

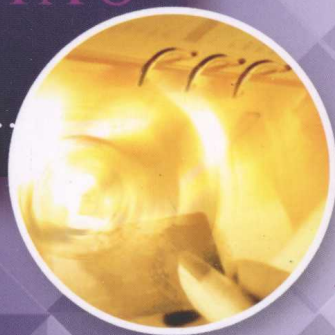


高职高专营销类专业 **能力本位** 系列教材

现代汽车营销

XIANDAI QICHE YINGXIAO

黄本新 钟向忠 主编



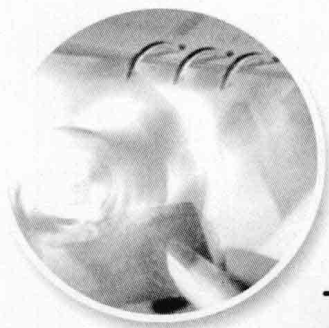
以就业为导向
以能力为本位



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



高职高专营销类专业能力本位系列教材



现代汽车营销

XIANDAI QICHE YINGXIAO

主 编：黄本新 钟向忠

副主编：胡勇军 陈曙征 黄新生



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

现代汽车营销/黄本新, 钟向忠主编. —广州: 暨南大学出版社, 2010. 9
(高职高专营销类专业能力本位系列教材)
ISBN 978 - 7 - 81135 - 546 - 8

I. ①现… II. ①黄…②钟… III. ①汽车—市场营销学—高等学校: 技术学校—教材
IV. ①F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 116369 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心
印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 17.625
字 数: 450 千
版 次: 2010 年 9 月第 1 版
印 次: 2010 年 9 月第 1 次
印 数: 1—3000 册

定 价: 32.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)



总序

“十一五”期间，教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划，通过重点建设 100 所国家示范性高职院校，带动全国高职院校深化改革，提升高等职业教育的整体建设水平。这标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新历史阶段。这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现，对促进我国高等职业教育更好更快发展具有重大的战略意义。

在人数与规模上，高职教育已占有我国高等教育的半壁江山。经过多年的发展，高职教育已从当初规模化建设转向突出内涵发展、转向深入课程改革与提升学生的核心专业能力的培养上来。在当前全国各类学校争创示范院校中，我国高等职业教育正在进行一场颠覆性变革。如何进行内涵建设，提高课程教学质量，是当前所有高职院校面临的一项重要课题。

随着我国生产力水平的不断提高，市场竞争日益激烈，传统的营销方式越来越不能满足经济发展的需要，市场向营销工作提出了更高要求，也向营销人才培养提出了更高要求。2006 年以来，广东交通职业技术学院开始在全院各专业中大力推行基于工作过程和岗位能力的课程教学改革。我们通过工学结合基地建设、专家讲座、说课比赛、教学示范、教学观摩、教学评价、教师培训、教案评比等一系列工作，将教学改革逐步推进，并在各专业与各一线教师中深入开展。根据我院“航标灯精神”和“铺路石品格”的人才培养理念，各专业对原有的专业课程体系进行了根本性的改造，并取得了初步的成效。

为了满足实际教学的需要和进一步巩固改革成果，在充分调研与分析的基础上，我们组织近二十所高职学校的百余位专业老师及多名知名企业的专业人士共同编写了这套营销类专业能力本位系列教材。我们力求将知名企业实践与理论有机结合起来，以就业岗位为导向，强调分析企业实际工作过程与岗位关键能力训练；重点结合近年来国内尤其是广东的知名企业营销工作来进行内容提炼与编排；充分听取和吸收企业人员的意见，每一本教材都有企业顾问参与编写或是进行审核；合理补充新知识与新内容，充分体现高职教育特点。每一个案例、技能训练活动、习题等都精益求精，强调实践性与可操作性。真正把教师备课、授课、辅导答疑、学生考证、企业实际工作内容、岗位能力训练等教学、实训环节有机地结合起来。其编写特色主要体现在以下几个方面：



(1) 突出能力本位。力求面向专业培养方向和岗位工作要求, 不断强调学生岗位业务操作能力和自我学习、思维能力以及创造性解决问题的能力, 促进学生就业以及后续发展。

(2) 内容新颖。借鉴国内外最新教材与成果, 案例取材主要为近几年国内尤其是广东省内的知名企业实践经验, 内容突出岗位实际操作, 融会最新理论与实践成果。

(3) 合作交流。本系列教材由全国近二十所高职院校近百名专业教师与企业专业人士共同合作编著而成, 相互交流学习, 集思广益, 共同编写, 具有较强的实战性与适用性。

(4) 配套产品丰富。本系列教材除有电子课件外, 还有教学视频、习题、考卷、知名企业一手岗位训练内容等, 为一线教师提升教学质量提供方便。

衷心希望这套系列教材能有助于进一步深化高职院校营销类专业教学改革, 为新形势下高职营销人才培养作出一份贡献。同时, 也希望广大教师与读者多提宝贵意见。

广东交通职业技术学院院长 陈周钦

2009年2月



前言

2008 年底，金融危机登陆中国，一时之间，市场哀鸿遍野，汽车营销企业也不例外。“减掉脂肪、缩减成本、控制产能、削减营销开支”——2008 年底大部分汽车企业不约而同地采取这些措施。2009 年上半年，中国汽车市场营销活动大幅减少，直到 2009 年下半年，由于政府“保八经济目标和小排量购置税减半”政策的实施，汽车消费市场迎来了井喷时期，各汽车企业手忙脚乱，导致临时性的营销活动严重缺乏创新性，只是重复进行“节油赛、全国巡展、车友会、明星代言”等传统营销活动。但这些活动往往只是“一次性”的，钱依旧花不到点子上，铺张浪费严重。2009 年，虽然中国汽车产销突破 1 300 万辆，但汽车营销的效果并不明显。

从本质上说，最好的汽车营销是让消费者通过各种渠道全方位了解车型、品牌以及诉求，最终促成购买决定。消费者的购车行为与购买情况分析、汽车营销企业完善的售后服务、良好的沟通技巧、行之有效的营销策划，这些都要求销售者具备扎实的营销理论基础，同时也需要他们具有良好的现场销售能力。

根据目前国内汽车营销市场的特点，结合高等职业教育理论“够用为度、注重技能训练”的特性，以培养第一线的汽车营销人才为目标，编者深入汽车销售企业实地调研，以汽车销售的工作过程为主线来编写本教材。

本教材编写有两方面的特点：

(1) 注重实践性，多案例分析，少理论阐述，以职业岗位能力为本位，力求教材简洁、明了。教材内容参阅了大量国内外公开发表的资料和文献，教材的内容精练、精选，目的是使初学者通过学习能很快成为一个懂得汽车销售的专业人才。

(2) 打破传统的营销教材编排顺序，对理论体系进行了重新整合，以汽车营销实务为核心，在汽车技术知识方面不求纵向深入，而求横向宽泛，吸收前沿的营销理论和营销方法。教材首先分析、阐明作为基层的专业汽车销售人员应具备的素质与应遵循的规范，然后拓展到中层的销售人员所应具备的汽车营销策划能力。

本书由广东工程职业技术学院黄本新和钟向忠任主编，广州航海高等专科学校胡勇军、广



东工程职业技术学院陈曙征、广州工商职业技术学院黄新生任副主编。广东工程职业技术学院钟向忠编写第一章和第二章，广州工商职业技术学院黄新生编写第三章，广东工程职业技术学院陈曙征和李江分别编写第四章和第五章，广东工程职业技术学院黄本新编写第六章和第七章，广州航海高等专科学校胡勇军编写第八章和第九章。全书由黄本新统纂，广州大学松田学院陈芳红和广州华立科技职业学院陈建负责核对、整稿。

希望本教材能为汽车营销类应用型人才的培养有所贡献。鉴于汽车营销实务涉及的内容具有可变性和时效性的特点，加之时间仓促，水平有限，恳请广大读者提供宝贵的改进意见。

编 者

2010 年 3 月



目 录

总 序	001
前 言	001
第一章 汽车营销人员要求	001
第一节 汽车专业知识	002
第二节 营销人员的基本礼仪	016
第三节 良好的服务意识	023
第四节 自我修炼 铸造成功	029
第二章 汽车营销总论	035
第一节 汽车营销的概念	036
第二节 我国汽车行业的变迁	043
第三节 我国汽车产业政策及发展趋势	050
第四节 我国汽车营销行业的特点	054
第三章 汽车营销战略与市场策略	061
第一节 汽车营销战略	062
第二节 汽车营销品牌策略	066
第三节 汽车营销市场策略	075
第四章 汽车 4S 店销售的基本流程	094
第一节 销售前准备	096
第二节 销售过程管理	103
第三节 试乘试驾	112
第四节 签约与成交	114
第五章 客户行为分析	127
第一节 客户价值理论	128
第二节 消费者需要	133
第三节 消费者购买动机与购买行为分析	138



第六章 汽车营销管理	154
第一节 客户分类与管理	154
第二节 客户服务管理	161
第三节 汽车销售人员管理	165
第七章 汽车营销技巧	174
第一节 沟通技巧	175
第二节 客户需求分析技巧	181
第三节 客户异议处理技巧	194
第四节 客户维系技巧	204
第八章 汽车售后服务	210
第一节 售后服务的基本流程	210
第二节 售后服务的重要性	217
第三节 二手车交易	221
第四节 汽车俱乐部组织	226
第九章 汽车营销策划	230
第一节 营销策划书的编写	232
第二节 营销渠道策划	237
第三节 市场推广策划	243
第四节 网络营销策划	266
参考文献	272

第一章 汽车营销人员要求

学习目标

1. 了解汽车的分类和新名称的含义，掌握汽车的基本构造和主要性能。
2. 掌握规范、得体的语言和基本社交礼仪。
3. 了解服务意识的重要性，掌握培养良好服务意识的方法。
4. 掌握专业汽车销售人员必备的知识和技能。

买车的故事

王莉是一个很要强的女孩子，不管是生活中还是工作上，她都希望做得比别人好。最近，看到周围的朋友们都开上了小车，她觉得赶不上潮流了。

王莉的工作单位离家有点远，她每天大约有3个小时的时间都花在路上。看到大好的时光就这样在上下班的路上白白流走，她很希望能拥有自己的小车。

王莉决定买车是经过了一番痛苦抉择的。收入不高，积蓄不多，而且每个月还要供楼，一想到买车，她都愁得不得了。幸亏有家里人支持，又跟朋友借了一些，好不容易凑了十万元。

买什么车好呢？尽管想拥有一台属于自己的车子，但王莉对车辆的认识实在有限，当然，还是可以从报纸上或网上了解到十万元左右的小车有哪些。至于哪类车的性价比较高，就不得而知了。

王莉有一个朋友是“老”司机，开了很多年的车。看到王莉的情况，他建议她买一辆日本车，因为日本车省油，维护费用也不高。就这样，一个星期六上午，王莉一个人到离家较近的日产车4S店“相”车。

接待王莉的汽车营销员叫曾君，看上去是一个二十岁出头的男孩。王莉请曾君详细介绍价格在十万元左右的各种不同车辆的情况，她希望通过比较不同类型的车辆以作出购买决定。



第一节 汽车专业知识

一、汽车的分类

(一) 汽车的八种类型

(1) 四门三厢轿车 (Sedan)。这是在街上最常见的四门三厢车, 中国内地称之为轿车, 中国台湾人称之为房车。这类车如广汽本田, 上海帕萨特、别克, 奥迪 A6 等, 但缺乏个性。

(2) 两厢掀背车 (Hatchback)。通常是掀背式两厢车, 车尾上的门可向上掀起。外形小巧玲珑, 价格比较便宜。

(3) 旅行车 (Wagon)。大多数旅行车都是以轿车为基础, 将轿车的后备厢加高到与车顶齐平, 用来增加行李空间。现在北美很多车都有相应的 Wagon 版本。

(4) 客货两用车 (VAN)。VAN 的中文意思就是: 客货两用车, 也称 MPV (Multi-Purpose Vehicle, 多功能用途车)。在北美, VAN 是常见的车型, 既有四四方方的 VAN, 也有圆滑的 VAN; 在中国, 也叫大面包、子弹头等, 通常有 7~8 个座位, 侧面是滑行的车门。

(5) 越野车 (SUV)。主要有 Sport Utility Vehicle、兰德罗孚、兰奇罗孚大切诺基、陆地巡洋舰, 现在的雷克萨斯 LX470 及悍马, 都是相当出色的 SUV, 都有着极强的越野性能。

(6) 皮卡车 (Pick-up Truck)。皮卡在北美人眼中是最稳健、最忠实的伙伴, 但在中国并不流行。

(7) 可折叠敞篷车 (Convertible)。这类车主要以休闲为主。

(8) 跑车 (Roadster)。顾名思义, 就是要跑得快, 像 ACURANSX。

(二) 轿车分类

1. 国外轿车分类

欧系分类: 德国轿车分为 A、B、C、D 四级, 其中 A 级车又可分为 A00、A0 和 A 等三级车。美系分类: 通用公司一般将轿车分为六级, 是综合考虑了车型尺寸、排量、装备和售价之后得出的分类。

2. 国内轿车分类

以价格为主, 技术规格为辅。20 万元以上的轿车归为中高级轿车; 15~20 万元为中级轿车; 10 万元左右或 10~15 万元为普通级轿车; 10 万元以下为微型轿车或经济型轿车。

(三) 轿车级别划分

轿车发动机的总排量可以作为区分轿车级别的标志。发动机总排量是指发动机全部汽缸的工作容积之和, 单位是 L。我国轿车分级是以发动机总排量为依据的。

排量小于或等于 1L, 属于微型车。排量大于 1L 且小于等于 1.6L, 属于普通级车。排量大于 1.6L 且小于等于 2.5L, 属于中级车。排量大于 2.5L 且小于等于 4L, 属于中高级轿车。排量大于 4L, 属于高级轿车。排量越大的轿车, 功率越大, 加速性能越好, 车的内装饰也越高级, 其档次也就越高。

(四) 轿车外形种类

轿车按其车身的特点,可分为双门轿车、双门硬顶轿车、四门轿车、四门硬顶轿车、高级轿车、旅行轿车、掀背式轿车和敞篷轿车等。

双门轿车:设有两排座、两个门,外形明显地分为头、中、尾三部分。

双门硬顶轿车:是双门轿车的变形。

四门轿车:设有两排座四扇门,是最通用的车身样式,外形与双门轿车相同。

四门硬顶轿车:是四门轿车的变形。特点是:中支柱去掉上半段,车顶轻巧,动感好,但密闭性和安全性不如四门轿车。

高级轿车:设三排座,中间一排可折叠,前排座位后部有隔窗。

旅行轿车:即将四门轿车的车顶向后延伸,后排座椅可叠起来,以便放置行李。

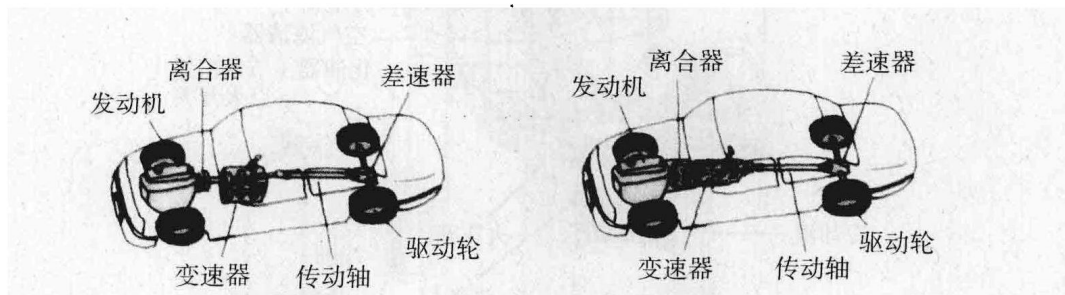
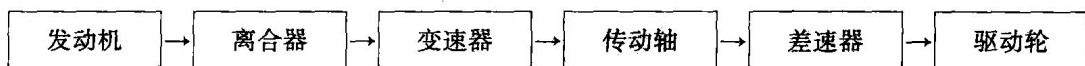
掀背式轿车:除驾驶员外,其余的座椅都可叠起来的轿车。

敞篷轿车:采用可折叠的软篷或可拆卸的硬顶制成,侧窗通常也可拆卸,供检阅使用。高级敞篷车还设有可升降的后排座椅和栏杆扶手。

二、汽车结构常识

(一) 汽车整体结构

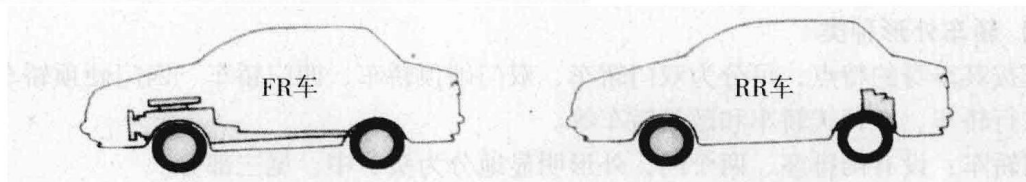
(1) 汽车主要由发动机、底盘、车身和电器设备组成。发动机是汽车的动力装置,是汽车的“心脏”。发动机产生的动力,通过底盘传动系传给驱动轮驱动汽车行驶。汽车传动系通常由离合器、变速器、万向传动装置和驱动桥组成。如下图所示。



手动变速器汽车 (MT)

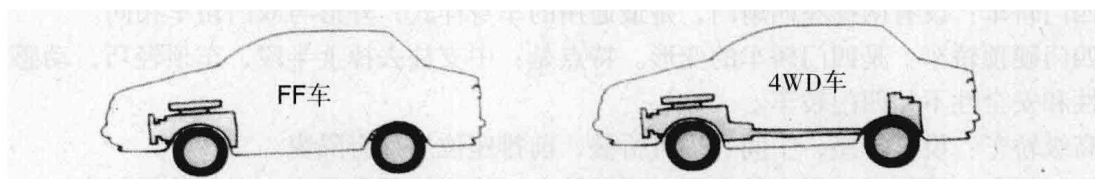
自动变速器汽车 (AT)

(2) 根据发动机和驱动轮的位置,传动系在汽车上的布置形式分为:发动机前置后轮驱动 (FR)、发动机前置前轮驱动 (FF)、发动机后置后轮驱动 (RR)、发动机前置前、后轮驱动 (4WD)。如下图所示。



发动机前置后轮驱动

发动机后置后轮驱动



发动机前置前轮驱动

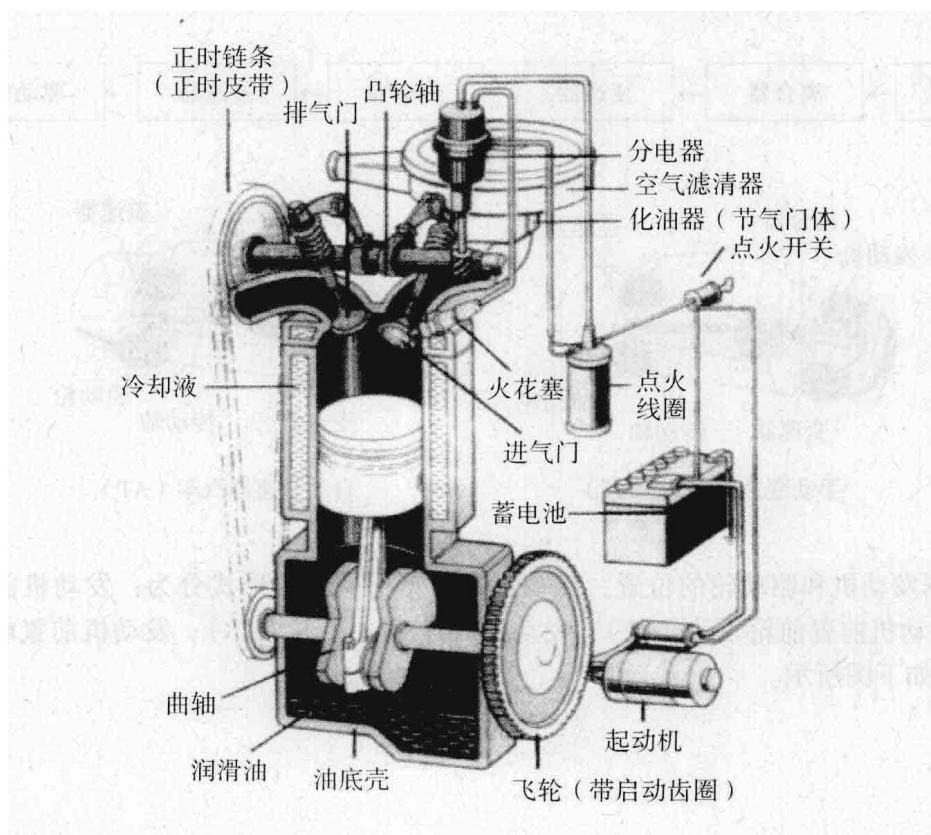
发动机前置前、后轮驱动

(3) 汽车发动机所产生的动力经传动系传给驱动车轮，当车轮与地面接触时，地面给车轮一个反作用力，这个反作用力称为驱动力。当驱动力足以克服汽车的行驶阻力并且地面有足够大的附着力时，汽车便能行驶。行驶阻力包括：滚动阻力、空气阻力、坡度阻力和加速阻力。

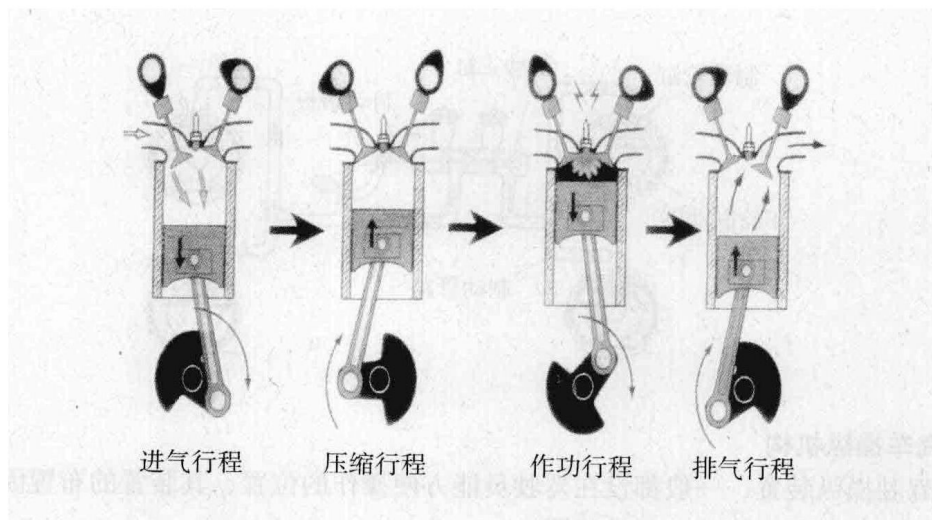
(二) 机械常识

1. 发动机

(1) 发动机是汽车的动力装置，其作用是将燃料燃烧的热能转化为机械能，为汽车行驶提供动力。发动机由机体、曲轴连杆机构、配气机构、冷却系、润滑系、燃料供给系和点火系（汽油机）等组成。如下图所示。

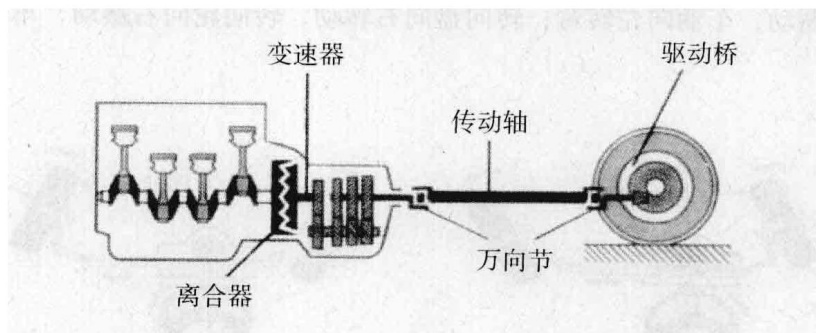


(2) 发动机的工作循环由进气、压缩、作功、排气四个过程组成。活塞往复四个行程完成一个工作循环的发动机称为四冲程发动机。如下图所示。



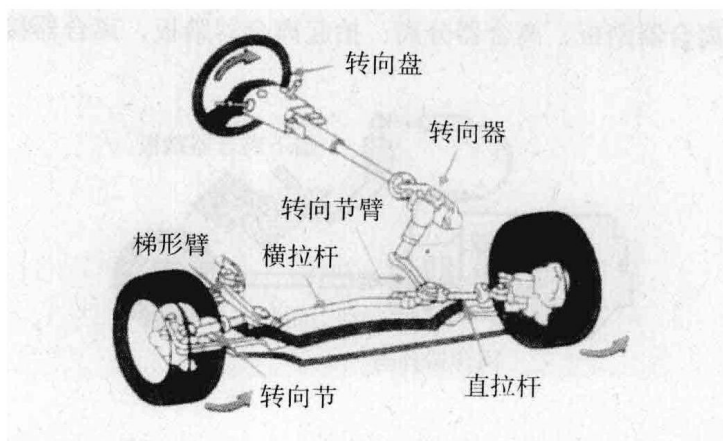
2. 底盘

(1) 汽车传动系由离合器、变速器、万向传动装置和驱动桥组成。如下图所示。

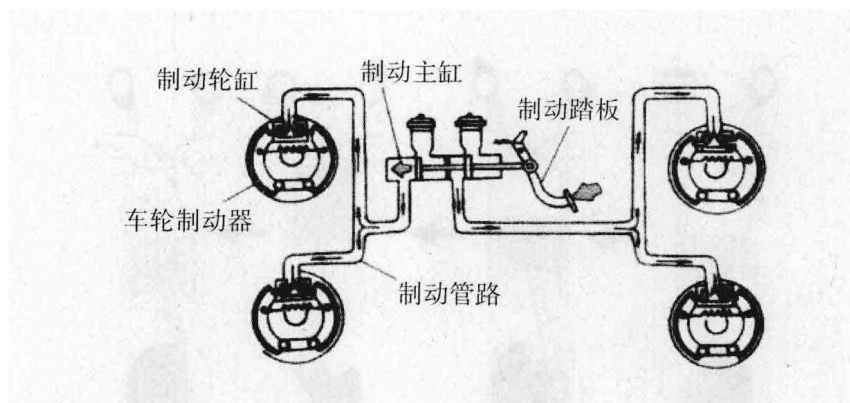


(2) 汽车行驶系由车架、车桥、悬架和车轮等部分组成。

(3) 转向系的作用是在驾驶人的操纵下改变或保持汽车行驶的方向。转向系由转向盘、转向器、转向节臂、横拉杆和直拉杆等主根本机件组成。如下图所示。



(4) 液压式制动系主要由制动主缸、制动轮缸、车轮制动器、油管和制动踏板等组成。如下图所示。

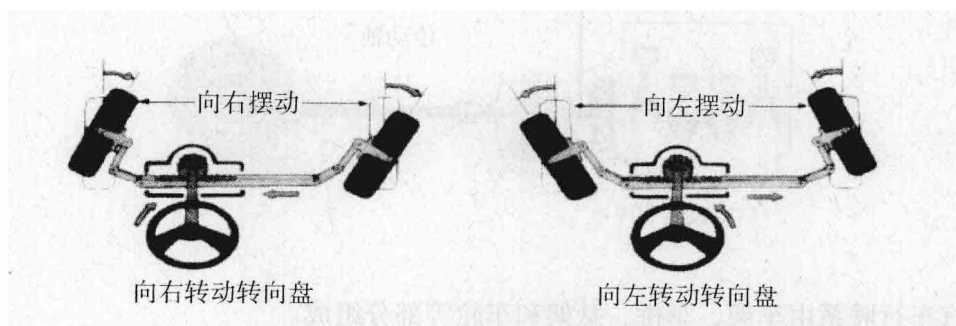


(三) 汽车操纵机构

汽车的驾驶操纵装置，一般都设在驾驶员能方便操作的位置，其装置的布置因车型不同而有所区别，但其作用 and 操作方法基本相同。

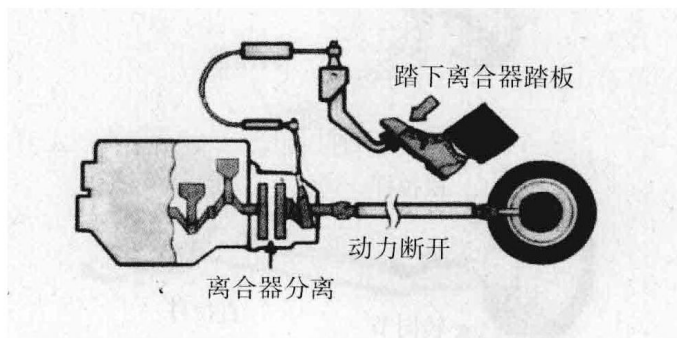
1. 转向盘

转向盘是操纵汽车行驶方向的装置，通过它控制转向轮使车辆直行或转向；转向盘向左转动，转向轮向左摆动，车辆向左转弯；转向盘向右转动，转向轮向右摆动，车辆向右转弯。如下图所示。



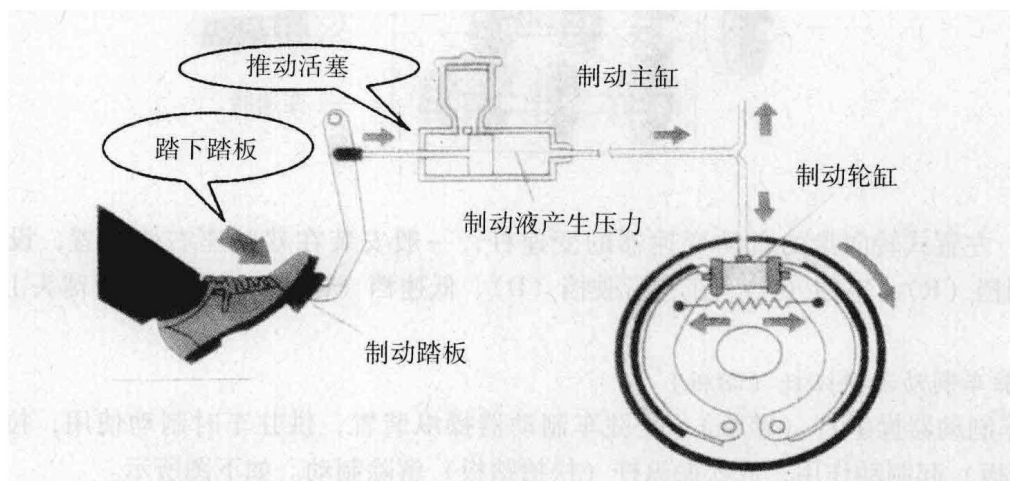
2. 离合器踏板

离合器踏板设置在驾驶室左侧底部，是离合器的操纵装置，用以控制发动机与传动系动力的相接与脱开。踏下离合器踏板，离合器分离；抬起离合器踏板，离合器接合。如下图所示。



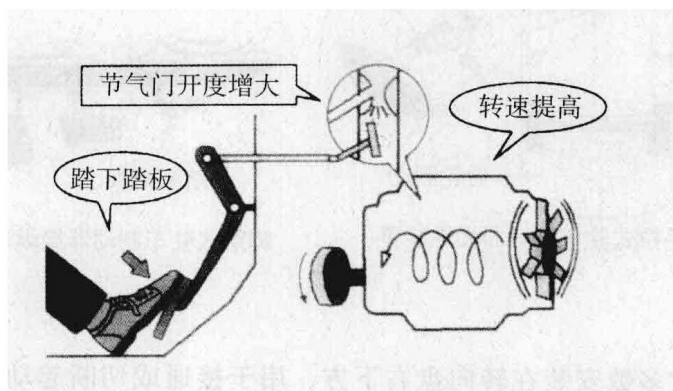
3. 制动踏板

制动踏板设置在驾驶室底部，是行车制动器的操纵装置，用以操纵车辆减速和停车。踏下制动踏板，产生制动作用；抬起制动踏板，解除制动。如下图所示。



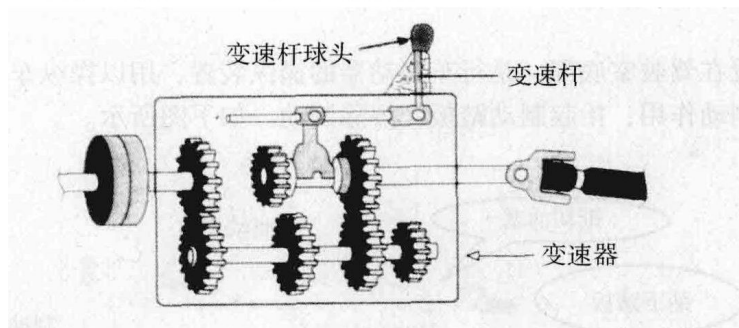
4. 加速踏板

加速踏板设置在驾驶室底部，用以控制节气门开度（或柴油喷油泵柱塞的有效行程），改变发动机的转速和输出功率。踏下加速踏板，发动机转速升高；松抬加速踏板，发动机转速下降。如下图所示。



5. 变速杆

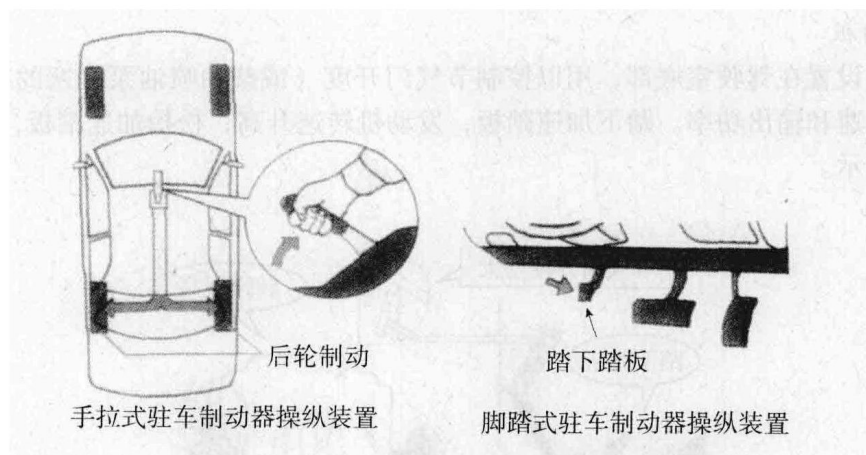
(1) 手动变速器的变速杆是变速器的操纵机构，左置式转向盘的汽车变速器操纵杆一般安装在驾驶座的右侧位置或转向柱上，用以通过变换不同档位或分离变速器内相应的各档齿轮，改变传递的转矩和转速。如下图所示。



(2) 左置式转向盘的自动变速器的变速杆，一般安装在驾驶座右侧位置，设有停车档(P)、倒档(R)、空档(N)、正常行驶档(D)、低速档(1、2、3)，变速杆球头上设有锁止按钮。

6. 驻车制动器操纵杆(踏板)

驻车制动器操纵杆(踏板)，是驻车制动器操纵装置，供驻车时制动使用，拉紧操纵杆(踏下踏板)起制动作用，放松操纵杆(松抬踏板)解除制动。如下图所示。



7. 其他操纵件

(1) 点火开关大多数安装在转向盘右下方，用于接通或切断起动机、点火和电器线路。点火开关一般设有四个位置，分别标注0或LOCK(插入或拔出点火钥匙位置，在此位置时，转向盘会被锁住)、I或ACC(在此位置时，发动机关闭，其他车用电器可正常使用)、II或ON(发动机工作位置)、III或START(起动机工作位置)。

(2) 阻风门拉手一般安装在仪表盘左下侧，是化油器起动装置的操纵机件，用来控制化油器阻风门的开闭；常用于冷启动发动机、升温运转以及混合气过稀动力不足时。

(3) 汽车的喇叭按钮一般位于转向盘顶端，少数车辆安装在一侧手柄或组合开关上。按下按钮时喇叭响，松开按钮停止鸣喇叭。

(4) 灯光、信号组合开关是控制转向灯、照明灯光和信号灯光的装置，大多数安装在转向盘左下方转向柱上，用左手操纵。常见的有旋转一提拉式。如下图所示。