



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(二)

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

(接上期)

国家机动车信息管理系统(NMVTIS)包括的具体信息有:

1. 以前及目前车辆所在州的所有权信息;
2. 所有权变更日期;
3. 最新里程表数据;
4. 车辆被盗记录(如果有);

5. 车况标示以及标示日期(根据各州法律,车况标示如“全损”、“残值”、“废弃”);

6. 历史残值记录(包括确定为“全损”的历史记录)。

美国联邦法律强制性规定:车辆经营企业及其代理机构,如保险企业、国家机动车所有权信息代理机构、车辆回收企业、废弃/残值车场等,需要定期向NMVTIS提交报告。另外,一些个人性质的卖主也须向NMVTIS数据库提供车辆报告。NMVTIS有责任向公众公布经过授权认可的车辆报告个人卖主名单。另外,车辆历史报告记录的数据信息还包括所有权问题验证信息(国家规定)、里程表检查数据、(保险公司的)车辆事故历史报告等。目前,全美89%的州为美国机动车

管理部门收集信息,并呈现在NMVTIS中。

尽管NMVTIS强调,车辆历史报告不能代替有资质技师对车体进行的全面检查报告,但是对于旧车消费者,在最终决定购买旧车时通常都会看一看车辆历史报告。还有一些旧车经销商把提供旧车历史报告作为卖车的噱头。新车经销商在销售认证二手车时,通常会把车辆历史报告作为各种证书、手册的一部分提供给买主。如果经销商不提供历史报告,消费者也可以通过美国国家机动车信息管理系统网站(www.nmvtis.org)获取NMVTIS授权的销售商名单,只需少量费用就可以购买到完整的车辆历史报告,或者以更低的价格买到历史报告中有关车辆主要受损情况的部分内容。

### 车辆历史报告授权公司实例 ——CARFAX

为抵制、对付里程表欺诈行为,1984年成立的CARFAX公司最早以传真形式为旧车经销商提供车辆数据。1996年CARFAX开通网站,开始为车主销售车辆历史报告。1999年该公司成为当今汽车信

息全球领导者R.L.Polk公司全资子公司。据CARFAX网站报道,2006年34%消费者购买旧车时会购买车辆历史报告。

该网站还声明:购买旧车的消费者应仔细查验车辆。因为车辆历史报告仅限于系统中提供的信息,所以它不能替代试车报告,也不能替代有资质技术人员的车辆检查报告。“CARFAX车辆历史报告”商标已注册,它将提供1981年之后所有旧车(包括乘用车和轻型卡车)的车辆历史记录。只需输入17位车辆识别码(VIN),系统将很快从上百亿的记录报告中生成消费者所需的车辆历史报告。

CARFAX在其宣传广告中称:拥有北美地区最完善的车辆历史信息数据库。其网站是北美消费者查询车辆信息时浏览的五大网站之一,每月有上百万个读者浏览。另外,全美有上千家汽车经销商是该网站注册会员,订阅此网站的信息服务。CARFAX声称,其数据信息渠道超过34000家,包括美国、加拿大每个州机动车信息代理机构、汽车拍卖行、消防、交警部门、事故车维修企业、车队管理部门、租赁公司等。

CARFAX特色服务之一是为消费者提供其独有的车辆回购保证,以降低消费者购买旧车时的风险。如果CARFAX报告没有记录机动车管理部门发布的车况信息(如残值车辆、遇火、雨水浸泡灾害、里程数),CARFAX将以售出价格从消费者手中回购车辆。另外,CARFAX还免费提供车辆残值情况检验服务,帮助消费者避免买到有问题的车辆。

CARFAX检查报告中车辆检查的内容有:重大事故、里程表更改、车主变更情况、车主拥有时长、结构性损坏、租售/个人用/出租用/警用、车辆全损情况、车辆大修、雨水浸泡、气囊展开、车辆残值情况、冰雹损伤、最后里程记录、每年行驶里程估算、车辆召回情况、质保期信息等等。

如需查阅CARFAX报告样本,请登录以下网站浏览:[http://www.carfax.com/phoenix/vehicle\\_history/SampleReport.cfx?reportName=cfxHomePage&language=en](http://www.carfax.com/phoenix/vehicle_history/SampleReport.cfx?reportName=cfxHomePage&language=en)

## 消费者保护——次品补偿法

自上世纪初,美国国内消费者权益保护出现了一波又一波的高潮,消费者权益被推到了风口浪尖,最终导致政府行为介入和消费方式改变。在此之前,所有商业领域中的贸易行为,对消费者忠告式提示都是“买家慎选”,也就是说,消费者购买的物品如果有瑕疵或不能像商家展示的那样,消费者将对此毫无办法。无论是食品、化妆品、机动车,还是其他类型的产品,消费者花了钱、商品归消费者所有,卖家对问题产品没有任何赔偿义务。当时,消费者权益的倡导者们一次次曝光残次品或有安全隐患的产品,试图用行动改变公众观点,设法建立法律与规则,要求更为安全可靠的产品。

20世纪初期,在消费者权益倡导者的积极努力下,美国建立了一批联邦政府代理机构,如联邦贸易委员会(FTC)、食品与药物管理局(FDA)、消费品安全委员会(CPSC)、国家高速公路交通安全管理局(NHTSA),所有这些机构都是为了保护消

费者权益而创办设立的。

联邦贸易委员会成立于1914年,主要职责就是推动消费者保护,减少并阻止反竞争性的商业行为。1965年在消费者权益倡导者的积极推动下,美国出版了一本关注汽车安全的书籍——《速度下的不安全》。该书主要针对汽车制造商,讲述了汽车制造商缺少对消费者安全性的关注和重视。该书出版后公众舆论反应强烈,促使1970年成立了国家高速公路交通安全管理局(NHTSA)。作为国家交通部的一部分,NHTSA的一部分职责就是“挽救生命、预防伤害、减少车辆碰撞”。在过去半个世纪里,上述两个联邦政府机构在汽车工业领域发挥了重要作用。

残次品概念在1975年之前就存在,但1975年它专指汽车经销商销售的有瑕疵的新、旧车辆时,这一概念立刻便被民众接受并熟知。美国消费者安全机构——汽车安全中心对残次车辆的定义是:车辆存在众所周知的瑕疵、缺陷或者车辆出现的瑕疵需要通过额外维修才能修正的现象。直到1975年左右,汽车制造商及汽车经销商(新、旧车辆)才开始为消费者提供“质量保证”这一做法。最初的“质量保证”都是有利于汽车制造商和经销商的,当消费者买到残次车辆,是没有任何保护的。这是前面讲到的“买家慎选”状态。

1975年联邦贸易委员会发布了一项质量保证改进法案,该法案适用于销售新、旧产品并提供质保方案的所有经营者。该法案提出了消费者保护条例,它要求制造商和经销商应该为产品提供书面质保书、服务合同及间接质保方案。当产品出现问题时,消费者将得到合法赔偿措施。该法案出台后为新、旧车辆的销售产生了巨大作用和影响。随着该法案的实施,各州相继开始接受并出台自己的残次品法案。虽然每州对残次品及残次品法案的定义稍有区别,但今天美国的50个州都已执行了某种形式的残次品法案。应该说,这些法律对于从经销商手中购买新、旧车辆的消费信心方面发挥了很大的作用。现在消费者在购买任何产品时就“好

像”没有任何保证一样。购买有质保方案的车辆(无论新车、二手车)后,一旦出现缺陷或需要额外维修的情况,消费者都将得到一定程度的保护或补偿。

浏览、查阅全美50个州残次品法案名录,请登录汽车安全中心网站:<http://www.autosafety.org/state-lemon-law-criteria>

## 美国旧车市场的今天 购买旧车的优势

在美国,大多数新车每年的贬值率在15%~20%之间,其中第一年贬值率最高。实质上,当新车驶离卖场时,其价值已低于原车价15%。汽车所有权的第一年是贬值最高时期,所以旧车的贬值率远远低于新车上述比率。据凯利蓝皮书(Kelley Blue Book®)专家介绍,一般情况下新车前3年的贬值程度最高可达原始价值的73%,最好的情况是新车3年后依然保持原始价值62%。另外,旧车车主支出的保险费用比新车车主低,其他方面的花费也比新车车主低不少。

### 旧车来源

在美国买旧车时,旧车销售有很多渠道来源如新车经销商、旧车经销商、旧车“超市”、私人车主、拍卖行等,还可以利用互联网搜索到最合适的车型及价格。这些旧车销售渠道可以帮助消费者比较车型、价格、质量、质保措施及金融方案等。

### 旧车价格

2009年为促进新车销售,报废老旧、低油耗车型,政府制定了一套旧车换现金的计划,但实施没多久就夭折了。该计划官方名称是“汽车津贴折扣制(CARS)”,其目的是创造市场对新车的需求,鼓励人们购买安全性更高、燃油效率性更好的新车。但这个计划随后出现了诸多意想不到的负面结果,如抬高了旧车价格等。因为,在这一计划刺激下,一些通常进入“二级市场”销售的车辆提前被压碎、销毁。目前(2013年)市场上老旧车型已经不多,但是需求并没有减弱。因此,旧车价格相对较高。

以下内容摘自2013年2月27日美国《时代周刊》杂志,它指出地理位置因素对旧车价格的影响。文章题目是“温和的旧车市场热得冒烟”。

目前汽车市场有趣的现象是旧车价格居高不下,而且各个地区间差异很大。《纽约时报》及carGurus.com网站的市场研究明确指出,在经销商竞争少的中等城市,旧车价格往往更高,如密西西比州州府杰克逊地区、阿拉巴马州蒙哥马利地区等。但在一些大城市,如俄亥俄州克利夫兰地区、佛罗里达州迈阿密地区,旧车价格相对较低。南佛罗里达州地区旧车价格最低,低于全国平均水平7%。为什么会出现这一现象呢?有经济学家解释说,该地区老龄人口数量较高,当这些人去世或不再开车后,他们的车辆流入市场促使该地区旧车市场价格下降。

## 旧车超市

### 旧车经销商实例之一: CARMAX

1993年CARMAX第一间旧车连锁超市开张,目前已成为全美最大的旧车销售商。CARMAX在全美100多个地区拥有连锁网络,迄今为止旧车销售量超过400万辆。据其网站介绍, CARMAX位于财富500强企业之列。在财富500强企业中,过去9年中连续被评为100强最佳雇主之一。

与新车经销商不同, CARMAX仅专注于旧车经营,为消费者提供各个年代、所有制造商、不同车型的多种选择。CARMAX经销网络遍布全美,在当地车辆缺货条件下,它将发送其他地区车辆到消费者所在区域,大大方便了消费者的选择需求。

CARMAX经营理念是(资料来源: CARMAX网站):

1. 为全国各地消费者提供成千上万辆旧车;
2. 车辆销售的价格较低,不接受讨价还价;
3. 这里的汽车质量优良,只有最好汽车才能达到标准;
4. 无论你买与不买,我们都会为你采购汽车;
5. 你将得到很好的客户服务。

### 旧车经销商实例之二: AutoNation

AutoNation公司于1995年进入旧车连锁超市市场,当时正值CARMAX提出一起诉讼官司成功结束之后。经过数年发展, AutoNation成功收购了一些新车经销商及知名的汽车租赁企业。作为值得信赖的旧车销售企业,该公司目前在美国15个州拥有265家新车销售企业,经营着32个不同品牌的车型。几年前他们引入了一套独特的“3天、240公里、保证退款”新车销售政策,在美国引起极大反响。

直到最近, AutoNation旗下一些新车经销商依然沿用原公司名称,但2013年初,该公司已宣布将在全美各地经销商网络内启用 AutoNation名称品牌。尽管在某方面它效仿了CARMAX的模式,但是统一品牌的做法在大经销商市场战略中尚属首次。AutoNation这一品牌推广方式被人们贴上了“汽车经销中的麦当劳”标签。

## 总结: 中国旧车市场的发展机遇

随着1902年奥兹莫比尔第一条装配线进入市场、1914年福特公司创新性制造工艺改变消费观念以来,美国私人汽车市场的发展已有100年多年的历史。另外,曾有学者研究鉴定,1898年在纽约卡兹基尔开业的“纽约小卡车公司”是美国第一家旧车市场。

如今在美国,旧机动车销售市场有很多不同的供应渠道和经营模式,共同支撑着美国旧机动车行业。毫无疑问,中国将发

展、研究具有中国特色的旧车市场,而市场采纳的经营模式也将适合自己的市场特色。我相信,美国旧车市场的经历、过程必将对正在蓬勃发展的旧车市场提供丰富的经验参考,并发挥重大促进作用。在中国21世纪繁荣经济形势下,绝对用不了100年就能获得美国现在的成功。

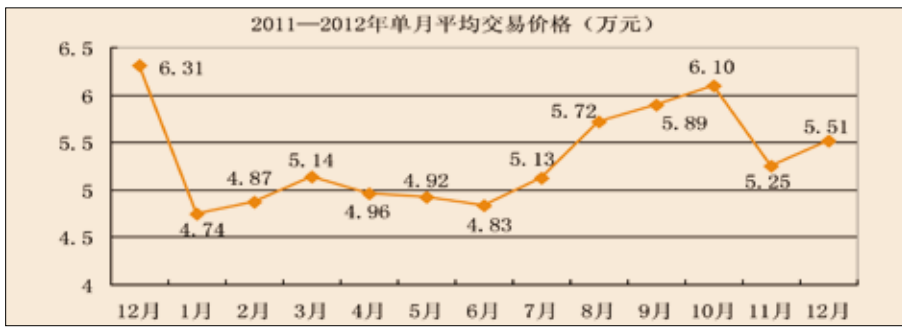
目前中国旧车市场热度已开始上升。二、三线城市GDP的增长、旧车观念的改变、交通设施的改善、个人交通的需求都是中国旧机动车市场健康发展的基石和动力。中国汽车流通行业协会的数据表明,2012年中国新车销售达到1550万辆,而旧车销售仅有480万辆。但旧车销售的增长率11%已远远超过新车7.1%的增长率。据中国汽车流通行业协会专家预测,中国旧机动车市场的交易量在未来3年多将成倍增长,年交易量有望达到1000万辆;在2020年,交易量将赶上新车销量,达到3500万辆。

在美国,旧机动车市场的销售规模大约是新车市场的4倍。如果按照中国汽车流通行业专家的预测同时参考美国旧车市场成长和发展趋势,中国旧机动车市场的发展潜能是非常宏伟而巨大的。

为使中国旧车市场发挥其巨大潜能,现在是时候强调构建一个坚实强劲的发展机制,促进中国旧机动车行业健康、稳健成长。从本文来看,无论是站在商业角度、还是消费者立场,这些方面在中国业已发展成熟。目前,以下这些方面还值得进一步去思



2001-2012年二手车季度交易量走势



2011~2012年单月平均交易价格趋势

考和探索:

1.汽车租赁: 开发一条供应渠道, 使高质量的租赁汽车进入旧车市场进行销售。

2.汽车租赁: 汽车租赁业务在中国是全新的销售概念。与贷款购车不同, 它强调消费者的短期需求。既满足没钱直接买新车的愿望, 也创造了旧车市场销售新车型(刚过租期)的需求。

3.二手车认证(CPO): CPO在中国也是一个全新概念, 我们把它归为新车、旧车之外第三类车辆销售形式(即车辆第二次转手销售, 这里译为“二手车”)。它是指:  
①租期届满的车辆; ②不再用于租赁目的租赁车辆; ③新车经销商提供的旧车。这是一

种全新的销售经营模式, 这一模式将为有质量保证书及车辆历史报告的高品质旧车, 开辟一个全新的销售市场。

4.汽车历史记录: 这在中国也是一个全新概念, 值得从商业角度深入研究。对于逐渐增多的、精明的消费者来说, 汽车历史记录能帮助他在购买旧车时做出放心决定。当然, 汽车历史报告的基础是政府率先提出公共政策, 有利于相关机构、部门收集、整理、存储旧机动车数据信息。

5.次品补偿法: 该法律是以消费者利益为出发点的公共政策, 它保护了消费者在新车以及旧车购买之后合理的利益权益。在车辆出现安全或维修方面的状况

时, 它不强调合理的时间期限, 更多的是消费者利益。

6.旧车超市: 旧车交易超级市场在中国已经存在。2010年4月我有幸参观了位于北京昌平区北七家的亚运村汽车交易市场。现场一位负责人告诉到访者, 2009年, 北京亚运村交易市场共销售14万辆新车和5.3万辆旧车。实际上, 像这样大型的“一站式”汽车交易经营模式在美国尚未出现。但是美国有一些“汽车花园”, 里面一家家个体汽车经销商经营着不同品牌的汽车销售业务, 这对消费者购车来说更轻松、简单一些。

以上几点仅是中国旧车市场值得探索和挖掘的新机遇。

需要记住的是, 如果中国旧机动车市场的巨大潜能被激发出来, 中国的汽车行业将获益匪浅, 而行业中的主角: 汽车保险公司、车辆经销商、旧车买主、科技公司、银行/租售公司、汽车租赁公司、汽车制造商、部件制造商/销售商都将受益无穷。其中, 可能是最重要的一个主角应该是消费者。请永远不要忘记消费者, 他们是行业前进的动力和支持! (全文完)

亲, 杂志也网购了!

<http://shop67390141.taobao.com>

无限惊喜 尽在其中!

在线购买月刊、合订本、《专家故障点评》等  
价格更优惠, 交易更迅捷!