



高职高专“十二五”规划教材

汽车装饰与美容

黄昌志 主编

陈 薇 高卫明 肖 康 副主编



北京航空航天大学出版社
BEIHANG UNIVERSITY PRESS



高职高专“十二五”规划教材

汽车装饰与美容

黄昌志 主 编

陈 薇 高卫明 肖 康 副主编

北京航空航天大学出版社

内 容 简 介

汽车装饰与美容是汽车运用技术专门化方向课程之一。本书内容包括汽车装饰和美容基础知识、汽车美容装饰、漆面美容修复三大部分,系统地介绍了汽车美容用品及其选用和分类、常用汽车美容设备的种类和使用方法,详细地介绍了车表美容、车饰美容、漆面装饰美容、漆面修复美容、汽车防护过程中的工艺方法和技巧及注意事项。本书对学生建立汽车美容、装饰的基本概念具有实际的指导意义。本书大量内容直接来自于生产实践,对实际工作也具有一定的指导意义。

本书既可作为高等职业技术学院的汽车运用、汽车贸易、机动车辆保险类专业的学习教材,也可作为汽车美容与维修从业人员的培训用书,还可为广大汽车车主了解汽车美容与装饰知识提供参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车装饰与美容 / 黄昌志主编. —北京: 北京航空航天大学出版社, 2011. 8

ISBN 978-7-5124-0468-7

I. ①汽… II. ①黄… III. ①汽车—车辆保养—高等教育—教材 IV. ①U472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 103142 号

版权所有,侵权必究。

汽车装饰与美容

黄昌志 主 编

陈 薇 高卫明 肖 康 副主编

责任编辑 罗晓莉

*

北京航空航天大学出版社出版发行

北京市海淀区学院路 37 号(邮编 100191) <http://www.buaapress.com.cn>

发行部电话:(010)82317024 传真:(010)82328026

读者信箱: goodtextbook@126.com 邮购电话:(010)82316936

北京时代华都印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:787×1092 1/16 印张:9.5 字数:243 千字

2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷 印数:3 000 册

ISBN 978-7-5124-0468-7 定价:19.80 元

前 言

随着我国汽车工业的迅速发展,尤其是家用轿车保有量的不断增加,轿车进入家庭的步伐逐渐加快,为我国汽车美容行业提供了巨大的发展空间。随着社会进步及人类文明程度的不断提高,汽车正以大众化消费品的姿态进入百姓生活,因而汽车的款式、性能以及汽车的整洁程度,无一不体现出车主的性格、修养、生活观及喜好。所以,许多车主为了追求个性化,以及凸显自身的品味,汽车美容养护已被越来越多的人所接受,并且成为一种时尚,这无疑为汽车美容与装饰行业的发展提供了广阔的空间。各类汽车美容装饰店如雨后春笋般蓬勃发展起来,而汽车美容养护行业作为一种新兴产业正在崛起,已成为 21 世纪的黄金产业。

随着汽车美容养护行业的发展,需要的相关高技能人才也越来越多,各职业技术学院纷纷开设了此类专业,培养专门的汽车美容从业人员。

本书是高职高专汽车类专业教材,笔者在编写中致力于使教材结合汽车美容养护市场,使学生掌握汽车美容与装饰的基本理论知识和基本技能、了解汽车美容养护行业的发展,为学生进入汽车美容养护行业打下坚实的基础。本书图文并茂,生动活泼,具有较强的实用性和趣味性。

本书内容主要包括汽车美容与装饰概论,汽车美容、装饰,漆面美容修复等。系统地介绍了汽车美容与装饰行业的概述,常用汽车美容设备的种类和使用方法,详细地介绍了车表美容、车饰美容、漆面装饰美容、漆面修复美容等。本书对学生建立汽车美容与装饰的基本概念具有很强的指导意义。

本书由四川航天职业技术学院黄昌志担任主编,编写了绪论、第 2 章和第 4 章,陈薇、肖康和高卫明任副主编,分别编写了第 1 章、第 7 章、第 8 章和第 9 章,张伟、姚明傲和周航分别编写了第 3 章、第 5 章和第 6 章。由于编者水平有限,书中的不足之处,恳请广大读者批评指正。

编 者
2011 年 6 月

目 录

第1章 汽车装饰与美容概述	1
1.1 汽车装饰与美容的基础知识	1
1.1.1 汽车装饰与美容的发展概况	1
1.1.2 我国汽车装饰美容业的现状和市场前景	2
1.2 汽车装饰简介	5
1.2.1 汽车装饰的概念	5
1.2.2 汽车装饰的分类	5
1.2.3 汽车装饰的原则	6
1.2.4 汽车装饰主要服务项目	6
1.3 汽车美容简介	7
1.3.1 汽车美容的概念	7
1.3.2 汽车美容的分类	7
1.3.3 汽车美容的项目	8
思考题	9
第2章 汽车清洗	10
2.1 汽车清洗概述	10
2.1.1 汽车清洗的概念	10
2.1.2 汽车清洗主要工具和机械清洗	10
2.1.3 汽车清洗剂	12
2.1.4 电脑洗车	13
2.1.5 无水洗车	13
2.2 汽车外部清洗	15
2.2.1 汽车外部清洗设备、工具 and 材料	15
2.2.2 汽车外部清洗的方法	15
2.2.3 汽车外部清洗注意事项	16
2.3 汽车内部清洗	17
2.3.1 汽车内饰清洗步骤	17
2.3.2 座椅的清洁方法	18
2.3.3 地毯的清洗保养	19
2.3.4 仪表板的清洁保养	19
2.3.5 汽车顶棚及其他内饰面的清洁	19
2.3.6 空调系统的清洁	20
	1

2.4 汽车其他部位清洗	21
2.4.1 汽车发动机清洗与维护	21
2.4.2 汽车底盘清洗与维护	23
2.4.3 汽车轮胎清洗与维护	24
2.4.4 车窗玻璃的清洁	25
2.4.5 行李箱清洁	27
思考题	27
第3章 汽车外部装饰	28
3.1 汽车空气动力学	28
3.1.1 汽车空气动力学的任务	28
3.1.2 汽车受到的气动力	29
3.1.3 汽车风阻的五个组成部分	29
3.1.4 减小气动升力的措施	30
3.2 车身大包围和尾翼	32
3.2.1 车身大包围	32
3.2.2 车身大包围的主要作用	33
3.2.3 尾翼	33
3.3 汽车天窗的选装	34
3.3.1 汽车天窗的优点	35
3.3.2 天窗换气原理	35
3.3.3 天窗的类型	36
3.3.4 汽车天窗的结构	36
3.3.5 天窗安装的注意事项	37
3.4 车身局部装饰	37
3.4.1 轮眉和灯眉	37
3.4.2 车身贴花装饰	38
3.4.3 散热格栅装饰	38
3.4.4 汽车行李架	39
3.4.5 汽车后视镜	39
3.5 底盘装甲和护板	41
3.5.1 底盘装甲和护板的概念	41
3.5.2 底盘装甲和护板的作用	41
3.5.3 底盘装甲和护板的安装方法	42
思考题	43
第4章 汽车内部装饰	44
4.1 汽车顶棚内衬装饰	44
4.1.1 汽车顶棚内衬的概述	44

4.1.2	汽车顶棚内衬的分类	44
4.1.3	汽车顶盖内饰的隔音隔热设计	46
4.1.4	顶棚内衬装饰的注意事项	46
4.2	座椅的装饰	47
4.2.1	汽车座椅的结构	47
4.2.2	座椅的分类	47
4.2.3	汽车座椅装饰	49
4.3	汽车防爆膜	51
4.3.1	汽车防爆膜概述	51
4.3.2	防爆膜的原理	52
4.3.3	防爆膜的选择	52
4.3.4	汽车防爆膜知名品牌	53
4.3.5	汽车防爆膜的安裝	54
4.3.6	如何辨别汽车防爆膜的优劣	55
4.4	汽车隔音	56
4.4.1	汽车噪声的来源	56
4.4.2	汽车的隔音功效	56
4.4.3	汽车隔音材料的选择	56
4.4.4	常用隔音材料	57
4.4.5	针对不同部位的隔音处理	58
4.4.6	汽车隔音设备的安裝步骤	58
4.5	汽车内饰部件	59
4.5.1	桃木内饰	59
4.5.2	车内空气清新装置	60
4.5.3	汽车坐垫	61
4.5.4	汽车脚垫	61
4.5.5	方向盘套	63
思考题		63
第5章 汽车车载影音		64
5.1	汽车音响设备概述	64
5.1.1	音响技术的现状和发展	64
5.1.2	汽车音响系统的组成及特点	65
5.2	汽车音响的配置	71
5.2.1	配置注意事项	71
5.2.2	汽车音响配置的原则	71
5.2.3	如何选择合适的汽车音响	72
5.3	汽车音响升级	72
5.3.1	主机的升级	73

5.3.2 功放的升级	73
5.3.3 扬声器的升级	74
5.3.4 低音扬声器(低音炮)的升级	75
5.4 汽车音响安装	75
5.4.1 汽车音响安装基本常识	75
5.4.2 汽车音响的安装标准	76
5.4.3 CD 机的安装	77
5.4.4 扬声器的安装	77
5.4.5 汽车音响的保养	77
5.4.6 汽车音响安装常遇问题	78
思考题	79
第6章 汽车功能性装饰	80
6.1 车载通信设备	80
6.1.1 车载电话	80
6.1.2 车载电话配件	80
6.1.3 车载电话特点	81
6.1.4 安装方法及使用注意事项	81
6.1.5 车载电话与车载蓝牙免提电话系统的区别	81
6.2 车载全球定位导航系统	82
6.2.1 GPS 概述	82
6.2.2 汽车导航仪的组成	82
6.2.3 汽车导航仪的主要功能	83
6.2.4 GPS 系统的特点	84
6.2.5 汽车导航仪的发展	84
6.3 汽车网络防盗系统	85
6.3.1 汽车网络防盗器的概念	85
6.3.2 汽车防盗器的种类	85
6.3.3 汽车网络防盗器的功能	85
6.3.4 汽车网络防盗器的工作原理	86
6.3.5 遥控式汽车防盗器及特点	86
6.3.6 汽车防盗器的安装	87
6.4 倒车雷达	88
6.4.1 倒车雷达的概念和原理	88
6.4.2 倒车雷达的发展	88
6.4.3 倒车雷达的选择	90
6.4.4 倒车雷达的安装	90
6.4.5 自动泊车系统	90
6.5 其他功能性装饰	92

6.5.1 手机饮料架	92
6.5.2 眼镜票据夹	92
6.5.3 烟灰缸	92
6.5.4 衣物挂钩	92
6.5.5 钥匙盒	93
6.5.6 车用托盘	93
思考题	93
第7章 汽车美容护理	94
7.1 汽车美容工具与设备	94
7.1.1 空气压缩机	94
7.1.2 高压清洗机	95
7.1.3 泡沫清洗机	96
7.1.4 水枪和气枪	96
7.1.5 抛光机及其附件	96
7.1.6 打蜡机及其附件	99
7.1.7 封釉振抛机	100
7.1.8 吸尘机	101
7.1.9 高温蒸汽清洗机	101
7.1.10 专用甩干桶	102
7.1.11 高效多功能洗衣机	102
7.1.12 自动洗车机	102
7.2 汽车打蜡	103
7.2.1 什么是车蜡	103
7.2.2 车蜡的作用	103
7.2.3 车蜡的种类	104
7.2.4 几种常用车蜡介绍	105
7.3 车蜡	105
7.3.1 车蜡主要品种	106
7.3.2 蜡的分类	107
7.3.3 车蜡的选择	108
7.3.4 一般保护蜡与高级美容蜡的区别	108
7.4 汽车打蜡方法	108
7.4.1 打蜡方法	108
7.4.2 汽车打蜡注意事项	109
思考题	110
第8章 汽车车漆护理性美容	111
8.1 汽车车漆发展史	111

8.1.1 车漆简史及作用	111
8.1.2 21 世纪汽车漆的发展趋势	112
8.2 汽车修补涂料	113
8.2.1 涂料基本知识	113
8.2.2 汽车常用修补涂料	114
8.2.3 涂料颜色调配	115
8.3 汽车封釉和镀膜	117
8.3.1 汽车封釉的含义	117
8.3.2 封釉的操作方法	118
8.3.3 封釉的优势	118
8.3.4 封釉的注意事项	119
8.3.5 汽车镀膜	119
8.3.6 汽车镀膜和车蜡、封釉的区别	121
8.4 新车漆面护理	121
8.4.1 新车开蜡	121
8.4.2 新车开蜡的类型	122
8.4.3 新车上蜡	124
思考题	125
第 9 章 汽车漆膜修复性美容	126
9.1 汽车漆膜修补工具与设备	126
9.1.1 除锈工具	126
9.1.2 刮涂工具	128
9.1.3 打磨工具	129
9.1.4 涂刷工具	130
9.1.5 调色设备	130
9.1.6 喷涂设备	131
9.1.7 干燥设备	134
9.1.8 烤漆房	135
9.1.9 压缩空气供给系统	136
9.2 汽车漆膜修复工艺	136
9.2.1 除旧漆	136
9.2.2 金属表面除锈	137
9.2.3 底漆的施工	137
9.2.4 原子灰的施工	138
9.2.5 面漆的施工	139
思考题	140
参考文献	141

第1章 汽车装饰与美容概述

本章重点

本章着重讲述汽车美容和汽车装饰的概念以及主要服务项目。通过本章学习,可对汽车装饰与美容行业有一个大概了解。

相关权威专家预测,在未来的20年左右汽车美容产业一直会是中国国民经济发展的支柱产业之一,将一直保持较高的发展速度。虽然整车销售利润将呈现下滑趋势,但与汽车相关的售后服务市场却将呈上升势头。

汽车售后服务市场一直是中小投资者所看重的一块黄金市场。业内人士称:在未来一段时间汽车售后服务市场将逐渐摆脱不规范的经营状态,并逐步走向正规。汽车装饰与美容需从专业化走向服务的多样化。

1.1 汽车装饰与美容的基础知识

汽车美容一词源于西方发达国家,英文名称表示为“car beauty”或“car care”,指对汽车的美化与维护。现代汽车美容不只是单纯意义上的汽车清洗、吸尘、除渍、除臭及打蜡等常规美容护理,还包括利用专业汽车美容系列产品和高科技设备,采用特殊的工艺和方法对汽车进行漆面抛光、增光、深浅划痕处理及全车漆面翻新等一系列养护作业。

汽车美容已开始由专业化向多样化发展。传统意义上的汽车美容主要是指汽车的护理性美容,护理性美容是指保持车身漆面和室内装饰件表面亮丽而进行的美容作业,主要包括新车开蜡、汽车清洗、漆面研磨、抛光、还原、上釉及车内饰件保护处理等美容作业。目前汽车美容已从专业化走向了多样化。汽车美容不仅仅包括汽车的护理性美容还包括汽车的修复性美容。修复性美容是指:车身漆面或室内饰件表面出现某种缺陷后所进行的恢复性美容作业,其针对的缺陷主要有漆膜病态、漆面划痕、斑点及室内饰件表面破损等,根据缺陷的范围和程度不同分别进行表面处理、局部修补、整车翻新及室内饰件修补更换等美容作业。

我国由于种种原因,汽车美容业长时间滞后于国外发达国家,传统的单一手工养护方法在我国延续了数十年。可随着我国汽车工业的快速发展,汽车文化的日益深入以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,且已成为21世纪的黄金产业。

1.1.1 汽车装饰与美容的发展概况

汽车美容行业在中国是一个新兴的行业。随着中国经济的快速发展和大众消费能力的提高,该行业具有十分巨大的发展潜力。汽车美容行业是一个特殊的行业,它的发展状况取决于三大因素:自然环境、汽车使用者的经济水平以及汽车保有数量。

首先,自然环境是造成车辆内外变脏需要清洁的基础,这是自然的规律,是无法改变的

事实。

其次,虽然中国每年都在创造着世界经济发展的奇迹,但是中国仍是发展中国家,汽车依然是中高收入阶层的消费品,只有这个阶层才有比较强的消费能力。这是汽车美容行业发展的必须条件。

最后,汽车保有数量的发展,无论汽车销售状况如何改变,只要汽车存在,汽车美容市场就有了服务的基础对象。

在以上三者当中,汽车保有数量和汽车使用者经济水平是可以变化的因素,从当前中国市场上看,2011年初中国汽车的保有数量超过2亿辆,中国汽车的年销量预计能达到3000万~3500万辆。这是个庞大的基础服务数量,在它之上的汽车使用者基本处于中高端消费层次,除非受到非常大的外界市场波动的影响,否则他们的经济水平将不会大幅降低。

在两个变化因素都好的情况下,汽车美容市场呈现出持续发展的良好势头。加之现今中国购车群体趋于年轻化,年轻人更加追求个性化和时尚化,将由此给汽车装饰与美容带来无限的商机。

1.1.2 我国汽车装饰美容业的现状和市场前景

1. 我国汽车美容业的现状

随着我国居民收入的增长,“有车族”将更加注重汽车文化的享受。目前我国城镇居民已经开始从汽车代步时代向享受汽车文化的时代迈进,大部分地区的城镇居民正在进入汽车消费时代,汽车已不再是人们身份和地位的象征,而成为消费者对个性化、多元化文化取向的集中体现。汽车大规模地进入家庭为汽车美容养护行业开辟了更广阔的市场。

按照加入世界贸易组织时的承诺,我国允许外资进入国内汽车服务贸易领域。因此,近年国外的汽车美容服务连锁机构如雨后春笋般在中国涌现。国外一些汽车美容公司纷纷将产品投放中国市场,在全国范围内办起了连锁店,并造就了一支汽车美容大军,从业人数逐年增加,汽车美容业呈现出一片繁荣景象。

根据汽车行业专家们的预测,随着我国经济的持续高速发展和人们消费观念的改变,中国将成为世界轿车的最大消费国之一,即我国轿车保有量在未来的10~20年里将会飞速提高。现今社会,开车已是人们普遍掌握的生活技能,轿车也不再是特权人士的标志,而是人们出门的代步工具。那么当人们拥有一辆自己的爱车时,无疑会关怀备至,而汽车的平时清洁护理和定期美容保养必然成为人们日常的消费内容。另一方面,我国各大中城市虽然发展很快,但建设不配套,缺乏停车场所,大量汽车只能露天栖息,饱受风吹、雨淋、日晒,致使汽车加速老化。这就为汽车美容护理业的存在和发展提供了必要条件。

市场调查表明:目前我国60%以上的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯;30%以上的私人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。不难看出,汽车美容业在我国有着巨大的市场发展空间。

我国汽车美容市场蛋糕虽大,但市场竞争却十分激烈。据调查,目前汽车美容养护行业的现状是消费者认识不成熟、企业经营不规范、缺乏专业人才、无行业标准等。绝大多数街面店缺乏科学管理、技术保障和正规的进货渠道。

2. 我国汽车美容业存在的弊端

(1) 消费者认识不成熟

目前国内的汽车美容市场正处由起步阶段向成长阶段转移的过程,在这个过程中,消费者的需求还不明确,消费者还没有对汽车美容的概念有一个非常清晰地认识。很多消费者还停留在洗车就是汽车美容的阶段。

(2) 企业经营不规范

“一块抹布一桶水,三个伙计一个店”一度成为汽车美容养护市场的真实写照,黑、脏、乱也是消费者在形容汽车美容养护店时的常用词。行业的高额利润和不规范管理使得有些人找到了钻空子赚钱的好机会。市场上到处充斥着“无专业正规培训”、“无专业品牌产品”、“无专业机械设备”、“无服务质量保证”的汽车美容养护店。许多汽车美容养护店“出师未捷身先死”,究其原因,归根结底是没有建立起以品牌为主导的服务市场,而服务的市场是建立在品牌的知名度、美誉度和忠诚度等综合因素基础上的。

现阶段,在汽车美容行业众多的品牌中,品牌的知名度、美誉度、忠诚度都达到国际标准的也仅有寥寥的数家。服务市场的企业表面上形态各异、百花齐放、非常活跃,但实质良莠不齐,形成品牌的屈指可数,整体上讲该行业目前还处于混乱状态。国内汽车服务行业小店到处都是,没有形成经营规模,店与店之间低价竞争、互相拆台,严重的无序经营影响着这个领域竞争力及品牌化的形成。企业多属各自为政,一些连锁企业也不够完善和成熟,并且由于自身的限制对整体市场的掌控能力不足,没有形成全国性服务品牌。

(3) 缺乏专业人才

由于汽车美容行业不同于一般的服务业,专业性很强,技术含量较高,因此,该行业的发展必将需要大量的专业技术人才。当然不同规模的汽车美容养护店所需的专业人才数量是不同的。按照每个美容店平均配备5名美容技师、3名管理者计算,到2010年,我国汽车美容行业从业人员将达到240万人,其中汽车美容技师170万人,管理人员62.5万人。到2020年,汽车美容行业从业人员将达到366.4万人,其中汽车美容技师265.5万人,管理人员99.9万人。目前国内专营和兼营汽车美容的企业约有3万家左右,从业人员约为45万人,专业的汽车美容技师还相当缺乏。

在缺乏精英人才的加入和松散的雇佣关系下,整个行业直接从市场第一线产生的有创意的东西就会少之又少。经营者长年累月都在经营着同样的业务,消费者长年累月都在享受着同样的服务,最终将导致整个行业失去发展的原动力。

(4) 行业标准不规范

一个行业如果存在巨大的利润空间,必然会诱惑众多趋之若鹜的投资者,而这样的竞争注定是混乱下的“鏖战”。越来越多的人认准这个行业,一些经营者为了抢顾客,不断压低价格,使得本就无序的汽车美容市场变得更加混乱。据了解,开设一家汽车美容店的门槛并不高,目前也并没有相关的规定对经营场所以及人员资质提出要求。美容养护店投资从几千元到上百万元的都有,可谓良莠不齐,而这其中又不乏一些无证经营的店铺。在调查中发现,在汽车美容市场上,大量的假冒伪劣产品充斥其间、以次充好。正是由于行业标准的匮乏,使得汽车美容行业的监管也存在诸多问题。汽车美容店由质监、工商等部门交叉管理,而目前针对这方面的法律法规并不健全,给市场的监管带来了重重困难。

3. 中国汽车装饰与美容前景分析

20 世纪 70 年代,在中国私家车曾是禁区,当时我国轿车千人保有量不足 0.5 辆,在全球 130 个国家和地区中排在最后。20 世纪 80 年代,改革开放催生了轿车工业。1987 年夏天,中央领导同志在北戴河的一次会议上,正式确定开始中国的轿车生产。20 世纪 90 年代初,一汽大众、神龙两个大型合资企业先后上马。21 世纪,私家车占轿车比例超过八成,国产轿车产销连续 6 年实现两位数的“井喷”式增长,从 2001 年的 82 万辆,增加到 2007 年的 532 万辆,增幅最高的年份超过 50%。中国的汽车产量连续三年超过德国、日本,成为仅次于美国的汽车生产大国。2007 年至今,我国轿车市场私家车的比例已经达到 83.2%,在中国 1 600 万辆汽车中,私人购买占绝对主导地位。

我国经济的快速发展为私人汽车提供了巨大的发展空间。据中国汽车工业协会估算,截止到 2006 年底,我国私人汽车保有量约为 2 650 万辆,占全国汽车保有量的 60%左右。在 2006 年,我国汽车销量为 710 多万辆,私人购买比例超过 77%,中国已经成为仅次于美国的全球第二大新车市场。

据世界银行的研究,汽车保有量(尤其是私人汽车)与人均国民收入成正比。2003 年,我国国内人均 GDP 首次突破 1 000 美元,这预示着我国汽车开始进入家庭消费阶段。而事实表明,随着我国人均 GDP 的稳健增长,近年来,家用汽车销量以两位数的增速急剧增加。消费者购买力的增强和个体私营经济的快速发展,也带动了私人汽车的大发展。私人汽车保有量与一个国家或地区的社会经济有关的有关数据有着密切关系。表 1-1 提供了我国某一经济发达地区 1996—2008 年私人汽车保有量情况。

表 1-1 1996—2008 年某地区私人汽车保有量情况

年 份	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
私人汽车保有量/万辆	3.1	3.6	4.2	4.8	6.7	9.1	13	18.9
年 份	2004	2005	2006	2007 年第 1 季度	2007 年 第 2 季度	2007 年 第 3 季度	2007 年 第 4 季度	2008 年 第 1 季度
私人汽车保有量/万辆	29	51.1	78.2	93.4	100.6	107.1	113	128

从表 1-1 中可以看出,近年来我国私人汽车保有量正在以较快的速度增长,这种增长给汽车美容与装饰行业带来了巨大的机遇。

(1) 汽车美容市场预测

最新统计表明,我国私人汽车保有量已经突破 7 000 万辆,汽车正在日益发展成为大众消费品。与此同时,人们对自己的爱车也愈加呵护,“三分修七分养”的观念落实到一种实实在在的消费行为上,使汽车美容养护业成为一个新兴阳光产业。据业内专家测算,这一有待挖掘的金矿蕴藏着数千亿甚至上万亿元的巨大商机。

(2) 汽车市场利润分析

根据欧美国家统计,在一个完全成熟的国际化汽车市场中,汽车的销售利润在整个汽车业的利润构成中仅占 20%,零部件供应的利润占 20%,而 50%~60%的利润是从汽车服务业中产生的。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,仅一个汽车美容业年产值就已超过 3 500 亿美元。汽车市场利润分析图如图 1-1 所示。

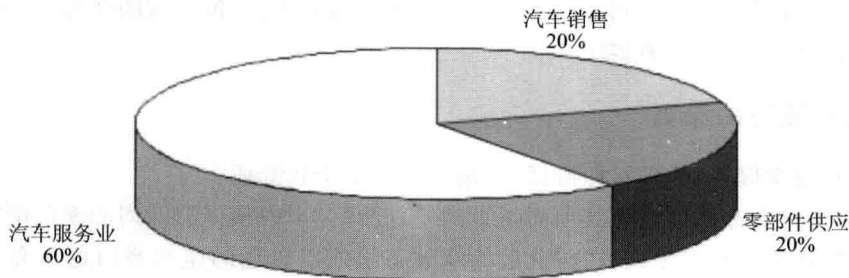


图 1-1 汽车市场利润分析图

(3) 我国目前汽车美容养护观念

市场调查表明:我国 60% 以上的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯; 30% 以上的私人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。不难看出,汽车美容业在我国有着巨大的市场发展空间。

(4) 汽车购买后费用支出

根据一项不完全统计可知,对于一部 10 多万元的车,按 10 年使用期限,每年 3 万公里行程计算,每年须用于车辆清洁、保养和维护的费用在 3 000 元以上,对于中高档车其各项维护费用还将超过以上数字。因此对于一个拥有一万部小车的中小城市而言,就意味着 3 000 万元的市场。谁能抓住汽车时代引发的“美容养护商机”和“服务商机”,谁就能够挖到中国汽车时代最接近自己的“金矿”。

1.2 汽车装饰简介

随着汽车行业的发展,人们物质生活条件的提高,人们越来越追求个性化。所以在不影响汽车本身的安全性的前提下,越来越多的车主为了让开车和乘车环境更舒适,越来越喜欢对汽车进行装饰。

1.2.1 汽车装饰的概念

汽车装饰是指通过增加或者替换一些附属的物品,提高汽车表面和内室的美观性、实用性、舒适性。所增加或者替换的附属物品,叫做装饰品或者装饰件。广义的汽车装饰还包括:汽车改装、汽车美容等。

1.2.2 汽车装饰的分类

根据汽车装饰的部位分类,可分为汽车外部装饰和汽车内室装饰。

汽车的外部装饰,主要是对汽车顶盖、车窗、车身周围及车轮等部位进行装饰。

其主要内容有:

①汽车漆面的特种喷涂装饰;②彩条及保护膜装饰;③前阴风板入后翼板装饰;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底盘喷塑保护装饰;⑩底盘 LED 灯带装饰。

车身室内装饰,主要是对汽车驾驶室和乘客室进行装饰,统称为内饰。其主要内容有:

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。

1.2.3 汽车装饰的原则

装饰轿车应掌握五点原则,即协调、实用、整洁、安全和舒适。

协调:即饰材和饰物其颜色必须同轿车的外表颜色、车内顶部与四周的颜色配合适当。如黑色的轿车配浅茶色的太阳膜;在深灰色的驾驶室里配以黄色的座套与白色枕套、棕色地毯;在驾驶室前放一瓶外形美观的香水或语音报时钟等。协调的装饰才会使整个驾驶室显得大方、豪华、和谐。

实用:根据车内有限的空间需要尽可能选用一些小巧、美观、实用的饰物。但要注意最好是选用能反映司机本人个性的艺术品。

整洁:即要求车内装饰得井井有条,无任何污染或杂物。同时要求车内所有的饰物必须便于拆装清洗或更换。

安全:车内的饰物必须不得有碍于司机安全行车或乘坐人员安全乘车。

舒适:车内的装饰色彩和质感要符合司机的审美观。因为,只有舒适的工作环境,才有可能令司机产生心情舒畅,轻松自在的感觉。

装饰轿车应掌握一定的步骤。即由表及里、先主后辅。具体步骤是先装饰车窗玻璃,后装饰车里的前部与后部,最后装饰前排座中央位置,坐垫或背垫及其他饰物。

1.2.4 汽车装饰主要服务项目

1. 车内部实用型装饰

车内部实用型装饰主要有以下几种。

附加头枕:很多轿车的头枕位置太靠后,车主如果要直视前方,根本挨不到头枕,所以颈部在开车的时候会很累。安装一个附加头枕,可以减轻颈部的疲劳。附加头枕多为内部充棉的真丝面料枕头,固定在原有的头枕上,价格一般不是很高。

方向盘套:习惯了塑料方向盘,突然有一天厌倦了,想换换颜色,或者要想手感舒服一点;可以套上一个方向盘套。方向盘套分绒套和真皮套两种,绒套摸起来舒服,而且颜色更多更活泼,适合女性车主。真皮套显得更高档,设计者在驾驶者的手握位置上设置了凹槽,握上去比较顺手。

防盗系统:过去汽车安装防盗系统似乎还很少见,而现在给车安装防盗系统已越来越有必要。现在市场上供应的防盗系统分为三大类,包括电控类、机械类和GPS系统。电控类有:防盗器、中控锁、指纹锁、终极锁;机械类有:方向盘锁、排挡锁、轮胎锁。种类繁多,根据不同需求和价位选择合适的产品。

后倒视镜:新手倒车时面临的一个首要问题就是视野问题。改善视野,可以在车内后视镜上加上一块大视野后视镜。它通常是一面窄长的弧面镜,视野很宽,通过这面镜子可以清楚地看到正后方和侧后方的情况。

2. 车内部享受型装饰

手机支架:中低档车里往往没有,但是如果安装上一个,在开车的时候就可以不必冒着危险从口袋里掏手机,而且如果手机还是有耳机的,那操作就更方便了。手机支架的底座可以通过吸盘吸在前仪表台上,既轻巧又实用。

纸巾盒:乘客在乘车中可能会需要使用纸巾,那纸巾盒就是必不可少的东西了。如果仪表台前放一对憨态可掬的小绒毛熊纸巾盒,就会增加车内的温馨感。这种类似的装饰物质地柔软、做工精美,价格根据材质不同而不同。

车内香水:许多新车内都会有一股装饰材料散发出来的怪味,除了多开车窗外,选择车用香水也可以掩盖这种气味,而且会使车内空气更加清新。选择车用香水,一定要根据车主喜好进行选择。

排挡头:排挡头的装饰似乎还比较少见。其实作为车内部最醒目的装饰之一,排挡头的档次和风格很大程度上决定了车内整体风格。在为车主进行排挡头装饰可参考:合金排挡头显得车主年轻;真皮排挡头显得车主成熟稳重;要体现木纹的装饰效果,和车内仪表台上的桃木内饰风格一致,也可以选择木质排挡头,这种装饰多用在女性车主的车上。

影音系统:对汽车音响的选择,需要考虑喜好和经济承受能力。CD 或者 DVD 的显示屏不光可以安装在仪表台上,还可以装在前排座椅的后背上,或者装在副驾驶座前的夹板后面。放下夹板,就可以欣赏电影,收起夹板,还能够保护显示屏不被划伤。

选择椅套:一部车最显眼的就是座椅,选择皮套、布套或各式座椅套都是体现车主品味的地方。为车主选择座椅套时需要牢记两大标准,一是舒适,二是美观。当然价格也是一个需要替客户考虑的问题。

1.3 汽车美容简介

汽车美容在西方国家被称为“汽车保养护理”,汽车美容的概念在我国最早出现于 1994 年。现如今它已成为普及性的、专业化很强的服务行业。它是一种全新的汽车养护概念,与一般的洗车打蜡有着本质上的区别。汽车美容应使用专业优质的养护产品,针对汽车各部位材质进行有针对性的保养、美容和翻新。这些产品是采用高科技手段及优质化工原料制成,它不仅能使汽车焕然一新,更能让旧汽车全面彻底翻新,并长久保持艳丽的光彩。还能使经过专业美容后的汽车外观洁亮如新,漆面亮光长时间保持,有效延长汽车寿命。

1.3.1 汽车美容的概念

汽车美容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用品及施工工艺,对汽车进行全新的保养护理。

1.3.2 汽车美容的分类

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。

一般美容。也就是人们常说的洗车和打蜡操作。这就是日常所见的路边拎着水桶、用毛巾擦车、打蜡的作业,他们经常采用洗衣粉、洗洁精等非专业美容产品。这些产品的 pH 值一般在 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。

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。