

第 1 章 汽车美容基础知识

1.1 汽车美容与装饰概述

根据国际上汽车工业发展的规律，车价只是养车费用的 25%，汽车后市场占到 70%，而美容养护则占 30%以上，市场增长空间较大。美国汽车服务业的营业额已经超过汽车整车的销售额，其中，仅仅汽车美容业年产值就已超过 3500 亿美元。

1.1.1 汽车美容与装饰的发展状况

1. 国外汽车美容市场的产生与发展

国外汽车美容市场的产生与发展过程见表 1.1。

表 1.1 国外汽车美容市场的产生与发展过程

年 代	产生与发展历史
20 世纪 20 年代末至 30 年代初	汽车美容市场诞生，美、英等国率先产生汽车美容行业
20 世纪 40 年代	汽车美容业日益壮大并逐渐形成规模
20 世纪 70 年代后期	这一行业得到了迅猛的发展，在这一时期，汽车美容业开始走向亚洲
20 世纪 80 年代	汽车美容业在全球已发展成为一支不可忽视的产业大军

2. 我国汽车美容市场的产生与发展

我国汽车美容业的产生相对较晚，到 20 世纪 90 年代初才出现，此时的汽车美容也只不过是洗洗涮涮、涂涂抹抹而已，服务项目、内容、质量及标准等都很不规范。进入 20 世纪 90 年代中期，国外一些汽车美容公司纷纷登场，在全国范围内办起了连锁店，各种品牌的汽车美容用品也像雨后春笋般蜂拥而至，并造就了一支汽车美容大军，从业人数逐年增加，汽车美容业呈现一片繁荣景象。

随着我国汽车工业的快速发展、汽车文化的日益深入及文明程度的不断提高，汽车美容已被越来越多的人所接受，并成为一种时尚。汽车美容业作为一种新兴产业正在崛起，且必将成为 21 世纪的黄金产业。2005 年我国汽车后市场的营业额约为 880 亿元，2009 年已增加到约 2400 亿元，2012 年增至 4900 亿元左右，年复合增长率为 26.9%。影响汽车后市场需求的两大因素是：汽车保有量和汽车产业链利润结构。在汽车保有量方面，到 2020 年，我国汽车产量将达到甚至超过 2 亿辆。在成熟国家的汽车产业链中，汽车后市场占到 50%~60%，而我国目前只占到 10%左右，还有很大的提升空间。预计未来几年我国汽车售后服务占汽车经销商净利润的比重将逐渐上升，售后市场规模仍将保持 20%左右的增速。到 2015 年国内汽车后市场规模将达到 8000 亿元以上。

1.1.2 汽车美容的概念

汽车美容的概念在我国出现于 1994 年，在西方国家，汽车美容被称为“汽车保养护理”，

它已经成为普及性及专业性很强的服务行业。**汽车美容 (Auto Beauty)**，是指针对汽车各部位不同材质所需的保养条件，采用不同性质的汽车美容护理产品及施工工艺，对汽车进行全新保养护理。汽车美容产品采用高科技手段及优质化工原料制造而成，它不仅能够使汽车焕然一新，还能使旧车彻底翻新，并长久保持艳丽色彩。

1.1.3 汽车装饰的概念

汽车装饰，是指通过增加一些附属物品以提高汽车表面和车内的美观性。有些装饰还能影响或改善汽车的一些性能，如车身包围，可以改善流经汽车的空气阻力，对汽车高速行驶时的稳定性有一定影响。

根据个人不同需求对汽车进行装饰，不仅可以体现车主的个性与品味，更为重要的是，通过装饰能使车主从中找到一种满足，增加一份安全与舒适，为汽车营造一种家的温馨与浪漫感。

1.1.4 普通美容与专业美容的区别

汽车普通美容是清洗车身表面灰尘等附着物并进行打蜡护理，专业美容是对车辆进行由表及里、全面细致的护理，每道工序都有严格的操作规范和标准，并由经过专业培训的技师采用专业工具和设备、专业用品和独特的技术对汽车进行美容护理。普通美容与专业美容的区别见表 1.2。

表 1.2 车辆普通美容与专业美容的区别

序 号	作 业 项 目	普 通 美 容	专 业 美 容
1	漆面清洁	清除漆面泥沙、灰尘、柏油、鸟粪、树木汁液等	经过预洗（冲车、除旧车蜡）、清除柏油、焦油等，清洗（除静电清洗、除交通膜清洗、增艳清洗等）步骤
2	漆面抛光	对车辆进行简单处理，全车抛光	专业的划痕处理（划痕填补、局部补漆、抛光处理）、全车抛光及镜面封釉或镀膜处理
3	漆面护理	采用上蜡方式，使漆面产生一层保护层，且增加漆面光泽度	根据不同车况和车辆使用环境，提供不同的车蜡，如彩色蜡、钻石蜡、水晶蜡、釉面蜡等
4	外饰护理	只是简单进行清洗，除污作业	能对轮胎、轮毂、保险杆、电镀件、不锈钢件等进行专业清洁护理、上光，使之焕然一新
5	内饰护理	只是进行简单擦拭、除尘作业	能对内饰进行杀菌、消毒、除臭、香薰处理，并对皮革、真皮、塑料件等进行专业护理、上光，并对玻璃进行防雾、防水处理等
6	发动机、底盘护理	没有相应作业	对外部进行除污、除油、除锈、防锈处理，并能对燃油供给系统、润滑系统、冷却系统、自动变速器等进行清洁护理作业

1.1.5 汽车美容专业术语

（1）脱蜡洗车。使用能洗掉汽车表面原有蜡层的洗车液洗车，主要用于漆面修补、漆面缺陷处理、漆面重新打蜡的前处理。如新车开蜡就必须进行脱蜡洗车。

（2）不脱蜡洗车。只是使用专业洗车液洗去车身表面灰尘、污垢，但漆面原有车蜡仍存在。这是最常见的日常洗车作业。

(3) 洗车蜡。指含有水蜡的一种洗车液，能在洗车的同时给漆面上光，一举两得，但光泽保持时间不长。

(4) 研磨剂。指含有各种摩擦材料的乳剂，用于处理漆面缺陷。摩擦能力强的研磨剂称为深切研磨剂；摩擦能力适中，较柔和的研磨剂称为中切研磨剂；摩擦力极柔和，对漆面损伤极轻的研磨剂称为微切研磨剂。

(5) 抛光剂。指用于消除研磨工序留下的磨痕，同时也是打蜡前漆面的强力去污剂。

(6) 镜面釉剂。内含高分子釉剂的抛光剂，主要用于车漆的二次抛光（去除抛光时形成的光环、划痕），并在漆面形成釉质镜面保护膜。

(7) 增光剂。集抛光和上光为一体的产品。

(8) 抛光蜡。含有极柔和摩擦材料的车蜡。

(9) 上光蜡。不含任何摩擦材料的车蜡。

(10) 镀膜。含有高分子聚合物的车蜡。

(11) 保护剂。含高分子聚合物的清洗剂或上光剂，在清洗或上光的同时起到防老化、防腐等作用。

(12) 太阳纹。汽车在高速行驶中，漆面与风沙摩擦，长期积累而形成的微痕。

(13) 交通膜。车漆在使用过程中与空气摩擦产生静电，并吸附灰尘和有害气体等，使漆面氧化而形成一层膜，产生的原因主要是静电吸附作用。

(14) 防爆膜。即常说的防爆隔热膜，车辆玻璃贴膜以后，具有隔热、隔紫外线、隔光等作用，此外还增强了玻璃的抗破碎能力，提高空调效益并能增强车辆装饰效果。

1.2 汽车美容的类型及作业项目

1.2.1 汽车美容的类型

根据对汽车美容操作程度的不同，汽车美容可分为一般美容、汽车修复美容和专业汽车美容三种类型。

1. 一般美容

一般美容也就是人们常说的洗车和打蜡操作，即常见的路边拎着水桶、用毛巾擦车、打蜡的作业。一般美容经常采用洗衣粉、洗洁精等非专业美容产品。这些产品的 pH 值一般为 10.3~10.9，然而汽车漆面耐酸、碱的承受力为 pH 值在 8.0 以下。其结果是往往清洗不彻底，还会把漆膜划伤，出现细微的划痕；水洗后若擦拭不彻底，会在有些部位留下水渍，影响漆面光泽度；车身的门缝、窗边等凹槽处，因无法擦干，阳光照射后就会出现水汽，加重了对漆膜和凹槽等处的腐蚀作用，使车身受损。因此，应避免采用这种方法对汽车进行美容操作。

2. 汽车修复美容

汽车修复美容是指车身漆面或内室件表面出现某种缺陷后所进行的恢复性美容作业，其缺陷主要有漆膜病态、漆面划痕、斑点及内室件表面破损等，根据缺陷的范围和程度不同，分别进行表面处理、局部修补、整车翻新及内室件修补更换等美容作业。

汽车修复美容必须在专业汽车美容中心进行，美容操作中需要专业的设备和工具，只有具备一定的修复美容工艺技术才能满足汽车修复美容的基本要求。这种美容主要针对车身的

漆膜部分，其他很多部位尚未考虑。

3. 专业汽车美容

专业汽车美容不仅包括对汽车的清洁、打蜡，更主要的是根据汽车实际需要进行维护，包括汽车护理用品的正确选择与使用、汽车漆膜的护理（例如，对各类漆膜缺陷的处理、划痕的修复美容等）、汽车装饰、精品选装等内容，是一个非常复杂的系统工程。

专业汽车美容之所以专业就在于它自身的系统性、规范性和专业性：着眼于汽车的自身特点，由表及里进行全面而细致的保养；每一道工序都有标准和规范的技术要求；严格按照工序要求，采用专业产品、专业手段、专业工具等进行操作。

（1）专业汽车美容应达到的效果。

① 车身漆膜应达到艳丽的新车效果，并能长久保持；应具有防静电、防酸雨、防紫外线等功能。

② 发动机系统经过免拆卸清洗后，应能提高整个系统的性能，并延长使用寿命。发动机的清洗翻新应使发动机表面形成光亮的保护膜并能长久保持。

③ 风窗玻璃的修复抛光应使有划痕、发乌的玻璃变得清晰明亮、完好如初。

④ 室内、后备箱内经美容处理后，应更显洁净、光鲜。

⑤ 轮辋、轮胎经美容护理后，应光泽亮丽并能延长使用寿命。

⑥ 裸露部分的金属经除锈、防锈处理后，应具有金属光泽，能延长其使用寿命。

（2）专业汽车美容的基本条件。

① 具备美容操作工作室，且工作室应与外界隔离；设有漆膜维修处理工作室、干燥室、清洗室、美容护理室，且最好互不干扰，但又有一定的联系。露天操作是不能进行专业汽车美容的。

② 各工作室应有可供施工所用的相应设备、工具及能源。

③ 施工人员必须经过专业技术培训，取得上岗资格。

④ 汽车美容用品及材料必须是正规厂家生产的合格品，而且还应是配套使用的相关产品，以免造成质量事故。

⑤ 具有必要的售后服务是对专业汽车美容的补充，当出现一些质量问题时可进行补救处理。

1.2.2 汽车美容作业项目

1. 护理性美容作业项目

（1）新车开蜡。汽车生产厂家为防止汽车在储运过程中漆膜受损，确保汽车到用户手中时漆膜完好如新，汽车总装的最后一道工序是在检查合格后，对整车进行喷蜡处理，即在车身外表面喷涂封漆蜡。封漆蜡没有光泽，严重影响汽车美观，且易黏附灰尘。国外发达国家的汽车销售商在汽车出售前就对汽车进行除蜡处理，国产汽车一般没有喷封漆蜡。

（2）汽车清洗。为使汽车保持干净、整洁的外观，应定期或不定期地对汽车进行清洗。汽车清洗是汽车美容的首要环节，同时也是一个重要环节。它既是一项基础性的工作，也是一种经常性的护理作业。

按汽车部位不同，清洗作业可分为车身外表面清洗、内室清洗和行走部分清洗。车身外表面主要有车身漆面、车门窗、外部灯具、装饰、附件等；内室主要有篷壁、地板（地毯）、座椅、仪表台、操纵件、内部装饰、附件等；行走部分主要指汽车底盘有关总成壳体表面。

对车身漆面的清洗可分为不脱蜡清洗和脱蜡清洗两种。

不脱蜡清洗是指车身表面有蜡，但是不想把它去掉，只是洗掉灰尘、污迹。清洗方法主要是通过清水和普通清洗剂，采用人工或机械清洗。

脱蜡清洗是一种除掉车漆表面原有车蜡的清洗作业。有些汽车原先打过蜡，现在需要重新打蜡上光，在这种情况下，必须在洗车的同时将原车蜡除净，然后再打新蜡。脱蜡洗车使用脱蜡清洗剂，该清洗剂可有效去除车蜡。用脱蜡清洗剂洗完之后，再用清水将车身表面冲洗干净。

(3) 漆面研磨。漆面研磨是去除漆膜表面氧化层、轻微划痕等缺陷所进行的作业。该作业虽具有修复美容的性质，但由于所修复的缺陷非常轻微，只要配合其他护理作业，便可消除缺陷，所以把它列为护理性美容的范围。

漆面研磨与后面的抛光、还原是三道连续作业的工序，研磨是漆面轻微缺陷修复的第一道工序。漆面研磨需使用专用研磨剂，通过研磨/抛光机进行作业。

(4) 漆面抛光。漆面抛光是紧接着研磨的第二道工序。车漆表面经研磨后会留下细微的打磨痕迹，漆面抛光就是去除这些痕迹所进行的护理作业。

漆面抛光需使用专用抛光剂，通过研磨/抛光机进行作业。

(5) 漆面还原。漆面还原是研磨、抛光之后的第三道工序，它是通过还原剂将车漆表面还原到“新车”般的状况。还原剂也称“密封剂”，它对车漆起密封作用，以避免空气中的污染物直接侵蚀车漆。还原剂有两种，一种叫还原剂，另一种叫增光剂。增光剂在还原作用的基础上还有增亮的作用。

(6) 打蜡。打蜡是在车漆表面涂上一层蜡质保护层，并将蜡抛出光泽的护理作业。打蜡的目的：一是改善车身表面的光亮程度，增添亮丽的光彩；二是防止腐蚀性物质的侵蚀，对车漆进行保护；三是消除或减小静电影响，使车身保持整洁；四是降低紫外线和高温对车漆的侵害，防止和减缓漆膜老化。

汽车打蜡可通过人工或打蜡机进行作业。

(7) 内室护理。汽车内室护理是对汽车控制台、操纵件、座椅、座套、顶棚、地毯、脚垫等部件，进行的清洁、上光等美容作业，还包括对汽车内室定期进行的杀菌、除臭等净化空气作业。汽车内室部件种类很多，外层面料也各不相同，在护理中应分别使用不同的专用护理用品，确保护理质量。

2. 修复性美容作业项目

(1) 漆膜病态治理。漆膜病态是指漆膜质量与规定的技术指标相比所存在的缺陷。漆膜病态有上百种，按病态产生的时机不同可分为涂装中出现的病态和使用中出现的病态两大类。对于各种不同的漆膜病态，应分析原因，采取有效措施，积极防治。

(2) 漆面划痕处理。漆面划痕是因刮擦、碰撞等原因造成的漆膜损伤。当漆面出现划痕时，应根据划痕的深浅程度，采取不同的工艺进行修复处理。

(3) 漆面斑点处理。漆面斑点是指漆面接触了柏油、飞漆、焦油、鸟粪等污物后，在漆面上留下的污迹。对漆面斑点的处理应根据斑点在漆膜中渗透的深度不同，采取不同的工艺。

(4) 汽车涂层局部修补。汽车涂层局部修补是当汽车漆面出现局部失光、变色、粉化、起泡、龟裂、脱落等严重老化现象或因交通事故导致涂层局部破损时所进行的局部修补涂装作业。汽车涂层局部修补虽作业面积较小，但要使修补漆面与原漆面漆膜的外观、光泽、颜色达到基本一致，需要操作人员具有丰富的经验和高超的技术水平。

(5) 汽车涂层整体翻修。汽车涂层整体翻修是当全车漆膜出现严重老化时所进行的全车翻新涂装作业。其作业内容主要有清除旧漆膜、金属表面除锈、底漆和腻子施工、面漆喷涂、补漆修饰及抛光上蜡等。

1.3 汽车装饰的类型及作业项目

根据汽车装饰的部位分类，汽车装饰可分为汽车外部装饰和汽车内部装饰两大类。

1. 汽车外部装饰

汽车外部装饰主要是对汽车顶盖、车窗、车身周围及车轮等部位进行装饰。其主要内容如下。

- (1) 汽车漆面的特种喷涂装饰。
- (2) 彩条及保护膜装饰。
- (3) 前阻风板及后翼板装饰。
- (4) 车顶开天窗装饰。
- (5) 汽车风窗装饰。
- (6) 车身大包围装饰。
- (7) 车身局部装饰。
- (8) 车轮装饰。
- (9) 底盘喷塑装饰。

2. 汽车内部装饰

汽车内部装饰主要是对汽车驾驶室和乘客室进行装饰，统称为内饰。汽车内部装饰的主要内容如下。

- (1) 汽车顶棚内衬装饰。
- (2) 侧围内护板和门内护板的装饰。
- (3) 仪表板的装饰。
- (4) 座椅的装饰。
- (5) 地板的装饰。
- (6) 内室精品的装饰。

1.4 汽车美容的依据与原则

1.4.1 汽车美容的依据

汽车美容应根据车型、车况、使用环境及使用条件等因素，有针对性地、合理地安排美容作业的时机及项目。

1. 因车型而异

汽车美容项目、内容及使用的用品不同，其价位也不一样。对汽车进行美容不仅要考虑到效果，同时也要考虑费用问题。因此，不同档次的汽车所采取的美容作业及使用的美容用品应有所不同。对于高档轿车应主要考虑美容效果，而对于一般汽车只要进行常规的美容作业就可以了。

2. 因车况而异

汽车美容作业应根据汽车漆膜及其他物面状况有针对性地进行。车主或驾驶员应经常对汽车表面进行检查,发现异变现象要及时处理。例如,当车漆表面出现划痕,尤其是较深的划痕时,若处理不及时,导致金属锈蚀,就增大了处理的难度。

3. 因环境而异

汽车行驶的地域和道路不同,对汽车进行美容作业的时机和项目也不同。若汽车经常在污染较重的工业区使用,则应缩短汽车清洗周期,经常检查漆面有无污染色素沉着,并采取积极的预防措施;若汽车在沿海地区使用,由于当地空气潮湿,且大气中盐分较多,一旦漆面出现划痕应立即采取治理措施,否则很快造成内部金属锈蚀;若汽车在西北地区使用,由于当地风沙较大,漆面易失去光泽,应缩短抛光、打蜡的周期。

4. 因季节而异

不同的季节、气温和天气的变化,对汽车表面及内室部件具有不同的影响。例如,汽车在夏季使用时,由于高温漆膜易老化;在冬季使用时,由于严寒漆膜易冻裂,均应进行必要的预防护理作业。另外,冬夏两季车内经常使用空调,车窗紧闭,车内易出现异味,应定期进行杀菌和除臭作业。

1.4.2 汽车美容的原则

1. 预防与治理相结合的原则

汽车美容要以预防为主,即在汽车漆膜及其他物面出现损伤之前进行必要的维护作业,预防损伤的发生。一旦出现损伤应及时进行治理,恢复原来状态。因此,汽车美容应坚持预防与治理相结合的原则。

2. 车主护理与专业护理相结合的原则

汽车美容很多属于经常性的维护作业,如除尘、清洗、擦车、检查等,几乎天天要进行,这些简单的护理作业,只要车主或驾驶员掌握了一定的汽车美容知识,完全可以自己完成。但定期到专业汽车美容场所进行美容也是必不可少的,因为还有很多美容项目是车主无法完成的,尤其是汽车漆面或内室物面出现某些问题时,必须进行专业护理。为此,车主或驾驶员护理一定要与专业护理相结合,这样才能将汽车护理得更好。

3. 单项护理与全套护理相结合的原则

汽车美容作业的项目和内容很多,在作业中应根据汽车自身状况有针对性地选择项目和内容。进行某些单项护理就能解决问题的不必进行全套护理,这样不仅是为了节省费用,同时对汽车本身也是有利的。例如,汽车漆膜的厚度是一定的,如果每次美容都进行全套护理,即每次都要研磨、抛光,则漆膜厚度很快会变薄,当磨透车漆时,就必须进行重新喷漆,这就得不偿失了。当然在需要时对汽车进行全面护理也是必要的,关键是要根据不同情况具体对待。

4. 局部护理与全车护理相结合的原则

当汽车漆膜局部出现损伤时,只要对局部进行处理即可,只有在全车漆膜绝大部分出现损伤时,才能进行全车漆膜处理。在实际工作中应根据需要决定护理的面积,只需局部护理的,不要扩大到整块板;只需整块板护理的,不要扩大到全车。

1.5 汽车美容市场分析

随着我国汽车保有量的快速增加，以及汽车美容与装饰、改装等汽车消费观念的逐渐普及，汽车美容业正日益显露出其巨大的市场空间，成为 21 世纪最有潜力的黄金行业之一，被称为汽车工业的“第二桶金”。

据统计，在欧美的一些发达国家，汽车的销售利润仅占整个汽车业利润的 20% 左右，零部件供应的利润占 20%，而近 60% 的利润则来自于汽车服务业。从中国国情来看，目前车主养车费用已达到或者超过汽车本身的价值，以一台 15 万左右的家用轿车为例，在中等城市每月的养车费用约 1000 元人民币左右，按照 15 年使用年限计算，其养车费用将达到 18 万元。这就意味着，一笔巨大的费用将流入从事汽车服务业的商家。截至 2013 年 12 月 31 日，我国汽车保有量达 1.35 亿辆。

根据市场调查，目前我国 60% 以上的家用高档车车主有给汽车做外部美容养护的习惯；30% 以上的家用低档车车主也开始形成了给汽车做美容养护的观念；30% 以上的公用高档汽车也定时进行外部美容养护；50% 以上的私车车主愿意在掌握基本技术的情况下自己进行汽车美容和养护。

以上两组数据表明，汽车美容装饰业具有巨大的市场发展空间和诱人的市场前景。

然而目前，我国汽车售后服务业的发展现状与其巨大的发展前景之间存在较大的差距！与发达国家相比，我国汽车服务体系的发展程度还很低，主要表现为规模偏小、管理不到位、经营项目单一、配套设施和专业技术人才缺乏等。而在发达国家和地区，汽车服务体系已相当成熟，主要体现在较大规模的连锁品牌、完善的销售服务网络、庞大的消费信贷等方面。例如，随着有车人士特别是拥有私人轿车的成功人士消费观念的更新，那些档次低、规模小的“路边店”已经不受青睐，在市场上难以立足。而那些档次较高、规模较大、经营项目比较丰富的汽车美容店越来越受欢迎。

第一，高端汽车美容项目日益受到青睐。洗车、打蜡在很长一段时间内几乎就是中国汽车美容的代名词，然而这种状况近几年正随着人们养车意识的转变而发生悄然变化。特别是 2008 年，国内不少地区都出现了价位不菲、但质量确实可靠的高端汽车美容项目，正在逐渐得到终端车主的认可。经过了前几年概念炒作的泡沫时期，一些商家真正的产品、技术及服务等方面的优势开始沉淀下来，并且引领了一股新的时尚潮流。

尽管近几年我国的汽车保有量持续增长，但毕竟购买一辆汽车对于目前绝大多数消费者来讲都是一种奢侈的消费行为，然而对爱车进行高效的美容养护是任何一个车主都有的惯性心理，因为车的面子就是车主的面子。但在前几年，汽车美容市场兴起之初，鱼龙混杂的各类产品、各种服务让消费者有点雾里看花，再加上消费者被不法商家蒙骗的报道时有爆出，因此在这个市场还没有完全成熟起来之前，就已经让很多消费者丧失了信心。纵观 2008 年，应该说是重塑信心的一年，消费者在这一过程当中变得更加理智，更加具有判断力。

第二，日常初级汽车护理 DIY 趋势渐显。在国外，很多汽车美容养护项目都是车主 DIY 来完成的，这一点在我们的邻国日本就有明显的体现，其车主都有相当程度的汽车养护常识和技术，日常的一些简单护理完全可以轻松搞定，并且“自己动手、其乐无穷”的风气盛行。而在国内市场，虽然很早就有各类 DIY 汽车养护产品的引进，但由于受到传统消费观念的影响，自己动手的 DIY 方式一直不被大家所接受。2008 年，随着一系列大事的发生，这一状

况得到了明显的改变。先是全球瞩目的奥运盛会在我国成功举办，不但引来了全球的关注目光，同时也带来了大批绿色奥运专供产品，其中奥运用车的一些 DIY 产品成为后市场商家重点关注的对象。同时借此机会，广大终端车主的消费意识也开始发生悄然改变，自己动手的习惯在逐步养成。另外，在经济环境不利的大背景下，越来越多的消费者开始捂紧自己的钱袋子，但车还是要用的、要养的，既然不去外面消费，就只能自己在家力所能及地做，因此也可以说 DIY 的风行是借了金融危机的“机”。

第三，行业洗牌加剧，市场格局初定。2005 年和 2006 年是汽车美容养护市场最疯狂的概念炒作时期，品牌之多、从业人士之杂乱可以说是前所未见。然而市场的发展必定还是有其自身的规律的，经过 2007 年的沉淀、整合，优胜劣汰，2008 年的汽车美容养护市场已经相对规范，剩下的品牌数量可能还不及当初最疯狂时的三分之一，但能剩下的都已凭借自己的实力在市场上站稳了脚跟。在市场格局日趋稳定的同时，越来越多的商家开始把注意力放在了客户服务方面，使得整个行业的服务水准较往年有明显提升。尤其是汽车美容项目，与其说是卖产品，不如说是卖服务，因此售前、售中及售后环节的服务竞争将会在今后一段时期内持续加剧！

那么，对于一个资金不是十分雄厚的投资者来说，投资一家店后，要如何运作才能使它有规模、上档次呢？专家的思路是：规模可以慢慢做大，但档次一定要一步到位，办法就是加入知名汽车服务品牌的连锁经营。虽然需要一定的加盟费用，但与回报值相比还是值得的。首先，利用知名品牌的品牌效应可以使档次一步到位；其次，在连锁机构中可以获得完善的培训、通畅的进货渠道、细致的管理体系和清晰的经营思路，这些完善的配套是独立经营完全无法得到的；最后，也是最重要的，利用连锁机构的独家技术可以使经营特色鲜明，做到地域性的垄断，摆脱很多小店低档次经营、低利润回报的颓势和经营的不稳定性。

习 题 1

1. 填空题

(1) 汽车美容的护理性美容作业项目有_____、_____、_____、_____、_____、_____、_____。

(2) 修复性美容作业项目有_____、_____、_____、_____、_____。

2. 简答题

- (1) 汽车美容的依据有哪些？
- (2) 汽车美容的原则有哪些？
- (3) 目前我国汽车美容行业存在的问题是什么？
- (4) 汽车美容作业项目有哪些？
- (5) 汽车装饰项目有哪些？
- (6) 普通美容与专业美容的区别是什么？

3. 思考题

对比分析汽车美容装饰与汽车改装的区别。