



机动车维修技术人员
从业资格培训考试丛书

机动车维修 业务接待员 培训考试教材

机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书编委会 编



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.



机动车维修技术人员
从业资格培训考试丛书

机动车维修 业务接待员 培训考试教材

机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书编委会 编



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

内 容 提 要

本书依据《机动车维修从业人员从业资格条件》(GB/T 21338—2008)的相关要求组织编写,介绍了机动车维修业务接待员应该掌握的相关知识。主要内容有:汽车后市场服务新理念、汽车构造、汽车维修企业认识、汽车维修服务接待、汽车维修业务管理。

本书内容翔实、条理清晰,语言通俗、易懂便学,源自实践、客观实用。本书是机动车维修业务接待员从业资格培训的专门教材,还可作为汽车维修企业管理人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

机动车维修业务接待员培训考试教材 / 机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书编委会编. —北京:人民交通出版社股份有限公司, 2014.9

ISBN 978-7-114-11732-9

I. ①机… II. ①机… III. ①机动车—车辆修理—商业服务—资格考试—教材 IV. ①U472.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 221668 号

Jidongche Weixiu Yewu Jiedaiyuan Peixun Kaoshi Jiaocai

书 名: 机动车维修业务接待员培训考试教材

著 作 者: 机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书编委会

责任编辑: 林宇峰 李 洁

出版发行: 人民交通出版社股份有限公司

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010)59757973

总 经 销: 人民交通出版社股份有限公司发行部

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京市密东印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 9.25

字 数: 234 千

版 次: 2014 年 11 月 第 1 版

印 次: 2014 年 11 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-11732-9

印 数: 0001—3000 册

定 价: 25.00 元

(有印刷、装订质量问题的图书由本公司负责调换)

机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书

编委会

主 任:李晓峰

副主任:许岩石 张玉凤 赵锦鹏 王庆东

苏 霆 梁 旭

委 员:门玉龙 马殿利 王庆东 王 巍

王晓峰 任福权 刘 刚 刘 洋

刘 磊 刘光奇 孙大勇 米 宸

闫 萍 宋春林 张 祺 张立新

张忠文 张 萍 时 锋 时崇杰

李景芝 李 娟 李 森 李云峰

杨克勤 邱志伟 邵 刚 范 敏

施长飞 赵宁江 项纪春 徐殿忠

高 峰 缙 敏 韩 勇 窦 梅

窦丁林 潘永伟 黎 枫

机动车维修技术人员从业资格考试范围

模块 适用人员	模块 A	模块 B	模块 C	模块 D	模块 E	模块 F	模块 G	模块 H
机修人员	★			★				
电器维修人员	★				★			
车身修复人员	★					★		
车身涂装人员	★						★	
车辆技术评估(含检测)人员	★							★
机动车维修技术负责人	★	★		(D、E、F、G 模块必须选考其一)				
机动车维修质量检验员	★		★	(D、E、F、G 模块必须选考其一)				

注：★适用人员必考模块。

模块 A: 职业道德和法律法规

模块 B: 技术质量管理

模块 C: 维修检验技术

模块 D: 发动机与底盘检修技术

模块 E: 电器维修技术

模块 F: 车身修复

模块 G: 车身涂装

模块 H: 车辆技术评估

交通运输部颁布实施的《道路运输从业人员管理规定》,规定了机动车维修技术负责人、质量检验员、机修人员、电器维修人员、钣金(车身修复)人员、涂漆(车身涂装)人员、车辆技术评估(含检测)人员实行从业资格考试制度。《中华人民共和国机动车维修技术人员从业资格考试大纲》明确了考试内容、合格标准及考试范围。机动车维修技术人员从业资格考试制度的实施,对于加强我国机动车维修技术人员从业资格管理、提高机动车维修技术人员素质和车辆维修质量具有十分重要的意义。

为了配合交通运输部机动车维修技术人员从业资格考试,帮助广大报考人员系统地学习相关知识,在较短时间内掌握考试内容,顺利地通过考试,我们按照《机动车维修技术人员从业资格培训技术要求》(JT/T 698—2007)、《中华人民共和国机动车维修技术人员从业资格考试大纲》的要求,组织编写了《机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书》。本套丛书共有十册:

1.《技术质量管理培训考试教材》(模块 A、B)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 B:技术质量管理。

2.《维修检验技术培训考试教材》(模块 A、C)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 C:维修检验技术。

3.《发动机与底盘检修技术培训考试教材》(模块 A、D)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 D:发动机与底盘检修技术。

4.《电器维修技术培训考试教材》(模块 A、E)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 E:电器维修技术。

5.《车身修复培训考试教材》(模块 A、F)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 F:车身修复。

6.《车身涂装培训考试教材》(模块 A、G)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 G:车身涂装。

7.《车辆技术评估培训考试教材》(模块 A、H)

模块 A:职业道德和法律法规,模块 H:车辆技术评估。

8.《机动车维修业务接待员培训考试教材》

9.《机动车维修价格结算员培训考试教材》

10.《机动车综合性能检测从业人员培训考试教材》

本套丛书根据现代机动车维修服务的实际需要,按照理论和实践相结合的原则而编写。根据从业人员在职学习的特点,理论部分重点介绍与实际工作紧密相关的基础理论和机动车维修发展的前沿技术;实操部分旨在提高机动车维修技术人员的检测诊断技能及综合分析能力。

《机动车维修业务接待员培训考试教材》为《机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书》之一,由李景芝主编。作为汽车维修业企业业务员职业资格培训的专用教材,本书具有“内容翔实、条理清晰,语言通俗、易懂便学,源自实践、客观实用”的特点,主要介绍了汽车后市场服务新理念、汽车构造、汽车维修企业认识、汽车维修服务接待、汽车维修业务管理。

由于编者水平有限,加之编写时间仓促,书中难免存在疏漏和不妥之处,诚请广大读者批评指正。

机动车维修技术人员从业资格培训考试丛书编委会

2014年8月

目录

CONTENTS

第一章 汽车后市场服务新理念	1
第一节 我国汽车服务行业面临的市场环境	1
第二节 汽车后市场服务的特征	3
第三节 汽车后市场服务的新理念	8
综合训练题目	10
第二章 汽车构造	13
综合训练题目	24
第三章 汽车维修企业认识	27
第一节 汽车维修企业组织机构和人员配备	27
第二节 汽车维修企业运作流程	28
第三节 汽车维修企业服务人员职业道德	32
第四节 汽车维修接待员岗位职责和任职条件	35
综合训练题目	37
第四章 汽车维修服务接待	41
第一节 汽车维修接待概述	41
第二节 不同群体汽车维修心理分析	43
第三节 汽车维修接待礼仪	46
第四节 电话使用技巧	54
第五节 其他常用礼节	59
第六节 客户喜欢的维修接待员	66
第七节 汽车维修接待内容	66
综合训练题目	81
第五章 汽车维修业务管理	89
第一节 早会管理	89
第二节 汽车维修接待的 5S 管理	92
第三节 汽车维修合同管理	100
第四节 汽车维修服务基本管理制度	105

第五节 汽车保险的代办与服务.....	109
第六节 客户抱怨受理机制.....	116
第七节 汽车维修客户档案管理.....	124
综合训练题目.....	128
参考文献.....	139

第一章 汽车后市场服务新理念



【学习目标】

通过对本章内容的学习,您需要:

1. 了解我国汽车服务行业的市场环境;
2. 熟悉汽车后市场服务的特征、汽车后市场服务的新理念;
3. 掌握汽车后市场服务项目。



第一节 我国汽车服务行业面临的市场环境

2001年11月11日,中国正式加入世界贸易组织。这给中国的汽车市场环境以及汽车服务行业的市场环境带来了巨大的影响。经过10多年的发展,对我国汽车行业产生的影响具体体现在以下几个方面。



一 降低关税带来的影响

1. 对整车销售的影响

我国加入世贸组织之后,随着汽车整车进口关税的下降,以及汽车市场的逐步开放,国内汽车消费者拥有了更大的选择余地。这样,既有利于广大的汽车消费者,也有利于进一步扩大汽车市场;同时,私人汽车的普及进一步加快,汽车生产企业最终从市场竞争中、从规模效益中得到了更多的收益。

2001—2013年间,我国民用汽车保有量如图1-1所示。2013年,民用汽车保有量达到13741万辆(包括三轮汽车和低速货车约1100万辆),其中私人轿车6410万辆,已经形成了巨大的市场。

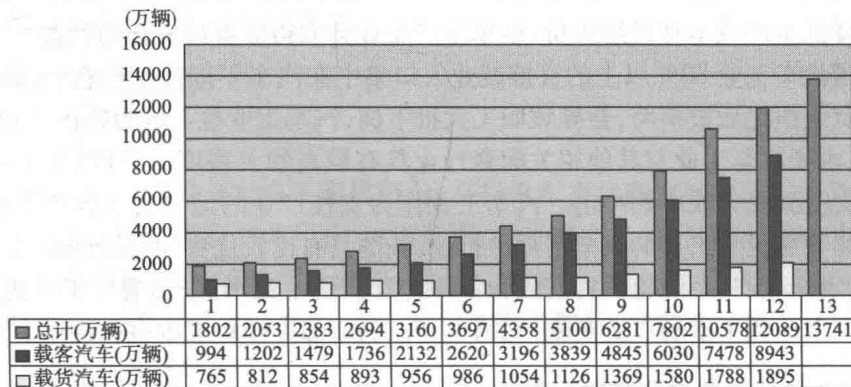


图1-1 2001—2013年间我国民用汽车保有量

注:2001—2010年间的统计数字不包括三轮汽车和低速货车。





降低关税、引入竞争,不仅可以满足国内需求,而且对国内汽车市场价格也起到了制约作用,迫使国内生产企业按照比较利益原则,利用国际和国内市场合理配置资源,降低成本,提高效率。十多年来,我国汽车工业得到了长足发展,从原来在世界汽车市场上的无足轻重,到2009年之后的一直稳居汽车产量世界第一,不能不说是国家加入WTO给汽车行业带来的巨大利益。我国在2001—2013年间的汽车销售量如图1-2所示。

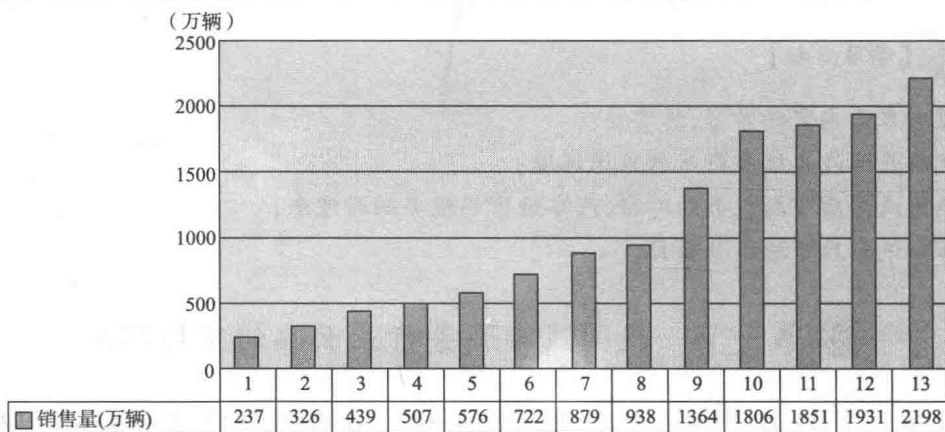


图 1-2 2001—2013 年间我国汽车销售量

汽车生产企业在市场竞争中优胜劣汰的结果,为我国汽车工业的产品结构和组织结构调整提供了难得机遇和外动力,促进企业联合重组,加快产业结构调整步伐。2002年6月,一汽与天汽签署重组协议,完成了中国汽车工业发展史上规模最大的一次联合重组。2007年12月26日,上海汽车集团与跃进汽车集团签约,跃进集团下属的汽车业务全面融入上汽。另外,吉利汽车公司近年来的不断发展壮大、比亚迪汽车公司的横空出世,都是加入世贸组织之后的政策及环境所致。

2. 对汽车零部件的影响

从对市场的有效保护理论来讲,降低零部件(即中间投入品)的价格,必然会使汽车生产过程中的成本大大下降。

政府为了造成对整车的较高保护率,关税水平是按照“原材料、中间投入品、最终产品”的顺序依次递增的。从而最大程度地降低了生产汽车的中间投入品价格。这样,有利于整车生产厂家有效降低生产成本和最终售价,整车生产企业会取得效益最大化的利益。

由于我国汽车工业80%以上的直接就业人口集中在汽车零部件生产企业,如果零部件工业在加入世贸组织之后被挤垮,会导致职工大批下岗,汽车工业也会成为跨国公司在我国的装配点。同时,由于汽车工业与其他相关配套行业具有较高的关联度,一旦汽车工业被挤垮,相关工业必然会受到或大或小的冲击。汽车工业作为支柱产业的地位会受到严重挑战。不过,作为劳动密集型和机加工类的汽车零部件行业,我国具有比较优势,所受到的冲击其实很小。

目前,模块化生产、系统化供货已成为零部件配套的主流形式,随着零部件进口关税的下降及汽车生产全球化举措的广泛实施,我国生产出的零部件模块成本也在逐年下降。

二 取消非关税壁垒措施带来的影响

加入世贸组织之后,随着国家对一些非关税壁垒措施(如汽车进口配额)的取消和弱化,

汽车生产企业可以在更大范围内学习、借鉴和采用国外先进技术与经验。促使我国汽车工业融入世界汽车工业的发展潮流之中。

我国的汽车工业经过一段时间的发展,具有比较优势的部分产品,在成本上已经具有竞争优势,在性能上也在逐渐为部分国家所接受,具有一定的区域竞争力。

同时,随着投资限制措施的取消,我国汽车工业的投资环境也得到大幅度改善。外商在我国投资建厂享受到了普惠制待遇。这样,更加有利于吸引外资尤其是跨国公司的投资;有利于引进高新技术,加快技术改造和技术进步的步伐;有助于外方向中方转让先进的技术;有利于外方在我国建立研究开发机构,并将其纳入到跨国公司的全球发展战略之中。近几年来,汽车生产的国际巨头,逐渐将他们的关键产品投放到了中国市场,充分说明了这一点。

加入世贸组织后,我国得到了一个公正解决贸易纠纷的场所,贸易体制转向了多边贸易体系,获得了稳定的多边优惠待遇,为我国汽车产品在国际市场上创造一个良好的出口环境。

三 开放汽车服务贸易带来的影响

汽车服务贸易体系是汽车产品销售的重要基础与保障,相对于我国来说,也是极度薄弱的环节,如果我国不尽快完善汽车服务贸易体系,外国服务企业一旦在我国建立了外方控股的汽车服务贸易体系,就为他们在我国销售外国汽车产品打开畅通的渠道,对我国汽车工业的发展将产生重大冲击。从这一点上讲,加入世贸组织,对外开放汽车服务贸易市场,对于我国在更大范围内学习、借鉴国外先进的汽车服务贸易运作方式和管理经验是有好处的。

同时,我国汽车服务贸易体系将会产生质的变化,有利于我国汽车服务贸易体系与国际惯例接轨,我国的汽车消费者会享受到优质的服务,从而扩大市场消费。

第二节 汽车后市场服务的特征

随着汽车保有量的大幅增长,汽车后市场得到了长足发展。后市场是汽车产业链中最稳定的利润来源,可占总利润的60%~70%。每辆车接受售后服务所开支的金额平均约为车价的2倍。再加之私家车主的售后维护服务意识逐渐增强,因此,中国的汽车后市场面临着难得的历史发展机遇。分析汽车后市场的发展,总结归纳汽车维修企业的经营业态,对于宏观把握汽车汽车维修行业的状况有着积极意义。

一 中国的汽车后市场

1. 汽车后市场的定义

汽车后市场是汽车产业链的有机组成部分,是指汽车自出产之后的全部相关环节,包括销售领域的金融服务、汽车租赁、汽车广告、汽车装潢、二手车交易;日常运行领域的油品、汽车保险、汽车维护、汽车维修;面向车主服务领域的驾校、停车场、车友俱乐部、救援系统、交通信息服务等;流通领域的整车与零部件物流;服务领域的汽车资讯、汽车培训等。

2. 国内汽车后市场的发展

我国汽车后市场的发展大致可分四个阶段。

第一阶段是1990—1996年,属于起步阶段,维修服务对象几乎都是公务车。在这个阶段,



个人用户几乎还没有消费汽车的,汽车维修依然带有计划经济时期的部分色彩。

第二阶段是1997—2001年,属于开始发展阶段,维修服务对象以公务车为主,只有极少数私家车。该阶段处于我国加入世贸组织的前夜,正在逐步接受国外消费理念。

第三阶段是2002—2008年,这个阶段属于中国成功加入世贸组织并在积极准备、顺利召开奥运会的阶段,整个国家处于前所未有的开放阶段,各种经济成分纷纷涉足汽车后市场,汽车后市场企业处于洗牌阶段。服务对象是私车、公务车各占半壁江山。

第四阶段是2009年以后,汽车后市场将处于稳步发展阶段,服务对象以私家车为主,公务车为辅,每个地区都有2~3家区域性的龙头企业,品牌快修店与4S店并行,国外汽车服务连锁巨头进入中国,个体经营的维修店在选择自己的发展道路。

二 汽车后市场的主要内容

在国内的汽车市场,后市场所包括的主要业务见表1-1。

汽车后市场的主要业务

表1-1

业务名称	项 目	具 体 内 容
汽车美容	车表美容护理	无水洗车、泡沫精致洗车、全自动电脑洗车、底盘清洗、漆面污渍处理、漆面飞漆处理、新车开蜡、氧化层去除、漆面封釉、漆面划痕处理、抛光翻新、金属件增亮、轮胎增亮防滑、玻璃抛光等
	车内翻新护理	车内顶篷清洗、车门衬板清洗、仪表板清洗护理、桃木清洗、丝绒清洗、地毯除臭、塑料内饰清洗护理、真皮座椅清洗、全车皮革维护等
	高级美容护理	漆面封釉、漆面镀膜、汽车桑拿、底盘封塑、臭氧消毒、划痕修复等
汽车装饰	新车装饰	全车贴膜、铺地胶、铺地垫、挡泥板、尾箱开启器、桃木内饰、加装轮眉、防撞胶条、更换拉手、安装门碗、加装晴雨挡、加装尾喉、另加上部分客户要求的真皮座椅、豪华天窗、隔声工程等
汽车维护	日常维护(必做)	换润滑油、加防冻液、更换三滤、更换刮水器、变速器止漏、清洗更换制动片、空调检测及加氟利昂、蓄电池维护等
	附加维护(选做)	燃烧系统免拆清洗、润滑系统免拆清洗、冷却系统免拆清洗、电脑检测及解码、发电机维护、发动机维护、尾气达标等
汽车电子	电子产品	防盗器、倒车雷达、中控门锁、车载电话、GPS、加装电动门窗、更换自动天线、车载冰箱、胎压检测器、电压转换器、各部位车灯、车载应急灯、后视镜系统等
汽车娱乐影音系统	娱乐影音产品	车载电视、CD、VCD、DVD、喇叭、功放、低音炮、显示器、电子游戏系统等
汽车改装	汽车外观改装	改装包围、更换转向盘、增加个性贴纸、更换轮胎、更换轮毂、更换仪表等
	汽车性能提高改装	增加氙气灯、改装进气系统、改装排气系统、改装点火系统、改装供油系统等
	赛车按标准改装	车内头盔、防滑架、赛车服饰、减振器、悬架加强、赛车安全带等
汽车饰品	个性饰品	卡通娃娃、个性香水、内外闪灯、游侠伴侣、风火轮、个性地毯、钛金气喉、车饰边条、香熏挂件等
	专用饰品	野营套装,车载冰箱等
汽车轮胎	轮胎服务	更换轮胎、轮胎平衡、四轮定位、快速补胎、专业补胎、轮胎冲氮气、轮胎维护等

续上表

业务名称	项 目	具 体 内 容
汽车专业维修	车辆维修	对汽车各部位进行维修,主要是对车身、底盘、发动机、电气系统等方面进行全面、系统的维修,使之恢复正常等
车上办公	办公用品	车用办公桌椅、车用电脑、车用打印机、车用传真机、车载电话、车用热水器、车用电冰箱等
汽车租赁	按时间分	定时租赁、临时租赁
	按客户类别分	政府租赁、企业租赁、个人租赁
车主俱乐部	汽车类服务	代办保险、验车、泊位、换领驾照、补领驾照、补领行驶证、管家提醒、代(补)交养路费、理赔、审证、贷款等
	汽车体验与交流	外驾车出游、试乘试驾、车友会、会员制等,汽车救援:如拖车服务、快速抢修、提供 24h 救援等
二手车业务	二手车业务交易	二手车的购买、销售、中介、评估、暂管、代过户、置换、装饰等
汽车融资	信贷	汽车信贷、消费信贷
汽车广告	汽车广告	涉及报纸、杂志、电台、电视台、户外、单页、比赛赞助等
汽车资讯	汽车资讯	市场调查、市场分析、行业动态、统计分析、政策法规等
汽车文化	汽车文化	汽车模型、汽车体育、汽车知识、汽车报刊、汽车书籍、汽车影视、汽车车迷、汽车与社会等
汽车培训	汽车培训	驾驶培训、维修培训、美容装饰培训、销售接待培训、维修接待培训、保险理赔培训、中层管理培训、行业决策培训等

三 汽车维修行业现状

汽车维修行业是由汽车维护和修理厂点组成,为汽车运输服务,是相对独立的行业。

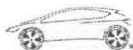
汽车维修是通过对汽车的维护和修理来维持和恢复其技术状况,延长汽车的使用寿命,它是汽车流通领域中的重要组成部分。

1. 汽车维修市场现状

中国的汽车维修市场随着改革开放的深入而逐步对社会进行开放。交通部于 1983 年提出了“有路大家行车,有水大家行船”的开放政策,出现了各行各业、各部门、各单位都来从事投资少、见效快的汽车维修行业的状况,汽车维修行业得到飞速发展。

目前,一个以中心城市为依托,一类企业为骨干,二类企业为基础,三类业户为补充,综合性能检测站为质量保证,各种经济成分协调发展的汽车维修网络已基本形成,较好地适应和满足了营运车辆和社会车辆的维修需求,为国民经济和社会发展作出应有的贡献。截至 2004 年,我国机动车维修业户近 35 万家,从业人员有 245 万人,年汽车维修量达到 1.29 亿辆次,年维修产值达 300 多亿元,汽车维修在社会经济活动中发挥着越来越重要的作用。

近几年,我国汽车产量与销售量逐年快速增长。2013 年汽车产销量分别达到了 2211.68 万辆和 2198.41 万辆,同比增长 14.76% 和 13.87%,连续 5 年蝉联全球第一(图 1-3)。随着国民经济的发展,我国汽车保有量将会以更快的速度增长,与之配套的汽车维修市场更是蕴藏着无限商机。



同时,由于汽车生产技术的进步,生产水平和人民生活水平的提高,公路条件的改善,尤其是高速公路的普及,对汽车在安全、环保、可靠、快速、舒适和经济等方面提出了更高的要求,促使汽车在品种、结构及性能方面越来越多样化,为适应这些变化,汽车的维修也必须有很大的发展,以最大限度地满足社会需求。目前我国汽车维修行业,已经发展成为一个“以中心城市为依托,一类企业为骨干,二类企业为基础,三类企业为补充,汽车综合性能检测站为质量保证,各种经济成分协调发展”的汽车维修网络和市场格局。

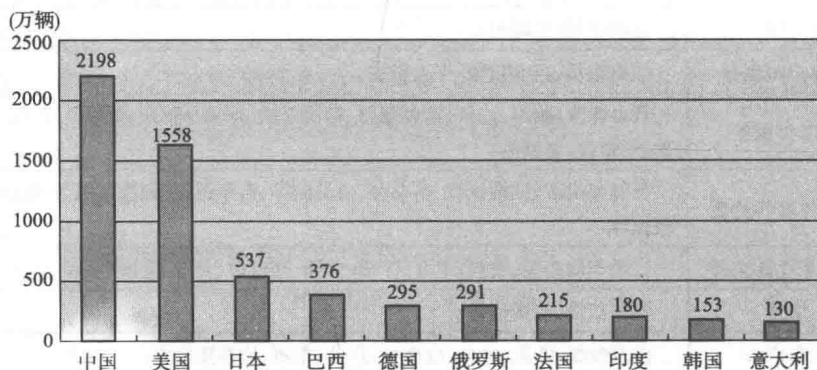


图 1-3 2013 年世界主要汽车市场销售量

2. 汽车维修技术现状

在汽车维修技术方面,目前具有以下主要特点:

- (1) 维修对象电子化。
- (2) 维修设备现代化。
- (3) 维修资讯网络化。
- (4) 维修管理电脑化。
- (5) 故障诊断专家化。

3. 汽车维修行业存在的基本问题

中国的汽车维修行业已经取得了巨大的进步,获得了前所未有的大发展,技术装备水平有了很大提高,现代的汽车检测诊断技术得到了广泛应用。但是,其与汽车技术的发展和用户日益增长的需求相比仍有一定差距,主要表现见表 1-2。

4. 国内汽车维修渠道模式

在目前的中国汽车后市场,汽车的维修主要有以下六大渠道:

- (1) 汽车 4S 店。
- (2) 传统的大中型维修厂。
- (3) 汽车维修路边店。
- (4) 汽车专项服务店。
- (5) 品牌快修、美容装饰连锁店。
- (6) 汽配商城。

这六大渠道在厂房面积、设备投资、人员素质、地点便利性、服务质量、服务时间和收费标准等方面各有千秋,短期可以共存,但随着市场的发展变化,经过逐步变化的汽车 4S 店和国际知名品牌的快修、维护、美容连锁店是两大主要渠道。

汽车维修行业存在的基本问题

表 1-2

存 在 问 题	具 体 表 现
行业属性定位不准确,认识不到位	车辆社会化和私家车的大量发展,使汽车维修行业走向了社会化,并促使汽车维修行业从产品型行业向服务型行业过渡;但汽车维修行业按传统的为运输生产服务的观念仍未彻底转变,为普通百姓服务的意识尚需提高,个性化的定制式服务、关联化的一站式服务机制尚未形成,行业的信息反馈机制、投诉调查处理机制还不完善
市场秩序有待进一步规范	执法监督不到位,市场准入把关不严,致使无证修车、不规范的路边店、占道修车等现象屡禁不止;街边店作业环境脏、乱、差,干扰了市场秩序,损害了整个行业的形象
维修质量得不到保证,行业的信誉度较差	维修技术与飞速发展的汽车技术存在较大差距,加之维修行业从业人员素质偏低,造成新技术的推广和普及困难,影响了传统的经验维修方式向新的诊断、换件为主的维修方式的顺利过渡,维修质量得不到保证;同时,使用假冒伪劣汽车配件等问题的存在,使社会上普遍存在用户修车不放心,怕被骗、怕被宰的现象,行业诚信度不高
乱收费问题存在	存在配件乱加价、乱收费以及增加作业项目多收费等问题,收费不透明和收费的事先沟通机制不完善
从业人员素质低	从事汽车维修的技术工人,整体文化水平偏低,接受专门培训的机会少,无法适应汽车更新换代的维修需求,使汽车维修质量得不到保证

四 我国汽车维修企业发展模式

企业选择何种经营模式,对自身发展有着近乎决定性的影响。目前,中国汽车维修市场主要有特约维修站、汽配商城、连锁经营店、独立修理厂、路边维修店等模式。

1. 特约维修站

汽车特约维修起源于美国。整车厂为保证产品维修质量,在经过水平考查、人员培训后纳入自己营销体系的维修厂冠以特约维修站的称号,便于控制产品的售后服务,树立产品形象。该模式被欧洲引入后,发展成 3S 或 4S 式汽车营销、服务体系。目前,这种模式在国外尤其是在欧洲和日本有其相当强的生命力。

1980 年以来,国内随着进口车的增加,特约维修站式的汽车售后服务模式,被外商(尤其是日商)带入。这种模式一问世,便以其新颖的形式、完善的服务博得消费者高度评价,逐渐成为发展趋势。后来,又演变为 3S、4S(整车销售-Sale、配件供应-Supply、维护维修-Safeguard、信息反馈-Service)汽车营销新模式。

汽车维修企业感悟到这种模式的发展前景,看到了别人从中所获利益,迅速作出反应,纷纷与整车厂建立联系,争取成为特约维修站,以求长远发展。

2. 汽配商城

汽配商城是一种颇具中国特色的汽车贸易方式。1994 年前后,国家对汽车零部件、整车经营政策逐步放开,全国建了许多汽车配件商城、汽车交易市场。

随着外商涌入及 4S 模式的推行,汽配商城经营冷淡。部分业户为多销配件,为客户免费更换。部分私车主,遇到例行维护或小修小换,自己开车到汽配城购件,当场让其维修。

汽配商城管理者基于这一现状,为了生存及谋求发展,借鉴 4S 店模式,将原来单纯经营汽车配件的功能扩展为“三位一体”(整车销售、配件经营、维修服务,亦称大 3S)。



3. 连锁经营店

由于连锁经营采用统一品牌形象、统一标准、统一价格、统一采购和配送,降低了企业的生产成本和管理成本,提高了经济效益,有利于企业的迅速扩张。

4. 独立修理厂

独立修理厂的来源,既有原来依附于行业或企业,后独立发展起来的修理厂,也有近年来新建的小型汽车修理厂。资本形式为国有、集体、民营。由于他们未获得品牌车特约维修权,因而在配件来源、技术支持、专用设备及免费服务等方面无特权,无法与特约维修站公平竞争。经营方向定位于投资较少、技术要求不高的车辆维护、车辆小修、汽车美容等。

目前这类企业经营差异很大,有的凭借良好信誉、过硬技术、完善设备、出色服务获得了长足发展,但也有一些企业在苦苦地支撑,甚至有朝着路边维修店方向发展的趋势。

5. 路边维修店

个人出资的临时性汽车维修店,甚至属无证、无照经营。

这类店在资金、人员、设备、技术水平、配件质量等方面均存在明显不足,最大竞争优势在于两条:收费低廉;服务及时。

路边维修店不承接大修、保修期内的维修,而选择洗车、美容及保修期外车辆的维护、更换易损件、小修等,服务对象大多为过路车、家庭车、经营型车等。部分私车主“保修期内特约站,保修期外路边店”的维修策略从一个侧面佐证了它的服务对象及竞争优势。

➡ 第三节 汽车后市场服务的新理念

随着我国汽车工业的发展和车辆的社会化、私有化,汽车维修市场出现了很大变化,特别是交通运输主管部门对汽车维修市场加强进一步的监管之后,汽车维修行业面临着一些新的形势,体现了一些新的理念。

一 汽车维修需求增幅明显

加入世贸组织以来,汽车市场发展很快,保有量逐年直线上升。汽车保有量的大幅增长,对具有汽车使用后勤保障功能的汽车维修行业产生了深远的影响,提出了更高的要求。

二 汽车维修个性化需求凸显

自2002年之后,我国的私人汽车市场发展很快,私人汽车保有量直线上升。

2004年底,我国私人汽车保有量达到1365万辆,开始全面超过公务车;截至2013年年底,私人轿车达到6410万辆。私人汽车消费,目前已经成为我国汽车消费市场的绝对主力(图1-4)。

私家车(尤其是私人轿车)保有量的高速增长,对机动车维修行业提出了新的要求,产生了极为深远的影响。汽车进入家庭步伐的加快,使得汽车维修服务成为社会的焦点,维修行业面临新的挑战。

汽车维修行业的从业者们必须清醒地认识到,在私人汽车占据历史舞台的今天,汽车维修行业已经走向了社会化,已经开始从产品型行业走向了服务型行业。车主对自己的爱车向维修服务商们提出了“快捷、廉价、安全”的具体维修要求。汽车维修行业要进一步提高为普通