

中国二手车出口态势、挑战与突破路径

李晓依, 许英明

(商务部国际贸易经济合作研究院, 北京 100710)

摘要: 推动二手车出口是促进国内汽车消费升级的重要路径, 也是培育外贸新动能的重要举措。2019年中国二手车出口正式启动以来, 试点范围不断扩大, 出口规模持续增长, 出口目的地多元化发展, 但也普遍面临着车源收购成本高、车辆信息不透明、各地迁入标准执行不一、新能源汽车不能通过铁路运输、转移待出口“不可逆”等挑战。为此, 从推动形成汽车产业国内国际双循环背景下, 提出了四个方面的建议。

关键词: 二手车出口; 消费升级; 典型做法; 突破路径

中图分类号: G420 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-4513(2021)-00-053-07

引言

推进二手车出口作为培育外贸新动能的重要举措, 不仅有助于化解国内过剩产能, 促进汽车产业流通, 带动汽车消费升级, 还能促进汽车零部件以及汽车养护、改装及维修服务的出口, 同时有效减少国内报废拆解数量, 缓解国内环保压力, 对促进达成碳达峰、碳中和“双碳”目标有积极作用。中国是全球第一大汽车产销国, 汽车产量占全球汽车产量的30%左右, 2020年末, 中国汽车保有量达到2.81亿, 超过美国跃居全球第一。与美国、日本等发达国家相比, 二手车在中国的市场认可度还处于正在提升的过程。近年来, 中国二手车交易规模持续增长, 占新车成交量的比重不断提高, 二手车电商交易平台不断涌现。2020年, 中国二手车交易量达到1434.21万辆, 占新车成交量的比重从2011年的23.9%增长到56.7%。随

着各地汽车排放标准不断升级, 国Ⅲ、国Ⅳ等高排放汽车加快淘汰, 为二手车出口提供了丰富的车源。中亚、东欧、中东、非洲等“一带一路”沿线区域对二手车需求旺盛, 是中国二手车出口的重要潜在市场。东盟地区是全球第五大汽车市场, 有巨大的发展潜力, 2021年3月在区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的推动下, 中国与东盟成立汽车行业委员会, 二手车出口业务成为重要议题。2019年, 中国正式启动二手车出口业务, 按照发达国家二手车交易规模是新车的两倍、二手车出口规模占二手车交易量的10%左右推算, 未来, 中国二手车出口有望突破百万辆, 二手车出口将进一步推动中国汽车产业形成国内国际双循环发展格局。

一、中国二手车出口现状和发展态势

中国二手车出口业务启动以来, 出口试点范围不断扩大, 二手商用车和新能源汽车需求

收稿日期: 2021年05月15日

作者简介: 李晓依(1988-), 女, 河北衡水人, 助理研究员, 主要研究方向: 国际贸易。

通讯作者: 许英明(1980-), 男, 河南周口人, 研究员, 主要研究方向: 国际贸易、区域经济。电子邮箱: yingmingx@163.com

基金项目: 世界银行“中国经济改革促进与能力加强项目”(TCC6)子项目“促进中国对外贸易高质量发展政策研究”(A49-2020)。

强劲，有良好的发展前景，但出口规模和平均出口单价与发达国家相比还有很大差距，中国二手车出口仍处于起步和摸索阶段。

（一）中国二手车出口试点范围不断扩大

2019年4月，商务部、公安部和海关总署联合印发《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》。5月，三方共同召开二手车出口专题会议，正式启动二手车出口业务，北京市、天津市、上海市等10个省市成为首批试点地区，50余家企业成为首批二手车出口试点企业。2019年10月，商务部等部门再次联合下发《加快推进二手车出口工作有关事项的通知》，简化出口二手车转移登记手续，二手车出口许可证由“一车一证”改为“一批一证”，二手车出口适用全国通关一体化模式。2020年11月，新增河北省唐山市、山西省太原市等20个市州为第二批二手车出口试点城市。全国开展二手车出口业务的地区达30个，覆盖25个省（自治区和直辖市）（见表1），各试点地区陆续出台地方性二手车出口促进政策，企业可自主选择出口报关地和出境口岸。2021年2月，商务部发布《商务领域促进汽车消费工作指引》，全面取消二手车限迁政策，大力促进汽车消费循环。2021年3月，商务部发布《二手乘用车出口质量标准》《二手商用车及挂车出口质量标准》两项行业标准征求意见稿，向社会公众公开征求意见。二手车出口试点范围不断扩大，政策支持体系不断完善，但中国二手车出口仍处于起步阶段，制约出口的政策障碍依

然存在，在各个环节仍面临多重挑战。

（二）中国二手车出口规模快速增长

2019年是中国二手车出口启动元年，中国实现二手车出口3036辆，出口金额1486万美元，平均出口单价约4900美元，出口至贝宁、吉布提、安哥拉、柬埔寨等30多个国家和地区，非洲国家占比接近80%。2020年，受到新冠肺炎疫情影响，在国际市场需求下降、海运运费大幅上涨的不利形势下，首批10个试点省市实现二手车出口4322辆，出口金额2081.3万美元，平均出口单价4816美元，出口目的地扩大到俄罗斯、柬埔寨、埃及等80多个国家和地区。其中，广东省、北京市、山东省（济宁市）、青岛市、浙江省（台州市）二手车出口量位居前列（见图1）。

（三）国际二手商用车市场需求强劲

工业发展较为落后的国家在工程建设驱动下对商用车需求强劲，中国二手商用车呈现出供不应求的态势。中国商用车在非洲、东南亚、中亚以及南美地区的发展中国家性价比突出，有较强的竞争力，每年出口量占中国汽车总出口规模的30%左右。根据中国汽车工业协会，2021年1-8月，中国出口商用车26.5万辆，主要是载重车、特种用途车和大中型客车。二手车出口业务启动以来，中国二手商用车以其良好的质量、相对低廉的价格受到欠发达地区的欢迎，出口目的地主要集中在吉布提、埃塞俄比亚、马达加斯加等东非国家以及尼日利亚、

表1 二手车出口试点地区

试点批次	试点地区
第一批 (10个地区)	北京市、天津市、上海市、广东省、浙江省台州市、山东省济宁市、陕西省西安市、四川省成都市、青岛市、厦门市
第二批 (20个地区)	河北省唐山市、山西省太原市、内蒙古自治区鄂尔多斯市、辽宁省沈阳市、吉林省长春市、江苏省南京市、浙江省义乌市、安徽省芜湖市、福建省福州市、江西省宜春市、山东省枣庄市、河南省郑州市、湖北省武汉市、湖南省株洲市、广西省柳州市、海南省海口市、重庆市、新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州、大连市、宁波市

资料来源：根据公开资料整理。

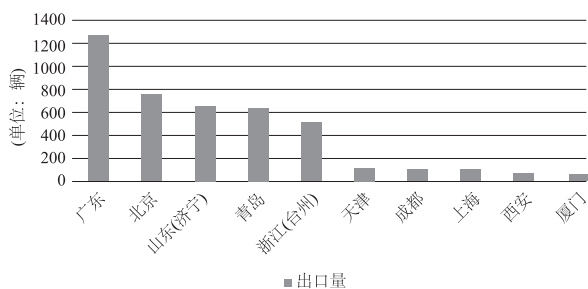


图1 2020年首批试点城市二手车出口规模

资料来源:根据调研材料及公开资料整理。

加纳等西非国家,取得了良好的市场反响和经济效益。

(四) 国际二手新能源汽车市场前景良好

中国自有品牌新能源汽车发展起步较早,产业体系健全,技术优势和价格优势突出,涵盖高中低各个档次,比亚迪、东风、小鹏、爱驰等中国品牌新能源汽车先后出口欧洲,但国际市场认可度与外资、合资品牌相比仍有很大差距,特别是高端品牌国际竞争力较弱。根据中国汽车工业协会,2021年1-8月,中国新能源汽车出口17.3万辆,其中国产特斯拉出口9.7万辆,市场占比接近六成。目前,中国二手新能源汽车出口以展车、试驾车、库存车等准新车为主,主要为一汽奥迪、北京奔驰等合资汽车品牌,自主品牌占比较小。近年来,欧洲实行严格的碳排放政策,大力推动能源转型发展,持续加大新能源补贴力度,成为新能源汽车出口重要潜在市场。蔚来、理想、小鹏等新能源汽车自主品牌陆续提高出海目标,加快海外营销网络建设,加大技术研发投入,品牌国际影响力不断提升。当前由于运输条件的限制,中国二手新能源汽车出口量较小,但在全球加速低碳转型的背景下,有很大发展潜力。

二、中国二手车出口面临的主要挑战

中国国产和自主品牌的二手车在价格和质量上,与发达国家相比还有较大差距,自主品牌缺乏国际认知度,部分海外消费者对中国品牌还存在一定的疑虑和偏见。二手车出口试点企业大多规模较小,市场经验不足,国际营销和售后服

务网络不完善,在国际市场的业务开展仍处于摸索阶段,在出口各个环节仍面临挑战。

(一) 车源:收购成本高,车辆信息不透明

中国汽车工业起步较晚,汽车制造成本相对较高,目前新车销售综合税负率为23%(增值税13%,购置税10%),二手车特别是二手乘用车收购成本高,并且缺乏相应的退税政策,加之出口报关、海运费、进口关税等费用,二手车出口综合成本较高。公交车、垃圾车等公共服务特种车辆属于国有资产,报废后需要通过统一的招拍挂流程进行处置,拍卖手续繁琐,而二手车出口试点企业没有资格参与二手特种车辆交易,只能从主机厂收购整修完毕的整备车,进一步提高了收车成本。高昂的收车成本导致出口利润过低,企业难以盈利,严重影响企业开展二手车出口业务的积极性。中国二手车市场尚未建立完善的诚信交易体系,收车渠道分散,车辆来源复杂,质量及标准不统一,车辆信息不透明、档案系统不完善问题突出,隐瞒事故车、水泡车的事实或篡改里程表的现象时有发生。为保障车辆质量,企业需要自主搭建质量检测平台,有些车辆还需要回到主机厂检修,极大提高了企业成本。二手车整备是车辆出口前的必经流程,但目前车辆评估不够规范,车辆整备缺乏行业统一规范标准,品控不一可能会引发行业负面口碑,不利于中国车辆形象建立和品牌培养。另外,国内车源供给与国际市场需求不匹配问题突出。非洲等欠发达地区对价格高度敏感而对车况要求不高,二手商用车进口最多的是国Ⅱ、国Ⅲ标准。目前中国国内国Ⅱ、国Ⅲ商用车淘汰速度加快,存量车源急剧减少,车源供应严重不足,而替代车型在海外的接受程度仍需较长时间的培养。

(二) 流通:异地流通不畅,转移待出口“不可逆”

二手车“限迁”政策已于2021年2月全面取消,但各地执行标准差异较大。如福州、石家庄等地是以国Ⅴ(含国Ⅴ)以上排放为标准,

合肥等地是以国 IV（含国 IV）以上排放为标准，而成都等地是以迁入车辆尾气检测为标准，致使二手车异地流通受阻。铁路运输限制阻碍二手新能源汽车出口。中亚国家和中东欧国家是中国二手车出口的重要市场和潜在市场，中欧班列是连接中亚和中东欧高效便捷的国际物流方式，但根据规定，新能源汽车的蓄电池属于易燃易爆物品，无法搭乘中欧班列，只能通过陆运拖车等方式运输，企业运输成本加大，时效性大幅下降，影响市场竞争力。二手车转移待出口手续“不可逆”，导致车辆积压。按照规定，二手车出口必须办理转移登记证和临时号牌等“转移待出口”程序，2020年以来受到新冠肺炎疫情等因素影响，原有海运航线装船发运大幅缩减，船运费翻了2至4倍，导致原计划出口车辆难以按时发运，出现积压情况，而已办理“转移待出口”手续的车辆无法转成内销，只能办理报废，对中小型二手车出口企业造成较大成本压力。

（三）出口：尚无独立海关编码，信保支持需加强

目前二手车没有独立的海关编码，在每个海关的审核标准有时不一致，影响出口时效。二手车整车出口需要得到主机厂的授权，未得到授权的车辆无法报关，更换重大零配件也需要得到主机厂认可，授权申请过程较为繁琐。不同主机厂对二手车出口的态度不同，特别是合资整车厂的外方担心二手车的出口会冲击新车在当地市场的销售，以及在汽车整备缺乏统一标准的情况下，在汽车翻新、整备的过程中可能会产生新的缺陷，导致汽车品牌形象受损，二手车出口企业得到主机厂授权的难度较大。采购二手车的国家大多外汇管制严格或外汇短缺，难以从本国一次性汇出全额美金，中信保根据企业上年的出口额给予出口信保额度，信保额度较低，企业承担的违约风险较大。

（四）售后：服务网络不健全，尚未形成完整服务链

二手车出口试点企业在海外市场尚未实现

销售和售后服务的渠道搭建。目前，企业主要以接受散单、与当地渠道商合作为主，尚未形成规模化、常规化、标准化出口。部分企业尝试了“海外仓”寄售模式，效果还有待观察。二手车一车一况，更需要强大的配件供应链和售后服务支持，车龄较长的汽车零配件还可能已停产，但二手车出口企业在海外售后服务网络不完善，弥补这一短板需要大量的前期投入。目前中国缺少针对二手车出口的融资扶持项目，二手车运输成本较高，出口周期长，企业资金链受到较大考验。大部分试点企业对二手车出口业务缺乏实操经验，二手车出口涉及的检测、结算、仓储、运输、保险、售后等多个环节还没有形成完整的链条。

三、发达国家推动二手车出口的典型做法

日本、美国、韩国等国家在国际二手车市场深耕多年，已经形成了政策法规健全、管理体系完善、检测评估规范、流程便捷高效的交易模式，树立了良好的国际声誉，受到消费者的广泛认可，2020年全球出口规模分别达到130万辆、110万辆和30万辆，是二手车行业发展的成熟模版。中国应学习和借鉴日本、美国等国家的丰富经验，加快推进二手车出口高质量发展。

（一）二手车出口政策保障体系完善

美国和日本政府对二手车交易干预较少，主要由行业协会进行行业管理和行业自律、制定行业标准。政府及行业协会出台了多项法律法规和规章制度规范二手车交易市场，严格限制二手车经营主体准入条件，大力整治违规交易，为二手车出口提供了制度保障和政策支持。例如，日本车检制度严格，检查项目多、费用高，变相促使车主更换新车，汽车年检时会同时记录里程表示数，车辆出口时，最近两次车检记录的里程数将记载在车辆的注销文件以及出口许可证书上，以防止里程表被篡改。日本《汽车报废回收再利用法》规定，车辆购买者需

为车辆支付高额的报废费用，而对于用于出口的二手车，出口商可以申请返还这笔费用，有效降低二手车出口成本，提高了企业开展二手车出口业务的积极性。

（二）二手车检测评估体系严格规范

美国、日本、德国等国家二手车行业相关协会制定了二手车评估标准并定期发布二手车价格指导手册，本土培育并引进了多家第三方独立检测机构，建立了严格规范的二手车检测评估体系。日本引入日本自动车查定协会（JAAI）、日本汽车出口检验中心（JEVIC）、英国 INTERTEK 检测公司等国内外二手车检测评估机构，建立了成熟的车辆检测人才培养体系，检测结果准确性高、公信力强，受到国际广泛认可，可以满足不同进口目的地的检测要求。

（三）二手车车辆信息查询透明便捷

各大二手车经销商都搭建了信息完善的线上购车平台，透明展示车辆库存、车龄、里程、配置等信息，实时确认在售车型，有效解决二手车流通过程中信息不对称的问题，并提高了交易效率。美国、日本等国家还建立了面向消费者开放的车辆信息查询平台，消费者可凭借每台车辆对应的车辆识别代号（VIN 码）在网站上便捷查询全国车辆自出厂以来的历史价格、行驶里程、维修记录等全过程信息。美国独立的汽车评估公司 CARFAX 为每辆汽车建立了车辆历史档案，档案内容包括所有权及变更、里程数、尾气排放检验结果、维修、抵押、事故记录等重要信息，信息来源包括生产商、使用者、管理检验部门、消防与警察部门、车辆保险公司、租赁拍卖公司等多个渠道，确保车辆历史信息的全面性和准确性。

（四）二手车出口配套服务体系完善

经过多年发展，美国、日本等国家围绕二手车出口业务的运输、保险、结算、售后等配套服务完备，构建了二手车出口全链条服务体系，保障交易安全高效，为企业和消费者提供

便利。日本二手车出口交易服务平台 JAPANESE CAR TRADE（JCT）汇集了日本上千家二手车出口商的车辆信息和各进口国的准入政策，信息完善透明，操作简单便捷，为海外买家提供日本二手车购买一站式服务。二手车出口企业在主要出口落地国家设立了比较完善的零配件供应和维修售后体系，企业在当地自建售后服务和维修网点，或者与当地二手车零部件经销商建立业务合作，客户通过服务平台即可满足购买零部件的需求。日本最大的二手车出口商之一 BE FORWARD 在坦桑尼亚、赞比亚、南非、巴基斯坦等主要出口目的地有 30 多家分支机构，并与当地零部件经销商建立了业务合作，为消费者提供便捷高效的售后服务。

（五）实施出口退税制度或补贴政策

美国、日本等国家针对二手车出口实施相应的退税或补贴政策，提高了企业的出口积极性。日本二手车出口退 8% 消费税，德国二手车出口退 19% 增值税，美国对二手车出口的税收不征不退。韩国对二手车交易税费和运输费用进行补贴，政府将二手车交易业定为“适合中小企业从事的行业”，对于汽车生产商等大型企业进入市场设定了一定的限制，针对中小企业在交易税费、运输费用方面提供一定的补助。目前中国尚未推出二手车出口领域的退税政策，国家层面也没有相应补贴政策，一些地方政府给予一定的补贴但金额较少。

四、加快推动中国二手车出口的路径选择

中国二手车出口的发展还需要长时间的培育过程，政府应该学习和借鉴日本、美国等汽车产业发达国家的先进经验，不断完善二手车出口政策支持体系，从各个环节协同发力，推动二手车出口加快发展。

（一）搭建信息平台，推动二手车信息公开透明

借鉴日本和美国等国家推动二手车出口的

国际经验，以行业协会或者龙头企业牵头，搭建“二手车查询和交易信息交流平台”，联通公安、交通、商务等部门的车辆信息，推动二手车信息公开透明。完善信息查询平台功能，建立二手车交易诚信维权模块，支持消费者凭借车辆VIN码在平台上查询车辆历史信息、质量信息、事故情况、维修情况等，有效解决二手车流通中的信息不对称问题。加强二手车出口业务监管，对二手车设立独立海关编码。各地政府应将出口质量放在首位，从资金规模、车源渠道、海外服务合作等方面严格筛选试点企业，并加大对二手车出口企业失信行为的惩戒力度，建立企业黑名单制度，对出现伪造产权证明、篡改里程表等严重违规行为的企业，取消二手车出口资质。

（二）丰富二手车车源，推动二手车规模化出口

充分发挥中国汽车流通协会、中国拍卖行业协会等行业协会作用，推动完善和实施《二手乘用车出口质量标准》《二手商用车及挂车出口质量标准》，加强二手车检测人才队伍培育，严格把控二手车出口质量。为长库龄新车（合格证过期）、内部测试车辆，以及因产能过剩或海外订单取消的低排放标准（欧2、欧3）新车，在国内办理上牌手续（仅办理临牌，并马上办理“转移待出口”，不缴纳车辆购置税），以二手车出口进行多渠道消化。加强省级商务、公安、环保等部门的沟通协调，促进出台国V库存次新车转户出口相关政策。在油改气、气改电过程中淘汰的许多车辆尚未达到报废标准，不再强制要求拆解，经质量检验或整修后，将具有一定出口价值的车辆由二手车出口企业出口，降低主机厂回收成本。复制推广浙江省做法，允许二手车出口企业参与公共服务领域特种车辆转让和竞标等处置，所购特种车辆专供出口。将出口试点企业名单纳入海关主机厂品牌授权名单，对符合质量标准的二手车出口，不强制要求匹配原厂零部件或要求原厂授权。推动二手车出口许可证无纸化办理，进一步提高办证效率。

（三）实施出口退税，加大政策支持力度

参照日本、德国、美国等国出口退税政策，以新能源二手车出口为切入点实施出口退税。鉴于二手车交易税收管理存在难点，可基于新能源二手车增值税和车辆购置税发票比较齐全，探索新能源二手车出口退税，也可对所有二手车出口以车辆购置税“折旧”退税，降低二手车出口成本，增强国际竞争力。加大对二手车出口企业开拓国际市场、建设海外营销网络和售后服务网络的融资信贷支持。引导地方政府在二手车市场培育期出台鼓励支持政策，目前广州、成都、天津、浙江等地方政府已给予试点企业二手车出口每台车辆2000元~10000元不等的补贴政策。复制推广浙江“将二手车出口纳入老旧汽车淘汰政策支持范围”的做法，将“出口换新”视作国内的“报废换新”，享受“报废换新”奖励政策，加快存量汽车更新速度。开展二手车出口保税业务，鼓励二手车出口试点企业根据海外市场预期，提前将新能源汽车备货至综合保税场地再进行海外营销、分批出口的业务模式（二手车入保税场地即可视为出口——境内关外），节省企业成本，加快资金回笼。分类解决转移待出口“不可逆”问题，回归二手车商品属性，对符合国内流通要求的，允许转为内销，缓解出口企业经营压力；对不符合要求的，督促出口企业及时报废拆解，并办理注销登记。复制推广“义新欧”运输新能源二手车做法，在安全可控的情况下，只要符合车辆安全技术标准的，可不强制要求车电分离，以整车形式搭乘中欧班列运输。加强出口信保保障，创新出口信保产品，拓展一般贸易小微企业信保统保范围，适当提高较大规模二手车出口订单的信保额度。

（四）引导企业加强合作，完善海外售后服务

联合商务、车管、海关、中信保等部门，加强对二手车出口企业出口风险、外汇结汇、信用风险管理等方面的业务培训与指导。引导企业加强交流合作和信息共享，建立二手车出口联盟，共同开拓国际市场，提高物流议价能

力,促进海外仓共建、共享。充分发挥自身比较优势,重点关注非洲、东南亚、中亚等“一带一路”区域国家和欧洲市场,大力推动二手车商用车和二手新能源汽车的出口。鼓励二手车出口企业与海外二手车交易平台或二手车经销企业合作,搭建二手车出口交易服务平台,促进与国际市场产销对接,降低渠道成本。引导二手车出口企业与主机厂合作,共建共享整备维修中心,完善海外售后服务网络,提高售后服务质量,提高中国二手车的品牌竞争力。

参考文献:

[1] 陈可思,陈紫嫣,宋王军,等.二手车市场生态环境构建——基于中外对比的研究[J].中国市场,

2016(5):77-79.

- [2] 成都市统计局.成都二手车流通市场日益繁荣 综合施策有望进一步激发市场活力[R].成都统计分析(第44期),2021-6-1.
- [3] 高运胜,金添阳.新形势下中国新能源汽车国际竞争力分析[J].国际经济合作,2021(4):65-76.
- [4] 李晓依.日本二手车出口及其对中国的启示[J].中国经贸导刊,2021(1):35-39.
- [5] 李东江.二手车出口的前景分析和应对策略[J].汽车维护与修理,2020(1):10-19.
- [6] 马胜.国外二手车出口管理政策情况[J].汽车与配件,2019(24):60-61.
- [7] 曲婕,吴松泉.日本二手车出口经验与借鉴[J].汽车与配件,2014(16):39-43.

The Situation, Challenges and Breakthrough Paths of China's Second-hand Car Export

LI Xiaoyi, XU Yingming

(Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation,
Ministry of Commerce, Beijing 100710, China)

Abstract: Promoting the export of second-hand cars is not only an important path to promote the consumption upgrading of domestic automobile, but also an important measure to cultivate new momentum for foreign trade. Since the official launch of China's second-hand car export in 2019, the pilot scope has been expanding, the export scale has continued to grow, and the export destinations have diversified. However, it is also faced with challenges such as high acquisition cost of vehicle source, opaque vehicle information, different immigration standards in different places, limitation of new energy vehicles to be transported by railway, and the “irreversibility” of transfer registration for export. To this end, from the background of promoting the formation of domestic and international double-cycle Automotive Industry, the paper puts forward four suggestions.

Keywords: second-hand car export; consumption upgrading; typical practice; breakthrough path

(责任编辑:汤文仙)