

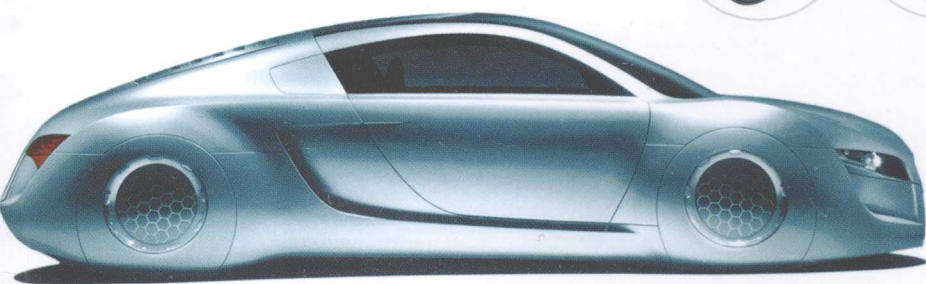
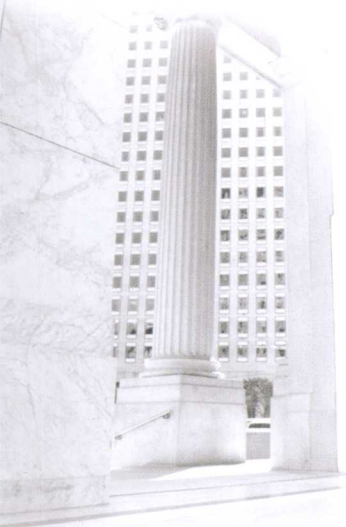


普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

汽车零部件经营与销售

QICHE LINGBUJIAN JINGYING YU XIAOSHOU

孙凤英
朱世杰 主 编
袁开愚



QICHE FUWU GONGCHENG



人民交通出版社
China Communications Press

普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

Qiche Lingbujian Jingying yu Xiaoshou
汽车零部件经营与销售

孙凤英
朱世杰 主编
袁开愚

人民交通出版社

内 容 提 要

《汽车零部件经营与销售》是普通高等教育汽车服务工程专业教指委规划教材,根据汽车服务工程专业教指委审订的编写大纲而编写。

全书共分九章,主要阐述了汽车零部件的基础知识、编号规则与目录检索、采购与仓储管理、营销策略与销售技能、商务策划和电子商务等内容。本书力求通俗、扼要、科学、实用,深入浅出,图文并茂,便于理解和掌握,适合作为普通高等教育车辆工程、汽车服务工程和交通运输专业教材和从事该专业的工程技术人员的专业参考书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车零部件经营与销售 / 孙凤英等主编. —北京: 人民交通出版社, 2009.11

ISBN 978-7-114-08028-9

I. 汽… II. 孙… III. 汽车—零部件—市场营销学—教材 IV.F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 202239 号

普通高等教育汽车服务工程专业规划教材

书 名: 汽车零部件经营与销售

著 作 者: 孙凤英 朱世杰 袁开愚

责任编辑: 贾秀珍

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011) 北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpress.com.cn>

销售电话: (010) 59757969, 59757973

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京交通印务实业公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 12.25

字 数: 297千

版 次: 2009年11月第1版

印 次: 2009年11月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-08028-9

印 数: 0001~3000册

定 价: 20.00元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)

前 言

Qianyan

进入 21 世纪以来,伴随国家汽车产业发展政策的调整,我国汽车产业进入健康、持续、快速发展的轨道。在汽车工业大发展的同时,汽车消费主体日益多元化,广大消费者对高质量汽车服务的渴求日益凸现,汽车厂商围绕提升服务质量的竞争业已展开,市场竞争从产品、广告层面提升到服务层面,这些发展和变化直接催生并推进了一个新兴产业——汽车服务业的发展与壮大。

当前,我国的汽车服务业正呈现出“发展快、空间大、变化深”的特点。“发展快”是与汽车工业本身的发展和社会汽车保有量的快速增长相伴而来的。“空间大”是因为我国的汽车普及率尚不够高,每千人拥有的汽车数量还不及世界平均水平的 1/3,汽车服务市场尚有很大的发展潜力,汽车服务业将是一个比汽车工业本身更庞大的产业。“变化深”一方面是因为汽车后市场空前繁荣,蓬勃发展,大大拉长和拓宽了汽车产业链。汽车技术服务、金融服务、销售服务、物流服务、文化服务等新兴的业务领域和服务项目层出不穷;另一方面是因为汽车服务的新兴经营理念不断涌现,汽车服务的方式正在改变传统的业务分离、各自独立、效率低下的模式;向服务主体多元化、经营连锁化、运作规范化、业务集成化、品牌专业化、技术先进化、手段信息化、竞争国际化的方向发展。特别是我国加入 WTO 汽车产业相关的保护政策均已到期,汽车服务业实现全面开放,国际汽车服务商快速进入,以上变化必将进一步促进汽车服务业向纵深发展。

汽车工业和汽车服务业的发展,使得汽车厂商和服务商对高素质的汽车服务人才的需求比以往任何时候都更为迫切,汽车服务业将人才竞争视做企业竞争制胜的关键要素。在这种背景下,全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)顺应时代的呼唤,组织全国高校汽车服务工程专业的知名教授,编写了汽车服务工程专业规划教材。

本套教材总结了全国高校汽车服务工程专业的教学经验,注重以本科学生就业为导向,以培养综合能力为本位。教材内容符合汽车服务工程专业教学改革精神,适应我国汽车服务行业对高素质综合人才的需求,具有以下特点:

1. 本套教材是根据全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会审定的教材编写大纲而编写,全面介绍了各门课程的相关理论、技术及管理知识,符合各



门课程在教学计划中的地位和作用。教材取材合适,要求恰当,深度适宜,篇幅符合各类院校的要求。

2. 教材内容努力做到由浅入深,循序渐进,并处理好了重点与一般的关系;符合认知规律,便于学习;条理清晰,文字规范,语言流畅,文图配合适当。

3. 教材努力贯彻理论联系实际的原则。教材在系统介绍汽车服务工程专业的科学理论与管理应用经验的同时,引用了大量国内外的最新科研成果和具有代表性的典型例证,分析了发展过程中存在的问题,教材内容具有与本学科发展相适应的科学水平。

4. 教材的知识体系完整,应用管理经验先进,逻辑推理严谨,完全可以满足汽车服务行业对综合性应用人才的培养要求。

《汽车零部件经营与销售》是汽车服务工程专业规划教材之一,全书共分九章,从基本理论和基础知识入手,主要阐述了汽车零部件类型、结构、常用材料,汽车零部件编号规则与目录检索,汽车零部件采购,物流与配送的选择,汽车零部件验收、仓储管理和盘存,汽车零部件市场调查与预测,产品策略、销售渠道、促销策略及销售技能与技巧,汽车零部件营销竞争分析,汽车零部件的商务策划和电子商务等内容。本教材图文并茂,力求深入浅出,具有通俗、扼要、求新和实用等特点。

《汽车零部件经营与销售》教材由东北林业大学孙凤英教授、交通行业资深高管深圳市安达运输有限公司朱世杰、袁开愚共同主编,参加编写工作的人员有:东北林业大学郭秀荣(第一、二章)、黑龙江工程学院姜莉(第三章)、东北林业大学孙凤英、深圳市安达运输有限公司朱世杰、袁开愚(第四、五、六章和第八章)、黑龙江工程学院张毅(第六、七章)、东北林业大学都雪静(第九章)。教材在编写过程中,参考了国家、行业相关标准以及有关技术文献资料,在此,对文献资料的作者以及提供文献资料的同仁和朋友表示诚恳的感谢。

本书作为普通高等学校汽车服务工程专业的规划教材,将对汽车服务工程专业和相关专业(方向)的教学起到促进作用。此外,本书也可以作为国内汽车服务业就业群体学习提高和职工培训的教材或参考读物使用。

由于时间仓促,本套教材定有许多不足之处,敬请广大读者和同仁使用后批评指正,以便教材再版时修正。

全国高校汽车服务工程专业教学指导委员会(筹)

2009年9月

目 录

Mulu

第一章 绪论	1
第一节 汽车零部件概述	1
一、汽车零部件产业的作用	1
二、汽车零部件销售的特点	1
三、汽车零部件使用寿命及其消耗	2
第二节 汽车零部件行业术语	3
一、汽车零部件基本术语	3
二、汽车零部件专业英语	5
复习题	6
第二章 汽车零部件基础知识	7
第一节 汽车零部件类型	7
一、按最终用途分类	7
二、按市场结构分类	7
三、按附加值分类	8
四、按品种分类	8
第二节 汽车常用零部件	9
一、发动机主要零部件	9
二、汽车底盘主要零部件	11
三、电器设备和仪表零部件	14
四、横向产品配件	15
五、汽车车身零部件	17
复习题	19
第三章 汽车零部件编号规则	20
第一节 车辆识别知识	20
一、车辆识别代号及其构成	20
二、车辆识别代号实例	24
第二节 汽车零部件编号	26

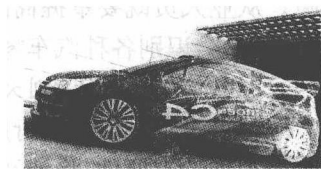


一、国产汽车零部件的编号	26
二、进口汽车零部件的编号规则	33
第三节 汽车零部件目录检索	40
复习题	41
第四章 汽车零部件采购	42
第一节 汽车零部件采购的意义及原则	42
一、汽车零部件采购的意义	42
二、汽车零部件采购原则	42
三、对采购人员的基本要求	43
第二节 采购计划与采购合同	45
一、拟定采购计划	45
二、订立采购合同	45
第三节 汽车零部件购货渠道与货源鉴别	48
一、购货渠道	48
二、汽车零部件的货源鉴别	48
第四节 汽车零部件订购	52
一、购货方式的确定	52
二、购货量的确定	52
三、订购进口汽车零部件	57
第五节 物流与配送	57
一、运输方式及其特点	57
二、运输方式的选择	58
三、物流配送公司的选择	59
四、零部件运输保险与索赔	59
第六节 汽车零部件的验收	60
一、汽车零部件的检验	60
二、汽车零部件的接收	62
复习题	63
第五章 汽车零部件仓储管理	64
第一节 汽车零部件仓储的作用和任务	64
一、仓储的作用	64
二、仓储的任务	64
第二节 汽车零部件仓储作业管理	65
一、零部件入库作业	66
二、零部件出库	67

三、仓库单据的管理	70
四、零部件的存放和管理	73
五、典型零部件的管理方法	78
第三节 汽车零部件仓储安全管理	84
一、汽车零部件的消防工作	84
二、汽车零部件的防盗	86
第四节 汽车零部件储备量的确定	87
一、保本期管理法在仓库管理中的应用	87
二、汽车零部件合理储备量的确定	88
第五节 汽车零部件的盘存	89
一、盘存内容	89
二、盘存方法	90
三、盘存结果及处理	90
复习题	91
第六章 汽车零部件营销组合	92
第一节 市场调查与预测	92
一、市场调查及作用	92
二、市场调查的主要内容	92
三、调查方法	95
四、市场需求预测	96
第二节 汽车零部件产品策略	98
一、汽车零部件产品	98
二、产品的保证与售后服务	99
第三节 汽车零部件定价策略	99
一、定价策略	100
二、定价方法	104
三、汽车零部件定价程序	107
第四节 汽车零部件销售渠道	108
一、汽车零部件销售的特征	108
二、分销渠道的类型	109
三、汽车零部件的销售方式	110
第五节 汽车零部件促销策略	110
一、促销与促销组合的作用	111
二、促销组合策略	111
第六节 竞争分析	112

一、确认潜在的竞争对手	112
二、分析本企业营销策略优缺点	112
复习题	114
第七章 汽车零部件销售技能	115
第一节 客户关系与沟通	115
一、社交礼仪	115
二、接待与拜访客户	117
第二节 销售技巧	118
一、汽车零部件的推销模式	118
二、汽车零部件销售的谈判	121
第三节 零部件交付	129
一、汽车零部件的提货与交货	129
二、汽车零部件货款结算	129
三、汽车零部件的质量保修规定	130
第四节 售后服务	131
一、售后服务的作用	131
二、售后服务的内容	132
复习题	134
第八章 汽车零部件商务策划	135
第一节 营业场地布置	135
第二节 零部件陈列	136
一、商品的展示陈列原则	136
二、陈列的种类	137
三、零部件陈列的基本要求	138
第三节 广告与展示活动	139
一、汽车零部件广告宣传	139
二、汽车零部件展示活动	141
复习题	142
第九章 汽车零部件管理与商务的电子化	143
第一节 汽车零部件的计算机管理	143
一、计算机数据库应用系统	143
二、计算机管理系统	145
三、计算机技术在汽车零部件管理中的应用	145
四、汽车零部件管理软件的种类	146
五、汽车零部件计算机管理系统典型案例	146

六、汽车零部件管理系统应用注意事项	176
第二节 汽车零部件电子商务	177
一、电子商务的基本知识	177
二、电子商务的分类	177
三、电子商务的应用特性	178
四、电子商务的功能	180
五、电子商务的关键技术	181
六、汽车零部件的商务应用	183
复习题	185
参考文献	186



第一章 绪 论

第一节 汽车零部件概述

汽车零部件是汽车产业链中的重要组成部分。随着汽车市场的逐渐成熟,汽车产业链越来越长,汽车零部件产业创造的利润与整车相比将越来越高,使汽车服务性行业进入良性发展轨道。

一、汽车零部件产业的作用

汽车工业作为国家的支柱产业,在国家经济成长和社会进步中起着重要的作用;汽车零部件产业作为汽车工业的支柱产业,为汽车工业良好发展提供了有力的技术保障,从而推动了国民经济的增长。

在就业方面,与汽车相关产业和服务业相比,汽车零部件产业拥有较大的就业人数,汽车零部件产业不仅可以带动大量的直接就业,也可以带动高比例的间接就业。

汽车零部件产业对服务业也有重要的带动作用。汽车零部件产业的一定投入,可以导致主要相关服务业(包括批发和零售贸易、储运、实业和商业服务、社会和个人服务等)增加投入。汽车零部件产业对公路建设、道路运输业、汽车维护和修理、加油站、汽车保险业等服务业具有很大的促进作用。

根据相关的投入产出分析,汽车工业对其上、下游产业具有较强的带动作用。汽车零部件产业所带动的上游产业主要是林业、黑色金属和有色金属的开采业、纺织业、皮革毛皮羽绒及其制品业、石油加工及炼焦业、化学原料及产品制造业、橡胶和塑料制品业、冶金加工业、机械制造业、电气机械和器材制造业、电子及通信设备制造业、仪器仪表业等。

汽车零部件质量的好坏对汽车制造厂来说,直接关系到工厂的声誉、信用和前途,并且也是提高服务质量,扩大汽车销售,壮大社会竞争力的重要标志和手段。

高质量的汽车零部件能延长汽车的使用寿命,给汽车的安全行驶提供保障。汽车在长期使用中难免发生故障,通过更换相应汽车零部件能恢复其性能,维持部件工作能力,延长汽车的使用寿命。

二、汽车零部件销售的特点

1. 专业技术性强

现代汽车由上万个零部件组成,是机、电等多种高新技术的集合体,其每一个零部件都具有型号、规格、结构等严格的标准。要在不同型号、成千上万个汽车零部件品种中为顾客精确、快速地查找出所需零部件,就必须有高度专业化的人员和计算机管理系统作为技术保



障。从业人员既要掌握商品营销知识,又要掌握汽车零部件专业知识、汽车材料及机械识图知识,学会识别各种汽车零部件的型号、规格、性能、用途以及零部件的商品检验知识。

2. 品种多、质量差别大

一辆汽车在整个运行周期中,可能损坏或更换的零部件约有 3 000 余种。所以,经营某一个车型的零部件,将涉及许多品种和规格,即使同一品种、规格的零部件,由于有多家生产厂,其质量、价格差别也很大。

3. 库存占用资金较大

由于汽车零部件经营品种多样化以及汽车故障发生的随机性,经营者要将大部分资金用于库存储备和商品在途资金储备。

4. 要有技术服务相配套

汽车是许多高新技术和常规技术的载体,经营必须有服务相配套,特别是技术服务至关重要。相对于一般生活用品而言,经营汽车零部件更强调售后的技术服务。

5. 需求存在季节性和地域性

一年四季的变化给汽车零部件销售市场带来不同季节的需求。炎热多雨的夏季,车窗升降器、刮水器、刮水臂及刮片、挡泥板等部件的销售量较多。夏季气温高,发动机机件磨损加剧,火花塞、风扇皮带及冷却系部件等的需求量增大。寒冷的冬季,气温低,发动机起动困难,蓄电池、预热塞、起动机齿轮、防冻液、各种密封件等零部件的需要量就增多。由此可见,自然规律给汽车零部件市场带来非常明显的季节性需求变化。据调查资料显示,这种趋势所带来的销售额的变化,占总销售额的 30%~40%。

不同的地理环境也给汽车零部件销售市场带来地域性的不同需求。在城镇,特别是大、中城市,人口稠密,物资流动性强,运输繁忙,交通状况复杂,汽车起动和停车次数频繁,机件磨损较大,起动机、离合器、制动系统、电器设备等零部件更换较频繁。如一般在大城市的公共汽车公司、运输公司的车辆,离合器摩擦片、离合器分离杠杆、前后制动器摩擦片、起动机齿轮等部件的需求量较大,其销售量也较多。在山区和高原地区,因山路多、弯道急、坡度大、颠簸频繁,汽车钢板弹簧工作负荷重,易失去弹性或折断,减振器等部件也容易损坏;传动部件、变速器等损耗严重,需要更换的总成也较多。由此可见,地理环境给汽车零部件销售市场带来较大影响。

三、汽车零部件使用寿命及其消耗

1. 汽车零部件使用寿命周期

汽车的使用寿命周期由初期使用→正常使用→大、中修理阶段→后使用期→报废期这样一个全过程所组成。对于专业运输企业和工矿企业所使用的专业运输车辆,零部件使用寿命周期有以下规律性:

(1) 初期——以维护用零部件消耗为主。

(2) 正常使用期——以事故件和维护用零部件消耗为主。

(3) 大、中修理期——中修期,以磨损消耗的零部件为主,例如发动机高速运动部位的零部件;大修期,以磨损消耗的零部件为主,但是,涉及的总成和零部件会更普遍,例如发动机、离合器、变速器等部位的零部件。

(4) 后使用期——主要是定期维护用零部件和磨损消耗的零部件,以及由于大、中修质量影响造成返修所消耗的零部件。二次大修期,除消耗第一次大修用零部件外,底盘要全部

检修,更换部分零部件。这部分零部件一般不属于正常磨损,而是由于检查、调整不及时造成的,主要是滚动轴承损坏;导致齿轮损坏。因此,必须在第一次大修时对底盘各部分总成进行全面检查和调整。

(5)报废期——在此期间,零部件消耗下降,备件储备处于紧缩阶段。

根据以上分析可以看出,汽车零部件消耗具有在不同使用时期以不同消耗件为重点的动态规律,它反映了零部件消耗规律的普遍性,与车辆使用寿命周期相关。因此,零部件储备也应该是动态的,以满足车辆在不同使用时期零部件消耗的需要。这样既可以保证维修车辆所需要的零部件,又相对节约储备资金,同时还可以避免零部件积压和报废损失。

2. 汽车零部件消耗的规律性

汽车零部件的消耗是有一定规律的。汽车按照行驶里程,有各级维护和修理的规定,各种类型的维修需要调换若干种配件。汽车在正常使用寿命期,零部件的损坏是随机的、偶发的。如果其设计和制造质量较好,损坏率一般很低,比如活塞一般是在发动机大修时才需要更换。例如:某车型的新发动机平均大修里程是24万km,那么有一半左右的发动机在这个里程之前,需要更换活塞;再如矿山、油田等专业运输公司、机关事业单位及建筑施工单位,在用车辆都有一定的零部件消耗定额以及按照这个定额编制的各车型的配件采购计划。因此,掌握车辆零部件消耗的规律性,就可以根据市场和用户需求,采取积极的经销措施。

近年来零部件消耗的规律发生了一些变化,例如:辅助总成更换量增加。维修中经常更换的辅助总成有分电器、空气压缩机、发电机、起动机、水泵、汽油泵、制动蹄片、离合器摩擦片等。遇有辅助总成故障,用户大多要求更换新的总成,旧总成换下维修后作备件用。因此,相关的辅助总成零部件的消耗就会减少。

组合件、成套件的大量使用,如活塞带环带销,精加工成各级修理尺寸,装上就用的曲轴轴承等,越来越受到用户和修理工的青睐。相应的,这类零部件的单件销售就遭到冷遇。

车辆维护中必须更换的密封件,如离合器、制动主缸和制动轮缸的皮碗、密封圈、油封,以及汽缸垫、油底壳垫等密封垫片,一般都集中包装制成各种修理包,这种经销方式应用广泛,深受用户和修理工的欢迎。

小规格容器包装的润滑油(脂)、特种液,因其携带加注方便、剩余废弃量较少,尤其适合单台车辆使用。随着家庭用车的增加,其销量定会逐渐增加。

第二节 汽车零部件行业术语

汽车零部件销售人员,应具备较强的专业素质,较熟练地掌握汽车零部件专业术语,才能够赢得客户的信任。常用的专业术语包括:汽车品牌、制造厂家、年款、车型、车身形式、车辆配置、驱动形式、生产方式(进口、散件组装等)、车型参数等专业信息,还包括零部件分类、材料、各项技术参数、零部件来源、生产厂家及品牌、相关产品等方面的知识。

一、汽车零部件基本术语

根据零部件来源渠道的不同,一般可以将汽车零部件分为原厂件、副厂件、拆车件和翻新件等。

1. 原厂件

原厂件(OEM Parts)是指为汽车制造厂家配套装车的零部件或总成,按汽车厂提供的

生产图样生产,由各专业厂按时提供给汽车厂组装汽车用的配套件。有的国家 OEM 件一般占专业厂总产量的 60%左右。

2. 纯正件

纯正件(Genuine Parts)由汽车厂提供给用户维修车辆用的零部件,但不一定是汽车厂自行生产的。纯正件质量可靠,价格较高。在日本,用于日本汽车维修的零部件数量约占专业厂产量的 25%左右,而供国外汽车维修用的零部件数量约占产量的 15%左右。纯正件的销售途径主要是由汽车厂通过经营纯正件的商社来销售。

3. 副厂件

副厂件(Replacement)也称转厂件或专厂件,是由各专业零部件生产厂生产的备件(替换零件),用各专业厂自己的包装箱包装,不经过汽车厂的渠道,而是由其特定的贸易商进行销售。

4. 拆车件

是指从报废车辆上拆下的零件,常见于使用时间长的进口车辆的修理。

5. 翻新件

一些旧件经过专业厂家的重新修复或加工后,能够满足使用性能并有质量保障的零部件。

6. 零件

以最小单位供应的单个零件,是汽车零部件中最小的单元,如轮胎、轮毂、弹簧、密封件、垫片等。

7. 组件

为便于修理,将一个主要功能件与几个零件组合成一组在市场上供货,但它不能单独起到某一机构的作用,如发动机汽缸中组件(不包括汽缸盖和油底壳,由曲轴组件、活塞连杆组件和缸体按工艺要求装配起来的组件)、刮水器组件、制动器组件及车门组合件等。

8. 套件

在修理过程中,某些系统零件要求同时全部更换,在市场上一般采用套件的形式供货。如四配套、发动机大修包、半轴修理包等。

四配套一般是由活塞、活塞环、活塞销、汽缸套一组零件组成,称为四配套套件。

六配套一般是由活塞、活塞环、活塞销、汽缸套及连杆轴套、卡簧组零件组成,称为六配套套件。

七配套一般是由活塞、活塞环、活塞销、汽缸套、连杆轴套、卡簧、汽缸套密封圈一组零件组成,称为七配套套件。

修理包一般是指以总成或分总成为主,附带在修理时所需的一系列密封件等封装在一起而构成,如发动机大修包、变速器大修包、离合器总泵修理包、制动总泵修理包等。

9. 分总成

将两个或两个以上的零件按装配工序组合到一起,对总成有隶属装配级别关系,如离合器摩擦片、减振器、玻璃升降器等。

10. 总成

由两个或两个以上的单个零件或分总成装配成的具有一定装配级别或某一功能形式的组合体,如前照灯总成、发动机总成、变速器总成、发电机总成等。



11. 零部件号

指汽车零部件实物的编号,亦包括为了技术、制造、管理需要而虚拟的产品号和管理号。

12. CKD 汽车

CKD 是英文 Completely Knocked Down 的缩写,意思是“完全拆散”。换句话说,就是进口或引进汽车时,汽车以完全拆散的状态进入,之后在国内汽车厂再把汽车的全部零部件组装成整车。

13. SKD 汽车

SKD 是英文 Semi-Knocked Down 的缩写,意思是“半散装”。就是指从国外进口汽车总成(如发动机、驾驶室、底盘等),然后在国内汽车厂装配而成的汽车。

二、汽车零部件专业英语

随着国内进口汽车保有量的增加,进口汽车零部件的经营已经成为广大汽车零部件经销商新的经济增长点。要经营进口汽车零部件就必须掌握相关的汽车零部件专业英语。

1. 车身形式

Sedan, 四门轿车,最为常见,如捷达、桑塔纳等。

Coupe, 两门轿车,如本田 CVIC,现代的 Coupe 跑车等。

Convertible, 敞篷轿车,如宝马 M3、Z3。

Pickup, 皮卡,如丰田皮卡,郑州日产皮卡。

Van, 厢式车,如通用 QL8、本田奥德赛、福特全顺、道奇公羊。

Wagon, 旅行车,如桑塔纳旅行车。

MPV(Multiple Purpose Vehicle), 多功能车。

SUV(Sport Utility Vehicle), 运动型车,越野车。

CRV(CReational Vehicle), 休闲车。

2. 汽车部分配件英汉对照

配件英汉对照见表 1-1。

汽车部分配件英汉对照表

表 1-1

英文名称	中文名称	英文名称	中文名称
Alternator	交流发电机	Front Bumper	前保险杠
Starter	起动机	Front Lamps	前照灯
Electrical	电器	Front Fender	前翼子板
Cooling	冷却系统	Hood	发动机罩
Engine	发动机	Windshield	前风窗
Engine Cover	发动机护罩	Front Door	前门
Engine Mounts	发动机支架	Rear Door	后门
Air Cleaner	空气滤清器	Roof	车顶
Instrument Panel	仪表板	Convertible Top	摺合式敞篷车顶
Center Console	操纵台	Side Door	侧门
Steering Wheel/Column	转向盘/转向柱	Van Side Panel	厢式车侧围
Front Suspension	前悬架系统	Rocker Panel	门槛



续上表

英文名称	中文名称	英文名称	中文名称
Floor	地板	Back Window	后风窗
Seat	座椅	Quarter Panel	后侧板
Seat Belts	座椅安全带	Luggage Lid	行李舱盖
Transaxle	变速驱动桥	Cab Assembly	驾驶室总成
Transmission	变速器	Pickup Bed	货箱
Rear Driveaxle	后驱动桥	Rear Gate	后门
Rear Suspension	后悬架系统	Rear Lamps	后灯
Rear Bumper	后保险杠		

3. 汽车零部件中常见英文称谓主词英汉对照

在汽车零部件中常见英文称谓经常会出现同一词汇,称之为配件英文称谓主词,如“正时齿轮”、“半轴齿轮”、“一档齿轮”等,都含“齿轮”这一主词汇。汽车零部件中常见英文称谓主词英汉对照如表 2-2 所示。

汽车零部件中常见英文称谓主词英汉对照表

表 2-2

中文名称	常用英文表述	中文名称	常用英文表述
轴	Shaft, Axle	销	Pin
轴承	Bearing	键	Key
齿轮	Gear	花键	Spline
弹簧	Spring	卡子	Clip
皮带	Belt	灯	Lamp
螺栓	Bolt	线圈	Coil
螺母	Nut	传感器	Sensor
螺钉	Screw	开关	Switch
垫片	Shim, Spacer	阀	Valve
衬套	Bushing	管	Pipe
密封	Seal	壳体	Housing, Body, Shell, Case
衬垫	Gasket	支架	Bracket, Support



1. 汽车零部件销售有何特点?
2. 何谓汽车零部件的使用寿命周期? 如何划分?
3. 汽车零部件的消耗有什么规律?
4. 何谓原厂件、副厂件、拆车件和翻新件?
5. 什么是零件、组件、套件、修理包、分总成和总成?



第二章 汽车零部件基础知识

第一节 汽车零部件类型

汽车零部件有狭义和广义之分。就广义汽车零部件而言,除了现在生产中习惯列为汽车零部件的品种外,还把发动机总成、变速器总成等关键总成和某些相关件,以及铸、锻毛坯件,都列为零部件的对象。另外,底盘和车身虽然在统计时往往单列,但它们也被认为是广义的汽车零部件。西欧一些国家还把汽车薄板、油漆等直接影响汽车发展的原材料也列入零部件供应予以特别注意。

一、按最终用途分类

这种分类方法就是按在汽车上不同安装部位来分类,例如发动机配件、底盘配件、电气设备和仪表配件、车身配件、转向系配件等,主要用于商业或统计上。列入日本汽车零部件工业会统计的有 7 类,共 130 个零部件,见表 2-1。

日本汽车零部件工业会的《产品出厂动向调查》中列入的主要汽车零部件 表 2-1

零部件分类	主要零部件	零部件数量
1. 发动机	活塞、活塞环、汽缸垫、垫圈、气门、起动机、交流发电机、火花塞、发动机控制装置、制动系统控制装置等	29
2. 电气装置及电子装置	燃料泵、电子控制式燃料喷射泵等	12
3. 照明、仪表等电气电子装置	前照灯、速度表、刮水器电动机及其他电动机、各种开关、转向锁、线束等	15
4. 动力传动装置及操纵装置	离合器从动盘、手控变速器、自动变速器、转向助力装置、等速万向节、传动轴、车轮(钢质、轻合金质)、变速操纵杆等	26
5. 悬架及制动装置	钢板弹簧、减振器、制动装置(制动鼓、制动盘)、制动阻力装置、制动软管等	20
6. 车身	车架、燃料箱、窗框、车门手柄及门锁、座椅及座椅弹簧、座椅安全带等	19
7. 附件	时钟、收录机、冷气装置、暖气装置、车轮罩、修理用涂料、汽车立体声音响装置等	9

二、按市场结构分类

按维修市场、配套市场和出口国际市场划分,将汽车零部件分为以下 4 大类。

A 类:维修市场件,是指保证汽车正常运行所必需的零件,这些零部件对于保持车辆的行驶性、安全性和舒适性等性能是必不可少的。

