

家电维修部 创办指南

创业培训系列丛书

Jia Dian Wei Xiu Bu Chuang Ban Zhi Nan



中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

家电维修部创办指南/刘振英主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 1999

(创业培训系列丛书)

ISBN 7-5045-2708-4

I. 家…

II. 刘…

III. 日用电气器具 - 维修 - 服务业 - 企业管理 - 指南

IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 74918 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出版人:唐云岐

北京朝阳北苑印刷厂印刷 新华书店经销

850×1168 毫米 32 开本 5.5 印张 141 千字

2000 年 3 月第 1 版 2000 年 3 月第 1 次印刷

印数:8000 册

定价:8.00 元

内 容 提 要

本书是创业者培训系列教材之一。

内容包括创办家电维修部的宏观市场分析、开业准备、技术管理、经营管理。

本书融理论性、实务性和可操作性于一体。不仅适用于作为创业培训教材,还可供高等院校师生和广大经贸人员作为参考用书。

本书由雪石、束阳、秦岭编写,雪石主编。

前 言

在改革开放进程中,涌现出大批私营企业、合资企业、个体企业,它们在国民经济中占有一定比例,发挥着积极的、不可缺少的作用。

随着国有企业改革的不断深化,企业富余职工“下岗”“分流”已成为不可避免的社会现象,这是改革和发展进程中不可逾越的阶段。

党中央、国务院对国有企业职工下岗问题高度重视。1998年5月,中共中央、国务院召开了国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作会议,发布了《关于切实做好国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作的通知》,对国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作进行了全面部署和安排,并号召全社会各方面予以积极支持。这体现了党和国家对下岗职工的极大关怀,体现了我国社会制度的无比优越性。

但是,下岗职工不可能满足于得到的基本生活保障,要使自己的生活动向富余,要真正发挥自己应有的社会作用,根本途径还是要树立适应市场经济需要的再就业观念,找准自己在社会中的位置,采取积极的态度对待生活。

也许你已有强烈的创业欲望,但还没有想好要干什么,或许还不完全知道该怎样干,在你犹豫不决的时候,我们编写了创业培训系列丛书,算是献上对下岗职工和所有创业者的一份关怀和友爱。

本书从创业的角度,根据充分的市场调查和大量的资料,以及作者本人经商的实践经验,为创业者介绍了市场状况和发展趋势、

创办企业需要进行的各项准备及相关的经营管理知识、技术要求等。

本书把知识融入实际技能之中,深入浅出,只要具有初中以上文化程度均可读懂。我们奉献给读者的是一张网,而不是一条鱼,我们力求体现的是实用性、可操作性和速成性,希望能对你的创业有所帮助。

由于我们水平有限,书中缺点错误在所难免,欢迎读者批评指正。

编 者

1999年8月

目 录

第一章 宏观市场分析

第一节	家电维修业的市场需求	(2)
第二节	家电维修业的发展趋势	(6)
第三节	投资家电维修大有可为	(9)
思考题		(10)

第二章 开 业 准 备

第一节	资金筹措	(11)
第二节	选址	(17)
第三节	设计经营方案	(23)
第四节	人的准备	(28)
第五节	经验准备	(35)
第六节	店面设计与布置	(38)
第七节	工具、仪表及设备	(46)
第八节	专用工具设备的配备	(51)
第九节	投资效益测算	(53)
第十节	综合评估与筹划	(58)
第十一节	办理开业手续	(66)
思考题		(77)

第三章 技 术 管 理

第一节	技术战略与企业发展	(78)
第二节	技术管理基本知识	(85)
第三节	技术基础管理	(89)
第四节	维修技术的管理	(104)
第五节	设备、仪器、工具管理	(110)
第六节	安全技术管理	(113)
思考题		(119)

第四章 家电维修部经营管理

第一节	讲特色,树形象	(120)
第二节	提高服务技艺	(130)
第三节	建立激励机制	(137)
第四节	市场开发	(144)
第五节	财务管理与成本控制	(152)
思考题		(167)

第一章 宏观市场分析

时代在前进,21 世纪的脚步声已临近,作为跨世纪的一代人,尤其是准备再就业的下岗职工,如何实现自己的人生价值,怎样在市场经济中发挥自己的特长而得到较高的收获,这是当今最令人关心的话题,每个身临其境的人都在思考着、进行着选择。

有些创业意识较强的朋友选择了开办家电维修部这个项目,大概是因为他们具有一定的技术方面的基础和优势,但这还远远不够。要投资创建一个企业,开办一家店铺,最重要的是要看市场需求,要进行市场调查和分析预测,开办家电维修部也不例外。

什么是市场?市场是进行商品交换的场所和领域。从字义上讲,“市”就是交易,“场”就是场所。在日常生活中,人们往往把交易的场所叫作市场,而交易的双方却常常被忽视。其实,在市场经济中,尤其是现代市场呈现出买方市场状况的前提下,交易双方中购买商品的顾客群、寻求服务的消费者才是市场的主要因素,也是我们要进行调查和分析的主要对象。

市场有宏观和微观之分,宏观市场分析是指对家电维修行业在整个社会主义市场经济中的地位 and 作用、市场需求、行业现状和发展趋势的分析。微观市场分析是指对某一地区、某一企业的市场占有状况和前景的分析。

本章从宏观角度,分析家电维修行业的需求、行业特点和发展趋势,通过调查、分析,可以看出家电维修业是当今的热门行业,它的市场需求很大,而且将会越来越大,投资开办家电维修部是可以大有作为的。

第一节 家电维修业的市场需求

家电维修属于修理服务业,是以提供修理服务来满足消费者的需要的,它是与人民生活密切相关的行业。

一、生产的飞速发展带来维修量的加大

新中国建国 50 年来,我国家用电器工业从无到有,从小到大,发展规模和速度都是惊人的。目前,国产家电品牌林立,知名度越来越高,在国内市场上占了销售量的主导地位。这是我国家电生产从形成到发展直至成熟的一个重要标志。

据国家信息中心统计,1998 年北京家电市场按销售量排位,彩电为 TCL 王牌、康佳、海尔、长虹、创维;电冰箱是海尔、新飞、容声、美菱、长岭;空调器为海尔、科龙、上海日立、春兰、LG;影碟机是爱多、新科、万利达、厦新、先科。增长最快的品牌是海尔彩电、新飞电冰箱、科龙空调器、海尔洗衣机和爱多影碟机等。

我国家电生产从起步到成熟经历了四十多年的过程。以电视机为例,1958 年 3 月 17 日我国第一台电子管黑白电视接收机在天津 712 厂诞生,标志着我国电视机生产实现了“零的突破”。此后的 60~70 年代我国的电视工业受到闭关锁国的政策及“文革”的影响,发展相当缓慢。在此期间,全国电视机的年产量不过几百台,全国只有一个中央电视台,每周只播出十几个小时的电视节目,当时电视与人民大众还相距甚远。

粉碎“四人帮”以后,我国电视机生产得到了发展,到 20 世纪 70 年代末,国内黑白电视机生产初具规模,年产量可达几万台,知名企业和品牌有“天南海北”之说,即天津国营 712 厂的北京牌,南京国营 714 厂的熊猫牌,上海无线电一厂的金星牌,北京电视机厂的牡丹牌等。

改革开放以后,国家重点投资引进了彩色电视机生产项目,在80年代初实现了一个从黑白电视机到彩色电视机生产的飞跃,实现了一个从无线电作坊式组装到现代化流水线生产的飞跃,国产彩电开始走进了百姓之家。

勤劳勇敢的中国人创造力是无穷的,在党的正确路线指引下,我国的彩电生产很快形成了突飞猛进的势头,80年代中期,彩色电视机的生产技术被广泛地应用和推广,生产流水线由最初引进的几条发展到上百条。到80年代末,全国彩电年产量已高达几百万台,国产彩电品牌多达上百个,比较知名的品牌有牡丹、昆仑、北京、长城、金星、凯歌、上海、熊猫、青岛、黄河、海燕等,市场销售量国内产品与进口产品可以“平分秋色”。

20世纪90年代,我国彩色电视机生产进入了成熟期,形成了一批生产能力强、技术水平高的生产企业,如“天、南、海、北”几家老企业英姿不减,靠自身雄厚的技术实力和优秀的产品质量,牢牢地占领着市场。近年来靠产量、质量取胜的长虹集团,推出“红太阳一族”产品,年产量可达500万台。靠市场准确定位取胜的TCL王牌彩电生产厂家,推出25英寸以上低价位普及型产品,占据了较大的市场份额。

目前国内市场上的国产电视机已形成品牌多、品种齐、规格全、质量高的系列产品,包括从14英寸到34英寸不同规格的各种彩色电视机,另外还有不同规模不同类型的投影电视机。国产电视机的功能也比以前增加了许多,有些产品已进入了世界先进行列。

家电生产总体上发展迅速,极大地满足了我国人民生活的需要,同时带动了家电维修业的发展,使家电维修业市场需求不断加大。

二、家电维修业不断增长的市场需求

家电维修业是以修理服务来满足消费者需求的行业,它之所以常盛不衰,是因为其市场需求的不断加大。改革开放以来,家电生产飞速发展,人民生活水平大幅度提高,人们对家用电器多层次的需求,给家电维修业的发展提供了契机,使家电维修业成为商机无限、前景无限的行业。

1. 现代家庭与家用电器 在新中国建立初期的 50~60 年代,我国老百姓生活还很贫困,一般家庭追求的“三大件”是收音机、手表、自行车。后来,收音机实现了半导体化,70 年代末许多家庭有了收录两用机、黑白电视机,到了 80 年代初,彩电逐步走进了千家万户。

如今,在以江泽民同志为核心的党中央正确领导下,我国人民生活水平大大提高,家用电器成为家家户户生活中不可缺少的用品。尤其在城市,生活的各领域、各角落几乎都离不开家用电器。如彩电、VCD 机、空调器、电冰箱、洗衣机、抽油烟机、微波炉、电熨斗、电吹风机等都已走进了千家万户,和人民生活密不可分。

现代社会,人们除了吃饱、穿暖外,还要娱乐、要健身、要不断学习新的东西,而这些要求的实现都离不开家用电器。所以 VCD 机、电动健身机、计算机成为倍受青睐的产品,为了节省时间,微波炉、电饭锅等已被人们喜欢。

据有关部门统计,1998 年我国人民食品消费占消费总额的 46%,服装消费占 13.5%,其次就数家用电器的消费,占消费总额的 7.6%。而从消费增长速度来看,家电已名列前茅。据商业信息中心统计,1998 年销售增长幅度较大的有 7 类商品,其中家用电器比上年增长 13.5%,服装类增长 11.4%。20 世纪 80 年代陆续走进城镇居民家庭的彩电、冰箱、洗衣机等已正进入换代和升级阶段,90 年代进入消费领域的名牌家电如空调、VCD、家用电脑等

一直畅销。据国家统计局对 1998 年家电市场的统计资料显示, 1998 年彩电零售量比上年增长 39.84%, 冰柜增长 11.46%, 空调增长 44.86%, 冰箱增长 10.01%。

综上所述, 现代家庭对家用电器的需求非常之大, 中国有 12.5 亿人口, 成为世界最大的市场, 这一巨大的需求使家用电器的生产和维修都成为朝气蓬勃的阳光行业。

2. 人们多层次、多方面的需求给家电维修业带来发展的契机

尽管现在家电生产大部分是流水作业, 质量能得到充分保证, 但维修仍然必不可少。其一, 在物尽其用的过程中总会有损坏, 而在保修期间很少出毛病, 绝大部分故障都在保修期之后; 其二, 消费者对家用电器的使用不当或意外磕碰也会使其出现各种故障和损伤, 需要检查和修理。

由于社会的发展, 时间价值的提升, 人们不愿为修理一件家用电器而东跑西奔, 最好的方式是打电话请人上门修理或就近修理, 而且要求越快越好, 因为生活中离不开它。这种需求使居民区的家电维修部生意看好。

开放搞活, 人口流动增多, 人们可以到各地谋生, 近年来各地都出现了许多临时家庭, 而临时家庭要解决临时需要, 多需购买旧电器, 而旧的家用电器年久老化, 需维修的量很大, 这使得家电维修业活源不断。

我国还有一些贫困家庭, 尤其是在山区和农村, 他们为了节省资金经常需要购买旧的家用电器, 这也使家电维修业需求不断。

另外, 我国政策的开放使中外人员流动增加, 使家用电器来源形成多渠道, 有些东西是从国外带来或外国朋友赠送的, 这些电器生产厂家相距很远, 出了毛病只好送家电维修部。

人们这些多方面、多层次的需求, 给家电维修业的发展带来了契机, 有需求就有市场, 所以家电维修业已成为当今的热门行业。

第二节 家电维修业的发展趋势

一、家电维修业现状

随着家用电器应用越来越广泛,家电维修业也逐渐发展起来,形成了多种类型、多种格局共存的发展势态。

1. 厂家和商家的配套服务 近年来,购买者的消费观念趋于成熟,他们在选购商品时,往往把售后服务的完善程度做为选择的重点之一。为适应消费者的这一需要,许多生产厂家和销售产品的商家均把维修服务当作竞争的一种举措。有的家电厂家提出“终身免费维修”的口号,有的提出“三年保修、终身维修”或“终身维修,一年保修”等口号,使顾客感到买得放心,质量有保证,维修有人管。这种与生产、销售配套的维修占有了较大的市场份额。

2. 连锁店维修形式 有些厂家或商家为了扩大经营范围,多方面联合,建立了连锁店形式。有的逐步形成了知识培训服务、咨询指导服务、送货安装服务、维修保养服务四位一体的服务新格局。如天元大华电器公司 1999 年 3 月 3 日打出了连锁经营的招牌,把几家独立经营的企业全部归属到天元大华电器公司,成立了北京市第一家国有电器专业连锁公司,开辟了多种销售和服务渠道,从而受到消费者的认可和欢迎。

3. 专业对口的维修服务 有些家电维修部从事专业品牌的维修或同类产品的维修,他们以专业技术和专业厂家做后盾,比较容易取得消费者的信赖。如位于北京东四南米市大街的北京日立家用电器维修服务部,是专业维修日立牌各种型号摄像机、录像机、音响、彩电、洗衣机、吸尘器等家电的专修部,已具有十多年的维修历史,他们以维修质量高、服务项目全而深受用户喜欢。再如“蓝色快车”公司专门搞电脑救援,专门从事电脑的维修、组装、升级和

硬件回收;大成仁业科贸公司则专门从事办公用电器如复印机、传真机的维修服务。

4. 维修与培训相结合 有些家电维修中心不但从事维修服务,而且还负责培训维修人员,使学员接受培训和指导,合格后给予发证并帮助安排工作,这种类型的维修中心适应了当前下岗职工再就业的要求,深得民心。如京通家电维修技能培训中心,既有维修业务,又有多种技能培训能力,还能包会、推荐工作,成为下岗职工接受培训的好去处。

5. 社区服务形式的维修部 以社区服务形式组织的家电维修部,一般设在街道或小区中心,他们一般是居委会组织的、集体所有制形式的店铺或集体办照、个人承包形式的店铺,这些店铺有居委会的关怀指导,一般与本社区百姓有着良好的关系,以良好的服务和低价位的维修维系着自己特有的顾客群,他们在便民利民方面起着独到的作用,生意也很红火。如北京东直门南顺居委会办的荣誉家电维修服务社就是这种形式的家电维修部。

6. 城乡个体家电维修部 个人投资兴建的个体家电维修部,近年来发挥着越来越大的作用,他们多以经营的灵活和服务的周到抢占着市场。上门服务、流动车服务、24 小时服务项目大多由他们推出。如北京市众意达家电维修中心除免收上门费、先议价后修理外,还提出对老用户优惠 20% 的服务方式,这些灵活的经营方法吸引了众多顾客。

以上可以看出,目前我国家电维修业已形成了多种规模、多种所有制形式共存的格局,这些店铺的创办和发展极大地满足了人民群众的生活需要,而且行业内部竞争日趋激烈。

二、家电维修业的发展趋势

1. 立足需要,调整理念,义中取利 随着市场经济的发展,消费者将日趋成熟,作为经营者,不管是厂家还是商家,都要把“顾客

是上帝”的信条牢记在心,从而真正从顾客利益出发,搞好售后维修服务,义中取利,才会有前途。最近,家电市场出现了价格大战,有些生产厂家在降价的同时,为弥补降价损失,把售后服务也降低了,这是消费者所不能接受的,也不符合市场发展规律。有眼光的经营者,应从满足大众需要入手,逐渐完善售后服务,才能真正占领市场。

2.更新技术,维修业才有后劲 当今家电业发展很快,竞争主要体现在新技术的应用上。而维修业要从技术上与生产业同步发展,只有掌握高新技术,经营才有后劲。如家电的环保型、节能型、智能型、健康型、美观型产品会更多地被开发出来,这一趋势值得从事维修业的经营者高度重视,以便及早学习新技术,培养高素质人才,使企业顺利地跨入新世纪。

3.竞争将越来越具有国际性 据有关人士展望,中国将在2000年加入世界贸易组织,这对我国经济发展是一个机遇,同时也是一个挑战。这标志着会有大量的外国家电产品涌入中国市场,家电维修业也面临着更广阔的市场和严峻的考验。维修业的经营者应及早在研究国外技术和国外产品上下功夫,以便在竞争中立于不败之地。

4.确保维修质量,企业才有前途 质量好坏,是衡量一个企业全方位管理的标志,“以质量求生存”对家电维修业尤为重要。在竞争日趋激烈的今天,不能确保维修质量的企业或店铺将很快被淘汰,尤其是一些小企业、小店铺的老板们,应在提高技术、确保质量方面下更多的力气,多动些脑筋。

第三节 投资家电维修大有可为

一、方兴未艾的热门行业

我国市场经济在不断发展,市场经济发展的目标是满足需求。从家电维修业的宏观市场分析中可以看出,其市场需求很大,而且越来越大,它的前景是非常广阔的。

我国第九届全国人民代表大会第二次全体会议,通过了中华人民共和国宪法修正案,新宪法明确规定:“在法律规定范围内的个体经济、私营经济等非公有制经济,是社会主义市场经济的重要组成部分。”“国家保护个体经济、私营经济的合法权利和利益。”宪法的这一规定,极大地支持和鼓励了下岗职工以及各界人士的投资创业行为。个人投资开办家电维修部,既符合国家政策,又能满足市场需求,同时可以解决投资者个人和从业人员的再就业问题,的确是一个好的创业项目。

随着国有企业改革的不断深化,职工下岗带来的失业危机还会出现不可避免地出现,预计1999年还会有600万名职工下岗。然而危机总是和机遇并存的。为了实现经济发展目标,我国正在进行产业结构的调整,这场大调整必然引发出众多前景看好的热门职业,这些热门职业主要集中于第三产业,其中包括家电维修服务业,这一行业将越来越受到社会的重视。家电维修服务业的发展,将对促进消费、扩大内需、解决就业问题起到一定的推动作用,从而满足人民生活需要,推动市场经济的发展。

二、投资少,见效快

家电维修是修理服务业,它的特点是以提供劳务来满足消费者需求的,它的劳务对象是人们送来的家电产品,它的劳务与顾客

的消费同时发生,一般不需要商品的转移,这一特点决定它是一个投资少、见效快的行业。

开办家电维修部的基本条件:一要有经营场所,这个场所可大可小;二要有相应的工具、仪表和设备;三要有技术人员,在规模小的店铺里,老板可以亲力亲为;流动资金所占的比例一般不大,主要用于支付费用及购置少量元件,开店投入可多可少。这一特点决定它的开办比较容易。如果资金雄厚,可以规模大一些,而资金短缺,也可以先办得规模小一点,从投资创业的难易程度来衡量,它是一个较为简便易行的投资行业。

三、准确定位,循序渐进

如果有了开办家电维修部的创业欲望,一定不要盲目地从事,要在进行了市场调查和自身分析的前提下,给自己要开的企业或店铺做一个准确的定位。定位的原则是客观、实际,要在主观和客观诸多条件中,找到最恰如其分的结合点。人们对家电维修的需要是多方面的,可从事的维修项目也是多方面的,如何发掘自身最大潜力和优势来弥补市场的空缺、满足消费者的最大需求,这就要看市场调查是否全面、判断是否准确了,这个问题我们在第二章里还要详细介绍。

定位准确,就能如鱼得水,自由地在市场遨游,充分发挥小企业灵活经营的优势,循序渐进地扩大自己的市场份额。立志创业的朋友,抓住商机,果断行动,就一定能够大展宏图。

思考题

1. 谈谈家电维修业的市场需求。
2. 谈谈家电维修业的发展趋势。
3. 为什么选择开办家电维修部这条路?