

<<汽车后市场投资经营指南>>

图书基本信息

书名：<<汽车后市场投资经营指南>>

13位ISBN编号：9787111396048

10位ISBN编号：7111396049

出版时间：2013-1

出版时间：机械工业出版社

作者：刘亚松

页数：226

字数：330000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<汽车后市场投资经营指南>>

内容概要

汽车进入家庭已成潮流，私人购车已成为汽车消费主流力量之一。
庞大的汽车社会存量及大众化消费趋势，缔造了一个新兴市场——汽车后市场。

汽车后市场的迅猛发展创造了良好的社会效益和商业机遇。
市场形势日新月异，受到各界人士越来越多的关注。
该如何介入汽车后市场，值得每一位关注者认真思考。

《汽车后市场投资经营指南》(作者刘亚松)主要探讨的是个人小型投资模式，以实践为基础，从投资和经营的角度介绍了汽车后市场的行业现状及发展趋势。
全书共分五章，主要内容有：汽车后市场基本概念、汽车美容行业的投资办店与经营、汽车维修行业的投资办店与经营、汽车护理品的小生产投资与经营、如何开创自己的汽车后市场地方连锁。

《汽车后市场投资经营指南》基本涵盖了国内最具投资前景的汽车后市场领域，为业内经营管理者 and 汽车后市场投资者提供参考。

<<汽车后市场投资经营指南>>

作者简介

刘亚松，天津市车佳丽汽车用品技术中心总经理、天津市车宝贝汽车养护装饰用品厂总经理、专业致力于汽车后市场的经营实践、行业研究和发展策划。

汽车护理品小生产的技术开发者，车宝贝系列汽车美容护理品生产者，企业执行标准制定起草者。

多年从事汽车美容行业小投资模式的研究实践，并为之不息求索。

执业自勉：“商道即人道，商品如人品”。

刘亚松先生网站：www.chejiali.com。

<<汽车后市场投资经营指南>>

书籍目录

- 第一章 汽车后市场概述及行业现状
 - 第一节 汽车后市场概述
 - 第二节 汽车后市场的细化与分类
 - 第三节 国内汽车后市场行业现状
 - 第四节 国内汽车后市场发展前景
 - 一、汽车后市场增长潜力巨大
 - 二、世界最大的汽车消费市场
 - 三、汽车将成为人们的流动生活空间
 - 四、汽车养护装饰消费潮流正在兴起
 - 五、传统维修产业模式发生变化
 - 六、市场需求缔造行业前景
- 第二章 汽车美容行业的投资与经营
 - 第一节 汽车美容行业现状及分析
 - 一、汽车美容行业市场浅析
 - 二、汽车美容行业利润分析
 - 三、汽车美容行业亟须规范
 - 四、汽车美容连锁加盟现状
 - 第二节 汽车美容自主办店的筹备
 - 一、汽车美容店的开店准备
 - 二、开店前的市场调查和分析
 - 三、银行贷款流程简单介绍
 - 四、商号选择与登记办照
 - 第三节 汽车美容自主办店的投资
 - 一、汽车美容店的选址
 - 二、汽车美容店的办店规划
 - 三、汽车美容店的开业启动
 - 第四节 汽车美容自主办店的经营
 - 一、汽车美容规范作业
 - 二、汽车美容店的经营
 - 三、汽车美容店的管理
- 第三章 汽车维修店的投资与经营
 - 第一节 汽车维修行业概述
 - 一、汽车维修店的业务范围
 - 二、汽车维修店的从业条件
 - 第二节 汽车维修办店的投资规划
 - 一、汽车维修店的前期调研
 - 二、汽车维修店的投资预算
 - 三、汽车维修工具与设备的选购
 - 第三节 汽车维修行业的店面经营
 - 一、汽车维修营业执照办理
 - 二、汽车维修经营项目选择
 - 三、店面的经营定位与特色
 - 第四节 汽车维修作业规范及管理
 - 一、汽车维修店的作业规范
 - 二、汽车维修店的管理制度

<<汽车后市场投资经营指南>>

第四章 汽车护理品小生产投资与经营

第一节 汽车护理品的行业前景

- 一、汽车后市场的重中之重
- 二、汽车护理品小生产市场前景

第二节 汽车护理品的产品知识

- 一、清洗清洁类汽车护理品
- 二、上光养护类汽车护理品
- 三、其他类汽车护理品综述

第三节 汽车护理品小生产的投资

- 一、简约而不简单：小生产办厂筹备
- 二、小生产的投产原则和产品选择
- 三、汽车护理品小生产的效益简介
- 四、关于汽车护理品的一些投资答疑

第四节 汽车护理品小生产的经营

- 一、对于小投资市场占有率没意义
- 二、经营中的远交近攻：鲸吞与蚕食
- 三、经营中的高低呼应：多品牌战略
- 四、经营动态恳谈：亦喜亦忧汽车车窗玻璃清洗液
- 五、承前与启后：小生产的关键作用

第五章 汽车后市场连锁的创办与经营

第一节 连锁加盟本地化的市场形势

- 一、连锁经营两种表现形式
- 二、汽车后市场的地方连锁
- 三、地方连锁的本地化优势

第二节 把单独店面创办成连锁加盟

- 一、形象是重要的经营手段
- 二、单独店面创办连锁案例
- 三、标识形象的借鉴与设计

第三节 汽车后市场连锁加盟的经营

- 一、连锁品牌形象与造势招商
- 二、借助互联网推动连锁加盟
- 三、车友俱乐部：这不是玩票
- 四、汽车后市场的连锁新业态

第四节 与连锁相关的市场资源整合

- 一、购车常识及车辆代购业务
- 二、车险常识及车险业务代理
- 三、旧车评估及二手车交易服务
- 四、汽车租赁及经营管理模式
- 五、微修汽配件的采购及管理

后记：一些临别赠言

寄语：做一个商人

<<汽车后市场投资经营指南>>

章节摘录

版权页：插图：汽车打蜡和封釉同为汽车漆面美容、保护汽车漆面光泽的手段，因此，在功能上二者有相同的地方，但和打蜡比较，汽车封釉有以下的优势。

1) 不溶于水。

封釉可以避免汽车打蜡后怕水的缺陷。

由于汽车打蜡所使用的蜡是溶于水的，因此，如果汽车刚刚打完蜡后碰上阴雨天气，打上的蜡就会被雨水所溶解，起不到保护漆面和美容的作用。

而釉则因为不溶于水，做完封釉后不用担心被水溶解的现象发生，可以在一定时间内长期保护汽车漆面。

2) 不损坏原有漆面。

和打蜡相比，封釉的第二个优点就是不会损坏汽车漆面。

由于传统的汽车打蜡都要先洗车后打蜡，频繁的洗车自然会对汽车漆面造成危害，久而久之就会使之变薄，而封釉则是使流动的釉体在汽车漆面表层附着并以透明状硬化，相当于给汽车漆面穿上一层透明坚硬的“保护衣”，因此可以起到保护汽车漆面的作用。

3) 保护时间长。

汽车做封釉之后可以保护一个月甚至更长时间，避免了经常洗车打蜡的烦恼，汽车表面的灰尘可以轻松擦去。

汽车展会上的展车大多进行了封釉处理，因而汽车漆面显得非常靓丽。

车漆封釉的好处固然不少，但也不是一封完釉就万事大吉的。

还是要注意日常使用中的车身美容和车漆养护。

而且，封釉的价格比较高，这也是它市场推广过程中的一个阻力。

在封釉概念之后，肯定会有新概念登场，例如2007年市场中所热炒的汽车镀膜或汽车烤瓷等，我相信，更玄乎的概念还会有，商人做的就是创造概念、营销概念，这无可厚非。

无论是封釉、镀膜、烤瓷，难免有市场推广的夸张之词，车主可结合个人经济能力和消费情趣来选择适合自己的上光养护类汽车护理品。

对于投资者来说，就更没必要追着概念跑了。

性价比主导下的市场实际需求，才是离你最近的赚钱之道。

三、其他类汽车护理品综述 汽车后市场对汽车护理品的需求已经十分可观，在介绍了清洗清洁类汽车护理品和上光养护类汽车护理品之后，其余的汽车护理品，统一归入其他类进行介绍。

(1) 汽车水循环系统产品 汽车水循环系统产品主要有：汽车防冻液、散热器宝等。

汽车水循环系统产品主要是指汽车防冻液（发动机冷却液）、散热器宝以及汽车水循环系统清洗剂和汽车散热器堵漏剂等。

其中以汽车防冻液的使用范围最广，消耗量最大。

各个汽车美容店、4s店、汽配店、汽车修理厂均有销售，这里重点介绍一下汽车防冻液。

汽车防冻液主要由水、防冻剂和各种添加剂所组成。

1) 水：是汽车防冻液中的重要组成部分，这不仅是因为水具有良好的导热性能，还因为符合标准的汽车防冻液中所使用的防冻剂乙二醇只有配成一定浓度的水溶液才能充分发挥其防冻作用。

在我们经常使用的自来水、泉水、地下水含有大量溶解性物质，如钙、镁、钾、钠、铁等金属离子，还含有很多阴离子如硫酸根、磷酸根、硅酸根、碳酸根和氯离子等。

这些阴离子在加热的条件下与溶液中的钙、镁和铁等阳离子生成水垢，降低传热效率，而氯离子或硫酸根离子达到一定浓度时，会严重加剧冷却系统的腐蚀。

因此，在生产汽车防冻液和给冷却系统补加水的过程中，必须使用蒸馏水或去离子水。

从汽车护理品小型生产的角度来说，控制水质也是技术要求之一。

<<汽车后市场投资经营指南>>

编辑推荐

《汽车后市场投资经营指南》基本涵盖了国内最具投资前景的汽车后市场领域，为业内经营管理者 and 汽车后市场投资者提供参考。

<<汽车后市场投资经营指南>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>