

二手车交易 如何刺穿信任迷雾

近日,北京市第三中级人民法院披露了一起涉二手车买卖的消费者权益纠纷的典型案例。

市民金先生与某汽车销售公司签署销售协议,花55万余元购买了一辆二手车。购车后不久,金先生发现,车辆在行驶过程中,存在异常抖动等问题,后经检测认定车辆发生过重大事故。

由于车况信息不透明引发的二手车买卖纠纷屡见不鲜,其根源可追溯至我国二手车市场发展初期。20世纪90年代,我国二手车市场处于萌芽阶段,市场依赖“人的权威”,即找到懂行、靠谱的验车师傅——通过看漆面、听发动机、摸底盘等方式判断车况,以个人经验作为检测标准,靠熟人推荐或行业名声等口碑传递信任。

这种模式推动了二手车市场初步发展,也埋下了后续信任难题的种子。近年来,在政策引导、市场驱动和技术赋能的共同推动下,二手车逐步从一个依靠熟人关系和个人经验的“柠檬市场”,进化成为依靠标准、数据和信用驱动的现代流通产业,市场规模迅速扩大。中国汽车流通协会数据显示,2024年全国二手车市场交易量达1961.42万辆,同比增长6.52%,累计交易金额突破1.28万亿元。

由于二手车非标品的属性,让消费者像购买新车一样放心购买二手车,市场在服务、效率和体验层面仍面临诸多挑战。更深层次破解二手车信任迷雾,还需运用技术、制度和商业模式创新,尽可能降低建立信任的制度成本,并协调多方博弈达到良性平衡,让消费者购车更安心、选择更透明、权益更有保障。

标准化体系初步建立

作为全球汽车产销第一大国,我国汽车产业规模庞大。中国汽车工业协会数据显示,2024年我国汽车产销累计完成3128.2万辆和3143.6万辆,连续16年位居全球第一。而二手车市场的发展与成熟市场相比仍有较大差距,2015~2024年二手车析出率徘徊于5%~6%。与美国相比,我国二手车交易量仅为新车的0.6倍左右,低于美国的2.4倍左右,发展潜力尚未充分释放。

二手车市场有望成为拉动汽车消费和内需的重要引擎。有市场数据预测,随着新车销售与旧车置换联动,2025年国内二手车交易量将首次突破2000万辆,若延续2024年6.5%以上的增长率,2025年国内二手车交易量有望达到2100万辆。在此背景下,市场规范化重塑尤为重要。

破除信任迷雾,需通过标准、流程、制度对行业进行规范化重塑,使之可衡量、能追溯、有保障。在政策引导、市场驱动与技术赋能下,我国二手车市场从基于“关系和经验”的传统市场,逐步转变为基于“数据和合同”的现代产业。

政策规范。近年来,国家层面持续出台政策,鼓励、引导二手车交易走向透明化与规范化。2020年,国务院常务会议确定了对从事二手车经销企业减按销售额0.5%增值税征收;2021年,商务部等三部门印发了《关于推进二手车交易登记跨省通办 便利二手车异地交易的通知》,全面推动二手车便利化的交易;2022年7月5日,商务部等十七部门联合印发《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》,提出加快活跃二手车市场的三条措施,进一步明确了取消二手车限迁。

“这些政策的出台为二手车行业正规化、规模化、品牌化发展奠定了坚实的政策基础。”中国汽车流通协会荣誉会长沈进军认为,新政策的出台和实施是对二手车行业根本性的重塑和构建,推动二手车市场进入全新的发展窗口期——全面取消限迁等政策不仅促进了全国自由流通,更激发了万亿级别的市场潜力,使之成为中国汽车市场重要的内生动力。

市场驱动。在懂车帝汽车商城重庆店,记者看到,几乎每辆待售的二手车前挡风玻璃上,都可以看到一份车况检测报告。“如今,标准化检测报告已成为二手车交易的标配。”商城负责人雷宇告诉记者,消费者可通过线上查阅车况、确定意向车型,线下实地验车、试驾,降低购车顾虑。

“行业加速品牌化、规模化,让消费者对手二手车的认知逐渐从‘车贩子’转向正规企业,信任度逐步建立。”中国汽车流通协会副会长罗磊说。

技术赋能。“消费者现在更加看重车辆过往使用历史的透明性,例如维修记录与实际车况是否吻合。”雷宇说,这种差异需要平台通过更精准的检测技术来辨别。

随着OBD诊断仪、漆膜仪、AI检测、大数据车况数据库等技术广泛运用,第三方检测机构逐步建立起标准化的车辆检测服务体系,为交易双方建立了相对客观的评估基础。



山东枣庄二手车交易中心待销售二手车(2025年7月14日摄) 新华社发(孙中喆摄)

二手车交易体系三大瓶颈

记者在调研中发现,尽管在政策规范、市场驱动、技术赋能下,二手车行业已初步建立起标准化交易体系,实现了从“靠关系”到“靠制度”“靠标准”的转变,但制约其迈向高质量、规模化发展的深层瓶颈依然存在。

这些瓶颈主要体现在标准化体系本身、配套服务保障及产业生态结构层面,反映出二手车非标品属性与市场标准化规模流通之间的矛盾。

标准体系不完善。“行业痛点之一在于检测标准不统一。”多位受访者告诉记者,市面上的大型检测机构由于评估尺度、项目覆盖、技术手段差异,提供的检测项目在200~400项不等,“一车多报告、结果各不同”的现象时有发生,报告之间缺乏互认性,消费者难以抉择,无形中削弱了标准的权威性。

“统一的标准还需国家层面牵头制定。”雷宇说,当前国家层面对二手车检测及数据公开的标准仍需进一步完善,尤其事故车认定标准有待细化。例如,国标未对缺陷内容进行量化,团标和企标对此尺度把握不一,存在同一辆车有两种判定结果的情况。

此外,当检测报告出现差错,消费者购车后遭受损失时,“谁负责、怎么赔”仍是模糊地带。受访者认为,尽管头部机构已推出赔付承诺,但全行业范围内成熟、透明、高效的售后赔付机制尚未建立起来,检测报告的公信力仍待提升。

配套服务体系建设滞后。二手车市场的交易环节已初步实现标准化,但交易前后的服务与保障体系却未能同步发展,滞后于市场规模扩张的速度,成为消费体验的短板。

一方面,售后保障与责任不清晰。记者发现,不同卖家的质保与延保服务在条款范围、期限长短、理赔流程等方面存在差异,部分卖家服务限于本地,无法形成全国联保。这导致消费者,尤其是跨区域购车的用户,需要承担较高的售后风险,后顾之忧并未根本消除。

另一方面,金融支持存在抑制现象。沈进军说,相较于新车,二手车的贷款利率更高、审批流程更复杂、放款门槛也更严格。

产业生态碎片化。二手车市场在供给端分散,其非标特性与消费者对标准化、品牌化商品的需求之间,存在矛盾。稳定、高品质、可规模化的车源供给不足,品牌化、连锁化的零售模式发展易受限。

此外,数据孤岛现象仍存,且伴随新能源汽车占比提升,数据孤岛问题正从传统维修记录延伸到三电系统,成为行业透明化的主要瓶颈。杨煜表示,新能源汽车的核心部件——电池的健康度评估缺乏统一标准。雷宇认为,解决数据孤岛问题需要“联动所有汽车厂商、4S店及国家统一标准”,实现行业数据打通。目前,即便平台通过自有检测保障车况透明,消

费者仍对获取完整、一致的车辆历史信息心存疑虑,而新能源汽车电池评估的不确定性更加剧这种担忧。

更深层次破解信任迷雾

二手车市场面临信任难题,核心在于车辆非标品属性与消费者对透明信息的迫切需求之间存在矛盾。解决这一问题,需从技术手段、制度建设和商业模式三个维度协同推进,构建更加规范、高效的行业生态。

技术手段打破信息不对称。当前二手车交易中,车辆历史数据分散,特别是新能源车的电池健康度、智能系统性能等关键指标缺乏统一评估标准。

对此,沈进军呼吁建立覆盖车辆全生命周期的数据平台,整合汽车生产、保险、维修等环节的信息,实现从新车销售到报废回收的全流程可追溯。

杨煜认为,应推动汽车厂商开放电池、电机、电控等核心数据接口,在保护隐私的前提下提高信息透明度。在检测环节,杨煜建议采用动态充放电测试、激光建模等新技术,替代传统检测方式,提升评估的准确性和效率。这些技术手段的运用,有助于将二手车从“一车一况”的非标品转变为数据可量化、评估可复制的标准化商品。

制度建设规范市场秩序。完整的信任体系需要法律、保险、金融等多方协同,但构建这套系统的制度成本高、周期长。受访者认为应加快制度建设步伐、降低社会信任成本。

具体来看,罗磊建议,修订《二手车流通管理办法》,明确要求披露车辆维修记录、电池衰减情况等核心信息,同时取消新能源车“首任车主权益”等限制性条款,让第二任乃至后续车主有权享受质保、免费充电、软件升级等核心权益,保障二手车流通的公平性。

沈进军认为,应加大对篡改里程表等欺诈行为的处罚力度,通过提高违法成本遏制行业乱象。商务部国际贸易经济合作研究院党委委员、流通与消费研究所所长董超建议加强市场监管,联合多部门打击隐瞒事故、虚假拍卖等违规行为。

模式创新提升消费体验。二手车产业链涉及个人卖家、车商、平台、检测机构、金融机构等多方主体,各自诉求差异明显。这种复杂的博弈关系加剧了数据孤岛现象。针对这一问题,受访专家建议通过商业模式创新来平衡各方利益。

沈进军认为,可推广B2B拍卖模式,提高车源流通效率,发展融资租赁业务,通过“以租代售”降低消费者的购车门槛。罗磊建议,行业应转向服务驱动,倡导企业将服务承诺(如回购保障、全国联保)和数字化体验(线上看车、远程认证)作为核心竞争力,通过提升用户体验重建消费者对二手车行业的信任。

(据新华社9月15日电《瞭望》新闻周刊记者 钱沛杉)