

科技创业系列培训教材

• 经管版

汽车经纪人 培训教材

实战篇

广东清华科技创业开发中心 编著

邹 向 黄仲景 主编

特别策划...

• 你 往何处去?

• 市场呼唤汽车经纪人

• 汽车销售人才的黄埔军校

• 朝阳产业 高薪职业 黄金事业



人民交通出版社



科技创业系列培训教材 ■ 经管版

实战篇

Qiche Jingjiren Peixun Jiaocai

汽车经纪人 培训教材

广东清华科技创业开发中心 编著

邹 向 黄仲景 主编

人民交通出版社

给你一把钥匙， 去开启行业之门！

(代前言)

长年以来，我国的人均汽车拥有量不到 2%，不仅无法跟美、日、欧等汽车发达国家相比，而且远远低于世界平均 10% 的水平！虽然 2004 年我国的汽车市场从井喷逐步走向稳健发展，但高达 20% 左右的行业增长率，仍然使之笑傲江湖。

中国汽车行业走到今天，早已告别“老三样”时代，众多的品牌、功能和价格多样化的产品，不断下线的新车型，雨后春笋般涌现的众多销售企业，预示着市场竞争日趋激烈，由此而带来的是行业洗牌：

一是汽车制造业随着汽车国际巨头的不断进入和扩张，市场竞争带来利润空间的下降，正在进行新一轮的调整，弱汰强存将成为必然；

二是随着产品的不断丰富和汽车消费的不断成熟，汽车销售理念和模式也不断地变化。简言之，已经从以产品为中心转移到以客户为中心，逐步与国际接轨，日趋激烈的市场竞争促使汽车销售服务业的不断整合与调整；

三是销售服务人员结构的调整也在不断进行中，小姐花瓶式的模式逐渐淡出市场，取而代之的是顾问式服务的汽车销售代表，对从业人员知识结构和销售技能的要求越来越高。

人均国民生产总值突破 1000 美元大关，标志着汽车大规模进入家庭的时

代已经到来。面对快速成长和规范中的中国汽车行业的广阔前景,如何进入这个行业,如何把握个人职业成长机会,如何策划与运作成功的销售,如何在激烈的竞争中脱颖而出,如何做好购车顾问服务等。这一系列的问题,都能在本教材中找到答案和得到启发。

给你一个支点,你能撬动地球!给你一把钥匙,去开启行业之门!

本书参编者名单

主 编 邹 向 黄仲景

成 员 陈 勉 甘 琳 黄紫华 庄 稼

符洪云 李青兰 邓 愚 邱敏宜

区秉铨 向寒松 陆连国

全球车标图谱

Quanju Chebiao Tupu

中国

China



红旗

红旗

车标为一面在发动机罩的前上方直立的红旗，寓意为毛泽东思想的伟大旗帜。汉字为毛泽东主席亲笔书写的“红旗”字样。



东南

东南汽车由台湾裕隆企业集团所属中华汽车公司与福建省汽车工业集团公司各出资 50% 合资组建。车标是一个鹏鸟的头部，由东南昂首朝上，表现出振翅欲飞的态势，象征东南汽车具有“鹏起东南，行诸四海”的企业理念与雄心，“鹏鸟”造型代表着王者的高贵。

代表车型：富利卡 得利卡 菱帅

标致 - 雪铁龙

Peugeot-Citroën



解放

解放

中国第一汽车集团公司旗下的载货汽车品牌，由毛泽东主席起名并亲笔题写。“解放”有双重意义，一是中国人民的解放，二是中国汽车工业的解放。新中国生产的第一辆汽车就是“解放”牌载货车。



东风

代表东风汽车公司和该公司生产的东风牌载货汽车。其标志取燕子凌空飞翔时的剪形尾羽作为图案基础，含义是双燕舞东风。外圆代表车轮，象征着东风牌汽车车轮不停的旋转。



北京吉普

即北京吉普汽车有限公司，是由原北京汽车制造厂与美国克莱斯勒公司合资组建。其标志图形部分为“北”字，表示北京，“BJC”表示北京吉普汽车有限公司。图像还像一条向前延伸的路，意为北京吉普汽车适合任何道路行驶。

代表车型：吉普 2500 大切诺基。



标致

(Peugeot)

是法国最主要的汽车生产厂之一，主要生产经济实用的轿车。该公司的历史悠久，最初生产钢锯等工具，后来又生产自行车，20 世纪初开始生产汽车。狮子的标志最早就出现在他们生产的工具上。后来几经变革，形成现在充满力量和骨感、简洁凌厉的站立雄狮。

代表车型：607 406 307 306 206



红旗（新）

从“世纪星”轿车投产开始，红旗轿车已由政治品牌转化为商用品牌，采用了新的车标。新车标图案为阿拉伯数字“1”的艺术化形态，代表一汽出品，同时象征红旗轿车争取是最好的，取“第一”的意思。

代表车型：名仕 世纪星



中华

中华牌轿车的设计开发是由华晨公司提供设计开发费与意大利设计公司联合开发的。该车标是一个汉字“中”的艺术化造型，既代表了该车的名称，同时具有 21 世纪世界风范与东方韵味和意念的高超揉和。



奇瑞

(CHERY)

全称上汽集团奇瑞汽车有限公司(SAIC CHERY AUTOMOBILE CO.,LTD.)。奇瑞就是特别地吉祥如意。标志的整体是英文字母CAC(CHERY AUTOMOBILE CORPORATION LIMITED 的缩写)一种艺术化变形；标志中间 A 为一变体的“人”字，预示着公司以人为本的经营理念。

代表车型：东方之子 旗云 QQ



雪铁龙

(Citroën)

雪铁龙汽车公司是法国第三大汽车公司，常常能在技术上有所创新。它创立于 1913 年，创始人是安德列费·雪铁龙(André Citroën)。最初该公司生产“人”字形齿轮起家，后来的标志也就采用了齿轮的两个齿。

代表车型：C3 C5

通用

General Motors



BUICK

别克
(Buick)

GMC

吉姆希
(GMC)

通用公司档次仅次于凯迪拉克的高级轿车，以质量优良闻名。该标志溯源到别克公司创始人大卫·邓巴·别克 (David Dunbar Buick) 家族祖先的武器上的徽标——3个盾形。

代表车型：世纪 (Century) 皇朝 (Regal)

通用公司生产货车的分部，同时也生产皮卡和SUV。该品牌的标志就是该名称的英文字母。



通用
(General Motors)



沃克斯豪尔
(Vauxhall)

英国的汽车公司，现属于通用的品牌，在英国生产销售欧宝各车型。该车名称来自于13世纪一位传奇骑士家乡的地名，标志源自他的徽饰，是一展翅欲飞的狮身鹫首的怪兽 (Griffin)，举一面有字母“V”的旗，体现英国传统理念中的霸气。



旁蒂克
(Pontiac)

以生产跑车和豪华轿车以及敞篷车等为主。原名奥克兰汽车公司，创建于旁蒂克市，后并入通用公司，该地名源自18世纪一印第安酋长的名字。

代表车型：太阳火 (Sunfire)



欧宝
(OPEL)

是位于德国的通用子公司，该公司以科技创新和制造高性价比轿车而受到消费者认可，产销量非常大。名称来源于公司创始人的姓 (OPEL)。标志是一闪电将圆分开，喻示汽车的速度之快，并体现该品牌创新精神。

代表车型：欧美佳 威达



凯迪拉克
(Cadillac)

凯迪拉克是通用的豪华车品牌，美国的一些总统和许多国家元首都用凯迪拉克作为坐骑。凯迪拉克以法国皇家贵族探险家安东尼·莫特·凯迪拉克 (Antoine de la Moth Cadillac, 1657 - 1730, 北美洲法国总督，底特律的创立者) 的名字命名。标志采用了凯迪拉克家族的盾形徽标，有着华贵、典雅、贵族血统的寓意。

代表车型：帝威 (Dewille) 卡帝罗 (Catera)

HUMMER

悍马
(Hummer)

是世界闻名的性能最优异的越野车品牌，是由军用越野车演化成民用的。车标就是英文单词的字母。车标彪悍、硬朗，充分体现这一品牌的特征。

代表车型 H1 H2



奥兹莫比尔
(Oldsmobile)

奥兹莫比尔主要生产中级轿车，原名为奥兹汽车公司。名字含意为奥兹 (Olds) 的汽车 (mobile)。图为1997年为纪念诞辰100周年而设计的新车标。

代表车型：激情 (Intrigue)



绅宝
(SAAB)

原来是瑞典一家飞机制造公司，生产的汽车以设计精良、舒适、安全著称。公司标志为一个戴着皇冠的半鹰半狮的怪兽图案，在瑞典南部这个图案象征警觉，王冠象征高贵。

代表车型：绅宝9-5 (SAAB 9-5)



土星
(Saturn)

该部生产省油的经济型轿车为主，是通用公司最年轻的一个分部，目的是与日本车竞争。该名字寓意取自罗马神话，农神 Saturn 被驱逐后重新创立“金色时代”，引用这种精神。标志为抽象的土星及轨迹，给人一种高科技、新观念、超时空的感觉，寓意土星汽车技术先进，设计超前且最具时代魅力。

代表车型：SW2 SC2



克尔维特
(Corvette)

雪佛兰旗下的跑车品牌，是纯粹美国血统的跑车。标志中一面旗是汽车竞赛中的方格旗，另一面旗是雪佛兰的标志和一朵百合花，寓意和平、纯洁。

福特

Ford



雪佛兰
(Chevrolet)

通用产量最大的一个分部，以生产经济型汽车为主。因创建者之一瑞士人路易斯·雪佛兰的名字而得名。其标志是抽象化的瑞士国旗中的十字，也是象征风度气派的蝴蝶领结。

代表车型：卢米娜(Lumina)
克尔维特(Corvette)



铃木
(SUZUKI)

铃木汽车公司是日本最大的微型汽车和世界第三大摩托车制造企业。



林肯
(Lincoln)

以美国第16任总统的名字命名，是福特的顶级豪华轿车品牌。其标志是在一个矩形中含有一颗闪闪放光的星辰，表示林肯总统是美国联邦统一和废除奴隶制的启明星，也表示福特·林肯牌轿车光辉灿烂。



福特
(Ford)

美国第二大汽车公司，以创始人亨利·福特(Henry Ford)的姓名命名。福特的标志是“Ford”字样的艺术化设计。



DAEWOO

大宇
(Daewoo)

原为韩国第二大的汽车公司，破产后于2002年被通用公司收购。“大宇”源自韩文，意为“宇宙之星”。标志寓意丰富，体现大宇家族智慧、创造、挑战、牺牲的企业精神，表现出大宇集团的“儒家”风范。

代表车型：蓝龙 马蒂兹



富士
(SUBARU)

富士重工业公司是日本主要微型车生产厂家之一。“富士”是“SUBARU”的日文译音，日语的发音为“斯巴鲁”，是“昴星”的意思。富士标志轮廓是一个蓝底黄边的椭圆形，中间是牡牛星座昴宿星团中的6颗闪亮的星星。1颗大星5颗小星表示富士重工业公司于1955年合并其他5家公司组建而成的，象征公司紧密团结、共同奋进。

代表车型：翼豹 速波



MERCURY

水星
(Mercury)

又音译为“默寇利”，其品牌档次位于林肯和福特之间，生产中高级轿车。“Mercury”是罗马神话中主管商业和道路的神的名字，标志据说是抽象的三条行星轨道。名字和标志表示了水星汽车的气派，同时给人以超时空的感觉。



野马
(Mustang)

福特开发的一款面向年轻人、性价比较高的跑车，产销量非常大。在20世纪末美国被评为1950年以来最受大众喜欢的车型。该车车标为一奔腾的野马，动感、剽悍，象征了该车优异的性能和不羁的风格。

代表车型：Mach1 眼镜蛇



捷豹
(Jaguar)



眼镜蛇
(SVT Cobra)

又译为“美洲虎”、“积架”，原为英国公司，后成为福特的子公司，主要生产豪华轿车和跑车。它是根据第一次世界大战的一种飞机命名的，标志为一只跳跃的美洲虎，动感极强，象征该车强劲的动力与非凡的速度。

野马下的一个跑车品牌。



沃尔沃
(Volvo)

又译为“富豪”，公司总部位于瑞典，是北欧最大的汽车企业，生产的汽车以良好的安全性能闻名于世。“Volvo”名称取自拉丁文“滚滚向前”之意。车标的圆圈为古罗马战神“玛尔斯”，并象征车轮，方框外加上象征安全带的斜线，突出了该车的及安全可靠性。

代表车型：S80 V70 XC S60 T5。



雷鸟
(Thunderbird)

福特公司乃至美国最经典的豪华车型之一。在美洲土著人的神话里，掌管雷电的神灵是以巨鸟的形象出现的，称为雷鸟。该车标即是雷鸟的形象。



兰德·陆虎
(LAND ROVER)

世界上最著名的越野车品牌之一，曾归宝马所有，现为福特品牌。标志就是英文“LAND ROVER”，简洁粗犷，与品牌形象相统一。下有4大车系，揽胜(Rangerover)、发现者(Discovery)、卫士(Defender)、自由人(Freelander)。



阿斯顿·马丁
(Aston Martin)

生产高档跑车，多为手工制作，名气非常大，价格昂贵。以创始人之一莱昂纳尔·马丁的名字以及他在一次汽车赛中获胜地的地名(阿斯顿·克林顿山)命名。车标是展翅的雄鹰，象征该公司像雄鹰一样，有着非凡的速度和远大志向。

代表车型：DB2 DB6 DB7 Vantage。

戴姆勒 - 克莱斯勒

Daimler Chrysler



Daimler-Benz

戴姆勒 - 奔驰
Daimler-Benz

1926年由戴姆勒公司和奔驰公司合并而成。生产的轿车以“梅塞德斯 - 奔驰 (Mercedes-Benz)”命名。

Chrysler

克莱斯勒
(Chrysler)

原美国第三大汽车公司，曾经一度排名第二。公司的名字来源于公司的创始人沃尔特·伯希·克莱斯勒 (Walter Percy Chrysler)。下设3个分部：顺风部、道奇部和吉普·鹰部。



梅塞德斯 - 奔驰
(Mercedes-Benz)

世界上最负盛名的汽车品牌之一，通常被认为是汽车世界的第一品牌。“梅塞德斯”是以戴姆勒一位朋友的女儿的名字命名的，奔驰是第一辆四轮汽车发明者及奔驰公司的创始人(Benz)的名字命名。车标的三叉星象征着公司在海陆空三个方位的成功。级别从高到低依次为S级、E级、C级、A级。另还有跑车以及M系列越野车。



克莱斯勒
(Chrysler)

原美国第三大汽车公司，曾经一度排名第二。公司的名字来源于公司的创始人沃尔特·伯希·克莱斯勒 (Walter Percy Chrysler)。该公司的标志是一枚有英文“CHRYSLER”字样的封印，现在的车标有回到最初的样子，在封印的外面是一对飞翔的翅膀。下设3个分部：顺风部、道奇部和吉普·鹰部。



迈巴赫
(Maybach)

一个富有传奇色彩的超豪华车品牌，沉寂60年后有望再创辉煌。品牌由在汽车界被尊称为“设计之父”的威廉·迈巴赫创立，后被戴姆勒-奔驰收购。车标简洁大气，双“M”意为迈巴赫制造。



DODGE

道奇
(Dodge)

该分部主要生产各种档次的轿车和厢式车，还有SUV、皮卡和蛙蛇跑车。该部的名称来源于原道奇公司的创始人道奇兄弟的名字（John and Horis Dodge）。车标是五边形中间一个公羊头，据专家考证，是因为道奇早期一款车的排气管的形状很像公山羊的角。

大众

Volkswagen



布加迪
(Bugatti)

这是一个意大利的超级跑车品牌，1998年加入大众公司。公司创始人埃托尔·布加迪生于一个艺术世家，把技术和艺术完美地结合在一起，创造出布加迪汽车所具有的独特艺术风格。布加迪商标中的英文字母即布加迪，上部EB即为埃托尔·布加迪英文拼音的缩写，周围一圈小圆点象征滚珠轴承，底色为红色。代表车型：164 Veyron



精灵
(SMART)

一般译为“精灵”，国内也经常直接使用其英文名字，是一个超微型轿车品牌。由戴姆勒-奔驰公司控股的MCC (Micro Compact Car) 公司生产，1998年上市。该车标志就是文字的艺术字体。

Jeep



吉普·鹰
(Jeep · Eagle)

主要生产越野车和轻型四座车。该部前身是著名的美国汽车公司 (AMC)，1987年并入克莱斯勒公司。吉普只有一个特殊注册的单词“Jeep”为名，没有特殊的标志。鹰作为标志，效法鹰的斗志和精神。



大众
(Volkswagen)

欧洲第一大汽车公司，公司名称意思就是“大众使用的汽车”。他的车标使用公司名的首字母“V”和“W” (Volkswagen Werk) 重合，并形成3个代表胜利的“V”字，象征从胜利走向胜利。旗下有大众、西亚特、奥迪和斯柯达四个大的公司。

大众品牌的代表车型：甲壳虫 (Beetle) 高尔夫 (Golf)



奥迪
(Audi)

大众公司的高档轿车品牌。奥迪公司的创始人是霍希 (A. Horch)，他用他的名字的意思 (听的意思) 译成拉丁文“Audi”，后来同其他三家汽车公司合并。标志是四个相连的圆环，代表的就是四家公司的强强联合。代表车型 A 8 A 6 A 4 A 2 TT



三菱
(MITSUBISHI)

三菱商标采用三瓣菱形钻石图案，是根据岩崎家族海运船只上的标识和藩王内家的三帕叶标识演变而来的。标志体现了公司的三个原则：承担对社会的共同责任、诚实与公平、通过贸易促进国际谅解与合作。

代表车型：帕杰罗 (PAJERO) 兰瑟 (LANCER)



顺风
(Plymouth)

又译为普利茅斯。该部主要生产中低档轿车。该部的名称使用的是普利茅斯港口的名称。标志据说采用了当年英国向美国迁移神父的米福拉瓦号帆船图案，这艘船就是在普利茅斯港靠岸的。



宾利
(Bentley)

原译为本特利，原来是英国劳斯莱斯旗下生产高档跑车的分部。劳斯莱斯转手给宝马公司，后本特利归入大众公司，得以起死回生。标志是以公司名的第一个字母“B”为主体，生出一对翅膀，像凌空翱翔的雄鹰。

代表车型：大陆 (Continental)



兰博基尼
(lamborghini)

又译为“林宝坚尼”，是一个颇有盛名的跑车品牌。以其性能和非常酷的造型闻名于世，现在归奥迪公司所有，属于大众旗下品牌。该品牌名字得自公司创始人佛鲁西欧·兰博基尼 (Ferruccio Lamborghini)。标志是其家族的盾形徽章，一头充满力量的公牛。恰恰符合该车的特特点，动力十足，冲劲十足。

代表车型：康塔什 (Countach) 迪亚波罗 (Diablo，又译为鬼怪)

丰田
TOYOTA



宝马
BMW



雷诺
Renault



大发

大发工业株式会社成立于1907年，原名为大阪发动机制造株式会社，1951年改为现名。主要生产小型轿车，其独特的技术力量和生产能力在国际上享有较高的声誉。所谓大发是大阪发动机的简称。轿车标志将大发拼音的“D”图案化。



丰田
(TOYOTA)

丰田汽车公司是日本第一大汽车公司。丰田以其创始人丰田喜一郎的姓氏命名。其标志由三个椭圆组成，大椭圆代表地球，中间由两个椭圆垂直组合成一个T字，是TOYOTA的打头字母。标志象征着丰田公司立足于未来，对未来充满信心和雄心。

代表车型：佳美 花冠 大霸王



宝马
(BMW)

全球闻名的生产高档轿车和摩托车的制造厂，生产的汽车以优异的操作性能闻名于世。其前身是巴伐利亚飞机发动机公司。标志是透过螺旋桨看到的蓝天，这与公司的来历紧密相关。

代表车型：3系 5系 7系 M系列跑车



雷诺
(Renault)

世界十大汽车公司之一，法国第二大汽车公司。创立于1898年，公司的名字源于创始人雷诺兄弟。该标志历经几次演变，从最初的圆形散热器格栅中间夹着“Renault”字样，演变成菱形的同样图案，到后来简化成四边菱形，1992年重新设计成有立体感的四边菱形。

代表车型：梅甘娜



劳斯莱斯
(Rolls-Royce)

被认为是世界上最豪华气派的汽车，曾一度为贵族所专用。该公司的名字是以创始人的名字命名，双“R”车标就是两个首字母的缩写，表示两人合作的关系融洽。同时该公司还有举世闻名的立体的“飞天女神”的车标，高雅静谧中又有飘逸的速度感，充分配合了该车的豪华、尊贵的贵族气质。



凌志
(LEXUS)

凌志是丰田公司的一个高级轿车品牌。标志是“LEXUS”的第一个字母“L”，喻示该车驰骋在世界各地的道路上。

代表车型：LS400 ES300



迷你
(Mini)

是一个历史悠久的英国小型汽车品牌，至今世界上已经售出500万辆以上。归属宝马公司之后，迷你焕发了新的活力。重新设计的迷你再次受到全世界的欢迎。车标是英文“MINI”外面加一个翅膀，配合车型的设计，让人感受到英国经典汽车的气质。



日产
(NISSAN)

日产(NISSAN)是日语“日产”两个字的罗马字母，是日本产业的简称。其标志是将写有“NISSAN”的横幅放在一个太阳上。太阳是日本国旗图样，横幅贯穿的太阳象征着天空，合起来象征日产公司的事业蒸蒸日上。

代表车型：风度(cefiro) 蓝鸟(bluebird)



无限
(INFINITI)

无限是日产公司的高级轿车品牌。

本田
HONDA



菲亚特
FIAT



IVECO



法拉利
(Ferrari)

世界上最著名的赛车和运动跑车的生产厂家，几乎是超级跑车的代名词。始建于1929年，创始人是意大利人恩佐·法拉利。菲亚特公司拥有该公司50%的股权。法拉利汽车大部分采用手工制造，年产量只有4000辆左右，公司总部在意大利摩德纳。车标是一匹跃起的马，源于第一次世界大战中一名飞行员飞机上的图案。飞行员战死后，马就变成了黑色。标志底色为公司所在地摩德纳的金丝雀的颜色。

代表车型：360Modena 360Spider 456M 575M F50 恩佐·法拉利(Enzo)

IVECO

依维柯
(Iveco)

成立于1975年，是菲亚特集团中生产商用车的专业公司，融合了欧洲主要的几家具有百年商用车生产历史的公司优势。

代表车型：Daily Euro-cargo Stralis



本田
(HONDA)

本田以其创始人本田宗一郎的姓氏命名。其标志采用带框的“H”，其中“H”是HONDA的打头字母。该标志体现出技术创新，工艺完美和经营坚实的特点。

代表车型：雅阁 (ACCORD) 市民 (CIVIC)



菲亚特
(FIAT)

公司始建于1899年意大利都灵，是世界上第一个生产微型车的厂家，全称是意大利都灵汽车制造厂。菲亚特 (FIAT) 是该厂名中意文4个单词的首字母。轿车部门主要有菲亚特、法拉利、阿尔法·罗密欧和兰西亚等公司，工程车辆公司有依维柯公司。

代表车型：西耶那(Siena) 派里奥(Palio) 多宝(Doblo)



玛莎拉蒂
(Maserati)

公司于1926年由玛莎拉蒂家族创建，专门生产运动车，在欧洲具有很高的知名度。在1989年成为菲亚特汽车公司的子公司。车标是在树叶形的底座上放置的三叉戟，这是公司所在地意大利博海尼亚市的市徽，来源于罗马神话中的海神纳普秋手中的武器，显示出海神巨大无比的威力。

代表车型：玛莎拉蒂 3200 GT Coupe GT 斯派德(Spyder GT)



双龙
(SSANGYONG)

双龙汽车公司是主要生产大客车、越野车、专用车的厂家。“双龙”汽车标志将“SSANGYONG”中的两个“S”抽象成“S”字，形似“双龙”飞舞，在文字商标中又使用双“S”，表示“双龙”情深意重。

代表车型：主席



阿库拉
(ACURA)

阿库拉是本田公司的豪华轿车品牌。

代表车型：传奇(LEGEND)



阿尔法·罗密欧
(Alfa Romeo)

始建于1910年，总部设在米兰，现为菲亚特的子公司，专门生产运动车和赛车，拥有浓烈的意大利风采、优雅的造型和超群的性能，在世界车坛上一直享有很高的声誉。车标是米兰市的市徽，也是中世纪米兰的领主维斯康泰公爵家的徽标，标志中的十字部分来源于十字军从米兰向外远征的故事；右边部分是米兰大公的徽章。

代表车型：阿尔法·罗密欧 147 156 166 GTV



兰西亚 / 蓝旗亚
(LANCIA)

始建于1906年，在众多爱车族的眼中意味着健康、向上的生活品质，它是一种颇具贵族气质的轿车。对驾驶员和乘客需求的满足、轻松的驾驶、优雅的造型和尖端的技术都是蓝旗亚不尽的追求。LANCIA 在意大利话中的意思是“长矛”，车标以长矛作为画面主题，代表了企业奋斗的精神。

代表车型：利普拉(Lybra) 强音(Thesis)



斯堪尼亚
(Scania)

创办于1891年，是世界上领先的重型货车和公共汽车的制造商，已经制造了1000000辆货车和公共汽车。货车分成4个基本类别：D(配送)、C(建筑)、L(远程运输)和G(重型运输)，Scania在100多个国家有办事处，97%的产品销售到了瑞典以外。

代表车型：Scania R 系列 4 系列货车

姆吉 - 罗孚

MG-Rover



摩根
(Morgan)

诞生于1909年，是汽车制造企业中间闻名遐迩的老牌汽车公司。摩根跑车的生产方法可以称得上“亘古不变”，从大批量制造，车辆几乎全部手工制作。摩根工厂平均每个星期最多生产10辆汽车，全年总产量大约500辆。
代表车型：Aero8 Plus8



mazda

马自达
(Mazda)

日本较大的汽车公司，现被福特公司控股。名字来源于索罗亚斯德教（Zoroastrianism）的最高之神的名字。车标几经变化。新车标展翅欲飞，象征着品牌不断创新、日益进取的精神。
代表车型：323 626 929 马自达6 RX 系列跑车



现代
(HYUNDAI)

现代汽车公司是韩国第一大汽车公司。其商标是在椭圆中放置斜体字“H”，“H”是现代汽车公司英文名“HYUNDAI”的第一个大写字母。商标中的椭圆即代表汽车的转向盘，又可以看作是地球，与其间的H结合在一起恰好代表了现代汽车遍布全世界的意思。
代表车型：索纳塔（SONATA）酷派（COUPE）



姆吉
(MG)

英国最古老的汽车品牌，创始人威廉·莫里斯（William Morris）于1910年创立。该公司生产的汽车在汽车运动中享有较高声誉。该公司的标志是一个八角形徽章，象征着热情、忠诚。



斯柯达
(Scoda)

捷克最大的汽车公司。20世纪50年代曾经与奔驰、雷诺、标致公司并列为世界四强。1990年被大众公司接管。车标是一个印第安人头像，下方有一飞箭，又像一个小鸟。现在采用绿色作主颜色，象征希望，同时有环保的意义。



PORSCHE

保时捷
(Porsche)

世界上享有非常高声誉的跑车品牌，位于德国斯图加特市。该公司由著名的汽车设计大师费迪南德·保时捷博士（Dr. Ferdinand Porsche）创立。车标采用的是该公司所在地斯图加特市的徽章，1952年为该公司所用。徽章上面的马和鹿角与当地历史息息相关。
代表车型：911 BOXS-TER



起亚
(KIA)

韩国现代汽车公司旗下的一个品牌。其标志是英文“KIA”，形似一只飞鹰，象征公司如腾空飞翔的雄鹰。
代表车型：悦达（PRIDE）



罗孚
(Rover)



西亚特
(Seat)

是西班牙最大的汽车公司，1950年成立于巴塞罗那。后成为德国大众汽车公司子公司。多生产中小型汽车，比较知名的品牌轿车有Cordoba、Ibiza等。其中Cordoba轿车对中国人并不陌生，一汽-大众“都市高尔夫”（City Golf）车型就是引进Cordoba生产的。



特威尔
(TVR)

1949年，英国的一个年轻的工程师特雷沃·维尔金森（Trevor Wilkinson）用福特的侧阀门发动机在自己的底盘上建造了第一辆“特威尔”汽车。1954正式成立TVR公司，公司名称TVR取自特雷沃（Trevor）名字中的三个字母。
代表车型：格里菲斯（Griffith）500 驰马拉（Chimaera）瑟伯拉（Cerbera）图斯堪（Tuscan）塔莫拉（Tamora）



莲花
(LOTUS)

成立于1951年，是世界上著名的运动车生产厂家。现归马来西亚西康集团所有，公司总部设在英国诺里奇市，年产汽车600辆左右。莲花汽车重心很低，造型具有良好的流线形。车标除了有“LOTUS”（莲花）的英文字样外，还有四个创建人姓名的开头四个字母“A”、“C”、“B”、“C”重叠组成的图案。
代表车型：精灵（Esprit）艾丽丝（Elise）

又译为“陆虎”，是生产轿车、运动车及越野车的汽车厂，知名度较高。“Rover”英语中包含流浪者、航海者的意思。“Rover”是北欧的一个勇敢善战的海盗民族，所以商标采用了一艘海盗船，张开红帆，象征着公司乘风破浪、所向披靡的大无畏精神。
代表车型：618 75

目 录

第1章 了解汽车经纪人	1
1.1 经纪人起源和发展	1
1.2 西方汽车经纪人	4
1.3 汽车经纪人在中国	11
1.4 汽车经纪人核心竞争力	14
思考题	28
第2章 中国汽车行业发展与趋势	29
2.1 行业现状	29
2.2 未来中国汽车行业走向	34
2.3 WTO 的影响	43
思考题	49
第3章 世界汽车巨头在中国的战略布局	51
3.1 世界汽车巨头投资中国	51
3.2 美、日、欧投资我国汽车业实录	54
思考题	61

第4章 汽车营销	63
4.1 市场营销基础	63
4.2 现代营销观念	83
4.3 国外汽车营销概况	103
4.4 汽车专卖店概况	109
4.5 中国汽车营销模式与选择	112
4.6 汽车营销案例与分析	118
4.7 汽车营销的法律知识	129
思考题	136
第5章 汽车销售实战	139
5.1 客户购车心理	139
5.2 汽车销售过程标准体系	146
5.3 销售程序	157
5.4 汽车营销——开发客户	168
5.5 汽车营销——沟通	176
5.6 汽车营销——与不同客户打交道	191
5.7 汽车销售售后服务	200
思考题	212
第6章 汽车选购	213
6.1 选车要点	214
6.2 车型选择常识	219
6.3 购车与养车费用	223
6.4 选购进口车	226
6.5 选购二手车	229
6.6 购车应注意的问题	234
6.7 车主如何维护合法权益	239
思考题	243

第7章 汽车保险	245
7.1 汽车险种	245
7.2 基本概念与保费	251
7.3 操作流程与模式	255
7.4 出险索赔	260
7.5 汽车保险的误区	268
思考题	269
第8章 汽车按揭贷款	271
8.1 基本概念与业务方式	272
8.2 操作模式与流程	274
8.3 基本计算方法	278
8.4 解读汽车贷款新政策	279
思考题	281
第9章 汽车入户与上牌	283
9.1 办理新车手续	283
9.2 国家对进口汽车牌证的管理规定	284
思考题	286
附录1 汽车买卖合同(参考样本)	287
附件一:委托服务备忘录	294
附件二:车辆交接书	295
附录2 《汽车贷款管理办法》	297
全球车标图谱(彩色)	

第1章

了解汽车经纪人

【本章要点】

- 汽车经纪人在汽车销售服务过程中发挥巨大的作用
- 经纪人是一个精英群体,具有广阔的发展前途
- 汽车经纪人在中国正处于萌芽状态,前途光明
- 树立创业和立业理念,设计事业之路
- 良好的沟通能力是达成汽车交易的钥匙
- 积极的心态和良好的学习提高能力是汽车经纪人最核心的竞争力

经纪人是商品交易过程的中间桥梁

1.1 经纪人起源和发展

中文“经纪”一词,在字典里的解释是筹划和管理某项事务的意思。所谓经纪人,就是买卖中间人,是商品交易过程的中间桥梁,实现商品的使用功能。

经纪人的精确起源时间已经无从考察,可以说从商品经济出现,就有经纪人活动的影子,英国文豪莎士比亚的名著《威尼斯商人》就曾经提到了经纪人的活动。在中国,经纪人作为一种正式的

职业出现于清代。

按照信息经济学理论,在商品的交易过程中,商品所有者拥有的产品及市场信息与商品使用者拥有的产品及市场信息是不对称的。为了能够顺利达成交易,就需要有一个为买卖双方进行信息沟通和交流的中间活动环节。信息经济学的创始人之一、世界银行首席经济学家、1999年诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格利茨对信息经济学中的主要课题“信息不对称”进行了全面的研究。在他编著的教科书《经济学》中,斯蒂格利茨曾用二手车交易中存在的信息不对称的案例来说明信息经济的简单原理:即卖车的人比买车的人知道更多的关于汽车本身的缺陷问题。随后他描述了汽车经纪人与不完全信息之间的关系,这段文字写得非常浅显,但说理透彻,解释了汽车经纪人产生的经济学原因:“经纪人是安排当事人双方契约的角色。以前,媒人把可能成为夫妻的人撮合在一起。股票经纪人为买卖双方沟通,汽车经纪人促使买卖双方达成交易。”

汽车经纪人
促使买卖双方
达成交易



尽管在任何情况下,只是由于不完全信息才使经纪人这种职业得以存在,然而为什么一个人不能自己去选择配偶、股票或汽车呢?显而易见的问题是存在许多不同的花色品种可供选择,而要做出明智的选择,必须花费时间、精力和金钱去搜集信息。在现代社会,各种各样的信息铺天盖地,任何一个人不可能、也没有必要去了解和掌握其他领域的全面信息,因为那样成本太高。优秀的经纪人始终