

开店实用技术与经营管理丛书



樊伟伟◎编

汽车美容

QICHE MEIRONG

与汽车用品店经营

YU QICHE YONGPIN DIAN JINGYING QUANGANG LUE

全攻略



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

汽车美容与汽车用品店经营全攻略

主编 樊伟伟

中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车美容与汽车用品店经营全攻略/樊伟伟编. — 北京: 中国经济出版社, 2006. 8

ISBN 7-5017-7653-9

I. 汽… II. 樊… III. ①汽车—车辆保养②汽车—零部件—专卖—商店—商业经营 IV. ①U472②F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 085414 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 后东升 (电话: 010-68359423)

责任印制: 常毅

封面设计: 白长江

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市佳星印装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 13 字数: 282 千字

版 次: 2006 年 9 月第 1 版

· 印次: 2006 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册

书 号: ISBN 7-5017-7653-9/F · 6363

定价: 25.80 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

前言

国内汽车消费市场的持续升温,尤其是私家车的增多,中国私人轿车拥有率的不断攀升,为汽车装饰业的发展提供了巨大商机,也会给汽车用品商带来巨大的利润。以装饰为主的汽车用品市场和汽车美容服务将随之加快发展。

对于中国目前所有的汽车用品从业者来说,大家一致认同的汽车用品市场的无限广阔让很多企业丧失了警惕性,认为我们总会分得一杯羹。实际上情况并非总是如此乐观。

日本黄帽子是一家车辆用品、配件的专业销售商,在日本拥有 434 家加盟店、34 家直营店,一共拥有 468 家店铺(此外还在海外拥有店铺)。据黄帽子的白石部长介绍,他们在中国内地的拓展计划:2008 年前开设 50 家店,2015 年开设 500 家店,届时销售额有望达到 2000 亿日元,超过日本本土。

这些国外企业大多具有资金优势、产品优势、经营优势、品牌优势,以及在市场推广等方面的优势,他们进入市场就采取规模性的经营,快速地建设网络,对于还没有树立起品牌的汽车用品行业,这种运作模式很容易在行业内建立起影响,甚至左右市场的一些变化。

有数据预测,在 2005 年,光以装饰为主的各类汽车用品市场的销售额就将达到 420 亿元。到 2010 年,将再翻一番,达到 840 亿元。如果将其相关配套的汽车美容服务也考虑进去的话,市场的空间将进一步扩大。

根据罗兰贝格(Rolandbeger)推测,到 2010 年,中国汽车后市场的规模将达到 1900 亿元,在亚洲仅次于日本,居第二位。经过几年的发展,汽车用品行业不再是前几年那样暴利时代,但汽车用品行业的利润空间巨大,在汽车整车行业普遍缩水的 2004 年,汽车用品行业的利润仍然高达 40%。广阔的市场,巨大的利润空间,吸引了众多的厂家投身汽车用品行业。最初几年是国内的厂商投身其中,随着贸易壁垒渐渐取消,国外著名品牌开始进入中国市场,汽车用品市场和汽车美容服务可以说是热闹非凡。

据世界排名前 10 位的汽车公司近 10 年的利润情况分析,在一个完全成熟的国际化的汽车市场,汽车的销售利润约占整个汽车业利润的 20%,零部件供应利润约占 20%,有 60% 的利润是在其服务领域中产生的。

汽车零部件流通市场有 800 亿元,保险公司每年 540 亿元的车险保费,汽车用品市场的销售额为 420 亿,汽车维修行业的产值为 500 亿元,再加上二手车市场、停车费用、物流运输、汽车认证等领域的经营额,可以肯定的是中国汽车后市场发展空间非常巨大,利润可观。

中国对加入世界贸易组织的承诺的不断兑现,中国汽车后市场取得了长足的发展,呈现出十大商机。

一是售后服务。汽车售后服务是汽车厂商和销售商的核心竞争力之一,售后服

务大有开拓余地。

二是汽车养护。谁能抓住汽车时代养护商机和服务商机，谁就能够挖到中国汽车时代最大的财富金矿。

三是配件和精品零售。随着汽车的普及和提高，汽车内装饰、外装饰、汽车防盗、内饰件、保养品甚至汽车改装业务将变得异常红火。

四是汽车保险。目前汽车保险已经占到世界非寿险的60%，国内汽车保险营业额也在财产保险中居第一位。

五是汽车融资。这包括汽车资本经营、汽车租赁、消费信贷。

六是汽车信息。包括汽车调查、市场分析、行业动态、统计分析、政策法规等方面的内容。

七是汽车广告。在发达国家，汽车广告是所有广告中的大户，甚至是最大户。

八是智能交通。智能交通系统包括车载系统和公共系统。

九是汽车娱乐。包括音响系统、电视接收系统、DVD系统等，汽车娱乐系统的营业额可能超过汽车本身。

十是汽车俱乐部。如品牌俱乐部、车迷俱乐部、越野俱乐部、维修俱乐部、救援俱乐部等。

其中，一、二、三项与本书内容有关，因此，投资汽车用品店和汽车美容店，是非常有发展前景的。

本书由樊伟伟主编，参与编写的人员有：樊丽丽、凌茵、祁雪峰、贾朝娟、孔伟明、张兴华、李宏伟、王京豫、朴燕、付世强、龚剑、彭镇坤、周燕、李爱玉、高峰、张焕强等。

编者

目 录

第一章 汽车美容店规划与筹备	1
第一节 汽车美容店开店准备	2
一、做好开店心理准备	2
二、确定经营模式	2
三、做好本地市场调查	3
四、做好本地市场分析	4
第二节 汽车美容店开店规划与投资	6
一、做好开店整体规划	6
二、制定汽车美容店投资方案	6
三、策划开店筹资	8
四、了解银行贷款事项	8
五、申请银行贷款	9
第三节 选择加盟汽车美容连锁店	11
一、实地考察连锁总部	11
二、谨防被连锁商引入误区	12
三、加盟过程处处小心	13
四、了解连锁加盟费	14
第四节 汽车美容店登记注册	15
一、给汽车美容店起个好名字	15
二、申领营业执照	16
三、税务登记	17
四、纳税申报	18
五、申报环保许可证	19
六、申请银行开户	19
第二章 汽车美容店选址与店面租赁	21
第一节 详尽的商圈分析	22
一、商圈分析的内容和步骤	22
二、影响商圈大小的因素	23
三、商圈调查的实际操作	23
第二节 汽车美容店的选址	25
一、汽车美容店的选址因素	25
二、汽车美容店选址原则	28
三、汽车美容店的最佳位置	29
四、汽车美容店选址流程	30
五、用对比判断法选址	32

六、汽车美容店选址细节	32
第三节 汽车美容店店面租赁	32
一、店面租赁程序	32
二、资金较少条件下的选址策略	33
第三章 汽车美容店的店面装修设计	35
第一节 汽车美容店店面总体设计	36
一、店面各部分设计内容	36
二、汽车美容店环境形象设计	37
三、店面空间设计	38
第二节 汽车美容店招牌橱窗设计	39
一、店面招牌设计	39
二、店面橱窗设计	40
三、橱窗广告设计	41
四、橱窗灯光设计	42
五、橱窗陈列设计	42
第三节 汽车美容店店面装修	43
一、店面各部分装修内容	43
二、店内装潢设计	44
三、店内装修细节	46
第四章 汽车用品营销和汽车美容服务	47
第一节 准确的市场定位和合理的营销策略	48
一、市场分析和定位	48
二、规划营销策略	48
三、活用各种促销手段	49
第二节 科学有效的广告宣传	50
一、开业前的广告宣传策略	50
二、日常经营中的广告宣传	51
第三节 热情周到的顾客服务	51
一、培养员工服务意识	51
二、抓住一切时机服务顾客	52
三、接待各类顾客的方法	55
四、对顾客做好一条龙服务	56
五、顾客服务规范化	57
六、优秀营业员提高 20% 的销售业绩	58
第四节 顾客的开发与管理	59
一、分类开发新顾客	59
二、巩固老顾客	60
三、建立顾客资料	62

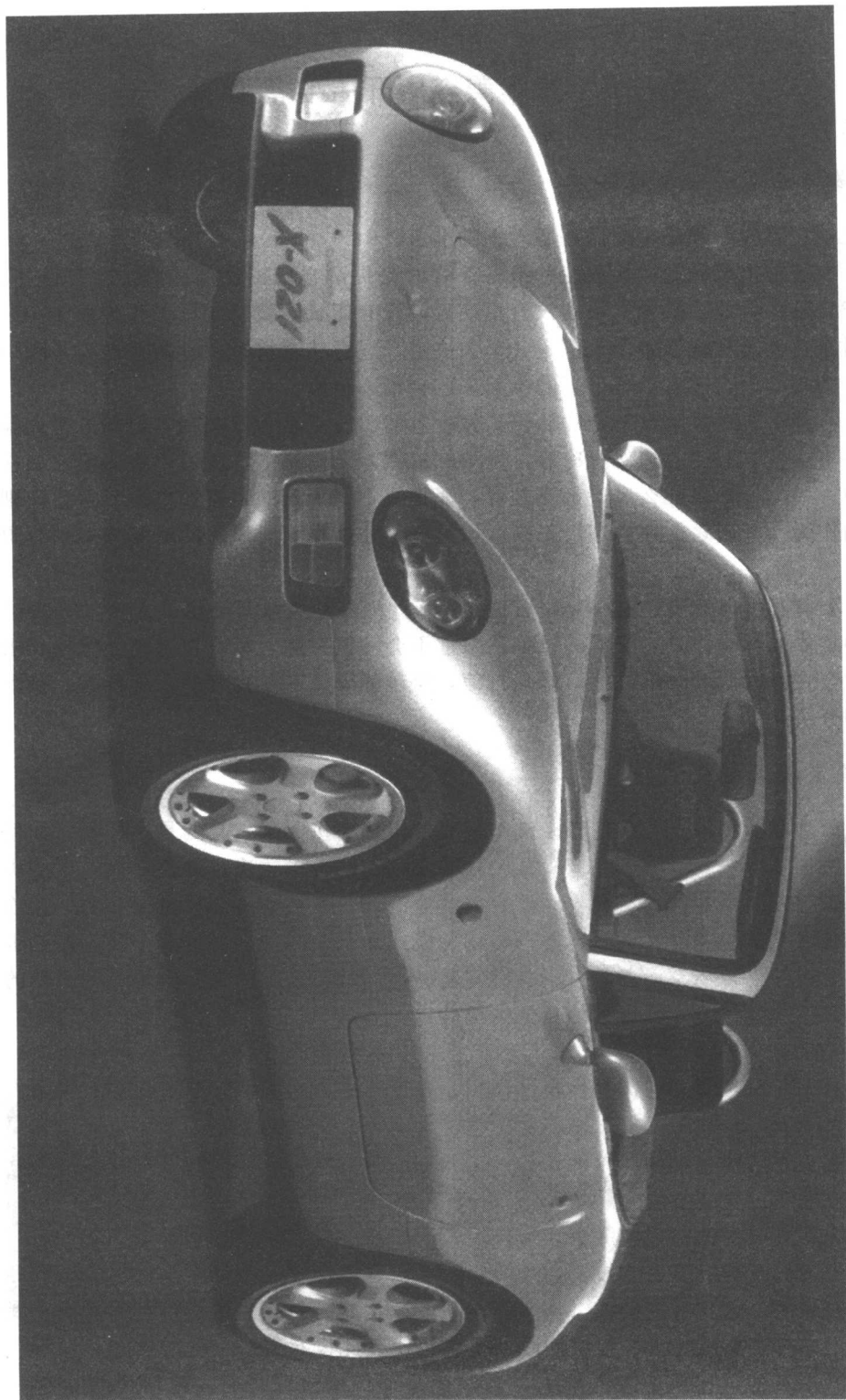
四、给常客发优惠卡和积分奖励	62
第五节 技高一筹的营销策略	63
一、重点经营“当家”商品	63
二、掌握店铺赚钱的八个前提	64
三、只要比隔壁做得更好一点	66
四、老板坐店生意好	66
第五章 汽车用品和美容店的培训与管理	67
第一节 人员配置和招聘	68
一、按需要配置职员	68
二、明确岗位职责	68
三、员工的招聘选用	70
四、挑选出色的销售人员	72
第二节 员工培训和素质提升	73
一、员工培训原则和目的	73
二、专业技术培训项目	74
三、销售人员培训项目	76
四、销售人员的素质提升	76
五、店员基本培训内容	78
六、员工接待礼仪培训	80
七、员工电话礼仪培训	81
第三节 员工激励和福利管理	82
一、员工激励措施	82
二、员工福利制度	83
第四节 汽车用品和美容店的安全管理	84
一、制订和遵守作业操作规程	84
二、控制空气中有毒物质浓度	87
三、涂装防护措施	87
四、防火措施	88
第五节 全面规范管理	89
一、规范业务流程	89
二、实行制度管理	90
三、进货渠道管理	91
四、严格保管产品	92
五、规范财务管理	92
六、加强信息管理	94
七、重视设备管理	95
九、规范设备管理流程	96
第六章 汽车用品经营	99

第一节 汽车用品进货管理	100
一、确定进货预算	100
二、进货渠道多元化	100
第二节 汽车用品知识	101
一、汽车用品分类	102
二、常备汽车用品	103
三、新车常用装饰品	104
四、汽车常用香品	105
第三节 汽车护理用品辨别和使用	106
一、真皮座椅的辨别	106
二、皮革保护剂的使用	107
三、车内护理用品的使用	108
四、玻璃护理用品的使用方法	109
五、部分品牌车内护理用品的使用	110
第四节 汽车防盗装置的选购和使用	112
一、汽车防盗装置	112
二、机械式防盗装置	115
三、汽车电子门锁	115
四、汽车遥控防盗器	117
五、电控中央门锁	117
第五节 汽车其它配置的选购和使用	118
一、汽车报警装置	118
二、免提车载电话	119
三、汽车视听设备的选配	119
四、汽车音响的安装和改造	120
五、车载音响的改造	121
六、车载液晶显示器的选配	122
第七章 汽车美容店设备投资和使用	124
第一节 汽车清洗设备和工具	125
一、汽车清洗设备的使用	125
二、高压清洗机的使用	125
三、泡沫清洗机的使用	127
四、各种高档清洗设备的使用	127
五、各种车用吸尘器的使用	129
六、蒸汽清洗机的使用	131
七、地毯脱水机的使用	131
八、工业真空吸污机的使用	131
九、其它简单的洗车工具	132

第二节 其它汽车美容设备和工具	133
一、研磨抛光机的使用	133
二、空气压缩机的使用	134
三、打蜡机的使用	135
四、蒸汽消毒机的使用	136
五、积碳清除机的使用	137
六、油路清洗机的使用	137
七、举升机的使用	138
八、废油抽吸机的使用	138
九、喷涂工具的使用	139
十、防涂遮蔽工具和用品	141
十一、安全防护用品	142
第八章 汽车美容和汽车保养	143
第一节 汽车美容护理常识	144
一、汽车美容护理鉴别	144
二、汽车美容主要项目	145
三、为顾客选择汽车美容项目	145
四、新车首次美容养护	147
五、汽车美容护理的验收标准	147
第二节 汽车清洗美容	148
一、汽车清洗剂的选用	148
二、专业洗车方法	149
三、汽车内饰清洁	152
四、去除车内不同污垢的方法	153
五、除臭与防水处理	155
六、汽车玻璃的清洁	156
第三节 汽车漆面美容护理	156
一、车身漆面划痕处理	156
二、汽车漆面的美容	159
三、汽车面层斑点处理	161
四、车蜡的选用	162
五、新车开蜡方法	164
六、新车开蜡溶剂的选用	165
七、汽车打蜡方法	166
八、汽车漆面抛光	167
九、汽车封釉美容	167
十、镜面釉镀膜的使用	168
第四节 汽车发动机的清洁	169

一、汽车发动机外部清洁	169
二、汽车发动机内部系统清理	169
第九章 汽车的美容装饰	172
第一节 汽车的装饰设计	173
一、汽车装饰设计全过程	173
二、汽车装饰“四步曲”、“五要素”	173
三、汽车装饰误区	174
第二节 汽车外观装饰	175
一、汽车贴膜方法	175
二、汽车隔热防爆膜粘贴方法	176
三、汽车彩条装饰	178
四、美术字与图案的涂装	178
五、汽车前阻风板装饰	179
六、汽车后翼板装饰	180
七、汽车天窗的加装	181
八、挡风玻璃的防雨及清洁处理	183
九、轮弧饰片装饰	184
十、汽车大包围的安装	184
第三节 汽车内部装饰	185
一、桃木内饰的选用	185
二、真皮座椅的更换	186
三、人造革制品小裂口的修复	186
四、旧顶衬拆卸方法	187
五、新顶衬安装方法	187
六、地毯的安装与调整	189
第四节 汽车机器养护和降噪防盗	190
一、汽车空调检漏方法	190
二、汽车空调日常护理	191
三、汽车电瓶的护理	191
四、汽车的隔音降噪	192
五、音响系统的减震降噪	193
六、防盗装置的安装	193
七、倒车报警装置的安装	194
八、底盘封塑保护装饰	195

第一章 汽车美容店规划与筹备



第一节 汽车美容店开店准备

一、做好开店的心理准备

开店之前，首先必须确定并做好心理上的准备。

第一，在心理上要做好迎接改变的准备。要时刻提醒自己：我的店马上就要开张了。这是属于我自己的事业。从此，可能没有星期天，没有假日，我将时常工作到深夜……开店无论对企业还是对投资者个人都是一个大决定，它意味着将过一种与普通人不太一样的生活，如果心理上没有准备，真的干起来，会很不适应。

第二，心理上要对风险有一定的认识。做生意的出发点是为了赚钱，但却是有风险的。风险并不可怕，只要心态保持冷静，做事有依据，未雨绸缪，就可以将风险控制在最小的范围。一个人如果什么风险都不敢冒，那是成不了大器的，但如果盲目冒险，则又是莽夫的作为。开店之前在心理上正确认识风险，才能在面对风险的时候，做到有勇有谋。

第三，要有积极的态度。有一句格言说：“一个人的人生态度决定了人生的高度。”态度是一种重要的影响力量。开店的过程从来都不会一帆风顺，只有在态度上保持积极的状态，才会在面临困难时不畏缩，坚强自信，跨越障碍。有了良好的心理准备，接下来就是市场分析。

二、确定经营模式

好的计划是成功的一半。人们都说汽车后服务市场商机无限，真的是这样吗？如何踏入这一领域创业呢？这牵涉到经营模式和投资模式问题。模式决定效益，模式也能决定运营是否顺利。简单地说，目前汽车美容服务业的入行模式有直接投资开店和加盟连锁两种模式。这两种模式各有利弊。要选择哪种模式是开业前规划的一个主要问题，也是关系到今后业务是否顺利运营的一个关键问题。下面就对这两种模式进行一个简单的对比，当然具体选择还要根据个人的具体情况确定。

1. 个人直接投资

直接投资开店意味着一切都是你自己作主，在充分享受自由性的同时也要承受更大的压力和责任。首先是品牌要由自己创立、宣传和开拓。其次是技术培训、服务培训要亲自动手。第三是店里一切的运营活动如市场调查、进货、店面装饰设计等琐碎的事务都要靠自己熟悉。直接投资开店对投资者的要求比较高，既要具备较高的经营能力，又要熟悉汽车美容装饰的知识和服务技巧。

直接投资开汽车美容店，与投资传统行业相比，其整体效益还是不错的。但其不足之处也是很明显的，因为管理模式、从业技能和终端营销能力都制约着整个业务的发展规模和速度，而且资金沉淀大、投资回收期比较长，因此有人说它是“养家不发财”。如果自己暂时不具备上述所要求的能力，最好还是请行家协助开店，这样风险会小一些。

2. 加盟连锁

加盟连锁是一种赚钱比较快的模式。因为，汽车后市场是一个处于上升期的市场，众多的投资者正准备进入这一行业，存在这种“赚快钱”的机遇，也就是赚市场准入的钱。目前，在这个领域，时间就是机遇，“兵贵神速”——这不仅是先行者赚后来者的钱的问题，而且入行门槛也会越来越高，说争分夺秒是一点也不夸张的。

不同的连锁加盟店对于加盟者会有不同的要求，一般来说，加盟一家连锁店可以获得不同的服务与承诺。

连锁经营包括三种形式：直营连锁、特许经营和自由连锁。

(1) 直营连锁，是指连锁公司的店铺均由公司总部全资或控股开设，在总部的直接领导下统一经营。总部对店铺实施人、财、物及商流、物流、信息流等方面的统一管理。直营连锁作为大资本运作，具有连锁组织集中管理、分散销售的特点，充分发挥了规模效应。

(2) 特许经营，是指特许者将自己所拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予被特许者使用，被特许者按合同规定，在特许者统一的专业模式下从事经营活动，并向特许者支付相应的费用。由于特许企业的存在形式具有连锁经营统一形象、统一管理等基本特征，因此称之为特许连锁。

(3) 特许经营被复制的原因。简单说，没有开店经验就不具备指导你开店的能力，所谓经验是时间的积累和实践活动的总结，所以要有三年以上单店经营经验。看一个店可否被复制，一是看店面形象是否有复制的价值，二是看经营模式和店面管理是否先进，三是看技术服务是否专业、使用的产品品牌是否统一化、系列化等等。

三、做好本地市场调查

本地市场的规模、容量、成熟度等指标是决定投资者是否进入一个行业的主要依据。分析某个产品或服务的市场容量，似乎是很容易的事情，或者不准确的分析甚至可能导致产品战略、销售战略、市场战略的严重失误，从而引起产品卖不出去、销售没有利润、资金过多占用、渠道不畅、被竞争对手成功跟随等。

1. 市场调查对于汽车美容店来说，在作市场调查时要注意以下几个问题：

(1) 现在本地汽车的大概数量及分布情况。到底谁需要做汽车美容？现在本地有多少汽车会有这种需求？

(2) 现在有多少人在从事该行业？他们提供的服务项目有哪些？质量如何？哪些服务还没有得到满足？

(3) 市场的发展速度如何，会向哪个方面发展？（注意：尤其是私家车的发展速度直接影响着汽车美容装饰业的市场潜力和发展趋势。）

2. 顾客调查

顾客就是商家的衣食父母，在开店之前就一定要搞清楚顾客的真正需求，这样才能有的放矢，提供更有针对性的服务。在进行顾客调查方面，要着重注意以下几个问题：

(1) 本店的潜在顾客是谁？他们为什么会想购买本店的产品或服务？

(2) 能否将这些顾客细分为人数更少的群体？这些群体各自有哪些特点？本店是否

应该对这些群体区别对待？

(3) 本店的产品或服务究竟有多大的市场？这个市场的扩张速度会有多快？本店能够夺取这个市场的多大份额？

(4) 本店能对自己出售的产品或服务要价多高？或者说本店的顾客愿意对他们选择的产品或服务付多少钱？

3. 竞争对手调查

进行竞争对手分析是企业竞争和战略制定的基础，因此引起了众多商家的重视。从总体上讲，在做竞争对手分析时，可以从以下几个方面入手：

(1) 确认竞争对手有哪些。他们的产品是什么？他们的发展谋略怎么样？他们的竞争力如何？他们的成本有多高？

(2) 确认竞争对手的目标。竞争对手在市场里要找寻什么？竞争对手行为的驱动力是什么？此外，还必须考虑竞争对手在利润目标以外的目标，以及竞争对手的目标组合，并注意竞争对手市场细分区域的目标。

(3) 确定竞争对手的战略。自己的战略与其他人的战略越相似，行业内的竞争越激烈。在多数行业里，竞争对手可以分成几个追求不同战略的群体。战略性群体即在某一行业里采取相同或类似战略的一群竞争者。确认竞争对手所属的战略群体将影响到自身的某些重要认识和决策。

(4) 确认竞争对手的优势和弱势。这就需要收集竞争者近几年的资料，一般而言，可以通过二手资料、个人经历、传闻等弄清楚竞争对手的强弱；另外，也可以进行顾客价值分析来了解这方面的信息。

(5) 确定竞争对手的反应模式。了解竞争对手的目标、战略和强弱，都是为了预测其可能采取的竞争行为，及其对本店的产品营销、市场定位及兼并收购等战略的反应，也就是确定竞争对手的反应模式。此外，竞争对手特殊的经营哲学、内部文化、指导思想也会影响其反应模式。

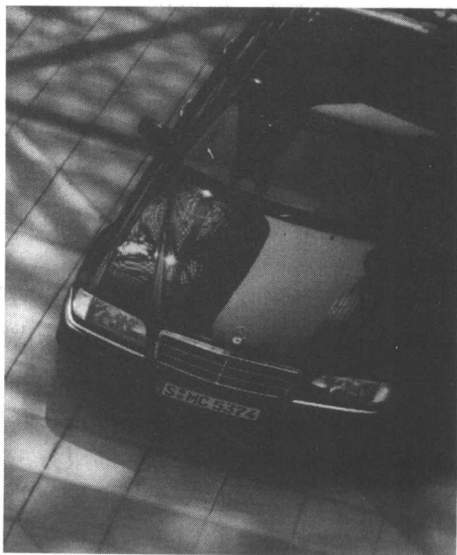
四、做好本地市场分析

1. 投资地区的市场概况

- (1) 汽车拥有量。
- (2) 其中轿车拥有量。
- (3) 主要轿车品牌、型号。
- (4) 私人拥有汽车约占轿车总数的百分比。
- (5) 轿车使用的主要机油品牌。
- (6) 该地区平均人口月收入。

2. 市场占有情况

- (1) 目前市场上流行的有何品牌的蜡？
- (2) 该地区已有多少家专业汽车美容网点？
- (3) 主要有哪几家品牌的连锁店？
- (4) 该地区大约有多少洗车（不是美容）店？



(5) 洗车店主要使用进口还是国产洗车机?

(6) 轿车平均每月洗车次数。

(7) 平均洗车收费标准。

(8) 轿车平均每年打蜡次数。

(9) 平均打蜡收费标准。

3. 地址的选择

(1) 你准备租多大面积的地方?

(2) 你能够支付的月租金是多少?

(3) 你准备投资保养屋、保养站还是美容护理中心?

(4) 你能够投入资金是多少?

(5) 投入资金有多少是预备装修的?

(6) 该地区有多少加油站?

(7) 每天加油 10 吨以上的加油站有几个?

(8) 以轿车为主的加油站有几个?

(9) 加油站有 150 m² 空间余地的有几个?

(10) (你若已看好地点) 新地点是否在主要街道?

(11) 门前有多少个停车位?

(12) 从街道进入店面是否容易?

(13) 街道是否有隔离护栏或是平行道?

(14) 街道上车速大约为多少?

(15) 是否塞车?

(16) 上、下班时平均每分钟单方向有多少车通过?

(17) 非上、下班时平均每分钟单方向车流量。

(18) 门前车流量的档次。

(19) 店铺面积。

(20) 大开间还是小开间?

(21) 有无前后院?

(22) 前后院是否能搭棚或临建。

(23) 有无上下水、取暖设备。

(24) 门面是否有绿化带或树木?

(25) 目前店铺内装修情况。

(26) 店铺天花板离地高度。

(27) 店铺内有无现成的地沟?

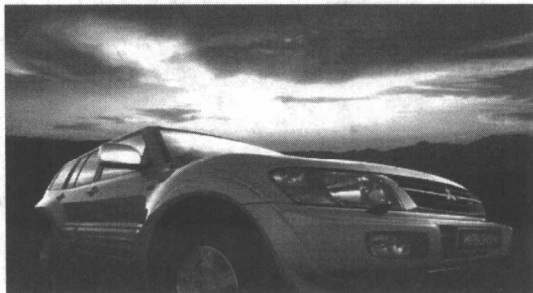
(28) 未来服务操作间是否有电源?

(29) 操作间的长、宽、高。

(30) 该地区有无中、高档居住小区?

(31) 小区房价每平方米价格是多少?

(32) 小区能住多少户人家?



第二节 汽车美容店开店规划与投资

一、做好开店整体规划

1. 准确界定投资规模

目前专业汽车美容店的投资规模一般分为两大类三个等级。

其中两大类为：室内和室外，三个等级为：大、中、小。

2. 科学划分作业区域

专业汽车美容店一般由洗车区、美容区、精品屋、休息室、烤漆房等几个部分组成。

洗车场是汽车美容店的主要设施，汽车的美容工作的第一步都在此完成。由于洗车产生的污水较多，为了保持场所的干净整洁，应在此处设置地下排水通道，将污水迅速排到污水处理器中，同时还应经常冲洗、清扫。洗车场的结构一般分为：单道式、通道式，值得推荐的是“通道式”结构，它省去了倒车的麻烦，并节省工作区域，提高服务效率。

休息室是供前来进行汽车美容的车主休息用的。由于汽车价值昂贵，车主往往不愿在汽车洗车时离开自己的视线。因此，休息室与洗车场之间应用玻璃隔开。这样，既能让车主放心，又能增加操作的透明度，让车主了解自己的汽车是怎样由旧变新的。

精品屋主要是提供一些汽车用品和车迷用品，如汽车护理液、汽车用装饰品、各种汽车模型以及汽车维修、保养、美容的杂志等，以满足不同爱好的顾客的需求。

大型的汽车美容店还可设烤漆房，用于对漆面被严重损伤、底漆被破坏的汽车进行漆面修复用。

二、制定汽车美容店投资方案

为了汽车场、汽车美容店行业的健康、有序的发展，使之逐步走向“规范化、标准化和产业化”轨道，同时与城市规划、建设同步发展相适应；积极倡导环保洗车和经济社会可持续发展目标，特制定本投资方案。

1. 基本要求

- (1) 洗车场应该注意环境，造型要美观大方适应发展需要；
- (2) 施工场址要符合城市卫生标准（清洁、整齐、美观）；
- (3) 洗车用品应采用正规厂家生产的、合格的环保型产品；
- (4) 洗车汽车美容店的设计和投资应咨询专业的公司，并由其制定方案，进行工程监理；
- (5) 水、电管路应离地面1米以上，以确保安全；大中型店还应设有卫生间。

2. 投资规模

(1) 汽车美容护理屋

投资：几千元起步至80000元。