



CAC职业(岗位)培训系列教材

汽车

>> 经纪人 <<

培训教程

QICHE
JINGJIREN
PEIXUN JIAOCHENG

>> 党相文 孙庆峰 主编 <<



化学工业出版社



CAC职业(岗位)培训系列教材

汽车

>> 经纪人 <<

培训教程

QICHE
JINGJIREN
PEIXUN JIAOCHENG

>> 党相文 孙庆峰 主编 <<



化学工业出版社

· 北京 ·

本书从汽车经纪人基础、汽车经纪过程管理、汽车经纪实务和汽车经纪人员管理四个方面着手,系统地阐述了汽车经纪人的产生和发展、汽车构造和运用基础、汽车文化、汽车服务贸易、汽车评估等基本理论,同时突出了汽车经纪礼仪、汽车经纪沟通、汽车经纪谈判、汽车经纪冲突管理、新车交易实务、二手车交易实务、客户关系管理、汽车经纪人职业生涯规划以及汽车经纪人法律必备等实际操作环节的诸方面内容,提出了一系列操作性很强的思路和方法。注重创新性、可读性和实用性。理论既严谨,又有鲜明的实战性。

本书为 CAC 职业(岗位)系列培训教材汽车经纪人培训用书,也可供汽车营销、交通运输、载运工具与运用工程等专业的师生和汽车服务贸易领域的专业技术人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车经纪人培训教程/党相文,孙庆峰主编. —北京:化学工业出版社, 2007. 9

[CAC 职业(岗位)培训系列教材]

ISBN 978-7-122-01171-8

I. 汽… II. ①党…②孙… III. 汽车-经纪人-技术培训-教材 IV. F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 142570 号

责任编辑:郭燕春

装帧设计:韩 飞

责任校对:宋 玮

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 刷:北京云浩印刷有限责任公司

装 订:三河市万龙印装有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张 17 1/4 彩插 1 字数 421 千字 2008 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00 元

版权所有 违者必究

“CAC 职业（岗位）培训系列教材”策划委员会

顾 问	宋 建	俸培宗	王锡赞	毛世屏	
主 任	周怀军	陈逢阳	孙泽军		
副主任	霍 红	张海让	郭燕春		
委 员	周怀军	陈逢阳	孙泽军	霍 红	张海让
	郭燕春	何 伟	储志强	潘启东	马晓旭
	毕丛娣	高显嵩	李 明	董 辉	邓承翔
	殷秀彬	董 超	武 杰	华 峰	王亚光
	董春华	荆 华	赵晓英	刘 洪	竭岸扬
	王 闯	袁福庆	时武略	黎文武	彭 艳
	赵俊敏	董怀军	赵懂琪	殷明成	陈昌豪
	郑志斌	肖守柏	黎俊峰	唐奉生	刘金宇
	魏金刚	刘严霜	莘莉姗	赵占坤	王 刚

“CAC 职业（岗位）培训系列教材”编委会

主 任	周怀军				
副主任	霍 红	张海让	郭燕春		
委 员	周怀军	霍 红	张海让	郭燕春	白 皓
	岳万里	张 跃	郭中原	卫 瑶	田慧芳
	王 君	魏 菲	张春月	冷燕萍	张 雪
	李 云	谢 鑫	郑 磊	洪志钢	失愉爽
	何历怀	鲁 辉	李葆华	方雅芬	杜 波
	刘志强	冯仰欣	滕宝红	孙晓梅	杨 祎
	李永力	常树坤	陈 沫	李宏伟	张恩元
	梁 超	卢圣春	沙中玉	王伟军	张志革
	党相文	孙庆峰	刘 岩	付迎刚	刘玉杰



通用 (美)



凯迪拉克 (美)



雪弗莱 (美)



别克 (美)



悍马 (美)



土星 (美)



鹰吉普 (美)



奥兹莫比尔 (美)



林肯 (美)



克莱斯勒 (美)



吉奥 (美)



庞蒂克 (美)



福特 (美)



道奇 (美)



顺风 (美)



克莱斯勒 (美)



道奇 (美)



道奇蝰蛇 (美)



水星 (美)



福特野马 (美)



奔驰 (德)



迈巴赫 (德)



精灵 (瑞士)



大众 (德)



奥迪 (德)



宝马 (德)



欧宝 (德)



保时捷 (德)



罗弗 (英)



路虎 (英)



捷豹 (英)



阿斯顿马丁 (英)



劳斯莱斯 (英)



莲花 (英)



宾利 (英)



美洲虎 (英)



迷你 (英)



伏克斯豪尔 (英)



拉贡达 (英)



凯旋 (英)



利兰 (英)



罗孚 (英)



摩根 (英)



沃尔沃 (瑞典)



斯堪尼亚 (瑞典)



绅宝 (瑞典)



标志 (法)



雪铁龙 (法)



雷诺 (法)



塔尔伯特 (法)



菲亚特 (意)



阿尔法罗密欧 (意)



法拉利 (意)



兰博基尼 (意)



伊索 (意)



玛莎拉蒂 (意)



依维柯 (意)



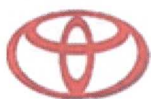
阿巴斯 (意)



蓝旗亚 (意)



布加迪 (意)



丰田 (日)



皇冠 (日)



凌志 (日)



日产 (日)



无限 (日)



本田 (日)



阿库拉 (日)



马自达 (日)



俊朗 (日)



三菱 (日)



富士 (日)



铃木 (日)



大发 (日)



五十铃 (日)



现代 (韩)



大字 (韩)



双龙 (韩)



起亚 (韩)



霍顿 (澳大利亚)



拉达 (俄)



伏尔加 (俄)



斯柯达 (捷克)



西特 (西班牙)



普鲁顿 (马来)



红旗 (中)



一汽 (中)



东风 (中)



北京吉普 (中)



夏利 (中)



中华 (中)



金杯 (中)



奇瑞 (中)



吉利 (中)



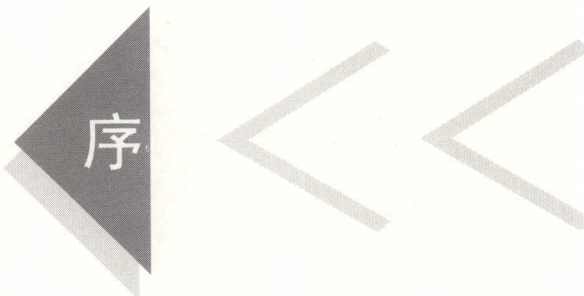
松花江 (中)



福田 (中)



东南 (中)



序

职业教育和职业培训是国民教育事业的重要组成部分，在实施科教兴国战略和人才强国战略中具有特殊的重要地位，是促进经济社会发展和劳动就业的重要途径。《国务院关于大力发展职业教育的决定》提出：“要把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”，体现了党中央、国务院对发展职业教育的高度重视。职业教育和职业培训的根本任务，就是培养适应现代化建设需要的高技能专门人才和高素质劳动者。因此，职业教育特别是职业培训要从劳动力市场的实际需要出发，坚持就业导向，着力加强劳动者的实际技能，全面提高劳动者的综合素质。

“全国1+N复合型人才职业培训项目”正是为了适应职业教育发展与改革的新形势而推出的，目的在于培养符合企业实际和劳动力市场需求的复合型人才。

要提高培训质量，课程体系的构建和教材的建设是关键。当然，教师队伍建设、教学实践基地建设也是办好职业培训所不可或缺的。但是作为知识和思想的载体，以及来自实践又能指导实践的教材，既具有基础性又具有前瞻性的特点，使其成为培养技能型人才的首要保证。基于这样的认识，“1+N复合型人才”系列培训教材将陆续出版面世。本系列教材的最大特点是以就业为导向，突出实用性和专业性，重点培养学员的技术运用能力和岗位从业能力。

在此，我谨向教材的作者、组织者和所有参与1+N职业培训工作的同志们表示感谢，并希望1+N课程培训在我国职业培训工作中发挥先锋带头作用，为培养高技能复合型人才做出应有的贡献。



二〇〇六年八月二十九日

出版说明

随着我国教育事业的深入发展及细化，职业教育拓展为学校职业教育和社会职业培训两种模式。学校职业教育基本是传统的学历教育，已经不能完全满足目前经济的高速发展、职业多变和终身教育的需要。随着我国就业结构调整和技术技能更新速度的加快，劳动力跨行业流动更加频繁，职业培训将进一步成为涉及面最广、受益面最大的教育，已经成为国家教育的重要组成部分，越来越受到人们的广泛欢迎。

为了弥补目前教育体制与人才市场需求的脱节状态，全面提升学员的综合就业力，培养企业需求的复合型人才，CAC 教育机构按照劳动和社会保障部提出的“以就业为导向，以企业实际需求”的要求编制了《CAC 职业（岗位）培训系列教材》，本系列教材的编写是根据“中国就业促进会中国大学生就业促进工程”和“全国 1+N 复合型人才职业培训项目”中所设立的岗位进行编写，学员参加相应的岗位培训并经过考核合格，可以获得国家承认的《就业能力证书》或《职业培训证书》，详细课程介绍可登录全国 1+N 项目办公室网站 www.ccetv.org 和中国大学生就业促进工程办公室网站 www.ccepe.org 进行查询。

《CAC 职业（岗位）培训系列教材》使用对象为已经学过基础课程的相关专业的在校学生和进一步提高实训技能方面的专业人员。目的要提高学员自学能力和实践动手能力，其次培养学员探索和分析归纳创新能力，将学员学到的技术技能同他们将来的工作岗位紧密结合起来。《CAC 职业（岗位）培训系列教材》实现了学生学习与就业间的“无缝对接”。

《CAC 职业（岗位）培训系列教材》是对目前人才市场和企业实际需求进行调研分析，以及对高等院校、职业院校以及各类社会培训机构进行广泛调查的基础上，由长期从事职业培训的专家和有丰富教学经验的教师编写的一套系列丛书。本丛书的最大特点是以就业为导向，突出实用性和专业性，重点培养学员的技术运用能力和岗位工作能力。

《CAC 职业（岗位）培训系列教材》包括 IT 类、管理营销类、物流类、汽车类、语言类、国际贸易类、酒店类、企业管理类等多个领域的上百门实训技能课程。部分《CAC 职业（岗位）培训系列教材》配套有《教学案例百问》和相关课件（可到赛课网 www.cacedu.cn 下载）。本系列教材具有以下特点。

◆ 按照“岗位划分→核心技能→教学方案→内容设置”的思路组织开发教材。

- ◆ 按照“理论少实践多”的原则，对各个专业的课程进行了按需重新整合。
- ◆ 教材统一配套相对应的说明手册，包括课程体系、教学及考试纲要和教材信息等。
- ◆ 各专业教材配备课后习题和答案。

◆ 各专业教材突出理论和实际的比例分配，注重实训教学。多数教材都配备了实训内容，部分专业的教材配备了案例百问和 PPT 教学课件。

《CAC 职业（岗位）培训系列教材》的出版是一项较大的工程，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及读者对我们提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

CAC 教育机构产品研发中心

二〇〇七年七月

前言

1992年, Kaplan和Norton提出平衡记分卡(BSC), 这是现代企业管理创新的里程碑。汽车生产企业的目标已不再停留在单纯的追求收益最大化上, 以客户关系管理(CRM)和营销组合(4P+4C+4R)理论发展为支撑, 汽车企业的竞争已从有形的核心产品层面的竞争, 转移到延伸产品领域的竞争, 从而使汽车经纪人的市场需求变得日趋强劲。如何满足汽车工业发展对汽车经纪人才的需求, 机遇和挑战并存。因此, 汽车经纪人的培养与市场开发已成为当前汽车企业和学校职业教育领域所面临的一个极其重要的课题。

本书作为企业和学校“汽车经纪人”的培训认证用书, 系统地阐述了汽车基础、汽车服务贸易、汽车文化等基础知识, 提供了丰富的汽车经纪案例和方法, 本书具有如下特色。

(1) 创新性 首次以学校和汽车企业两个角度为切入点, 实施汽车经纪人才的培训与开发, 以实现企业人才需求和学校人才培养的有效对接, 缓解选择性和技能性失业。

(2) 可读性 本书图文并茂, 尽可能地以图片的形式, 为读者介绍汽车经纪人的基础知识。对理论的阐述力求精炼, 注重系统、突出行业特色。

(3) 实用性 立足现实, 反映前沿。把汽车经纪理论与实践、案例分析等内容结合起来, 使读者不仅能够获得汽车经纪人相关的基础理论, 最重要的是可以借鉴书中提供的体例和模式, 培养学生、教师、汽车企业员工和管理人员应具备的汽车经纪理念和技能。

本书分四篇, 共14章, 从汽车经纪人基础、汽车经纪过程管理、汽车经纪实务和汽车经纪人员管理四个方面着手, 内容涵盖了汽车经纪人的产生和发展、汽车构造和运用基础、汽车文化、汽车服务贸易、汽车评估等基本理论, 同时突出了汽车经纪礼仪、汽车经纪沟通、汽车经纪谈判、汽车经纪冲突管理、新车交易实务、二手车交易实务、客户关系管理、汽车经纪人职业生涯规划以及汽车经纪人法律必备等实际操作环节的诸方面内容, 提出了一系列操作性很强的思路和方法, 可供读者借鉴。

本书由北华大学党相文、孙庆峰担任主编, 吉林机电工程学校刘岩、杜英和北华大学赵建光、辛永哲、郭淑清、于胜武、朱翠娟、刘晓惠等参加了编写工作, 孙平担任主审, 在此深表谢意。

由于国内汽车经纪人的成长历程仅仅10余载, 相关研究刚刚起步, 因而本书的理论和实践探索难免有一定局限性, 在很多领域尚需进一步的完善, 衷心希望读者、专家和企业界同仁给予指正, 不胜感谢。

编者

目录

第一篇 汽车经纪人基础

第一章 汽车经纪人概述	3
第一节 经纪人概述	3
一、经纪和经纪人的概念	3
二、经纪人的产生和发展	5
三、经纪人的活动特点	6
四、经纪人的权利和义务	7
第二节 汽车经纪人的产生与发展	9
一、汽车经纪人	9
二、汽车经纪人的产生与发展	10
第三节 国外汽车经纪人	10
一、国外汽车经纪人概况	10
二、国外汽车经纪人的发展历程	10
三、国外汽车经纪人的运作过程	12
复习思考题	13

第二章 汽车基础知识	15
第一节 概述	15
一、汽车分类	15
二、国产汽车产品型号编制规则	17
三、车辆识别代码 (VIN)	18
第二节 汽车构造基础	20
一、汽车发动机	20
二、汽车底盘	23
三、汽车车身	25

目录

四、电器设备	26
五、汽车新技术的应用	27
第三节 汽车的使用性能	45
一、汽车的动力性	45
二、汽车的燃料经济性	46
三、汽车的制动性	46
四、汽车的操纵性和稳定性	47
五、汽车的行驶平顺性和乘坐舒适性	47
六、汽车的通过性	48
七、汽车的安全性	48
八、汽车的可靠性和耐久性	49
第四节 汽车文化基础	49
一、汽车发展史	49
二、著名汽车公司及车标	51
复习思考题	53
第三章 汽车服务贸易	55
第一节 汽车营销	55
一、市场营销的涵义	55
二、现代市场营销观念的确立	55
三、汽车营销的研究对象	56
四、汽车营销的研究方法	56
第二节 汽车售后服务	57
一、汽车售后服务的概念	57
二、售后服务的工作内容	58
三、售后服务的功能	60

目录

第三节 汽车消费信贷	60
一、贷款条件	60
二、贷款的最高比例	61
三、贷款期限	61
四、汽车消费贷款利率	61
五、汽车消费贷款程序	61
六、办理汽车消费贷款的主要费用	62
七、汽车消费贷款的偿还方式	62
八、我国汽车信贷市场存在的问题及发展趋势	62
九、汽车消费贷款保险	63
第四节 汽车保险	63
一、汽车损失保险	63
二、汽车责任保险	64
三、附加险	64
复习思考题	64
第四章 汽车评估	65
第一节 汽车评估的基本方法	65
一、汽车鉴定评估概述	65
二、汽车评估的基本方法	67
第二节 汽车评估价格的影响因素	79
第三节 影响汽车评估价格的故障及诊断	80
一、汽车技术状况变化的外观症状及其主要影响因素	80
二、故障的定义与分类	81
三、故障的诊断	82
四、故障的变化规律	83
复习思考题	84

目录

第二篇 汽车经纪过程管理

第五章 汽车经纪礼仪	87
第一节 接待礼仪	87
一、接待原则	87
二、接待语言	87
三、接待行为	88
第二节 着装礼仪	91
一、着装原则——TPO	91
二、经纪人着装标准	92
第三节 餐饮礼仪	96
一、中餐礼仪	96
二、西餐礼仪	97
复习思考题	102
第六章 汽车经纪沟通	105
第一节 语言沟通	105
一、面谈沟通	105
二、电话沟通	108
第二节 非语言沟通	109
一、非语言沟通概述	110
二、非语言沟通的类型	110
三、非语言沟通与情绪表露	112
四、非语言沟通中的空间与距离	115
第三节 经纪沟通技巧	116
一、语言沟通技巧	116

目录

二、非语言沟通技巧	117
复习思考题	118
第七章 汽车经纪谈判	119
第一节 经纪谈判概述	119
一、汽车经纪谈判的概念和特征	119
二、经纪谈判的原则	120
三、经纪谈判的类型	121
第二节 经纪谈判的准备	123
一、谈判背景调查	123
二、谈判团队的准备	124
三、谈判计划的制定	125
第三节 经纪谈判的过程	125
一、谈判开局阶段	125
二、谈判磋商阶段	126
三、谈判结束阶段	128
第四节 经纪谈判的策略	128
一、开局阶段策略	128
二、报价阶段策略	129
三、谈判让步策略	130
四、僵局处理策略	131
复习思考题	132
第八章 汽车经纪合同的签订与履行	133
第一节 经纪合同的签订	133

目录

一、经纪合同订立的原则	133
二、经纪合同的主要条款	134
三、经纪合同的订立过程	137
四、经纪合同的常见问题及对策	137
第二节 经纪合同的效力	139
一、经纪合同生效的时间和地点	139
二、经纪合同生效的条件	140
三、无效合同与可撤销合同	140
第三节 经纪合同的履行与违约责任	141
一、经纪合同的履行	141
二、经纪合同的担保	143
三、经纪合同的违约责任	144
第四节 经纪合同的变更、解除与终止	145
一、经纪合同的变更	145
二、经纪合同的解除	146
三、经纪合同的终止	146
复习思考题	146
第九章 汽车经纪冲突管理	147
第一节 经纪冲突概述	147
一、经纪冲突的概念	147
二、经纪冲突的特征与类型	147
三、经纪冲突的原因分析	148
第二节 经纪冲突管理对策	148
一、经纪冲突的发展过程	148
二、经纪冲突的管理原则	149

目录

三、经纪冲突的管理策略	150
第三节 经纪中的跨文化冲突	150
一、跨文化经纪冲突的原因	150
二、中西思维方式的区别	151
三、跨文化经纪冲突的管理策略	151
第四节 经纪风险的防范与规避	153
一、经纪风险的概念与特征	153
二、经纪风险的类型	154
三、经纪风险的管理过程	155
四、经纪风险的规避	156
复习思考题	156

第三篇 汽车经纪实务

第十章 新车交易实务	159
第一节 了解客户需求	159
一、观察研究客户	159
二、发掘客户的潜在需求	162
第二节 汽车推销与选购	164
一、汽车产品展示与试乘试驾	164
二、选车的常识及要点	166
三、购车及养车的费用	168
四、购车应注意的问题	171
第三节 汽车销售流程	174
一、新车交易流程	174
二、汽车销售流程管理	176