



上图：青岛一家二手车车行的豪车标志。

有市场分析人士指出，二手车电商此前处于野蛮生长，追求跑马圈地，在自身内功、产品上缺乏精耕细作，对于车源的检测、把控以及一些售后服务方面存在问题。去年受疫情影响，二手车电商们更是面临多重难题，不仅仅在内部进行调整，开源节流，并且面对客户们的投诉也是应接不暇。这些问题，固然需要时间解决，但更需要二手车平台以负责任的态度去面对。

监管与自律须双管齐下

从2014年开始，中国的二手车交易数量呈逐年快速上升趋势。2016年，中国二手车交易量为1039万辆，首次突破千万；2018年全国累计完成交易二手车1382.19万辆，同比增长11.46%，交易金额为

8603.57亿元；2019年累计交易量为1492.28万辆，同比增长7.96%，累计交易金额为9356.86亿元。去年受到疫情影响，全国累计完成交易二手车1434.14万辆，虽然有所回落，但是从去年4月份开始的回暖趋势，仍让市场看到了中国二手车交易的巨大空间与潜力。

二手车交易量的连年增长，电商平台在其中的作用功不可没。数据显示，2018年我国二手车电商渗透率达到16.8%，二手车成交量为232.7万辆，2019年渗透率约在19%左右，成交量约为302.6万辆，预计到2021年我国二手车电商渗透率将达到21.6%。

然而，买主、卖主、平台和监管部门之间的信息不透明，无法做到可查可控，消费者很难行使自己的知情权、公平交易权、安全保障权等合法权益。二手车电商平台还

未建立严格的制度规范，车况信息登记是否切实、行车里程是否为实际参数、维修质保等关键信息是否被修改等信息都无法得到保证，售后服务“虎头蛇尾”，线下问题特别容易被“踢皮球”。

这些问题，显示出平台还没有建立起与消费者之间的诚实信用。如何在业务流程的每个环节严格规范，真正用自身的自律与创新来赢得消费者的信心，以诚信打动消费者，正在成为二手车电商平台急需去思考的重要问

题。为了推动二手车电商平台发展，国家出台了《关于促进二手车便利交易的若干意见》等政策，但二手车交易行业的商业信誉是伴随着整个信誉体系不断完善而提升的，若是平台为了抢市场和流量而屡屡发生不诚信的事情，那对平台的未来发展无疑将是一个灾难。

对于线上二手车市场的乱象横生，不仅仅要靠行业自律和企业自发行为来规范，政府相关部门也应加强建设，加强监管。有专家建议，要借助信息技术增加透明度，既要健全二手车交易制度，建立一个全国统一的二手车质量追溯体系，强化对二手车质量的监控，相关信息向消费者公开，避免消费者与电商平台之间的信息不对称，全面尊重消费者的知情权、选择权、公平交易权、安全保障权，维护消费者权益。☑