



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定



扫描二维码
共享立体资源

汽车配件 营销与管理

(第二版)

工作页式教材

中国汽车工程学会汽车应用与服务分会组织编写



主 编 陆耀良 艾 锋

北京出版集团
北京出版社

汽车配件营销与管理
(第二版)

主 编 陆耀良 艾 锋

北京出版集团
北京出版社

图书在版编目(CIP)数据

汽车配件营销与管理 / 陆耀良, 艾锋主编. —2 版
—北京: 北京出版社, 2021.6

高职十二五规划教材: 2014 版

ISBN 978-7-200-16305-6

I. ①汽… II. ①陆… ②艾… III. ①汽车—配件—
市场营销学—高等职业教育—教材 IV. ① F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 009990 号

汽车配件营销与管理 (第二版)

QICHE PEIJIAN YINGXIAO YU GUANLI (DI-ER BAN)

主 编: 陆耀良 艾 锋

出 版: 北京出版集团

北 京 出 版 社

地 址: 北京北三环中路 6 号

邮 编: 100120

网 址: www.bph.com.cn

总 发 行: 北京出版集团

经 销: 新华书店

印 刷: 定州启航印刷有限公司

版 印 次: 2021 年 6 月第 2 版 2021 年 6 月第 1 次印刷

成品尺寸: 185 毫米 × 260 毫米

印 张: 12

字 数: 230 千字

书 号: ISBN 978-7-200-16305-6

定 价: 39.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572162 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

质量监督电话: 010-82685218 010-58572162 010-58572393

目录

学习工作页

学习单元一 汽车配件营销基本理论的认识	/ 2
学习任务一 中国汽车零部件行业发展概况的认识	/ 2
学习任务二 汽车配件行业的重要地位与发展趋势的认识	/ 5
学习任务三 汽车配件市场及营销概念的学习	/ 8
学习任务四 汽车配件营销从业人员素质要求的认识	/ 10
学习单元二 汽车配件基础知识的认识	/ 14
学习任务一 汽车主要零部件及易损件的辨别	/ 14
学习任务二 汽车配件常用材料的认识	/ 17
学习任务三 汽车配件编号规则的学习	/ 20
学习任务四 车辆识别与配件目录的检索	/ 23
学习单元三 汽车配件订货与采购管理	/ 26
学习任务一 汽车配件订货管理	/ 26
学习任务二 汽车配件采购管理	/ 29
学习任务三 汽车配件的鉴别与检验	/ 32
学习单元四 汽车配件仓储管理	/ 36
学习任务一 汽车配件的入库验收	/ 36
学习任务二 汽车配件的保管	/ 39
学习任务三 汽车配件的出库	/ 42
学习任务四 汽车配件的盘点清查	/ 45

学习单元五 汽车配件营销实务与技巧 / 48

- 学习任务一 汽车配件营销流程的学习 / 48
- 学习任务二 汽车配件促销策略的研究 / 50
- 学习任务三 汽车配件营销技巧的应用 / 53
- 学习任务四 汽车配件电子商务的应用 / 57

学习单元六 汽车配件的售后服务与管理 / 60

- 学习任务一 汽车配件售后服务主要内容的认识 / 60
- 学习任务二 汽车配件客户满意度管理的操作 / 63
- 学习任务三 汽车配件营销管理软件的应用 / 66

学习参考

学习单元一 汽车配件营销基本理论的认识 / 70

- 学习任务一 中国汽车零部件行业发展概况的认识 / 70
- 学习任务二 汽车配件行业的重要地位与发展趋势的认识 / 74
- 学习任务三 汽车配件市场及营销概念的学习 / 75
- 学习任务四 汽车配件营销从业人员素质要求的认识 / 76

学习单元二 汽车配件基础知识的认识 / 78

- 学习任务一 汽车主要零部件及易损件的辨识 / 78
- 学习任务二 汽车配件常用材料的认识 / 79
- 学习任务三 汽车配件编号规则的学习 / 84
- 学习任务四 车辆识别与配件目录的检索 / 85

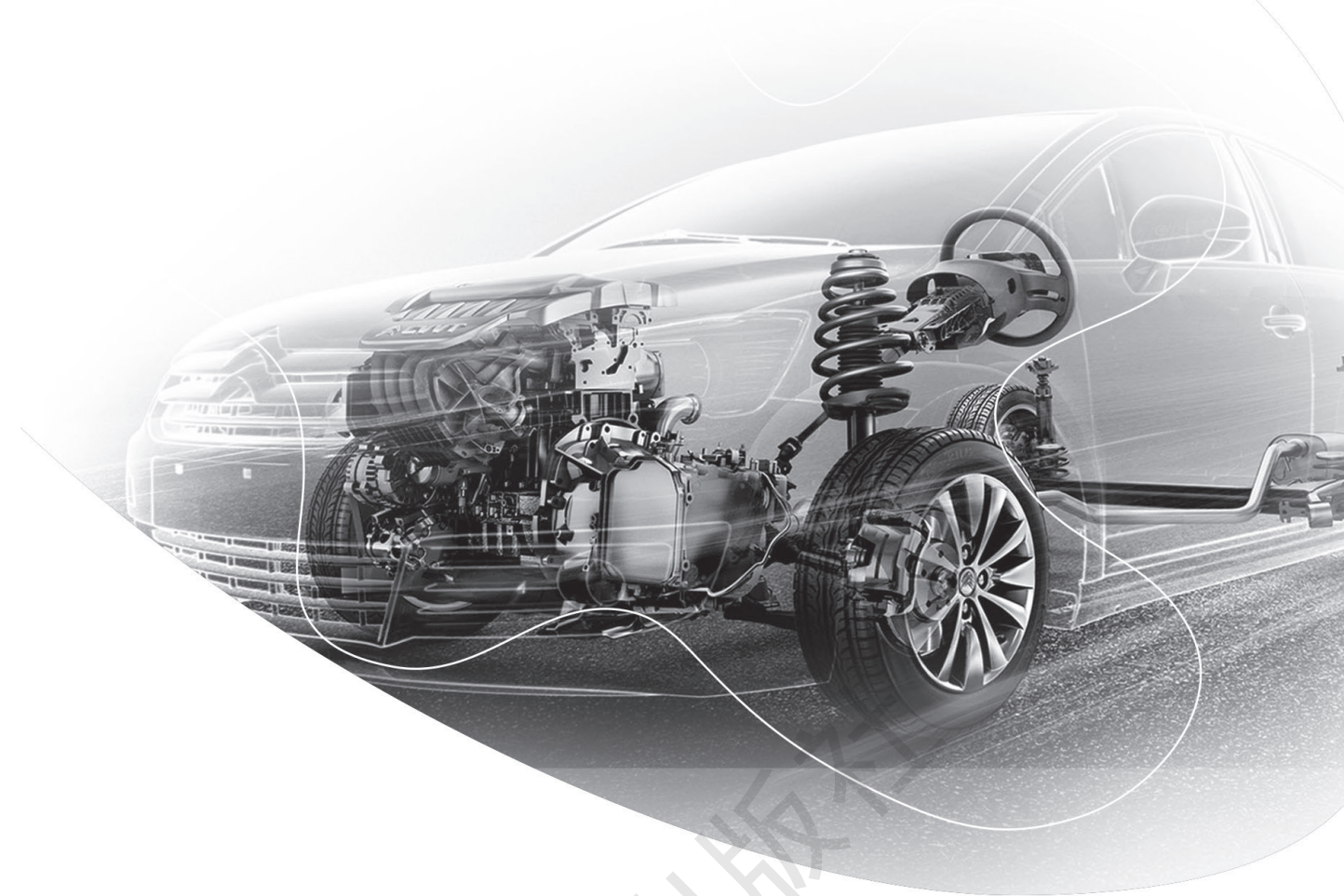
学习单元三 汽车配件订货与采购管理 / 89

- 学习任务一 汽车配件订货管理 / 89
- 学习任务二 汽车配件采购管理 / 93
- 学习任务三 汽车配件的鉴别与检验 / 99

学习单元四 汽车配件仓储管理 / 107

- 学习任务一 汽车配件的入库验收 / 107

学习任务二	汽车配件的保管	/ 111
学习任务三	汽车配件的出库	/ 114
学习任务四	汽车配件的盘点清查	/ 117
学习单元五	汽车配件营销实务与技巧	/ 121
学习任务一	汽车配件营销流程的学习	/ 121
学习任务二	汽车配件促销策略的研究	/ 123
学习任务三	汽车配件营销技巧的应用	/ 136
学习任务四	汽车配件电子商务的应用	/ 149
学习单元六	汽车配件的售后服务与管理	/ 153
学习任务一	汽车配件售后服务主要内容的认识	/ 153
学习任务二	汽车配件客户满意度管理的操作	/ 159
学习任务三	汽车配件营销管理软件的应用	/ 166
参考文献		/ 178



学习工作页

学习单元一

汽车配件营销基本理论的认识

通过本单元的学习，学生能讲述中国汽车市场的现状和发展趋势，能叙述汽车配件行业在国内汽车行业中的规模、比重和发展趋势，并分析作为一名汽车配件从业人员应具备的个人修养、能力素质和业务能力。

学习任务一 中国汽车零部件行业发展概况的认识

任务描述

作为一名汽车配件从业人员，对汽车行业的相关背景进行学习研究，分析理清中国汽车市场的发展及业态演变等相关信息。

学习目标

1. 能准确讲述中国汽车市场与零部件市场的起源、历史及现状。
2. 能根据中国汽车市场和零部件市场的发展，结合国内外的经验讨论未来中国汽车行业特别是零部件行业的优、劣势。
3. 增强爱岗敬业、诚实守信、热爱本职工作的意识。



学习准备

一、知识准备

1. 中国汽车市场发展状况。（查阅学习参考“学习单元一学习任务一”）
2. 中国汽车零部件行业发展概况。（查阅学习参考“学习单元一学习任务一”）

中国汽车市场与业态演变经过了很长一段时期的发展历程。此任务需要学生掌握以下知识点和技能点：

知识点	1. 中国汽车市场的发展状况
	2. 中国汽车零部件行业的发展概况
技能点	1. 归纳总结中国汽车市场和零部件市场的优、劣势
	2. 归纳总结中国汽车市场和零部件市场的发展趋势

二、工作场所

理实一体化教室。

三、工作器材

以小组为单位的电脑一台。



计划与实施

依据中国汽车市场及零部件市场的起源、历史以及现状，结合国内外的经验，讨论未来中国汽车业特别是零部件行业的优劣势。

一、由教师布置学习任务、分组。

二、在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并回答下列问题。

1. 中国汽车市场的发展现状如何？

2. 中国汽车零部件市场的现状是怎样的？

三、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列内容。

1. 我国汽车行业发展的主要优、劣势：

2. 我国汽车零部件行业的优、劣势：



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简答题

(1) 中国汽车市场的发展历史可分为哪几个阶段？

（2）中国汽车市场的发展现状如何？

（3）中国汽车市场的业态演变有何特点？

2. 技能考核

学生实践记录表

班 级		姓 名	
学 号		小组成员	
实践项目	中国汽车市场与业态演变的认识		
实践流程			
结果分析			
防范措施			
自我评价	良好□ 合格□ 不合格□		
教师评价	良好□ 合格□ 不合格□ 教师姓名： 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务之后，通过小组会议的形式进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写单元学习自评总结，提交 PPT 演示文稿，并推选代表在总评会上宣讲，其他小组进行相互点评，最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确，能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实、语言规范，任务报告结构完整、观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动、态度认真，遵守教学秩序			

续表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握,具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					

学习任务二 汽车配件行业的重要地位与发展趋势的认识

任务描述

作为汽车配件从业人员,为了了解汽车配件行业的相关背景,需要掌握汽车配件行业的重要地位、发展趋势等信息。

学习目标

1. 能讲述中国汽车配件市场在中国汽车产业发展中的重要性。
2. 分析评价中国汽车配件市场的发展潜力及前景。
3. 提升人文素养,成为有学识的汽车营销人员。



学习准备

一、知识准备

1. 汽车配件行业在汽车行业中所占的比重、汽车配件市场的规模。(查阅学习参考“学习单元一学习任务二”)

2. 汽车配件行业的现有格局、发展趋势。(查阅学习参考“学习单元一学习任务二”)

汽车配件行业在汽车行业中起着至关重要的作用。此任务需要学生掌握以下知识点和技能点:

知识点	1. 中国汽车配件行业的规模、地位
	2. 中国汽车配件行业的格局和发展趋势

续表

技能点	1. 归纳总结中国汽车配件行业的规模、地位
	2. 分析预测中国汽车配件行业的发展趋势

二、工作场所

理实一体化教室。

三、工作器材

以小组为单位的电脑一台。



计划与实施

从汽车配件行业的发展历史开始讲授，按照发展的进程及趋势，引导学生分小组讨论学习汽车配件行业的地位及发展趋势，并通过提问的方式检查学生小组讨论的结果。

一、由教师布置学习任务、分组。

二、在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并回答下列问题。

1. 中国汽车配件行业在国内汽车产业中处于什么样的地位？

2. 未来中国汽车配件行业将在汽车行业内起到什么样的作用？

三、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列内容。

1. 中国汽车配件行业所占比重：

2. 中国汽车配件行业发展的主要渠道：



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简答题

(1) 汽车配件行业的重要地位是如何体现的？

(2) 汽车配件行业的发展趋势主要有哪些?

2. 技能考核

学生实践记录表

班 级		姓 名	
学 号		小组成员	
实践项目	汽车配件行业的重要地位与发展趋势的认识		
实践流程			
结果分析			
防范措施			
自我评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐		
教师评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐ 教师姓名: 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务之后,通过小组会议的形式进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写单元学习自评总结,提交 PPT 演示文稿,并推选代表在总评会上宣讲,其他小组进行相互点评,最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确,能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实、语言规范,任务报告结构完整、观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动、态度认真,遵守教学秩序			
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握,具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					

学习任务三 汽车配件市场及营销概念的学习

任务描述

作为汽车配件从业人员，为了了解汽车配件市场及配件营销的相关行业背景，需要掌握汽车配件市场的定义、分类及市场营销知识等信息。

学习目标

1. 能讲述汽车配件市场的基础概念。
2. 能对国内汽车配件企业进行分类。
3. 能对我国汽车配件企业的配套模式进行分析。
4. 培养良好的职业道德，改善市场营销作风。



学习准备

一、知识准备

1. 汽车配件市场的概念。（查阅学习参考“学习单元一学习任务三”）
2. 汽车配件企业的分类。（查阅学习参考“学习单元一学习任务三”）
3. 汽车配件企业的市场配套模式。（查阅学习参考“学习单元一学习任务三”）

随着汽车销售的不断增长，对汽车配件的需求也在不断扩大，从事配件销售的企业也越来越多。此任务需要学生掌握以下知识点和技能点：

知识点	1. 汽车配件市场的概念
	2. 我国汽车配件企业的分类及市场配套模式
技能点	1. 归纳总结汽车配件市场的概念
	2. 分析国内主要汽车配件企业的类型

二、工作场所

理实一体化教室。

三、工作器材

以小组为单位的电脑一台。



计划与实施

从汽车配件市场的定义及分类开始讲授，引导学生分小组讨论学习汽车配件市场及配件营销的相关内容，并通过提问的方式检查学生小组讨论的结果。

一、由教师布置学习任务、分组。

二、在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并回答下列问题。

1. 汽车配件市场的概念是什么？

2. 我国汽车配件企业的主要分类有哪些？

三、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列内容。

独立配件配套企业的特点：



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简答题

(1) 汽车配件市场的构成有哪些？

(2) 汽车配件营销的主要内容有哪些？

2. 技能考核

学生实践记录表

班 级		姓 名	
学 号		小组成员	
实践项目	汽车配件市场及营销概念的学习		
实践流程			
结果分析			

续表

防范措施	
自我评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐
教师评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐ 教师姓名： 年 月 日

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务之后，通过小组会议的形式进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写单元学习自评总结，提交 PPT 演示文稿，并推选代表在总评会上宣讲，其他小组进行相互点评，最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确，能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实、语言规范，任务报告结构完整、观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动、态度认真，遵守教学秩序			
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握，具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					

学习任务四 汽车配件营销从业人员素质要求的认识

任务描述

作为职业院校汽车专业的毕业生，毕业后若想应聘汽车配件营销岗位，为了更好地适应岗位要求，就需要掌握汽车配件营销从业人员的素质要求等信息。

学习目标

1. 通过对汽车配件营销从业人员素质要求的学习,能讲述作为一名汽车配件营销从业人员需要具备哪些个人修养、职业能力,讨论分析如何去提高这些素质能力。
2. 增强商务礼仪意识,延续中国礼仪之邦的优良传统。



学习准备

一、知识准备

1. 汽车配件营销从业人员应具备的个人素质。(查阅学习参考“学习单元一学习任务四”)
2. 汽车配件营销从业人员应具备的能力素养。(查阅学习参考“学习单元一学习任务四”)
3. 汽车配件营销从业人员应具备的业务能力。(查阅学习参考“学习单元一学习任务四”)

从事汽车配件工作需要要有坚定的销售信念、良好的销售道德、丰富的专业知识和敏捷的思维能力等。此任务需要学生掌握以下知识点和技能点:

知识点	1. 汽车配件营销从业人员应具备的个人素质、修养
	2. 汽车配件营销从业人员应具备的业务能力
技能点	1. 归纳总结汽车配件营销从业人员应具备的能力、素质
	2. 分析如何提高汽车配件营销从业人员的能力、素质

二、工作场所

理实一体化教室。

三、工作器材

以小组为单位的电脑一台。



计划与实施

从汽车配件营销的岗位设置开始讲授,引导学生分小组讨论学习汽车配件营销从业人员的素质及能力要求等相关内容,并通过提问的方式检查学生小组讨论的结果。

- 一、由教师布置学习任务、分组。
- 二、在教师的引导下分组,以小组为单位学习相关知识,并回答下列问题。
 1. 汽车配件营销从业人员应当具备哪些个人素质?

2. 汽车配件营销从业人员应当具备哪些业务能力？

三、在教师的引导下，以小组为单位学习相关技能，并填写下列内容。

汽车配件营销从业人员的核心能力：



评价与反馈

一、学习效果评价

1. 简答题

(1) 汽车配件营销的岗位有哪些？

(2) 汽车配件营销从业人员的素质与能力要求有哪些？

2. 技能考核

学生实践记录表

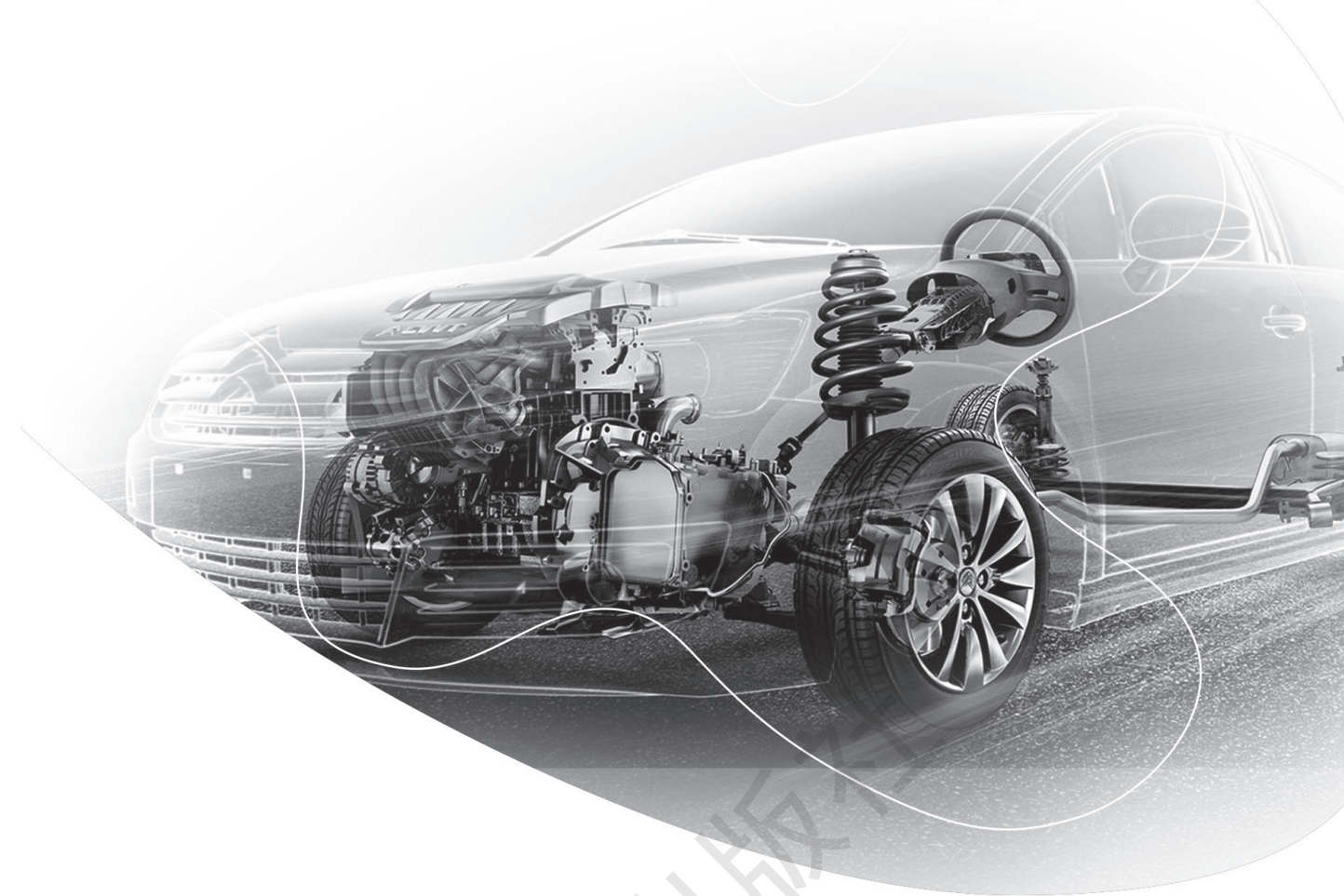
班 级		姓 名	
学 号		小组成员	
实践项目	汽车配件营销从业人员素质要求的认识		
实践流程			
结果分析			
防范措施			
自我评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐		
教师评价	良好 ☐ 合格 ☐ 不合格 ☐ 教师姓名： 年 月 日		

二、学习过程评价

在完成本单元所有学习任务之后，通过小组会议的形式进行总结与思考。具体方式可采取以小组为单位撰写单元学习自评总结，提交 PPT 演示文稿，并推选代表在总评会上宣讲，其他小组进行相互点评，最后由教师进行总结评价。

学习过程评价表

项目	考核内容	分值	评分标准	自评	互评	师评
1	小组准备	10	小组分工明确，能够对学习任务内容及实施步骤进行精心准备			
2	知识运用	30	能够熟练、准确地运用所学知识完成任务内容			
3	成果展示与任务报告	20	成果展示内容充实、语言规范，任务报告结构完整、观点正确			
4	学习态度与课堂纪律	15	学习积极主动、态度认真，遵守教学秩序			
5	自主学习与动手能力	10	对知识的理解把握，具有自学意识与动手能力			
6	基本素养	15	个人形象、沟通能力、团队意识、合作能力、执行能力、时间控制			
7	总分统计	100				
8	综合评价					



学习参考

学习任务一 中国汽车零部件行业发展概况的认识



相关知识

中国已经成为汽车及汽车零部件全球生产、全球供应体系中的重要一环。汽车零部件的供应链是由“零件→组件→部件→系统→系统总成”形成金字塔式配套体系，成熟的汽车产业链体系下，整车企业全力进行车型开发设计、整车组装和终端品牌经营，零部件企业负责零部件的模块化、系统化开发设计和制造，零部件供应商通常划分为一级、二级、三级供应商。汽车零部件产业金字塔，如图 1-1 所示。



汽车市场与业态
演变的认识

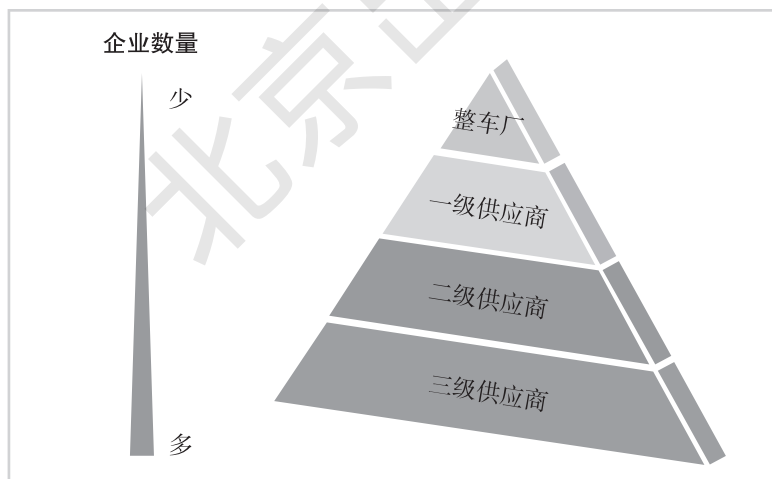


图 1-1 汽车零部件产业金字塔

几乎所有的世界著名汽车零部件巨头都已进入中国市场，而中国企业生产的汽车轮胎、汽车剥离、汽车音响等零部件也大量销往海外。但随着全球汽车零部件供应商市场集中度的提高，一级供应商的数量不断减少，这导致金字塔结构中整车制造商与一级供应商的结构先行发生变化。随着汽车零部件供应商集中化的不断深化，少数企业垄断某领域零部件的生产，从而向多家整车制造商供货。2018 年全球十大汽车零部件供应商营业收入，见表 1-1。

表 1-1 2018 年全球十大汽车零部件供应商营业收入

排名	公司名称	营业收入 (亿美元)	净利润 (亿美元)	净利率
1	现代摩比斯株式会社	382 617.5	30 282.9	7.9%
2	LG 化学有限公司	206 593.0	12 812.5	6.2%
3	日立	91 622.6	1 244.9	1.4%
4	现代威亚公司	75 894.5	1 307.3	1.7%
5	韩泰轮胎有限公司	66 217.6	8 790.9	13.3%
6	日本电装	45 271.5	2 739.0	6.1%
7	爱信精机株式会社	33 370.2	2 556.6	7.7%
8	善利司通株式会社	32 472.3	1 401.2	4.3%
9	锦湖轮胎有限公司	29 472.3	-342.0	-1.2%
10	住友电气工业有限公司	28 144.8	1 263.5	4.5%

然而,与国际主流的汽车零部件厂商相比,我国汽车零部件企业的规模还有很大上升空间。截至 2018 年,仅有潍柴动力与华域汽车两家的年收入达到了 200 亿美元以上的级别,其余企业均处于 100 亿美元以下;我国汽车零部件企业尚处于成长期,依旧与国际一流零部件厂商存在差距。2018 年全国十大汽车零部件企业(按营业总收入),见表 1-2。

表 1-2 2018 年全国十大汽车零部件企业(按营业总收入)

排名	公司名称	证券代码	营业收入 (亿美元)
1	潍柴动力	000338.SZ	224.0
2	华域汽车	600741.SH	213.4
3	均胜电子	600699.SH	41.4
4	福耀玻璃	600660.SH	29.1
5	宁波华翔	002048.SZ	23.4
6	一汽富维	600742.SH	20.0
7	众泰汽车	000980.SZ	19.0
8	凌云股份	600480.SH	17.6
9	万向钱潮	000559.SZ	17.5
10	中鼎股份	000887.SZ	16.2

近年来,我国汽车零部件产业规模不断提升。汽车零部件行业自 20 世纪 90 年代以来,已经形成全球生产、全球采购的体系。整车商按照 QCDS 或 QCDD (Quality、Cost、Delivery、Service 或 Design) 的原则在全球范围内对汽车零部件实行统一采购,也使汽车成为典型的国际化产品。而基于汽车零部件本身的专业性与复杂性,使整车厂的自制率受到了约束,更多的是寻求外部独立零部件供应商的供货,从而产生了金字塔式的多层供应商体系。中国作为汽车产业供给体系的重要一环,汽车零部件行业也得以大力发展。企业数从 2011 年的 8 396 家上升到了 2016 年的 12 723 家,复合增长率高达 8.69%。总产值从 2011 年的 20 568 亿元上升至了 38 455 亿元,以平均每年 13.49% 的速度

增长。2011—2016 年中国汽车零部件行业规模不断提升，如图 1-2 所示。

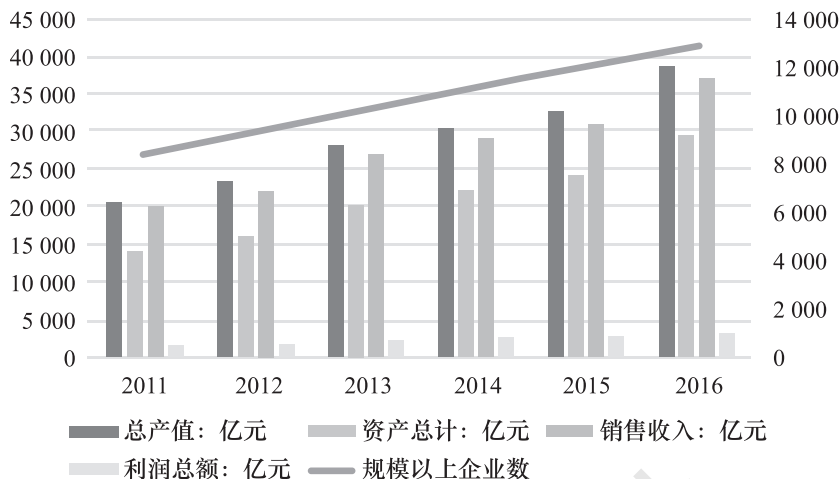


图 1-2 2011—2016 年中国汽车零部件行业规模不断提升

中国作为汽车零部件全球生产和采购的重要国家，贸易顺差逐年提高。我国汽车零部件净出口额从 2014 年的 3 037 亿元上升至 2017 年的 3 346 亿元。同时，中国汽车零部件出口相对进口的比重逐年增加，2017 年已达到 39.07%。这是金融危机以来，以美国为首的成熟市场，以俄罗斯为首的新兴市场，汽车销量正在恢复。另一方面，后危机时代进一步控制成本的要求也迫使通用、大众等欧美整车厂寻求加大对信心市场零部件采购的比例。而中国较为低廉的人工费用以及场地费用，都使得汽车零部件企业在国际上具备价格优势。中国汽车零部件净出口额，如图 1-3 所示。

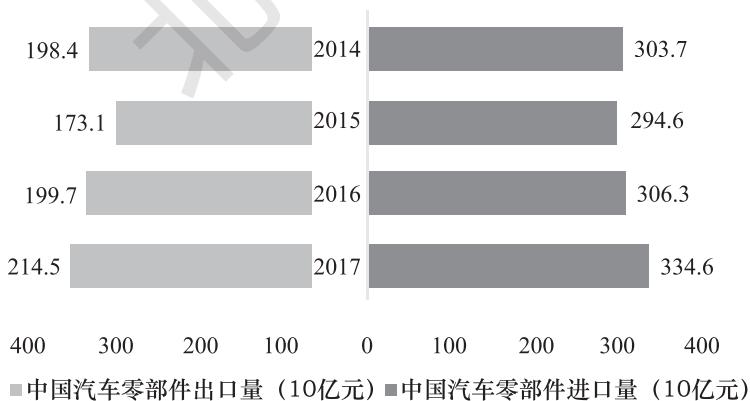


图 1-3 中国汽车零部件净出口额

在国家大力支持下，我国汽车零部件企业的技术、管理、质量、创新能力都有很大提升，但整体供应体系依旧薄弱。正因如此，环保监察风暴冲击后，一度出现了汽车零部件断供现象。与此同时，行业巨头不断下压成本需求，汽车零部件供应体系

面临巨大的“夹板”压力，位于低端的企业生存难度增大。从产值数据来看，2008—2015年，我国汽车零部件制造业工业总产值逐年增长，但增速呈现下降趋势。2015年，我国汽车零部件制造业工业总产值达到31 606.03亿元，同比增长8.17%。而近几年汽车零部件的增速放缓或许是由于前两年整车销量超高速增长提前预支了部分购车需求以及持续拥堵的道路环境所导致的限行、限购政策。2008—2015汽车零部件制造业工业总产值走势图，如图1-4所示。

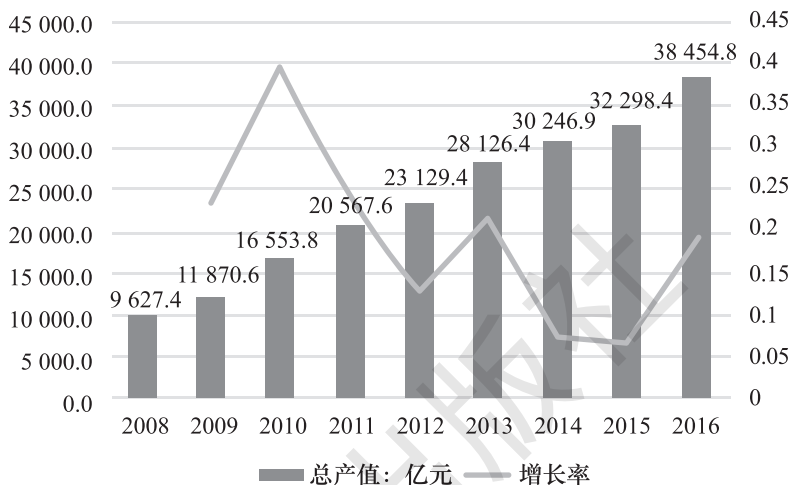


图 1-4 2008—2015 年汽车零部件制造业工业总产值走势图

长期以来，国际零部件巨头的“本土化”一直是推动我国汽车零部件产业发展的重要动力，目前仍然如此。据商务部调查，2016年中国拥有海外背景的汽车零部件供应商数量仅占整体数量的20%，但其资本规模却达到了整个汽车零部件市场资本规模的72%，销售收入占全行业的80%以上。

对于本土零部件企业来说，其自主研发能力与国际一线零部件企业相比仍存在较大差距，特别是对整车主要总成和关键零部件的核心技术尤为缺乏。虽然2017年，我国汽车零部件行业的研发投入占营业总收入比以及较2011年提升了4.32%（2011年1.4%）；但是，相对于国际平均6.6%还存在提升空间；如果这种状况得以改变，那么，本土零部件企业的整体技术和研发能力将会得到大幅提升。

中国工业协会的数据，2008—2015年，我国汽车零部件制造业销售收入逐年增长，增速呈现波动下降的趋势。2015年，销售收入约为31 570.61亿元，同比增长8.59%。2008—2015年汽车零部件制造业销售收入走势图，如图1-5所示。

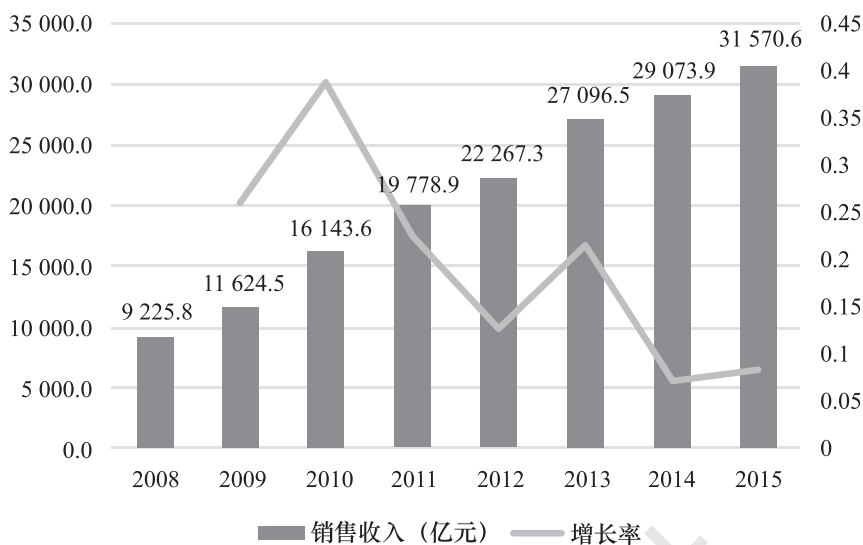


图 1-5 2008—2015 年汽车零部件制造业销售收入走势图

学习任务二 汽车配件行业的重要地位与发展趋势的认识



相关知识

一、汽车配件行业的重要地位

汽车产业链包括生产、销售、服务三大项，对于完全成熟的国际化汽车市场而言，其主要的获利渠道并非整车销售而是售后服务，其中主要包括维修、保养、救援、信息咨询、保险、零部件等，而中国前期的汽车市场则背道而驰，将销售作为主要的赢利方式而忽视了售后服务这一重大环节。近年来，随着我国汽车行业逐步与国际接轨，中国的汽车售后市场潜力巨大。

国家发改委 2004 年颁布的《汽车产业发展政策》明确“通过本政策的实施，使我国汽车产业在 2010 年前发展成为国民经济的支柱产业，为实现全面建设小康社会的目标做出更大的贡献”。该项政策还对零部件及相关产业提出以下要求：“汽车零部件企业要适应国际产业发展的趋势，积极参与主机厂的产品开发工作，制订零部件专项发展规划，对汽车零部件产品进行分类指导和支持，引导社会资金投向汽车零部件生产领域，促使有比较优势的零部件企业形成专业化、大批量生产和模块化供货能力，与汽车工业同步发展。”

行业政策表明，国家产业政策将汽车产业定位于国民经济支柱产业之一，国家长期鼓励汽车产业的发展。作为汽车工业的上游行业和汽车工业发展的基础，汽车零部



我国汽车配件行业的发展现状以及发展方向

件行业在我国国民经济中处于十分重要的地位。

二、汽车配件行业的发展趋势

从目前来看,中国汽车零部件行业的发展有以下几大趋势:

(1) 国际产业转移加速,并购重组活跃。

目前,国内大多数汽车零部件企业销售额较低,与销售额高达百亿美元的跨国巨头相比,中国汽配企业规模明显偏小。国内零部件企业规模小、实力弱、研发能力不足,在这样的背景下,要想在未来国际化市场竞争中占有一席之地,最快捷的途径就是通过兼并重组,形成规模化的零部件企业集团,形成规模效应。

(2) 汽车配件企业积极实施系统化开发、模块化制造、集成化供货,汽车零部件产业集群化发展特征明显。

从世界主要汽车生产国发展汽车零部件工业的进程来看,零部件产业集群发展与汽车工业发展处于同等重要的地位,要做大做强就必须发展成一个产业集群,这是汽车零部件产业的战略选择。整车企业在产品开发上使用平台战略,系统化开发、模块化制造、集成化供货逐渐成为汽车零部件行业的发展趋势。与此同时,汽车零部件产业集群化发展的特征越来越明显。

(3) 汽车配件全球化采购将成为潮流。

伴随着汽车零部件产业组织结构的变化,越来越多的整车厂将实行零部件全球化采购。但是中国规模巨大的制造业和质优价廉的特点在短时期内不可能转变,因此,汽车零部件未来一段时间内仍将以出口和国际化为主旋律。目前,国际采购商对于中国采购日趋理性和实际,通过选择和培养潜在核心供应商、加大自身物流整合、加强与外资在国内的工厂的沟通提高后者对于出口的积极性、分散采购目的地、与其他新兴市场进行对比决定采购地点等方式来推进全球化的采购进程。

学习任务三 汽车配件市场及营销概念的学习



相关知识

一、汽车配件市场的概念

汽车配件是构成汽车的零件和配件,如发动机配件、制动系配件、转向系配件、电器仪表系配件、汽车灯具、汽车改装、安全防盗、汽车内饰、汽车外饰等。

汽车配件市场是指围绕汽车零配件的生产、运输、销售、仓储等领域所产生的市场活动及行为。



汽车配件市场及
营销概念的学习

二、我国汽车配件企业分类及市场配套模式

1. 我国汽车配件企业的分类（表 1-3）

我国汽车整车厂与配件企业的组织关系大致可分为两种类型：一种是配件企业归属于某个整车企业，企业改制后成为全资子公司；另一种是独立专业生产企业。近年来，独立的配件配套企业已成为发展趋势，其市场份额迅速扩大。

表 1-3 我国汽车配件企业的分类

企业类型	企业特征	代表企业	发展状况
依附于主机厂的汽车零部件企业	与主机厂一体化，限于特定主机厂配套	一汽富奥、东风零部件事业部	发展慢
独立的汽车零部件企业	主要为本地整车厂配套，多数企业规模小	广东、江苏、浙江、湖北等存在整车厂的汽车零部件企业	发展快
外商投资企业	外商投资，技术、管理先进，内外市场并举	伟世通、博世等投资的企业	技术水平高、管理先进

2. 我国汽车配件市场的配套模式（表 1-4）

目前，国内主要轿车类别分为自主品牌轿车、日系车、美系车、德系车、韩系车等，不同的车系，其配件供应商表现出不同的特征。

表 1-4 我国汽车配件市场的配套模式

特征	自主品牌轿车	日系车	美系车	欧系车
供应商数量及类型	数量较多，资本关联特征不明显，多为内资供应商	供应商较少，且多为日系独资供应商	独家供货，独立型供应商，且主要为合资性质	供应商较少，独立型合资供应商
业务和合同期限	合同期为 1 年或 2 年，合作历史较长	合同期为 1 年或 5 年，合作历史为 3~5 年	合同期主要为 5 年，合作历史为 3~5 年	合同期为 1 年或 3 年，合作历史为 5~10 年
供应商选择	侧重于产成品质量检测，对流程控制不够	看重制造能力、配合度和资本关系	较重视初始报价	注重设计研发、技术创新
供应商在研发中的参与度	参与度偏低	参与度高	参与度偏低	参与度高

学习任务四 汽车配件营销从业人员素质要求的认识



相关知识

一、个人心理素质及修养

- (1) 平和积极的心态。
- (2) 挫折承受能力。

- (3) 诚信精神。
- (4) 有团队合作精神。
- (5) 有高度的责任心及职业道德, 热爱汽车行业。
- (6) 良好的个人形象。

二、较强的能力素养

- (1) 良好的语言表达能力。
- (2) 出色的客户沟通能力。
- (3) 应变能力。
- (4) 观察及分析能力。

三、具有良好的业务能力

1. 有着丰富的汽车基本知识

了解汽车的外形设计、汽车的动力系统、供油系统、制动系统、电气系统、空调系统、汽车的电子及音响系列、汽车的人性化设计等汽车构造知识。

2. 辅助专业知识

辅助专业知识包括汽车驾驶知识和常识、汽车的养护知识、汽车维修的基本知识、汽车故障分析判断及原理、汽车文化(品牌背景)、文化内涵、社会口碑及影响、商标、汽车厂商承诺、对所在地政策、法规的理解和把握。