

汽车电商市场营销

刘军 主编

全程通

QI CHE
DIANSHANG
SHICHANG
YINGXIAO
QUANCHENGTONG

—解密—
营销模式
100%

汽车电商市场营销
看这本就够了



- ▶ 汽车电商市场认识
- ▶ 新车市场电商营销
- ▶ 汽车配件与用品电商营销
- ▶ 汽车后市场电商营销



化学工业出版社

刘军 主编

汽车电商市场营销

全程通

QI CHE
DIANSHANG
SHICHANG
YINGXIAO
QUANCHENG TONG



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书主要介绍了汽车电商市场认识(汽车电商市场领域、汽车电商服务)、新车市场电商营销(店面销售、网络销售、网络销售平台)、汽车配件与用品电商营销(汽车配件门店销售、汽车配件电商营销、汽车用品电商营销)、汽车后市场电商营销(汽车保险网络营销、汽车美容营销、二手车营销、租车市场营销)四部分内容。本书图文并茂,内容翔实,具有很强的实用性。

本书可供从事汽车电商市场营销工作的人员阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车电商市场营销全程通/刘军主编. —北京:化学工业出版社, 2016. 8

ISBN 978-7-122-27322-2

I. ①汽… II. ①刘… III. ①汽车-网络营销
IV. ①F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第129067号

责任编辑:辛田
责任校对:战河红

文字编辑:冯国庆
装帧设计:尹琳琳

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)

印装:三河市延风印装有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张10½ 字数252千字 2016年7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>

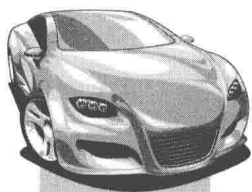
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 58.00元

版权所有 违者必究

前言

PREFACE



互联网+汽车的组合，已经成为一种新的业态趋势，这也预示着传统的汽车行业将发生新业态、新制度、新机制的变革。在新业态的冲击下，一些传统的汽车开发、生产、营销、服务方式都在悄然发生着变化。

近年来，汽车电商无疑是互联网行业最大的风口之一。资本、厂商、经销商的高涨热情，催生出各式各样的电商模式，新车、二手车、后市场等各个领域也挤满了电商的身影。无论是传统汽车经销商还是新晋的以媒体为代表的电商，甚至电商传统巨头都纷纷打起汽车电商的大旗，一时之间汽车电商成为中国汽车市场的热门行业。我们在这里说的汽车电商市场营销，主要是说广义的汽车概念，不仅仅是新车销售，还包括二手车、汽车配件、汽车用品、汽车保险、汽车美容、租车等与汽车相关的电商市场。

汽车电商市场主要分为三大领域：新车市场，汽车配件和汽车用品市场，汽车后市场。汽车后市场又分为汽车保险、汽车维修美容、二手车及租车市场。每个领域在线下都是万亿或者接近万亿的市场。随着电商品类的扩张，汽车市场已经是电商盯上的下一个“蓝海市场”。

在O2O模式的倡导下，分类信息、电商、汽车媒体等平台都进入了二手车电商领域。目前进入到该领域的公司非常多，大到BAT，小到刚起步的创业公司，大有春秋时期百家争鸣的态势。值得注意的是，我国汽车品牌虽然多，但是数量毕竟有限，为汽车品牌服务的4S店数量也是可以查到的，那这么多电商平台服务的对象都多有重复，一个经销商甚至出现在多个电商平台之上，虽然从经销商层面来看，多个电商平台投放能够获得更多的曝光度，不失为一个极好的宣传手段，但是对于消费者来说获得的往往都是重复信息，并没有更多的参考价值。

消费者为什么要选择电商购车或者购买汽车配件和汽车用品？归根结底还是便宜，因此以低价吸引消费者成为电商平台的

前言

PREFACE



重要手段。从一个完善的商业角度来看，汽车电商只是单纯通过利益吸引消费者，而后续的服务完全跟不上。除了经销商的电商平台以外，其他电商平台都不存在“采购”这一环节，卖的是销售线索，联合4S店运作，在线上销售汽车，然后用户交付定金，销售最终达成后，需要消费者到4S店提车来完成，因此服务的最终导向还是在4S店这一环节上。

如何对于汽车电商服务有一个全新的了解？汽车电商市场的领域涵盖哪些范畴？又如何选择可靠的电商？到电商平台获取哪些服务？基于此，我们组织一线汽车销售人员和网络营销人员联合编写了本书，以供同行参考借鉴。

本书主要包括汽车电商市场认识（汽车电商市场领域、汽车电商服务）、新车市场电商营销（店面销售、网络销售、网络销售平台）、汽车配件与用品电商营销（汽车配件门店销售、汽车配件电商营销、汽车用品电商营销）、汽车后市场电商营销（汽车保险网络营销、汽车美容营销、二手车营销、租车市场营销）四部分内容。本书理论联系实际，可操作性强，书中穿插大量的案例供读者参考。

本书由刘军主编，在编写过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，其中参与编写和提供资料的还有王峰、安建伟、江美华、田均平、宋健、齐小娟、宋春霞、孙小平、李敏、李高翔、李登华、李军、李欢欢、李志国、李静、刘明、刘涛、刘婷、刘玮、刘艳玲、许华、钟华、钟运光、张继军、张艳红、周胜、杨雯、赵辉，全书最后由滕宝红审核。同时，本书参阅了大量的汽车4S店内部文件和培训资料，借出版之际，谨向相关人士表示衷心的感谢。

由于笔者水平有限，书中不足之处在所难免，希望广大读者批评指正。

编者



第一部分 汽车电商市场认识

第一章 汽车电商市场领域 002

第一节 新车市场 002

- 一、新车市场营销 002
- 二、进口汽车新车营销 003
 - 相关链接 天津滨海国际汽车城 003
 - 相关链接 上海自贸区平行进口汽车交易中心 004
 - 相关链接 深圳前海自贸区平行进口车交易 005

第二节 汽车配件与汽车用品 006

- 一、汽车配件的定义 006
- 二、汽车配件的基本类型 006
- 三、汽车用品的定义 009
- 四、汽车用品的基本类型 009

第三节 汽车后市场 009

- 一、汽车后市场的概念 009
- 二、汽车后市场的内容 010
 - 相关链接 汽车后市场 19 大业务 010
- 三、汽车后市场的发展 013
 - 相关链接 中国汽车后市场的发展趋势 014
- 四、汽车后市场的五大渠道 014
- 五、汽车后市场电子商务 015
 - 相关链接 汽车后市场如何进行电子商务模式 016
 - 相关链接 汽车后市场电商的发展趋势 017

目录

CONTENTS



第二章 汽车电商服务

018

第一节 电子商城汽车营销

018

- 一、资讯产品一体模式 018
- 二、O2O 线上线下结合模式 018
- 三、线上批发零售产品模式 019
- 四、经销商推荐广告盈利 019

第二节 手机APP汽车营销

019

- 一、认识手机APP汽车营销 019
 - 相关链接 什么是手机APP 020
- 二、APP汽车营销的发展 021
- 三、APP汽车营销的原因 022
- 四、如何运用APP进行汽车营销 023

第三节 微信汽车营销

023

- 一、微信对企业的作用 023
- 二、微信的好处 024
- 三、微信线下推广的方式 024
- 四、微信图文推送与运营 024
- 五、微信营销注意事项 025
 - 【实战范本】借力车展获粉 025
 - 【实战范本】汽车4S店微信营销策划方案 026

第四节 微博汽车营销

028

- 一、微博对企业的价值 028
- 二、新浪微博的推广方法 029
- 三、微博营销的注意事项 029
 - 【实战范本】汽车行业微博营销经典案例列举 030
 - 【实战范本】奔驰打造精致官方微博 031
 - 【实战范本】一汽本田让服务品牌化 032



第二部分 新车市场电商营销

第一章 店面销售 036

第一节 销售前的准备 036

一、店面营销的认识 036

二、销售准备 036

第二节 销售过程 037

一、客户接待 037

二、需求分析 039

三、试乘试驾 040

第三节 成交及售后 040

一、报价成交 040

二、新车交付 041

三、售后跟踪 043

第二章 网络销售 044

第一节 汽车4S店电商模式 044

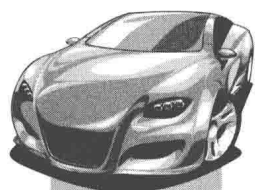
一、电子商务对汽车4S店的冲击 044

二、电子商务对汽车4S店的作用 045

三、汽车4S店的转型 045

目录

CONTENTS



相关链接 电商卖车, 4S店何往	045
四、汽车4S店应用电商模式	046
五、汽车4S店B2C+O2O电商模式的优点	048
六、汽车4S店B2C+O2O电商模式应用要点	048
七、汽车4S店电商模式应用的注意事项	049
第二节 线上销售形式	050
一、厂商优惠	050
【实战范本】比亚迪S7实惠·智选	
厂家特惠近万元	050
二、底价买车	051
相关链接 惠买车平台底价买车步骤	051
三、直销特卖	052
【实战范本】直销特卖雷凌最高优惠5万提裸车	052
四、贷款购车	052
五、置换新车	052
【实战范本】换季换新车, 日产全民置换季!	053

第三章 网络销售平台 055

第一节 网站销售	055
一、认识网站营销	055
二、汽车网站的运营	056
相关链接 汽车之家——全球访问量最大的汽车网站	058
相关链接 二手车之家——专业的二手车交易平台	059
相关链接 易车网——中国第一汽车导购平台	060
相关链接 太平洋汽车网——专业汽车网站	061
相关链接 网上车市——国内领先汽车垂直媒体网站	062

目录

CONTENTS



第二节 跨界销售	063
一、跨界营销认知	063
二、跨界营销模式	065
【实战范本】××4S店赞助婚庆展	066
【实战范本】东风雪铁龙——世嘉，“百万嘉奖” 跨界金融营销	066
【实战范本】东风标致207&Levis“牛仔探索之旅 放胆炫”	067
【实战范本】莲花汽车音乐狂	067
【实战范本】吉利汽车抢驻苏宁官方旗舰店	067
【实战范本】北京现代携手万豪酒店	068

第三部分

汽车配件与用品电商营销

第一章 汽车配件门店销售	070
---------------------	-----

第一节 配件销售认知	070
一、配件销售的特点	070
二、汽车配件市场细分	071
三、配件消耗的规律	072
四、对汽车配件销售人员的基本要求	073
五、汽车配件销售技巧	073
第二节 门店销售	074
一、门店销售的柜组分工	074

目 录

CONTENTS



二、门店橱窗陈列和柜台货架的摆放	074
三、营业前的准备	074
四、门店销售应注意的问题	075

第二章 汽车配件电商营销

第一节 汽车配件电商模式的意义	077
一、汽车配件的电商化潜力大	077
二、汽车配件电商模式存在的问题	078
第二节 汽车配件电商模式的应用	079
一、汽车配件市场 B2B 模式应用	079
二、汽车配件市场 B2B 电商渠道模式	079
相关链接 中国汽车配件网	080
相关链接 汽车配件 110 网	081
相关链接 酷配网	082
相关链接 慧聪汽车配件网	083

第三章 汽车用品电商营销

第一节 汽车用品电商模式的意义	085
一、汽车用品电商化发展	085
相关链接 年轻车主促进汽车用品电商化发展	085
二、汽车用品电商化建设	086

目 录

CONTENTS



第二节 汽车用品电商模式的应用	087
一、汽车用品 B2C 电子商务模式	087
二、汽车用品 B2C 销售平台的网站的定位与分析	087
三、汽车用品 B2C 商业运作发展所面临的难题	088
相关链接 汽车用品商欲建立 B2C 商城需谨慎	089
相关链接 汽车用品综合 B2C 商城发展的原因	090
四、汽车用品如何做到电商化	091
相关链接 齐齐网——汽车用品电子商城	091
相关链接 御途网——中国领先汽车用品商城	092
相关链接 中国汽车用品网——汽车用品行业	
专业电商交易平台	093
相关链接 全球汽车用品网——汽车用品行业	
B2B 电子商务的交流平台	094

第四部分

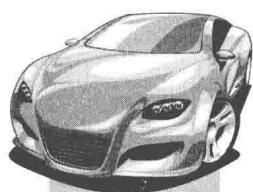
汽车后市场电商营销

第一章 汽车保险网络营销	098
--------------	-----

第一节 汽车保险认识	098
一、认识汽车保险	098
二、主要分类	098
第二节 网络车险	101
一、认识网络车险	101
二、汽车保险行业现状分析	101

目录

CONTENTS



相关链接 我国汽车保险发展进程	102
三、电子商务带来汽车保险业变革	103
相关链接 保险业首度涉足汽车电子商务市场	103
四、汽车保险电子商务的优势	103
相关链接 汽车保险电商化让利车主	104
五、汽车保险电子商务面临挑战	105
第三节 汽车保险电商模式	105
一、汽车保险公司官网销售平台	105
相关链接 中国人保车险	106
相关链接 中国平安车险	107
二、汽车保险车险报价B2C服务平台	108
相关链接 搜保网——汽车保险报价B2C服务平台	108
三、汽车保险第三方权威门户网站	109
四、车险理赔手机APP	109
相关链接 平安车险好车主——车险手机APP	109

第二章 汽车美容营销

第一节 汽车美容市场认识	111
一、汽车美容市场的现状	111
相关链接 汽车美容店的特点认识	111
二、汽车美容店进入电商的条件	112
相关链接 汽车美容店进入电商化是形势所趋	113
三、汽车美容店进入电商的形势	114
相关链接 汽车美容店电商化势在必行	114
第二节 汽车美容店电商模式	115
一、建立完整的汽车美容店电商模式	115
相关链接 令汽车美容市场疯狂的O2O模式	115

目 录

CONTENTS



二、建立汽车美容店电商模式要点	116
相关链接 何为互联网思维	118
三、汽车美容店 O2O 电商模式操作	119
相关链接 CRM 系统是什么	120
四、移动互联网 O2O 电商模式应用	121
相关链接 ×× 汽车美容店的来自手机的声音	122
五、汽车美容店 O2O 电商模式应用的注意事项	122

第三章 二手车营销

124

第一节 二手车市场认识

124

一、二手车发展现状	124
二、认识二手车电子商务	125
三、二手车电子商务模式的好处	126
四、二手车电子商务发展趋势	126
相关链接 汽车流通协会建议：关于取消地方 城市限制二手车迁入的不合理规定	127
五、影响二手车电商发展的因素	128
六、二手车电子商务交易常见术语	129

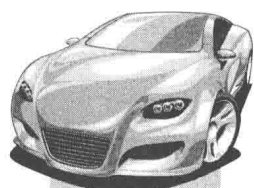
第二节 二手车电商模式

129

一、二手车电商的商业模式分析	129
二、竞拍交易的 O2O 闭环模式	130
相关链接 车易拍——二手车网上拍卖电子 商务平台	130
三、垂直细分不涉及交易的导购模式	132
四、二手车寄售平台模式	133
相关链接 我卖我车——专业二手车 C2C 连锁卖场	134
相关链接 大搜车——二手车行业垂直领域 O2O 交易模式	135

目录

CONTENTS



五、二手车第三方信息服务平台	136
相关链接 第一车网——第一代专业二手车网站	136
六、二手车交易服务资讯平台	137
相关链接 人人车	137
七、二手车简单收购模式	138

第四章 租车市场营销 139

第一节 租车市场认识 139

一、认识汽车租赁	139
相关链接 汽车租赁业的三种类型	140
二、汽车租赁的现状	140
三、汽车租赁业电商化	141
四、电子商务对汽车租赁业中的影响	142
五、汽车租赁业的电商经营的必然趋势	143

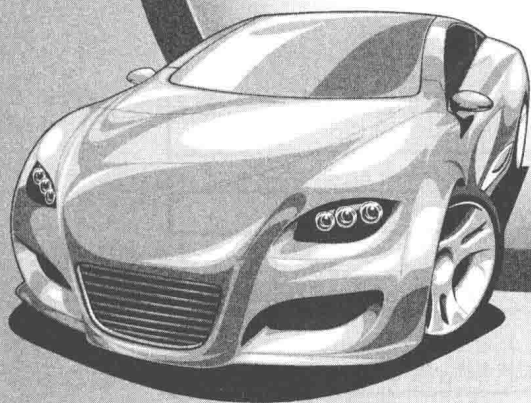
第二节 汽车租赁的电商模式 143

一、B2C 租车模式	143
相关链接 至尊租车——连锁汽车租赁企业	144
相关链接 神州租车——全国性大型汽车租赁服务企业	145
相关链接 一嗨租车——中国汽车租赁行业真正的领军企业	146
二、P2P 租车模式	147
相关链接 P2P 租车模式面对政策的监管该如何做	149
相关链接 PP 租车——亚洲最大的 P2P 租车平台	150
相关链接 宝驾租车——中国领先汽车共享社区	151
三、团购租车模式应用	152

第一部分

汽车电商市场认识

- 第一章 汽车电商市场领域
- 第二章 汽车电商服务





第一章 汽车电商市场领域

无论是传统汽车经销商还是新晋的以媒体为代表的电商，甚至电商传统巨头，都纷纷打起汽车电商的大旗，一时之间汽车电商成为中国汽车市场的热门行业。那么，汽车电商市场主要包括哪些领域？下面，我们分新车市场、汽车配件和汽车用品、汽车后市场几个部分进行讲解。



第一节 新车市场

一、新车市场营销

1. 传统4S店营销

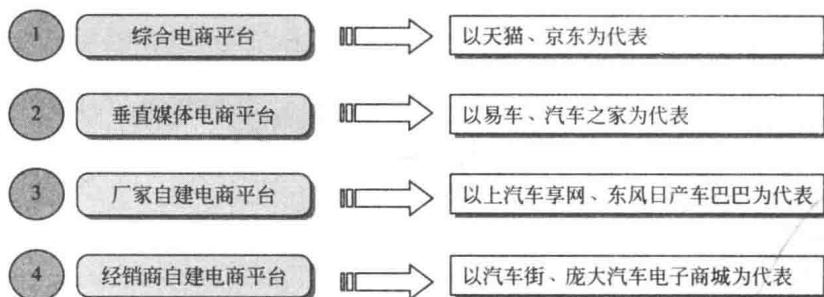
新车市场营销主要为传统的汽车4S店营销，近年来，由于互联网的迅速发展，新车销售也导入了互联网营销理念。

中国的汽车电商之路已经处于上行状态，并在逐步拓宽，人们不再质疑这到底是不是是一种可靠的营销方式，现在大家都在思考的是如何让汽车电商的影响力变得更大。

2. 新车电商

根据调查数据显示，中国新车电商短期市场规模近5100亿元，随着消费者习惯的养成及4S店的减少，新车销售在电商部分比例有望达到1/3，中长期市场空间估计达万亿元。

目前，新车电商平台主要有如下图所示4类。



新车电商平台分类