

汽车营销

主 编 王世铮 高 犇
副主编 高英儒 唐琴芳
於南军 真 金



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

高职高专“十一五”规划教材·汽车类

编 委 会

主 任 孙成刚 曾 鑫

执行主任 曹登华

副 主 任 王世铮 王贵槐 刘景军 刘祖强

委 员 （按姓氏笔画排序）

卫登科	王 超	仇绪甲	刘 刚	杨 艳
李予杰	李 刚	李远军	李洪亮	肖文光
吴玉文	吴金顺	何细鹏	沈宜慧	宋广辉
陈佑民	陈建华	陈 庭	屈亚峰	姜 攀
谈丽华	黄 伟	常同珍	覃亚娟	程 鸣

内 容 简 介

本书较系统地介绍了汽车技术服务与营销人员所必需的汽车市场营销学, 汽车营销技术、策略、销售方法以及售后服务等知识。主要内容有: 汽车营销人员的基本素质、汽车消费者购买行为分析、汽车营销策略、汽车营销模式分析、新型营销模式、汽车产品的售后服务等。

本书可供高等院校汽车类及相关专业教学使用, 也可供相关从业人员学习参考。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车营销/王世铮, 高犇主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2009. 8
ISBN 978 - 7 - 5640 - 2491 - 8

I. 汽… II. ①王…②高… III. 汽车工业 - 市场营销学 IV. F407.471.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 117450 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / [http: // www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京圣瑞伦印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 12

字 数 / 279 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 1500 册

定 价 / 25.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换



2008 年，中国已成为全球第三大汽车市场。随着我国国民经济的持续健康发展，今后汽车产量与保有量仍将持续高速发展。同时，由于国内汽车市场与国际市场的迅速接轨，国内汽车企业均面临着更加激烈的市场竞争。汽车企业要想在这场竞争中立于不败之地，必须充分满足广大汽车用户对汽车服务的要求，必须尽快提高我国汽车企业的营销服务水平，并培养大批高素质的营销服务人员。这是我国汽车服务行业的当务之急。

鉴于目前这种形势，近年来许多高校都开办了汽车类相关专业，为汽车行业培养各种层次的汽车技术服务与营销的高素质人才。本书的编写就是为了满足高素质汽车人才培养的需要。编写过程中，编者坚持适应现代汽车市场发展需要，理论联系实际，请教汽车技术服务人员与营销专家，查阅了大量的书籍和文献，并通过网络了解了很多最新的相关知识。

本书系统地介绍了汽车营销技术、策略、销售方法以及售后服务方面的知识。主要内容有：汽车营销人员的基本素质、汽车消费者购买行为分析、汽车营销策略、汽车营销模式分析、新型营销模式、汽车产品的售后服务等。

本书由王世铮、高犇主编，高英儒、唐琴芳、於南军、真金等担任副主编。

在本书的编写过程中，汽车界的许多专家和有识之士给予编者很多帮助和支持，在此表示衷心的感谢！

由于编者水平有限，书中难免有疏漏之处，诚请读者及业内专家批评指正。

编 者

高职高专“十一五”规划教材·汽车类

汽车营销

主 编	王世铮	高 犇
副主编	高英儒	唐琴芳
	於南军	真 金

 **北京理工大学出版社**

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

高等学校“十一五”规划教材·汽车类

汽车营销

主 编	王世铮	高 犇
副主编	高英儒	唐琴芳
	於南军	真 金



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书较系统地介绍了技能型汽车技术服务与营销人员所必需的汽车市场营销学, 汽车营销技术、策略、销售方法以及售后服务等知识。主要内容有: 汽车营销人员的基本素质、汽车消费者购买行为分析、汽车营销策略、汽车营销模式分析、新型营销模式、汽车产品的售后服务等。

这是一本特色鲜明的高职高专教材, 可供高职高专院校汽车类及相关专业教学使用, 也可供相关从业人员学习参考。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车营销/王世铮, 高犇主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2009. 8
(2009. 9 重印)

ISBN 978 - 7 - 5640 - 2491 - 8

I. 汽… II. ①王…②高… III. 汽车工业 - 市场营销学 IV. F407.471.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 117450 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / [http: // www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京圣瑞伦印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 12

字 数 / 279 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 9 月第 2 次印刷

印 数 / 1501 ~ 3000 册

定 价 / 23.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换



2008 年，中国已成为全球第三大汽车市场。随着我国国民经济的持续健康发展，今后汽车产量与保有量仍将持续高速发展。同时，由于国内汽车市场与国际市场的迅速接轨，国内汽车企业均面临着更加激烈的市场竞争。汽车企业要想在这场竞争中立于不败之地，必须充分满足广大汽车用户对汽车服务的要求，必须尽快提高我国汽车企业的营销服务水平，并培养大批高素质的营销服务人员。这是我国汽车服务行业的当务之急。

鉴于目前这种形势，近年来许多高校都开办了汽车运用专业和汽车技术服务与营销专业，为汽车企业培养各种层次的汽车技术服务与营销的专门性、技能型人才。为此，北京理工大学出版社组织编写了这套“高职高专十一五规划教材·汽车类”，《汽车营销》为其中之一。在编写过程中，编者坚持适应现代汽车市场发展，理论联系实际，请教汽车技术服务与营销专家，查阅了大量的书籍和文献，并通过网络了解了很多最新的相关知识。

本书较系统地介绍了技能型汽车技术服务与营销人员所必需的汽车市场营销学，汽车营销技术、策略、销售方法以及售后服务等知识。主要内容有：汽车营销人员的基本素质、汽车消费者购买行为分析、汽车营销策略、汽车营销模式分析、新型营销模式、汽车产品的售后服务等。这是一本特色鲜明的高职高专教材。

本书由武汉航海职业技术学院王世铮、高犇主编。武汉航海职业技术学院高英儒、唐琴芳、湖北三峡职业技术学院於南军、长春博文学院真金任副主编。

在本书的编写过程中，武汉航海职业技术学院和武汉汽车界的许多专家和有识之士给予编者很多帮助和支持，在此表示衷心的感谢！

由于编者水平有限，书中难免有疏漏之处，诚请读者及业内专家批评指正。

编 者

编 委 会

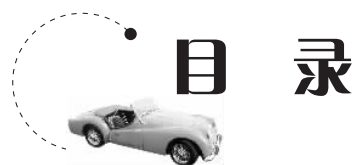
主 任 孙成刚 曾 鑫

执行主任 曹登华

副 主 任 王世铮 王贵槐 刘景军 刘祖强

委 员 （按姓氏笔画排序）

卫登科	王 超	仇绪甲	刘 刚	杨 艳
李予杰	李 刚	李远军	李洪亮	肖文光
吴玉文	吴金顺	何细鹏	沈宜慧	宋广辉
陈佑民	陈建华	陈 庭	屈亚峰	姜 攀
谈丽华	黄 伟	常同珍	覃亚娟	程 鸣



第一章 汽车营销人员的基本素质	(1)
第一节 汽车营销人员的基本素质	(1)
第二节 汽车营销人员的基本形象与沟通	(6)
第三节 专业汽车营销人员应具备的汽车基本知识	(15)
第二章 汽车消费者购买行为分析	(28)
第一节 汽车消费者的购买行为	(28)
第二节 汽车组织市场	(45)
第三章 汽车营销策略	(59)
第一节 汽车产品策略	(59)
第二节 汽车价格策略	(69)
第三节 汽车分销策略	(76)
第四节 汽车促销组合策略	(84)
第四章 汽车营销模式分析	(102)
第一节 我国汽车营销模式概述	(102)
第二节 汽车服务营销研究	(105)
第三节 4S 店汽车专营店零部件库存分析	(108)
第四节 4S 店汽车服务商的服务营销策略研究	(111)
第五节 4S 店营销模式分析	(117)
第六节 4S 汽车销售服务商服务补救研究	(121)
第七节 4S 汽车销售服务商的顾客忠诚成因分析及策略研究	(124)
第五章 新型营销模式	(129)
第一节 顾客满意营销	(129)
第二节 关系营销	(137)
第三节 绿色营销	(148)
第四节 整合营销	(155)
第六章 汽车产品的售后服务	(159)
第一节 汽车企业的售后服务	(159)
第二节 售后服务工作的基本工作流程	(164)
第三节 中国汽车生产企业售后服务工作概况	(173)
第四节 中国汽车零配件市场	(180)
参考文献	(183)