



# 二手车市场释放千万辆级置换空间

即将开始的新一轮“以旧换新”，不仅车企提前加大置换补贴力度谋求新车增量，二手车及老旧车淘汰也将迎来增长空间。国务院近日印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》)提出，到2027年，不仅二手车交易量将较2023年增长45%，报废汽车回收量也将较2023年增长约一倍。作为拉动国内存量汽车市场的关键之一，此前车辆限迁、征税办法束缚及临时产权登记缺位等阻碍二手车流通的痛点被相继打通，但去年起持续的新车价格战，则让二手车商面临二手车收车价下行动、车辆售价走低现状。面对新一轮“以旧换新”启动后大量置换型二手车流入市场后，该如何再次释放二手车流通新动能，业内人士认为，二手车商可以从经营端入手，提升服务水平和售后水平，让车况更透明，让消费者买车更放心。



## 新车“卷伤”二手车

新车价格战引发的蝴蝶效应，改变着二手车市场交易格局。

据中国汽车流通协会(以下简称“流通协会”)统计，去年国内二手车交易量为1841.33万辆，比上年增长14.88%。去年初，据流通协会会长助理罗磊预测：“全年二手车市场增长将不会仅满足于10%，交易量冲击2000万辆大关也不无可能。”显然，1841.33万辆的交易量未达预期。对于去年二手车市场，流通协会信息部副主任陆广智总结为“淡季不淡，旺季不旺”。

去年起，新车市场价格战开打，对二手车销量及价格均产生一定冲击。据统计，去年二手车平均交易价格为6.41万元，比上年下滑约2000元。流通协会方面表示，去年二手车平均交易价下滑，主要受上半年均价偏低影响。尽管，今年1月二手车市场均价有所提升，但与2022年同期相比仍相差8700元。

“在新车频繁降价、车企突然官降影响下，目前二手车商收车谨慎，遇到近期降价的车型，对于该车型的二手车均选择观望，生怕收车后新车继续降价导致二手车价格再出现价差。”一位二手车经销商负责人透露，去年整体利润仅为2022年的1/3。据了解，新车持续降价不仅让二手车价产生波动，也相应拉长二手车库存周期。上述二手车经销商负责人表示：“新车降价让不少想购买二手车的消费者，开始同时观望新车及二手车价格走势。”数据显示，今年1月，二手车库存周期15天—30天的企业占比为50.9%，环比增长2.2%；今年2月，二手车平均库存周期为59天，环比增长1天。

走量市场被新车“卷伤”，二手车商开始将利润点锁定精品车源。“目前，部分4年—6年车龄、行驶里程在5万公里以内车况良好的精品二手车成为二手车商追捧的对象，甚至会出现车商间竞价的情况。”在二手车商孙利(化名)看来，相比受新车价格下降影响较为明显的准二手车，车龄较长但行驶里程较少的精品二手车并不受影响，二手车商在交易周期可控的同时还能保证一定交易利润。

“比如广汽丰田凯美瑞，车龄1年的准新车收车价约19万元，但车龄5年行驶里程不高的车型，收车价约15万元。”孙利表示。值得一提的是，不仅二手车商追捧精品二手车，传统车企及造车新势力也入局该领域，比亚迪、蔚来、理想等均推出精品二手车业务。以蔚来为例，去年三季度财报显示，蔚来其他业务(包括二手车销售)营收同比增长55%。

## 提服务谋增量

机遇不可求的精品车源能够让二手车商保证利润，但面对“以旧换新”即将产生的大量二手车，如何提升二手车市场整体交易量，成为关注焦点。《行动方案》提出，到2027年二手车交易量较2023年增长45%。这意味着，二手车辆交易将达2700万辆。对此，瓜子二手车高级副总裁王晓宇认为：“按照如此明确且巨大的增长目标，对二手车行业来说机遇与挑战并存。继续挖掘市场潜力并激发消费者购车热情，放心消费变得更加重要。”

事实上，除新车降价等外部因素外，二手车市场信息不透明、缺乏规范、虚假检测等，也成为行业亟待解决的问题。“二手车从业者在经营中，应做到让消费者‘敢买，放心用’。”北京市汽车流通行业协会副会长蔡海员认为，“敢买”的前提是车况透明，消费者了解真实车况，即便车辆出现问题知道去哪修、修理费用是多少，才能安心购车。“放心用”即售后服务，只有让消费者买得放心，今后在用车中没有后顾之忧，让消费者在二手车行业产生信任，才能让整个行业活跃起来。

据了解，头部二手车企业及平台已先行先试。其中，今年3月，瓜子二手车升级“先试7天再买车”并推出“快递式”送车上门服务，全国超200座城市消费者体验到一站式选车、试车、购车的二手车电商服务。王晓宇表示，允许用户在免费试驾7天后决定是否购买，这不仅确保车况的完全透明，还有效促进消费者的决策效率。同时，提供免费送车上门并现场办理手续的服务为用户提供便利，并通过快速配送提高库存周转率，加速二手车全国流转。

激发消费者放心购买、愿意买是一方面，为二手车市场寻找更多流通方向同样重要。《行动方案》提出，要大力发展二手车出口业务。“二手车出口是重要发展机遇。”蔡海员认为，二手车市场发展一定阶段就要走向出口。数据显示，从2019年启动二手车出口以来，出口量持续攀升。2021年二手车出口量为1.5万辆，2022年升至6.9万辆，增长约360%。

虽然国内二手车出口猛增，但相较日本、韩国等仍有差距。蔡海员建议，进一步提升我国二手车的出口竞争力，可以通过例如制定二手车出口退税等政策，帮助二手车出口企业实现规模化。同时，相关部门可通过与有进口二手车需求的国家搭建对接平台，让二手车出口更加顺畅。

## 百万辆级“淘汰”空间

在促进二手车交易动能的同时，作为“以旧换新”另一关键环节的老旧车淘汰，同样将为新车置换提供增量空间。

《行动方案》中提到，严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准，依法依规淘汰符合强制报废标准的老旧汽车。对此，流通协会副秘书长郎学红表示：“一些老旧车型在二手车市场中已无太多交易和流转价值，车辆残值可能仅为几千元。如果在车辆报废更新方面制定相关支持政策，这些车辆可能会进入报废流程，这不仅能够为新车提供购买空间，还能进一步减少污染物排放。”

老旧车淘汰带来的新车增量空间十分可观。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树发文称，2008年车市销量为567万辆，2017年升至2420万辆，车市销量爆发式增长。从更新和报废角度看，目前已进入报废高峰阶段。按照车辆用15年进入报废期进行计算，去年乘用车报废数量约567万辆，今年为800万辆，2025年为1133万辆。《行动方案》中也提出，到2027年报废汽车回收量将较2023年增加约一倍。在崔东树看来：“车辆换购和报废更新的比例相对来说都是极高的，因此报废更新与换购成为车市的主要增长动力。”

(据《北京商报》)