海外客户提供了广泛的汽车后市场咨询服务,为客户建立行业关系提供指导和帮助。目前,她担任了美国车身理事会(NABC)理事,是美国汽车服务协会(ASA)、美国汽车后市场行业协会(AAIA)、美国事故车维修专家学会(SCRS)、行业妇女组织(WIN)成员,是美国事故车行业会议(CIC)的积极参与者、联席会委员。

Karen女士在其职业生涯中获得过各种荣誉和奖励,其中阿克苏诺贝尔公司授予的“行业最具影响力女士”尤为珍贵。她编著、撰写的文章发表于行业内众多知名出版物。作为研究咨询顾问,她为2012年国际事故车高峰论坛撰写《中国事故车维修及后市场的发展机会》一文,已发表在我刊2012年第10、11期上。她也是知名的演讲者,在全球多个行业会议及高峰论坛,包括国际事故车行业高峰论坛(IBIS)、法兰克福展览等场合,发表演说。

KerenOr Consultants咨询公司为事故车维修行业的相关领域及政府机构、律师事务所、软件公司、及行业出版物提供各类咨询服务,致力于为美国本土与外资企业间的战略规划、市场研究分析、公共关系、公开政策、结盟合作、项目管理以及跨文化间的交流与沟通,其客户资源来自于美国、英国、中国台湾、中国大陆、以色列等。

美国旧车市场的发展及重要性(一)

◆文/美国KerenOr咨询公司 Karen Fierst 译/本刊记者 张淑珍

最近在《华盛顿邮报》头版文章上,我看到一篇关于2013上海车展的报道,它让我回忆起2003年第一次到中国的简短之旅。当时我去参观一个类似展会,由于人流拥挤,进入展览大厅后,我基本看不到展台上的车辆,更未见过这么拥挤的人群。去之前我阅读了一些文章及报道,预想到中国汽车市场的巨大潜力和增长势头,但是,这让我第一次感受到中国消费者对新车的强烈兴趣和需求——它太强了!

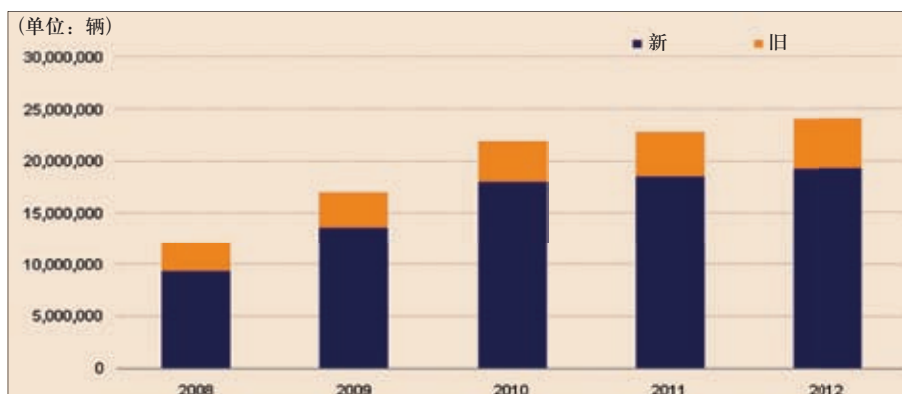
2005年第二次去中国,我与几位美国事故车专家受邀参加中国首个由《汽车维

修与保养》杂志与中国汽车维修协会共同主办的“国际性事故车维修论坛”。行程中我们有幸参观了一些事故车维修厂。在经过一个被我称为“出租车坟墓”的地方,看到很大一片场地上满满地堆放着的待解体的出租车。随行人解释,中国法律规定,出租车在行驶一定里程或达到使用年限后必须报废,不能作为旧车重新交易。另外,汽车零部件循环使用在当时也是被禁止的。

我不知道,为什么那些旧出租车不能再次销售。但是随后的几次中国之行,甚至直到最近我才渐渐明白,在中国拥有

一辆旧车似乎是一件不体面的事情,而拥有新车则给车主身份带来了荣耀,彰显了车主的财富实力。拥有旧车,人们或多或少会产生一种蔑视,对车主会产生负面印象。这一观点目前似乎没有什么改变,尤其是在二、三线城市。目前,二、三线城市车辆需求更为旺盛,但收入水平尚支撑不了一辆新车的费用。

中国新车市场的繁荣起源于大约10年前。正因如此,它预示着旧车交易市场潜力巨大。如果政府没有强制报废的要求,那么当人们决定淘汰旧车、购买新车时,除了将旧车报废处理外,还可以将它送往交易市场。因此,随着对旧车看法的改变、旧车货源的增加,中国旧车市场必将迎来巨大的发展契机。中国市场与西方国家市场有明显不同。但我认为,通过了解美国旧车市场,或许能学到一些有益的市场思路和经验。本文将从美国旧车市场的演变过程、美国租车及车辆租售的历史、二手车认证体系、汽车历史报告、消费者保护——次品补偿法(Lemon Laws)等几个方面介绍美国兴旺繁荣的旧车市场。



2008~2012年中国旧车市场增长情况(信息来源:亚洲技术经济)

美国旧车市场的现状

HarperCollins发表的《1988~1989美国旧车市场报告》表明,1987年美国旧车市场上汽车数量约1800万,市值在当时已超过1000亿美元。另据2013年2月华盛顿邮报报道,2012年美国旧车市场销售上升5%,达到4050万辆。以此推算,美国目前2.5亿在用车量中,旧车数量已占到16.2%。

经过这些年演变,美国旧车市场如何发展壮大?美国旧车市场有什么特殊性?了解美国旧车市场的演变,对中国仍然年轻的私家车市场有什么意义和价值?我希望本文对上述疑问做出一一解析。

美国旧车市场的演变

1909~1927年亨利福特实现汽车流水线生产,福特T型车产量达到1500万辆。亨利的经营理念是,为需求巨大的市场制造价格低廉的汽车。这一理念对美国产生了革命化意义,因此,很多美国家庭在二战前就已拥有汽车,二战后随着经济的繁荣,私车销售迅速增长。

1960~1969年间,16岁的青少年在其婴儿时期家庭已有汽车,开始梦想取得驾照后自己拥有第一辆车,哪怕是旧车也好。那个年代多数父母都是第一次拥有家庭汽车,青少年问家里“要钥匙、借车开”的情况非常普遍。因此,在当时拥有车主身份的青少年数量逐渐提高。拥有一辆看似不错、能开动

的汽车,即使是旧车,便立即会在朋友中广为传播。

那时候每年都有新车型上市,车辆耐用性及安全性不及现在;新车的质保期通常只有12个月,每隔三四年购买一辆新车的家庭极为普遍。在人们嘲讽、议论旧车交易的可靠性及真实性阶段,1946~1964年生育高峰期出生的孩童慢慢长大,并开始接受使用旧车的理念和事实。当然,拥有新车通常代表着车主较高的身份,但是,开着一辆保养很好的旧车也不会被人小瞧。

美国租赁(rent)及租售(lease)车辆的历史

美国汽车租赁的商业模式大概是福特生产T型车后不久便开始发展的,租赁市场最早起步的时候,有两个企业家——桑德斯和沃尔特购买了大量T型车,他们通过记录里程,开始向客户按行驶里程收费。1923年沃尔特已赚到100万美金,到1925年桑德斯的汽车租赁已遍布美国21个州。黄色出租公司的赫兹(Hertz)先生后来购买了桑德斯租赁公司,目前赫兹租赁已演变成全球市场份额最大的租车企业。

本文讲到汽车租赁业,是因为在美国,购买大量汽车的租赁公司和租售大量汽车的制造商们都意识到,在购买或租售车辆之后,他们仍有机会开发再次盈利的二手车市



全球第一辆租赁车型福特T型车

场。在中国,大家对传统的汽车租赁概念已非常熟悉,但私车租售业务并不常见、甚至尚未形成。美国汽车租赁始于1940年前后,从那以后越来越普及和成熟。

不同于在相对短的时间内从租赁公司租车使用,租售业务是从汽车经销商处租车使用,但租用时间相对较长,一般为2~3年。租售合同中,双方事先约定了租期内的行驶里程、租期结束时车辆的车况条件等。另外,租售条款还限定了车辆发生碰撞必须到指定事故车维修厂修复(在美国没有类似中国4S店的概念)等。租售合同中通常包括客户提供的分期付款额度以及按月收取的租费,分期付款额度通常比实际购买新车的分期额度低很多。从理论上讲,租售车辆的所有权仍属于汽车经销商。为减少资金花费,很多企业为其雇员租售而非购买车辆使用。

据美国动力信息网络(Power Information Network, PIN)报道,2000年前后美国新车销售达到每年1600万辆,而租售业务量在某些月份已达到新车销售量的30%。在2008年第一季度、全球经济危机到来之前,美国汽车租赁业务也占到新车市场的22%。据动力信息网络数据显示,租售业务在2009年第三季度降至较低水平,仅占美国当时汽车零售量的10%。

在租售2~3年到期后,这些旧车去哪儿呢?当然是进入旧车市场进行再次销售。

二手车认证体系(CPO)

1999年美国汽车市场平均每月车辆租售数占到新车销售的24.4%,创造了历史最



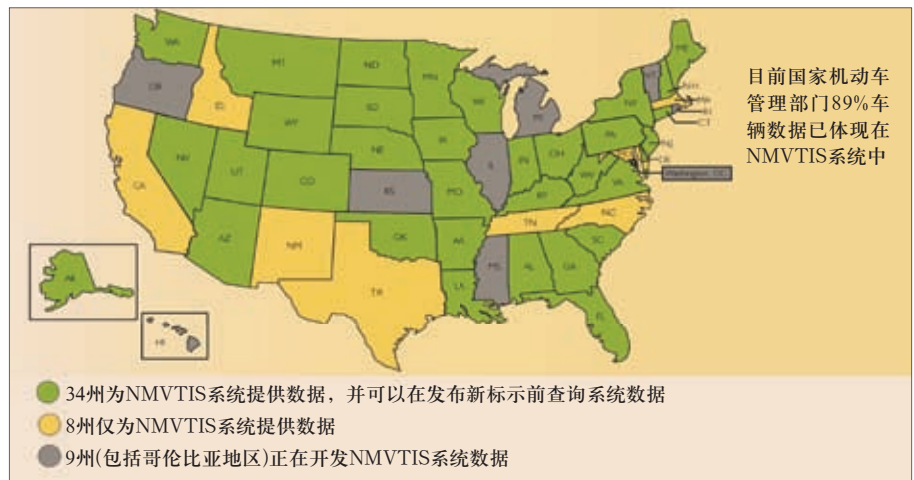
1993~2012年美国旧车市场销售统计表(信息来源: CNW研究)

高记录。租售也可以理解为: 基本全新的车辆刚到保修期, 就又回到汽车制造商手中。因此, 那个时候制造商认证二手车制度被消费者热议和追捧。

随着租售业务在市场上逐步普及和被认可, 汽车经销商和制造商意识到, 应该创建一种新模式以增大利润空间, 而不是把租售到期车辆送往租车公司或旧车市场。1980~1990年“二手车认证”标识最早应用于一些豪华车型上, 如奔驰、雷克萨斯等。现在不论品牌, 很多新车经销商同时也在推广、销售制造商认证的二手汽车。一些人认为, 认证的二手车拥有新车部分优点、旧车的溢价, 是继新车、旧车之后第三种合法销售车辆的方式。

认证的二手车通常是租售后的旧车型(上市2~5年后车型), 经销商需要将旧车“整新”后, 给予一定保修期再重新销售。通常是, 经销商经过严格检验程序发现并修正车辆出现的大小问题, 为潜在客户提供一份详细的系统检测清单。另外, 经销商还会提供一份“车辆历史记录”, 内容包括州政府汇集的车辆标题性信息以及通过警方报告获取的车辆事故公开信息。有关车辆历史记录的内容将在随后章节进行深入阐述。

与常规旧车市场购买的旧车相比, 从经销商处购买认证二手车, 消费者通常要支付更高的费用(或者保险金)。这是因为车辆通过系统检查、提供车辆历史记录、延长质保期等措施, 让消费者感到更为安全。另一个原因是, 一些消费者承担不起全新豪华车的费用, 但更容易接受“花非豪华车型的价钱、享受基本全新豪华车”的观点和理念。



美国国家机动车标示信息系统各州参与情况

另外, 认证二手车的销售为汽车制造商、经销商、保险公司提供了额外的附加收入; 二手车的认证程序也为汽车制造商提高旧车价格、扩大品牌影响、加速旧车库存周转提供了便利条件。

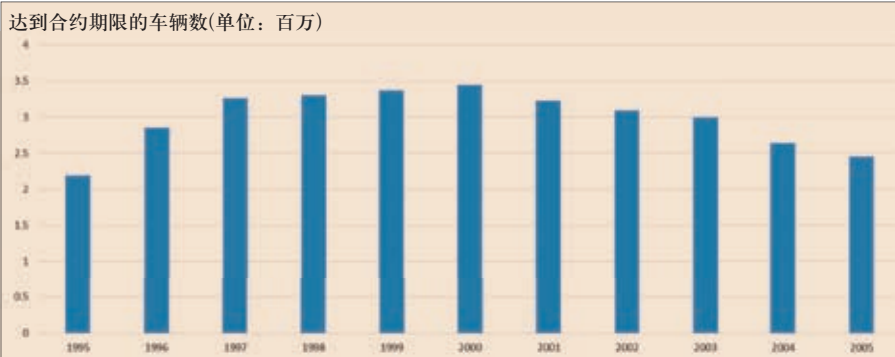
车辆历史记录

在1990~1999年期间, 因为工作关系, 我与美国汽车安全中心(CAS, 网址<http://www.autosafety.org/about-us>)有过紧密联系, 同时也负责一部分美国消费者联合会(CFA, 网址<http://www.consumerfed.org/about-cfa/overview>)方面的公共事务。美国汽车安全中心成立于1970年, 是一个专注于汽车安全与次品补偿法(即对于消费者购买汽车, 因各种因素导致车辆存在的内在不安全隐患而寻求法律解决方案)事务的游说组织。消费者联合会创建于1968年, 通过研究、倡导及教育等方式推进消费者利益, 它是美国最大的非盈

利性消费者游说机构。目前, 有近300个集团组织参与了消费者联合会, 并通过集团代表控制、管理联合会董事局。这两个机构每年预算很少, 但是影响力非常大。

毋庸置疑, 美国汽车安全中心及消费者联合会组织在引导消费者关注国家公共政策讨论方面发挥了重要作用。在上世纪八九十年代, 因为与这两个组织的工作关系, 我多次参加了有关创立国家旧车信息数据库方面的会议。建立信息数据库就是, 利用车辆独有的车辆身份号码(VIN)为消费者提供旧车交易相关的数据信息。

那个时候人们不常使用互联网, 国家收集的信息尚不能完全电子化, 使数据库收集、整理工作的开销极为高昂且不易操作。1992年生效的一项联邦法律要求美国司法部(DOJ)将负责创建“国家机动车标示信息系统(NMVTIS)”, 司法部创建的这套系统目前由美国机动车行政管理协会(AAMVA)经营, 该协会代表着美国各州机动车管理方面的利益和立场。国家机动车标示信息系统是一套电子信息系统, 用户可以查阅并核实车辆的关键标示信息以及品牌历史等。它的创立能够阻止被盗车辆在州与州贸易之间的第二次流通; 防止国家与消费者(个人及商业用途)受到欺诈; 减少了被盗车辆用于违法用途, 包括用于犯罪集团集资; 保护消费者远离不安全车辆(尤其是雨水浸泡车辆)等。(未完待续)



1995~2005年美国租售车辆的数量统计