

# 车辆信息平台的建立及应用

张红 栾志强 黄韶炯

中国农业大学工学院

**【摘要】** 在二手汽车交易过程中, 消费者需要掌握欲购车辆的使用信息, 以保证购买到质优价廉的汽车产品。目前二手汽车的信息都来自卖方和二手汽车经纪公司, 使买方很难辨别信息的真伪, 也不利于确定汽车的交易价格, 直接影响了二手汽车的正常交易。

本文分析了在中国建立车辆信息平台的必要性, 分析了车辆信息平台应该提供的各种信息的来源渠道及发布方式, 重点分析了二手车买方最关心的车辆历史记录应该包含的基本信息, 展望了车辆信息平台的应用前景。

**【关键词】** 二手车 信息 网络

## The Establishment and Application of Automotive Information System

Zhang Hong, Luan Zhiqiang, Huang Shaojiong

College of Engineering, China Agricultural University

**Abstract:** In the exchanging processes, customers need to get the information about the automobiles they want to buy in order to guarantee they could get the products which are good quality and low price. At present, the information about the second hand automobiles is all from the seller and the secondhand automobile trade company. It makes the buyer hard to distinguish the information. It is not good for ensure the price of the automobile. All of these restrict the exchange of the second hand automobile.

This article analyses the necessity of the building an automobile information stage in China. It analyses the automobile information stage could offer the source and publishing method of all kinds of information. It also analyses the buyer of the second hand automobile's most cared about the history book of the automobile should contain what information. It views the application foreground of the automobile information stage.

**Key words:** second-hand car information net

## 1 建立车辆信息平台的必要性

从 1998 年到 2006 年, 中国汽车年产量和轿车年产量如图 1 所示。

按照汽车基本使用年限 10 年计算, 我国在用汽车、轿车的总量至少在 3600 万辆和 1500 万辆以上。汽车保有量越大, 二手车的交易量也将越大。国外成熟汽车市场每年的二

手车交易量是新车交易量的 2 到 3 倍<sup>[2]</sup>, 照此推算, 中国二手车市场在 2004 年、2005 年和 2006 年的交易量至少应该达到 1014 万辆、1166 万辆和 1456 万辆以上。但是, 按照国家商务部市场建设司的统计数据, 2004 年、2005 年和 2006 年中国二手车市场的实际交易量只有 234.08 万辆、245.02 万辆和 190.59 万辆<sup>[1]</sup>, 二手车的交易量只占新车的 25% 左右。

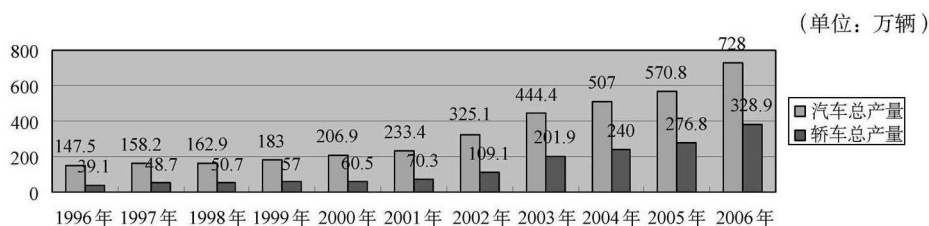


图 1 1996 年到 2006 年中国汽车和轿车的年产量<sup>[1]</sup>

手车交易与新车交易的最大不同点在于每一辆车由于购买时间、使用年限、行驶里程等个性化的差异, 使其各有其特定的车辆信息, 必须按照实际情况对每一辆车进行鉴定和估价。

在二手车交易过程中, 为了尽快完成交易, 买卖双方都需要一个信息平台, 卖方可以利用平台了解二手车交易市场的基本行情, 通过交易量、交易价格等市场信息, 确定车辆的出售价格, 在此基础上, 将出售汽车的信息发布出去, 让尽可能多的买方获得信息, 使车辆可以在最短的时间内、以

最优的价格售出。作为二手车的买方, 除了希望了解二手车市场的总体信息外, 如果利用信息平台找到了中意的车辆, 就想更多地了解欲购车辆的详细信息, 以确保购买到性价比高的汽车。

在买卖双方信息交流过程中, 目前普遍存在着信息不对称现象。卖方掌握着出售车辆的大部分信息, 但为了提高车价, 往往只会发布一些对自身有利的信息, 如果车辆有过严重的使用过程中故障较多, 经过多次维修, 卖方往往会隐瞒实情。买方所能得到的, 往往只是车辆里程表的读

数、车辆首次购买的时间等常规信息,买方会面临质量欺诈、价格欺诈、购买非法车辆等风险。

2006年4月,中国颁布了《二手车交易规范》<sup>[4]</sup>,要求二手车经销企业和二手车拍卖企业要对展卖或拍卖车辆进行技术检测,将检测结果、车辆的有关信息和技术数据分别填入《车辆信息表》和《拍卖车辆信息》中。其目的就是要实现消费者与经营者的信息对称,起到保护消费者权益的作用。规范对车辆的型号、车身颜色、发动机号、车架号、行驶里程、结构特点、重要日期、重大维修、重大事故及车辆法定证明都有明确的登记要求。对质保类别和经销企业名称及营业执照号,拍卖企业名称、营业执照号和拍卖时间地点等信息也有明确的登记要求。但对车辆信息的来源没有明确的规定,大部分车辆历史信息都来自卖方,其真实性和可靠性都没有基本的保证。

上述车辆信息来源不可靠、买卖双方信息不对称的现象,将直接导致很多潜在的二手车需求不能转化为真正的市场需求。更为严重的是,它导致人们对二手车市场的评价普遍较低,整个二手车行业的信誉度、美誉度都严重受损,这些问题会直接影响到二手车市场的健康发展。二手车的流通不畅,也会影响到新车销售,继而影响到汽车厂家的汽车产量,由此造成的将是整个汽车行业的损失。

当前,缺乏信息支撑和沟通是阻碍二手车流通发展的突出问题之一。我国二手车交易日趋活跃,但大多数二手车市场交易信息封闭,没有形成全国统一的交易信息网络,影响了二手车的流通。如果能够充分利用现代信息技术,建立全国性的二手车信息网络平台,提高二手车合法性、安全性信息查询效率,促使各地二手车信息资源的有效流动,必将带动二手车市场的健康发展。

## 2 车辆信息平台的信息来源

车辆信息平台发布的信息应该来自多种渠道。2005年10月1日,由商务部、公安部、工商总局、税务总局共同颁布了《二手车流通管理办法》<sup>[5]</sup>,办法中要求:二手车交易市场经营者和二手车经营主体,要定期将二手车交易量和交易额等信息通过所在地商务主管部门报送省级商务主管部门。省级商务主管部门将上述信息汇总后报送国务院商务主管部门。国务院商务主管部门利用网络等信息渠道,定期向社会公布全国二手车流通信息。办法中还要求,国务院工商行政管理部门会同商务主管部门建立二手车交易市场经营者和二手车经营主体信用档案,定期公布违规企业名单。这些规定的实施,保证了二手车市场综合交易信息的获取来源和发布渠道。

此外,每个消费者最关心的是所要购买车辆的相关信息,如果每辆汽车都有一个车辆历史记录,将其录入专用的数据库,必要时可以通过网络调用查看相关信息,就会提高消费者的购买信心。

在获取车辆信息,建立车辆历史记录数据库方面,美国CARFAX公司的经验值得借鉴。

CARFAX是美国车辆历史记录(Vehicle History Report)的供应者之一。其数据库包含有40亿条记录。CARFAX接收来自北美地区上千所官方和私人机构的信息,其信息来源包括美国和加拿大地区的机动车部(DMV's-Departments of

Motor Vehicles)、警方的车辆事故调查中心、汽车维修中心、汽车拍卖行、汽车运输公司、汽车租赁公司以及汽车制造商等相关部门,同时CARFAX还开通了个人报告二手车车况的渠道。信息内容涉及车辆首次售出时间、所有权变更时间、维修保养记录、事故记录以及累积行驶里程等等。

车辆历史记录的建立在中国将会是一个长期而艰巨的过程。可以预见在这个过程中,不仅将形成一个新的巨大的二手车交易信息流通市场,同时也会带来相关法律法规建设的新高潮。车辆历史记录的建设,本质上讲是解决车辆信息的搜集、管理和流通问题。在解决这一问题的过程中,汽车生产厂商和品牌经销商可以起到关键的作用。在汽车销售及售后服务、车辆维修、车辆基本技术状况确认、汽车质量评估检测等诸多方面,生产厂商和品牌经销商掌握着丰富的信息。持有这些信息并根据消费者的需要提供这些信息,本身就是汽车生产厂商和品牌经销商可以开拓并充分利用的信息市场,这种优势是旧车经纪公司不可比拟的。一旦这些车辆信息被作为商品在市场上流通起来,不仅能够满足消费者对车辆信息的迫切需求,而且将会开拓出广阔的市场空间,为汽车生产厂商和品牌经销商带来可观的利润。

中国对汽车实行的年检制度,也为建立车辆历史记录提供了良好的信息采集来源。在年检过程中,汽车的各项检测指标及是否经过修理达到合格等信息都可以作为车辆历史记录的数据来源。由于检测部门所采集的这些车数据没有任何商业目的,对每辆汽车来说又有强制性要求,使其具有真实可信、采集周期确定等优势。

交通管理部门掌握着大量的车辆事故信息和交通违法信息,这些信息也是车辆历史记录的重要信息源。

此外,保险公司提供的车辆理赔数据,可以作为车辆事故记录的最有效凭证。2006年12月1日,北京的七家财险公司宣布将共享理赔数据资料<sup>[3]</sup>,这也为搜集车辆事故信息提供了便利。如果全国的保险公司都能实现车辆理赔数据的共享,那么,对事故信息的采集就彻底扫平了道路,卖方也将无法隐瞒事故的真实信息。

为了保证信息提供方和使用方的合法权益,国家也应当加紧对车辆历史信息来源、可信度、使用方法等方面的立法,有关管理监督部门可以对车辆信息市场提出切实可行的监管措施,以避免车辆信息市场发生“诚信危机”。

## 3 车辆历史记录包含的基本信息

车辆历史记录应该是每一辆车的技术档案资料,通过建立相关的数据库,并以车辆识别代码(简称VIN代码)为车辆的最基本识别信息,详细记录车辆从售出直到报废的所有重大事件。当消费者需要了解车辆信息时,通过网上的信息交易平台,付费后查询。

车辆历史记录应该提供以下信息:

(1) 车辆基本信息 包括车辆的型号、制造厂名称、出厂日期、VIN代码、发动机号、发动机型号、车身颜色、厂家建议使用的燃油种类及标号、车辆的基本配置等。

(2) 车辆出售、使用性质及所有权信息 包括首次出售的日期、出售地、出售经销商、付费方式(一次付清、分期付款和贷款等)、初次登记日期、发证机关等;车辆使用性质(即营运或非营运)和营运记录等;车辆转出的日期、

地点、《车辆信息表》或《拍卖车辆信息》、经纪公司或拍卖公司的全称、办理转出手续的发证机关名称、办理车辆转入手续的发证机关的名称、转入后的使用性质等。

(3) 车辆保养维修信息 包括保养的日期、地点和类型、项目；维修的日期、地点、内容的详细描述等。

(4) 车辆的审验信息 包括每年的审验日期、承检单位和车辆的审验记录与结果等。

(5) 车辆的保险及理赔信息 包括第三者强制保险终止时间、车辆保险的投保公司、理赔日期、理赔金额、事故描述等。

(6) 车辆的事故及违法信息 包括事故发生的日期、地点、直接经济损失、事故处理的方法、事故的主要责任鉴定结果、事故的描述等；车辆的违法日期、地点、性质及是否已处理等。

(7) 车辆的当前信息 如果汽车需要售出，可由车主提供汽车的行驶里程、汽车技术检测部门的检测结果、养路费有效期、车船使用税有效期、保险有效期等当前信息，还可以提出出售二手车的预期价格。

#### 4 车辆信息平台的应用

车辆历史记录及其应用，在中国还是一个比较新的话题。车辆历史记录不应当成为备案存档的一种文件，而应该被视为一种可以投入商业运营的信息产品。车辆历史记录的提供，也不应该成为档案管理的一个环节，而应当被视为商业化的服务项目。在这个新的信息服务市场里，存在着买方

和卖方，存在着提高服务质量和降低服务成本的竞争。围绕着车辆历史记录这种信息产品，将会产生一个关联着新车市场、二手车市场乃至整个汽车行业的市场，这个市场的前景非常可观。

车辆信息平台提供的信息量越大，信息可信度越高，其应用价值也就越高。车辆历史记录可以为二手车的买方提供车辆的基本信息，为二手车的估价提供依据，从而有效推动二手车市场的发展；同时，还可以为汽车生产厂商提供车辆使用信息，为新产品的研发提供市场信息。对信息提供者来说，通过信息服务，也可以带来可观的经济收益。

随着二手车行业的高速发展，众多电子商务公司开始进入二手车交易服务领域，如果他们能够建立良好的车辆信息平台，提供充足的市场信息和车辆信息，必将为二手车市场的发展进一步推波助澜。网络的众多优势给消费者提供了极大的便利，消费者可以随时随地了解到全国的二手车信息，在网上对二手车的车况、性能、价格、事故信息和违法信息等查询，还可以“在线”与二手车的车主沟通交流。网络的广泛性与便捷性必将促进二手车交易量的增加。随着私人汽车保有量的增加，新车市场的增长率会慢慢下降，二手车将成为一种流行的消费理念。与门户类汽车网站主要提供汽车资讯不同，二手车网更强调的是车辆信息的数量、质量以及评估咨询的专业性、权威性。中国的二手车市场正在成为一个新的淘金场，信息这种特殊的商品在二手车的流通过程中，不仅给消费者提供了便利，也将为信息经营者带来丰厚的利润回报。

#### 参 考 文 献

- [1] <http://scjss.mofcom.gov.cn/> 中华人民共和国商务部市场体系建设司网站。
- [2] 李永钧. 国外二手车市场面面观. 中国汽车报, 2004 年 4 月 23 日.
- [3] 殷洁. 七公司联手打击车险骗保. 新京报, 2006 年 11 月 23 日.
- [4] 商务部公告 2006 年第 22 号. 二手车交易规范. 2006. 3.
- [5] 商务部、公安部、国家工商行政管理总局、国家税务总局令 2005 年第 2 号. 二手车流通管理办法. 2005. 8.