

★ 服务热线: 400-615-1233
★ 配套精品教学资料包
★ www.huatengedu.com.cn

(第2版)

汽车美容与装饰

QICHE MEIRONG YU ZHUANGSHI

高等职业教育汽车系列精品教材

汽车美容与装饰 (第2版)

主编 崔政敏 代世勋

北京邮电大学出版社



X-A

ISBN 978-7-5635-6248-0



9 787563 562480 >

定价: 45.00元

策划编辑: 马子涵
责任编辑: 马子涵
封面设计: 刘文东

高等职业教育汽车系列精品教材

“互联网+”创新型教材

(第2版)

汽车 美容与装饰

QICHE MEIRONG YU ZHUANGSHI

主编 崔政敏 代世勋

工匠精神培育与教材内容深度融合
按照企业工作流程, 校企双元开发



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

高等职业教育汽车系列精品教材

“互联网+”创新型教材

(第2版)

汽车 美容与装饰

QICHE MEIRONG YU ZHUANGSHI

主 编	崔政敏	代世勋
副主编	李志善	王德猛
	李 飞	
主 审	曹晗峰	



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书理论知识的阐述以“必需、够用”为基本原则,通过典型工作任务的实施,重点培养学生的技能水平、从业综合素养和动手能力,学生通过学习与训练可以不断提高思考问题和解决问题的能力。全书包括认识汽车美容与装饰、汽车外部美容、汽车内部美容、汽车外部装饰和汽车内部装饰 5 部分内容,理论联系实际,内容新颖、详尽。

本书可作为高职院校汽车检测与维修技术、汽车电子技术、汽车技术服务与营销等相关专业的教材,也可作为汽车美容与装饰行业的从业人员及相关培训机构的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车美容与装饰 / 崔政敏, 代世勋主编. -- 2 版. -- 北京: 邮电大学出版社, 2020. 11 (2025. 7 重印)
ISBN 978-7-5635-6248-0

I. ①汽… II. ①崔… ②代… III. ①汽车—车辆保养—高等职业教育—教材 IV. ①U472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2020)第 211348 号

策划编辑: 马子涵 责任编辑: 马子涵 封面设计: 刘文东

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号

邮政编码: 100876

发 行 部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 三河市龙大印装有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 15 插页 1

字 数: 310 千字

版 次: 2020 年 11 月第 2 版

印 次: 2025 年 7 月第 6 次印刷

ISBN 978-7-5635-6248-0

定 价: 45.00 元

· 如有印装质量问题, 请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

服务电话: 400-615-1233

第2版前言

P R E F A C E

《汽车美容与装饰(第2版)》是编者根据多年的企业实践经验、课堂教学经验、教学成果,按照教学大纲的要求编写的。在第1版的基础上,本书结合汽车美容与装饰企业的实际工作经验,将企业的典型工作和考核评价方案融入教材,使学生了解先进的企业典型工作任务和汽车美容与装饰行业的前沿产品。

本书的特点是集教学、实践、考核、评价于一体,充分体现学生的学习主体地位,注重学生基本职业素养的培养,内容与企业典型工作任务紧密结合,使学生能够掌握本门课程的新材料和新知识。任务实施与评价部分将一线实际工作引入教材,并参考业内典型考核标准制定了相应的评价标准,同时配有课后练习及学习视频,以辅助学生进行自学、自测、评价。

本书具有以下特点:

1. 创新编写体例。本书打破了传统的“章、节”编写模式,建立了以工作任务为导向的行动体系,以汽车装饰与美容行业一线操作规范为基础,结合企业6S管理规范,使学生在真实工作过程中完成知识和技能的学习。
2. 真实的工作案例。本书精选了汽车装饰与美容行业典型工作实例,在编写过程中,尽可能地反映企业真实的工作环境和工作状态,有利于学生在真实的情境中进行学习。
3. 丰富多样的教学资源。本书配有二维码、微课视频和丰富的教学资料包,可通过扫描书中二维码或登录华腾教育网,免费获得更多学习资源。

为了学习后续课程和为今后工作打好基础,本课程建议用一个学期,总计64个学时完成。各专业可根据需要酌情增减,具体学时建议分配如下。

学习情境	任 务	学 时	合 计
学习情境一 认识汽车美容与装饰	认识汽车美容	2	10
	认识汽车装饰	2	
	汽车美容的安全操作与环境保护	2	
	汽车美容与装饰的发展现状	4	

续表

学习情境	任 务	学 时	合 计
学习情境二 汽车外部美容	汽车外部清洗与养护	4	18
	汽车漆面美容	6	
	汽车玻璃的保养护理	4	
	发动机室的清洁养护	4	
学习情境三 汽车内部美容	汽车贴膜	6	14
	汽车内部清洁	4	
	汽车内部部件清洗	4	
学习情境四 汽车外部装饰	汽车面漆特种喷涂装饰	4	10
	车身大包围装饰	2	
	汽车车顶装饰	2	
	汽车车轮装饰	2	
学习情境五 汽车内部装饰	座椅装饰	4	12
	仪表板装饰	2	
	地板、坐垫及汽车隔音装饰	2	
	精品装饰	2	
	其他装饰	2	
总计		64	

本书由山东劳动职业技术学院崔政敏、代世勋任主编,由李志善、王德猛、李飞任副主编,由济南睿达物联网有限公司曹晗峰主审。其中,崔政敏编写学习情境一,李志善编写学习情境二,代世勋编写学习情境三,王德猛编写学习情境四,李飞编写学习情境五。

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,欢迎读者提出宝贵意见。

编 者

第1版前言

P R E F A C E

随着社会经济的不断发展,我国汽车保有量逐年递增,已经成为世界第一大产销国。汽车工业的蓬勃发展,对汽车专业技术人才的数量和质量提出了更高的要求。汽车美容与装饰在汽车后市场中占有很大比重,但是大多数消费者对汽车美容与装饰的知识了解非常有限,高水平的专业技术人员匮乏,与国外先进的汽车美容装饰企业相比存在一定差距,整个行业从业人员的技术水平提高速度缓慢。

本书针对汽车美容与装饰行业面临的挑战与发展机遇,结合我国汽车美容市场现状,在深入企业调研的基础上对各工作岗位所需的能力进行分析,提炼各工作岗位的典型工作任务,对典型工作任务进行重新整合序化,将企业的工作内容转化为学生课堂的学习内容。着重对汽车美容与装饰的工艺内容、工艺规程及相关产品的运用进行介绍,注重实用性和可操作性,力求使教学贴近企业实际,解决实际问题,因此具有基本理论与技术应用密切联系的特色。

为了学习后续课程和为今后工作打好基础,本课程建议用一个学期,总计 64 个学时完成。各专业可根据需要酌情增减,具体学时建议分配如下表所示。

情 境	任 务	学 时	合 计
学习情境一 认识汽车美容与装饰	认识汽车美容	2	10
	认识汽车装饰	2	
	汽车美容的安全操作与环境保护	2	
	汽车美容与装饰的发展现状	4	
学习情境二 汽车外部美容	汽车外部清洗	4	18
	汽车漆面美容	6	
	汽车玻璃的保养护理	4	
	发动机室的清洁养护	4	

续表

情 境	任 务	学 时	合 计
学习情境三 汽车内部美容	汽车贴膜	6	14
	汽车内部清洁	4	
	汽车内部部件清洗	4	
学习情境四 汽车外部装饰	汽车面漆特种喷涂装饰	4	10
	车身大包围装饰	2	
	汽车车顶装饰	2	
	汽车车轮装饰	2	
学习情境五 汽车内部装饰	座椅装饰	4	12
	仪表板装饰	2	
	地板装饰	2	
	精品装饰	2	
	其他装饰	2	
总计		64	

本书由山东劳动职业技术学院崔政敏副教授、代世勋任主编并统稿,由武文建、王婷和山东商业职业技术学院刘树臣任副主编,由孙泽涛主审。其中,崔政敏编写学习情境一,武文建编写学习情境二,代世勋编写学习情境三,王婷编写学习情境四,刘树臣编写学习情境五。

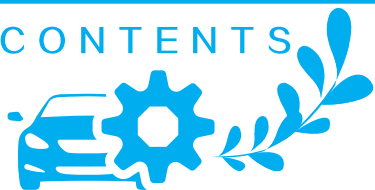
本书在编写过程中参考了大量的技术文献资料,在此谨向相关作者表示衷心的感谢。由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,欢迎读者提出宝贵意见。

编 者



目录

CONTENTS



学习情境一 认识汽车美容与装饰 1

任务一 认识汽车美容 1

任务引入 1

任务分析 1

学习目标 2

相关知识 2

一、汽车美容的概念 2

二、汽车美容的作用 2

三、汽车美容的分类 3

四、汽车美容的依据与原则 4

五、汽车美容与颜色 5

六、汽车美容销售 9

思考与练习 13

任务二 认识汽车装饰 13

任务引入 13

任务分析 13

学习目标 14

相关知识 14

一、汽车装饰的定义 14

二、汽车装饰的分类 14

三、各类轿车的装饰特点 14

四、轿车装饰的文化内涵 16

思考与练习	18
任务三 汽车美容的安全操作与环境保护	18
任务引入	18
任务分析	19
学习目标	19
相关知识	19
一、汽车美容人员的安全操作规程	19
二、设备安全操作的注意事项	21
三、预防措施	22
四、汽车美容施工培训	24
思考与练习	25
任务四 汽车美容与装饰的发展现状	25
任务引入	25
任务分析	25
学习目标	26
相关知识	26
一、汽车美容与装饰行业现状分析	26
二、汽车美容连锁经营	26
思考与练习	30

学习情境二 汽车外部美容 31

任务一 汽车外部清洗与养护	31
任务引入	31
任务分析	31
学习目标	32
相关知识	32
一、常见的汽车损害	32
二、常见的洗车方式	35
三、洗车的前提条件和工具	36
四、各种洗车液的特点	37
五、汽车打蜡	37
六、汽车封釉	39
任务实施与评价	40
一、洗车	40
二、打蜡	43
三、封釉	44



思考与练习	45
任务二 汽车漆面美容	45
任务引入	45
任务分析	46
学习目标	46
相关知识	47
一、车漆的层次和作用	47
二、漆面修复常用设备	52
三、车漆的损伤程度	56
四、研磨与抛光	57
五、汽车喷漆	60
六、汽车镀膜	65
七、汽车镀晶	68
任务实施与评价	69
一、车漆斑点的修复作业	69
二、发丝划痕修复作业	71
三、中度划痕修复作业	72
四、汽车抛光作业	73
五、汽车镀膜、镀晶作业	74
思考与练习	76
任务三 汽车玻璃的保养护理	76
任务引入	76
任务分析	77
学习目标	77
相关知识	77
一、玻璃的成分	77
二、玻璃的分类	77
三、车用玻璃	82
四、常见护理用品与用途	83
五、后视镜	84
任务实施与评价	85
一、车窗玻璃的清洁维护工艺	85
二、汽车玻璃抛光工艺	86
三、后视镜贴膜	87
思考与练习	88
任务四 发动机室的清洁养护	88
任务引入	88

任务分析	89
学习目标	89
相关知识	89
一、积炭检测	89
二、发动机内部清洗	90
三、冷却系统与润滑系统的清洗	93
任务实施与评价	94
思考与练习	95

学习情境三 汽车内部美容..... 96

任务一 汽车贴膜 96

任务引入	96
任务分析	97
学习目标	97
相关知识	97
一、太阳膜的作用	97
二、太阳膜的分类	98
三、防爆太阳膜	99
四、改色膜	101
任务实施与评价	103
思考与练习	110

任务二 汽车内部清洁 111

任务引入	111
任务分析	111
学习目标	112
相关知识	112
一、汽车顶棚	112
二、车门饰板	116
三、车座	118
四、地毯和脚垫	119
五、仪表板和方向盘	121
六、汽车侧门围与安全带	123
任务实施与评价	124
思考与练习	126

任务三 汽车内部部件清洗 126

任务引入	126
------------	-----



任务分析	126
学习目标	127
相关知识	127
一、安全气囊	127
二、汽车音响和喇叭	129
三、汽车空调	133
四、电动玻璃升降器	138
任务实施与评价	141
一、日常开车时的空调养护	141
二、汽车空调养护须知	142
三、汽车空调清洗步骤	143
思考与练习	144

学习情境四 汽车外部装饰 145

任务一 汽车面漆特种喷涂装饰 145

任务引入	145
任务分析	146
学习目标	146
相关知识	146
一、车身漆膜喷涂的意义	146
二、汽车面漆喷涂装饰的设备及工具	147
三、汽车外部喷涂装饰材料	148
四、多色花纹喷涂装饰技术	149
五、美术油漆装饰工艺	150
六、车身珍珠漆装饰	151
任务实施与评价	152
思考与练习	154

任务二 车身大包围装饰 154

任务引入	154
任务分析	155
学习目标	155
相关知识	155
一、车身大包围概述	155
二、车身大包围的设计原则	157
任务实施与评价	157
一、大包围装饰的施工工艺	157

二、大包围常见安装工艺及评价	158
思考与练习	159
任务三 汽车车顶装饰	160
任务引入	160
任务分析	160
学习目标	160
相关知识	161
一、汽车天窗	161
二、车顶行李架	164
三、车顶天线	165
任务实施与评价	165
一、行李架的维护保养	165
二、行李架的安装与评价	166
思考与练习	166
任务四 汽车车轮装饰	167
任务引入	167
任务分析	167
学习目标	167
相关知识	168
一、汽车车轮总成	168
二、车轮装饰的具体内容	170
任务实施与评价	171
一、轮毂拆装	171
二、轮毂清洗	172
思考与练习	174

学习情境五 汽车内部装饰 **175**

任务一 座椅装饰	175
任务引入	175
任务分析	175
学习目标	176
相关知识	176
一、座椅的结构	176
二、座椅的分类	177
三、坐垫与枕垫	179
四、真皮座椅	181



五、布套座椅	184
任务实施与评价	185
思考与练习	186
任务二 仪表板装饰	187
任务引入	187
任务分析	187
学习目标	187
相关知识	187
一、仪表板的结构	187
二、仪表板的种类	188
三、仪表板的性能要求	189
四、仪表板装饰的要点	189
五、桃木装饰	190
六、个性化装饰	191
任务实施与评价	192
思考与练习	193
任务三 地板、坐垫及汽车隔音装饰	193
任务引入	193
任务分析	194
学习目标	194
相关知识	194
一、地板	194
二、坐垫	198
三、汽车隔音	199
任务实施与评价	201
一、地毯安装	201
二、汽车隔音的方法	203
思考与练习	204
任务四 精品装饰	205
任务引入	205
任务分析	205
学习目标	205
相关知识	205
一、车内空气净化	205
二、车用香品装饰	211
三、饰品装饰	213
思考与练习	216

任务五 其他装饰	216
任务引入	216
任务分析	216
学习目标	217
相关知识	217
一、内衬和顶棚装饰	217
二、汽车防盗装置	219
三、侧围内护板、车门内护板装饰	221
四、方向盘套	223
任务实施与评价	224
思考与练习	227

参考文献	228
------------	-----



学习情境一

认识汽车美容与装饰



任务一 认识汽车美容



任务引入

汽车车主都希望自己的汽车亮丽整洁。那么如何才能使汽车变得更加亮丽呢？汽车美容仅仅是让汽车变漂亮吗？有没有其他作用？汽车美容有哪些具体的作业项目？汽车美容的依据与原则是什么？汽车美容中的颜色该如何选择？



任务分析

本任务在学习过程中以认知学习为主,为后面学习具体的任务实施打下理论基础。注重对基本原理的分析理解,将基本原理与生活实际相结合,学习效果更佳。在学习本任务时应结合生活中汽车美容的具体实例,以理解和记忆为主。



学习目标

掌握汽车美容的定义；
了解汽车美容的作用；
掌握常见汽车美容分类和作业项目；
了解汽车美容的依据与原则；
了解汽车美容与颜色的关系。



相关知识

一、汽车美容的概念

汽车美容是指根据汽车各部位的不同材质及美容机理,采用有针对性的专业美容系列用品和专业工具设备,按照一定的操作工艺,由表及里对汽车进行细致的养护、修复和翻新,从而实现旧车变新、新车保值、延寿增益的功效。

专业汽车美容具有系统性、规范性和专业性等特性。所谓系统性,就是着眼于汽车的自身特点,由表及里进行全面而细致的保养;所谓规范性,就是每一道工序都有标准和规范的技术要求;所谓专业性,就是严格按照工艺要求采用专用工具、专用产品和专业技术手段进行操作。汽车美容应使用专用优质的养护产品,针对汽车不同部位的材质进行有针对性的保养、修复和翻新,使经过专业美容后的汽车外观洁亮如新,并保持长久。

“汽车美容”一词源于西方发达国家,英文为 car beauty 或 car care,意指汽车的美化与维护。在西方国家,这一行业被形容为汽车保姆(car care center),是汽车生产、销售、维修之后的第四行业。

二、汽车美容的作用

1. 保持和恢复汽车的美丽容颜

汽车在使用和停放过程中,由于日晒、风吹、雨淋等原因,车身表面要受到以下几个方面的侵害。

1) 阳光中的紫外线对汽车漆面的侵害

汽车漆面长期经阳光照射,阳光中的紫外线会使漆层内的油分大量损失,造成漆面日益干燥,出现失光、异色、斑点,甚至龟裂等现象。

2) 大气中的有害气体对漆面的侵害

由于大气污染,空气中的二氧化硫、二氧化氮等有害气体的含量日益增高。汽车在高速行驶中,车体与空气摩擦使车身表面形成一层强烈的静电层,静电吸附的灰尘、有害气体分子附着物逐渐加厚,时间久了就会形成一层顽固的膜,持续损伤漆面,导致原来很光亮的车身变得暗淡无光。

3) 雨水对漆面的侵害

由于工业污染不断加重,雨水中的二氧化硫及其他有害物质的含量越来越高,导致酸雨



视频

汽车美容案例



的形成,从而使漆面受到侵害。热带、海边等地区的潮湿空气盐分含量很高,也会使车身漆面受到侵蚀。

4) 其他因素对汽车漆面的损害

汽车在树荫处停放会黏附树胶、鸟粪等有害物质;汽车在运行中因碰擦会使汽车漆面划伤;另外,路面沥青和脏物等黏附于漆面也会使漆面受到损害。

上述原因会使汽车漆面受到种种伤害,要想使汽车始终保持美丽容颜,就必须对漆面进行必要的护理作业。

2. 改善车内环境

汽车内室是驾驶员和乘客在行驶途中的生活空间,车内环境对驾乘人员的心情和身体健康都有较大影响。导致车内环境变差的主要因素如下。

1) 车内空气污染

汽车在行驶中,车内空气很容易受到污染,如车厢密封不好,发动机排气窜入车内;道路上汽车排放的废气、灰尘等污染物进入车内;等等。另外,车内装饰材料环保性能差也会释放出有害气体。

2) 车内噪声污染

汽车在行驶过程中,由于发动机的轰鸣声、车外的风声,还有机械的振动声等会使驾乘人员感到烦躁、焦虑和不安。

3) 车内物品污染

车内座椅、地毯等物品在使用中会因灰尘、汗渍、小孩尿液等受到污染。

上述原因会导致车内环境恶化。通过车内空气污染控制、汽车隔音、车内物品护理等汽车美容作业,可营造一种温馨、美观的车内环境,使驾乘人员乘坐舒适,心情愉快。

三、汽车美容的分类

汽车美容根据不同的分类方法分为多种类型,具体如表 1-1 所示。

表 1-1 汽车美容的分类

分类依据	定 义	具体作业项目
根据作业性质分类	护理性美容: 为保持车身漆面和内饰件表面亮丽和延缓其性能减退而进行的美容作业	新车开蜡,汽车清洗,漆面研磨、抛光、还原,上蜡增艳处理、内饰护理及汽车防护等
	修复性美容: 车身漆面或内饰件出现某种缺陷后所进行的恢复性美容作业	表面处理、局部修补、整车翻新及内饰件修补更换等
根据汽车服务部位分类	车表美容: 汽车表面清洁美容	高压洗车,除锈,去除沥青、焦油等
	漆面美容: 分为护理性漆面美容和修复性漆面美容	漆面轻度失光处理、中浅划痕处理,漆面深刻痕处理,漆面局部喷涂、整车喷涂等
	车饰美容: 包括内饰美容、外饰美容及发动机底盘美容	仪表台、顶棚、地毯、脚垫、座椅、座套、车门内饰的吸尘清洁保护,高温蒸汽杀菌,车饰空气净化;车窗玻璃、车灯、后视镜、保险杠、轮毂、轮罩、裙边等的清洁与护理;发动机清洁;喷上光保护剂、蓄电池清洁、底盘装甲;等等

续表

分类依据	定 义	具体作业项目
根据汽车服务部位分类	汽车防护: 对汽车的美观不产生直接影响,却能很好地呵护爱车	贴防爆太阳膜、安装防盗器、安装静电放电器、安装汽车语音报警装置等
	汽车精品: 汽车美容的点睛之处,也是一种汽车文化的体现	车用香水、蜡掸、护目镜、方向盘套、座椅等
根据汽车实际美容程度分类	一般美容: 将汽车表面的污染物、尘土洗去,然后打蜡,增加车身表面的光亮度,起到粗浅美容作用	洗车、打蜡等
	专业汽车美容: 不仅包括对汽车的清洗、打蜡,更主要的是根据汽车实际需要进行维护	汽车护理用品的正确选择与使用、汽车漆面护理、修复性美容、汽车装饰、精品装饰

四、汽车美容的依据与原则

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

由于汽车美容的项目、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,对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即可。

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,车漆表面出现划痕,尤其是较深的划痕,若处理不及时,会导致金属锈蚀,从而增大了处理难度。

3) 因环境而异

汽车行驶的地域和道路不同,汽车进行美容作业的时机和项目也不同。例如,若汽车经常在污染较重的工业地区使用,则应缩短汽车的清洗间隔,经常检查漆面有无污染色素,并采取积极预防措施;若汽车在沿海地区使用,由于当地空气潮湿,且大气中含盐分较多,则一旦漆面出现划痕应立即采取治理措施,否则会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,则应缩短抛光、打蜡的周期。

4) 因季节而异

不同的季节、气温和气候的变化,对汽车表面及内饰部件具有不同的影响。例如,汽车在夏季使用由于高温,漆膜易老化,在冬季使用由于严寒,漆膜易冻裂,所以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。



2. 汽车美容的原则

1) 预防为主的原则

尽管轻微的漆面划痕可以通过研磨、打蜡、抛光等手段进行处理,但毕竟会使漆面变薄,影响汽车美容及汽车的使用。因此,汽车美容要以预防为主,在汽车的使用过程中要特别小心,积极预防损伤的发生。

2) 专业美容与自助美容护理相结合的原则

虽然汽车专业美容能使车主体会到方便、快捷、周到的服务,但是考虑到费用的问题,也不可能天天到汽车美容店进行处理。汽车在日常使用中,车主应该自己动手进行保养与维护,特别是车身表面、车轮等部位。当然,要进行自助美容,车主应该具有一定的汽车基础知识和汽车美容常识,但定期到汽车美容店进行美容也是必不可少的,因为诸如漆面修补等项目必须由专业人员进行。只有将汽车专业美容和车主自助美容有机结合起来,才能使汽车美容项目既经济又实用。

3) 单项作业与全套作业相结合的原则

汽车美容服务作业的项目和内容较多,在作业中应根据车况有针对性地选择作业项目和内容,如果进行单项美容作业就能解决问题,那么就没有必要进行全套护理作业,这主要是考虑到美容对汽车的影响和费用问题。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、打蜡、抛光,那么漆膜厚度很快就会变薄,当露出底漆时,就必须进行重新喷涂处理,这将是很大的一笔费用,而且效果与汽车原厂烤漆也有很大差别。

4) 局部美容与全车美容相结合的原则

汽车漆膜局部出现缺陷或损伤时,只要对局部进行处理即可,只有在全车漆膜大面积出现损伤时,才考虑对全车漆膜进行处理。对漆膜进行处理应到专业汽车品牌的 4S 店进行,不主张到汽车美容店做漆膜处理。

五、汽车美容与颜色

汽车漆的颜色在很大程度上由汽车表面的色样来实现。现在汽车除了要有多姿多彩的造型外,还必须要有绚丽的色彩,以满足人们的审美需要。

1. 色彩原理

所谓光线就是能够在人的视觉系统上引起亮度和颜色感觉的电磁辐射,所以人们凭借光线才能看到物体的颜色。光是一种电磁辐射,也是一种电磁波,我们通常所见到的光线称为可见光,它是指在电磁波谱中占据一定范围,能够被肉眼感觉到的电磁辐射形式,其波长范围是 400~700 nm。在此范围之外还有紫外线和红外线等射线。我们平时所观察到的彩虹就是可见光的一种表现形式,它的色彩按红、橙、黄、绿、青、蓝和紫的顺序排列,这些彩色光结合在一起就构成了白色光,也称日光或自然光。

1666 年,英国物理学家牛顿做了一个实验,他将太阳的白色光透过三棱镜映在白色的荧幕上,形成一条按一定顺序排列的彩色带,如图 1-1 所示。彩色带由红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七色光组成,光的这种现象称为光的色散,彩色带称为光谱。通过这个实验我们知道太阳光是由多种色光组成的,人们定出光谱上的色光有红、橙、黄、绿、青、蓝、紫七种颜色。

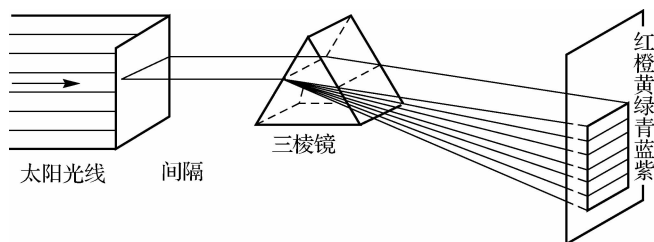


图 1-1 太阳光散射原理图

在不同的照明条件下,各色彩看上去大不相同。设想你将一辆红色跑车停在由钠光灯照明的停车场内,你也许会注意到你的车看上去不再是红色,而呈现出橙色。物体只能反射它从光源接收到的波长。通常把发光的物体称为光源,如太阳、白炽灯和日光灯等。光源有自然光源和人造光源之分,太阳是自然光源,是最佳的光源,这是因为太阳光中含有不同波长的光,并且光能的分布比较均衡。但是在太阳光的光谱曲线上,曲线在光谱的蓝色一端走势较高,因此说日光在本质上有些发蓝,如图 1-2 所示。而白炽灯、日光灯是人造光源,若将日光与白炽灯光进行比较,就会看到白炽灯产生的波长更趋向于在光谱的红色一端达到峰值。因为白炽灯光是由加热灯丝产生的,光中主要含有红色的光线,属于较温暖的光线,白炽灯的曲线如图 1-3 所示。冷白色的日光灯在可见光的蓝色部分放射更多的能量,所以当步入日光灯照明的房间时,你会注意到衣服和脸色看上去有些发青,灯光中主要含有蓝色的光线,属于较冷的光线,日光灯的曲线如图 1-4 所示。

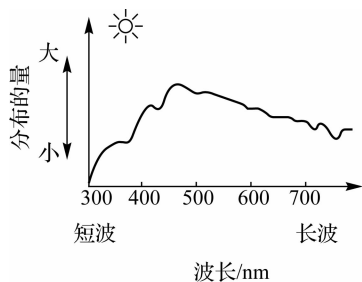


图 1-2 日光曲线

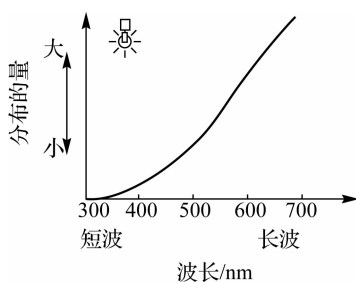


图 1-3 白炽灯曲线

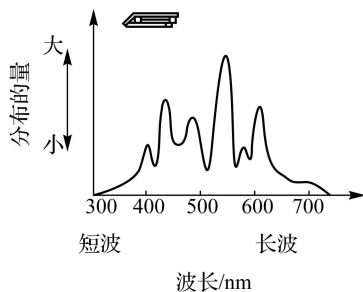


图 1-4 日光灯曲线

2. 汽车的颜色

颜色的作用是客观世界的主观反映。不同波长的光作用于人的视觉器官而产生色感时,必然导致人产生某种带有感情的心理活动,汽车颜色的作用之一就是带给人不同的情感体验。汽车颜色的感觉效应是指色彩对人所产生的心理、生理作用和影响。汽车不同的颜色能给人们以不同的感觉,对不同的颜色形成了不同的印象与联想,人们对汽车颜色的选择,往往因年龄、性别、爱好等不同而有差异。汽车颜色对感觉的作用如表 1-2 所示。



表 1-2 汽车颜色对感觉的作用

感 觉	作 用	具体应用
冷暖感	红、橙、黄等颜色会使人联想到旭日东升和燃烧的火焰,从而与暖、热的概念联系起来,产生温暖感。看到青、蓝等色会使人联想到天空、海水,又与清凉的概念相联系,产生凉爽感。因此,把黄橙、橙、红橙、红、紫红等颜色称为暖色;把紫、紫蓝、蓝、蓝绿、绿、黄绿等颜色称为冷色;黄色介于冷暖色之间,称为中间色。冷暖感不同的色彩给人们带来不同的感觉,暖色给人以温暖、兴奋、刺激感,而冷色则给人以清凉、沉静、安定的感觉	根据汽车的使用环境合理地应用色彩,可调节人们对冷暖的感觉,从而提高汽车的心理舒适性,如在低温或严寒地区应使用暖色,在高温或炎热地区应使用冷色
进退感	根据人们视觉距离的不同,颜色可分为前进色和后退色。例如,红、蓝两种颜色的物体与观察者保持等距离,但在观察者看来,似乎红色物体离观察者要近一些,蓝色物体要远一些。因此,把红、黄等色称为前进色,把蓝、绿等色称为后退色	在车身色彩设计中,一般前进色用于汽车的主要和突出部位,后退色用于次要部位
胀缩感	根据人们视觉面积的不同,颜色可分为膨胀色和收缩色。当我们在一定距离的地方比较两块大小完全相等的色块时,在暗底色上的亮色块比亮底色上的暗色块大,这是由于较亮色块的轮廓产生了膨胀感,暗色块的轮廓相对产生了收缩感。可见,不同的色彩作用于人们的视觉感有面积大小的变化。一般情况下,明度高的暖色给人以膨胀的感觉,明度低的冷色给人以收缩的感觉;光泽度高的颜色使人产生膨胀感,光泽度低的颜色使人产生收缩感	在车身色彩设计中,利用色彩的胀缩感,有意使人们产生错觉来调整车身形体的比例关系,以求得整体的比例和协调
明暗感	根据人们视觉亮度的不同,颜色可分为明色和暗色。红、黄等色为明色,明色物体看起来大一些、近一些,给人以开明、轻巧、雅洁的感觉;蓝、绿等色为暗色,暗色物体看起来小一些、远一些,给人以稳重、含蓄的感觉,但也有压抑和忧郁之感	现代汽车大都采用明色,暗色只是小面积局部使用
轻重感	色彩的轻重感主要是由颜色的明度来决定的。一般明度高的浅色感觉较轻,其中以白色最轻;明度低的深暗颜色感觉重,其中以黑色最重。对钢铁、岩石等颜色感到重;对羽毛、雪花等的颜色感到轻。利用色彩的轻重感,可在处理形态的均衡与稳定上起到平衡的作用。它可以使重的形体显得轻巧,也可以使轻的形体显得稳定	在客车车身下部配置深色,上部配置浅色,使人感到下重上轻,从而给人以稳定的感觉
软硬感	颜色的软、硬感,表现在有的色彩给人以柔软的感觉,有的是坚硬的感觉,这种感觉主要是由明度和纯度来决定的,明度高的颜色给人以柔软感。但当颜色明度接近白时,其软感有所下降。明度低的颜色给人以坚硬感,纯度中等的颜色显得软,高纯度或低纯度的颜色有硬的感觉	在汽车车厢内部的色彩设计中,利用颜色的软硬感可创造出适宜的乘坐环境,给乘客以轻松、明快、柔和、亲切的感觉,减轻乘车疲劳
兴奋与沉静感	汽车颜色的兴奋与沉静感与色相、明度、纯度都有关。其中,纯度的作用最为明显。在色相方面,凡是偏红、橙的暖色系,都具有兴奋感,凡属蓝、青的冷色系,都具有沉静感;在明度方面,明度高的颜色具有兴奋感,明度低的颜色具有沉静感;在纯度方面,纯度高的颜色具有兴奋感,纯度低的颜色具有沉静感。暖色系中的色彩给人们以兴奋而欢快的感觉,使人情绪饱满、活泼轻快、富有朝气;冷色系中明度和纯度低的色彩给人一种沉静的感觉,可以抑制激动情绪,便于安静休息和冷静思考	在汽车色彩设计中,根据汽车功能的不同来确定是采用兴奋感色彩还是沉静感色彩,如消防车设计为兴奋感很强的红色,是为了使消防队员迅速兴奋和便于人们及时发现;邮政车采用具有沉静感的绿色调,给人以安全、可靠、平和的感觉;长途客车的车厢内设计为浅蓝、浅绿等沉静感色彩,有利于旅客的休息,消除旅途的疲劳

续表

感 觉	作 用	具体应用
质朴感 与纯度	汽车颜色的华丽与质朴感与纯度关系最大,其次与明度有关,鲜艳而明亮的颜色具有华丽感,浑浊而深暗的颜色具有朴素感。有彩色系具有华丽感,无彩色系具有朴素感	华丽的色彩对人的视觉具有较强的刺激性,不宜在汽车上大面积使用,通常只做局部点缀

3. 现代汽车车身的流行色

1) 现代汽车流行色的主导因素

汽车上不断运用流行色来适应和满足购买者不断发展变化的审美心理及审美意识流。汽车的流行色与其使用地区的气候环境及地理条件、民族风格、风土人情等有着密切的关系。因世界上各民族的社会、经济、政治、文化教育及传统生活习惯不同,表现在人们的气质、性格、需求、兴趣、爱情等方面也不尽相同。例如,中国人大都喜欢红、粉绿、群青、金黄以及黄色等;日本人喜欢樱红色;意大利流行黄色;北欧流行绿色、蓝色。这些喜好则是长期积淀在人们深层审美心理结构中的文化形态,都成为汽车色彩设计的依据。

颜色的重要性还在于能在人的心理上产生一种附加效果。颜色的附加效果取决于其面积、明度、纯度和匹配等因素。对于三维的轿车车身来说,由形体、质地及色差所造成的这种效果就更为明显,因此要根据车型来选择轿车颜色,明度和纯度高的颜色能使车体显得大一些,适用于微型轿车;对于中型轿车来说,采用明度和纯度适中的颜色较宜;买大型轿车最好选择低明度和低纯度颜色,因为这类颜色所产生的视觉压缩效果能使车体看起来较为紧凑和坚实。有时车体丰满的豪华车喷上一两种颜色饰条,可以变得俏丽苗条起来。

2) 汽车颜色的变化趋势

当前汽车的流行颜色有以下几种:首先是专家们一致看好的橘红色,它强调暖色调的铜器韵味,在 21 世纪初成为大量应用的个性色;其次是灰褐色,它表现深沉而强烈,适用于豪华轿车;另外,同类的银灰色也可能再度流行。怀旧色强调人们的怀旧情调,在传统色调上创新后将迎合怀旧者的心态。总之,未来汽车颜色的选择将出现以下多种变化趋势。

(1) 多样化。世界每年的汽车产量超过 6 000 万辆。汽车已经遍布世界的每个角落。每个民族、每个人都开始越来越多地接触到汽车,社会多样化、人文多角化的烙印必然在汽车颜色上得到体现。

(2) 生态化。例如,蝴蝶色、鱼色和甲虫色等各种富有表现力的微妙颜色将不断问世,更加体现出汽车的细小个性差异,使汽车不再是大众思维的形象。

(3) 情感性。对应于工业社会的技术进步与人类道德之间的矛盾和冲突,表现人类温暖和情感的纯色有可能越来越受到重视。例如,金属涂料和云母涂料趋向于表现温馨和强烈的大地色调;与此同时,表现力创新的棕色调正日益受到青睐。

(4) 变化性。汽车颜色在不同视角下呈现不同的效果,是当代汽车设计者的又一个焦点话题。有专家建议用银光色和白色表现温柔,用化妆颜色表现女性的优雅,用一组宁静的朦胧色调表现豪华,用一组带金属光泽和微妙色调的灰色表示艺术,用一组五彩缤纷并带反射效应的鲜艳色来突出大众艺术幽默和娱乐气氛,用一组光泽适度和色调变幻的透明色代表科学幻想等。



3) 选择汽车颜色的经验

现在市面上的汽车颜色花样繁多,而汽车颜色的选择主要是由车主的喜好决定的。汽车的颜色也可以表现出个人的性格和心理。同一款式的轿车,虽然颜色不同,但是造价基本一样,颜色不同导致的价格差距主要由车市的供求关系造成。选购不同颜色轿车的攻略如表 1-3 所示。

表 1-3 不同颜色轿车的选购攻略

颜 色	特 征	优 点	适宜人群
黑色	黑色是严肃、坚实、庄重的象征,属于稳定老成的颜色	黑色轿车尊贵、耐脏,刚擦后配漆比较容易	喜欢黑色轿车的人性格较为保守,为人守规矩和注重传统,给人以权威和严谨的感觉。一般适合中老年车友和政府官员用
红色	红色是活力、健康、热情、奔放的象征。红色轿车给人以动感,惹人注意	红色车子的优点是在公路上能吸引别人注意,而且红色由于可以在更远处看到,可以提高车子的安全性	红颜色的轿车适合充满活力、性格外向好动的年轻人来选购
白色	白色是光明、纯洁、空旷、不妥协的个性象征	白色车子在炎炎夏日下可以较少地吸收阳光,使得车表面和车内温度不至于过高	许多青年人,特别是女性喜欢购买白色的轿车
褐色	褐色是安稳、包容、高雅和亲近的象征	褐色车子有耐脏的优点,而且褐色可以给人以温暖、安定和沉着的感觉	褐色轿车适合中年人和事业蒸蒸日上的车主
蓝色	蓝色是希望的象征。蓝色的显得温和安静,给人平淡、稳重的感觉	蓝色车子较少,高档轿车配上蓝色别有风味	蓝色轿车适合职业女性和个性沉着的人

六、汽车美容销售

1. 如何成为优秀的汽车美容销售人员

不同的销售人员有不同的表现,有的销售业绩非常好,从而使得自信心和能力不断增强和提高;有的却销售业绩暗淡,从而导致自己灰心丧气,怀疑自己的能力和工作岗位,产生了工作本身“不适合自己”之说。殊不知,世界上许多的成功企业家是做销售出身。所以,销售工作是一条走向成功的最佳路径和选择。那么如何成为一名优秀的汽车美容销售人员呢?

(1) 必须成为一名本行业内的“专家”。对此要认清两点。

① 没有人会买一个比自己懂的产品知识还少的销售人员推荐的产品。

② 当你比客户对他关注的产品本身多懂 1% 的专业知识的时候,你已经是专家了。

(2) 必须具备良好的心态。把每一次的销售谈判当作一次快乐的思想旅行,每天都会面对各种不同的思想旅行是极其兴奋的事情,当你的快乐感多的时候你的智慧将会无穷无尽地爆发。

(3) 必须掌握属于自己的销售规律。万物皆有门道,实际上这个门道即是规律,销售也

是一样。但规律也有共性和个性之别,不可能有一个法宝适用于所有的人。

(4) 必须勤奋并不断加强训练。所有的完美销售都是训练出来的,都是自我严格要求出来的。只要力求自己做到完美,人人都能成为出色的营销人员。销售人员要在工作中有意识地运用这些知识和规律,勤加训练,从而不断提高解说产品的能力和客户谈判的达成率。

(5) 相信并能不断改善你的产品和服务。如果你不相信自己的产品与服务,就不能算是一个合格的销售人员。

只要我们把重心放在顾客身上,与他们建立信任的关系,明确他们的需求,然后关心他们、善待他们、体贴他们,我们就离目标达成很近了。一名优秀的销售人员并不是有多出众的能力,多高的天赋,只是比基本要求好了一点,而这“一点”就带来了与众不同的人生。在销售的路上没有任何的捷径可走,唯有努力奋进是坦途。

2. 不同汽车美容工艺销售流程

1) 封釉的销售流程及注意事项

(1) 对于新车来说,车漆可以直接封釉。前期对车漆不需要太多的处理,不会对车漆造成额外的伤害。

(2) 对于老车来说,抛光后的车可以推荐客人封釉,这样车漆更加美观,并且还可以保护抛光后可能给车体带来的损伤。

(3) 封釉前是否需要抛光? 新车一般不需要抛光,但是老车如果车上氧化层或者划痕比较多就建议客人抛光。但是要注意需要跟客户明确交代封釉的费用里是不包含抛光的。

2) 镀膜的销售流程及注意事项

(1) 店内镀膜分为两种:单次镀膜和镀膜套盒。一般可以根据客人的情况来推销,如果客人对镀膜产品的效果有怀疑可以推荐客人单次镀膜看一下效果。

(2) 镀膜套盒主要推销对象是店内贴膜客人,尤其是白车。白车容易车漆发黄,车漆镀膜可以防止车漆发黄的现象。而且贴膜客人对店内信任度比较高,更容易接受。

(3) 对于老车镀膜应该接车时进行车体检查,看车体上是否有明显伤痕,这样不会造成后续施工问题。

(4) 镀膜套盒建议客人放在店内,到维护时间服务人员会给客人打电话通知,防止产品过期。

3) 镀晶的销售流程及注意事项

镀晶属于漆面美容的范畴,目标群体也属于对车辆比较爱惜的人士,针对此类人士要重点突出产品对车漆的好处,而且也要对比出如果不做的坏处,针对新车车主,在做镀晶销售时的话语术举例如下。

销售人员:先生/女士,您好,刚提的新车啊。

客户:刚提的。

销售人员:(这个时候要多夸车的外观和性能,因为客户既然选择这个款型,肯定有他喜欢的理由,但注意千万不要夸大其词,尽量把自己了解的讲出来。这个时候客户肯定高兴,员工和客户之间也有了沟通的语言,是时候进入主题了。)车漆这么亮,抓紧做镀晶或镀膜保护起来,免受鸟粪虫胶的腐蚀啊。



客户:想开段时间再做,现在的车漆这么亮,没必要。

销售人员:哈哈,您这样理解是错误的,新车刚提出的时候是最新的,也是最容易受危害的,就像新生儿的皮肤一样,没有保护层,经不起大自然的风刮雨淋太阳晒,必须要先保护起来。

客户:听你讲的也有道理。(这个时候要引导客户看一下产品,或者看一下产品效果,到此已成功 80%。下一步跟客户讨论施工时间的问题,如果客户当天有空那就尽快促成,如果客户当天没空,可以互留联系方式,确定大体时间,后期及时跟踪。)

此类项目中,客户最容易提出的问题有以下几点。

(1) 车才刚买了 1 个月,不用镀晶,开上 1 年再说吧。提出此类问题的客户,一般存在镀晶就要抛光的观念。遇到这种客户一定要解释清楚,新车是不需要抛光的,现在所要做的就是把这层新漆保护起来,免受损伤。

(2) 镀完晶以后划痕就划不上吧。这种客户对产品的好处抱的希望特别大,有种我花了钱以后怎么开都没事了的的思想。任何东西都不是万能的,之所以镀晶,是为了防止树枝剐蹭、鸟粪虫胶腐蚀,重度的撞击剐蹭是任何产品都没办法保护的,对有此类误区的客户在推销时一定要讲清楚,切莫夸大产品优势或含糊其词。

4) 犀牛皮的销售流程及注意事项

犀牛皮从材质上分为 PVC 和 TPU 两种。PVC 的价格较低,全车只需两三千元便可贴全,但是质量无法保障,耐磨性差、无涂层、无划痕自动修复功能,施工难度大,施工后很容易发黄,起边。TPU 材质的价格比较高,全车贴大约需要一万元以上,因此目标客户主要是高档车。一般局部犀牛皮比较好推荐,尤其是门把手犀牛皮更加容易被客人接受。

此类项目中,客户最容易提出的问题有以下几点。

(1) 贴完犀牛皮后不怕剐蹭。的确贴犀牛皮能有效地防止剐蹭,但也要区分事故的大小。轻微的剐蹭只会损坏犀牛皮,对原漆不会有影响;如果撞击力度过大需要钣金,就要钣金喷漆然后再补犀牛皮。

(2) 审车是否有影响。首先犀牛皮是透明的,贴完以后只会增加车漆的亮度,保护车漆,不仔细看也是看不出来的,所以贴犀牛皮不影响审车。

5) 改色膜的销售流程及注意事项

此类项目中,客户最容易提出的问题有以下几点。

(1) 审车是否有影响。由于对车漆的颜色做了更换,那行驶证也是需要更换的,只需去车管所变更一下行驶证,后期对审车无影响。

(2) 如果发生剐蹭需要全部更换吗? 由于车体的各个部位是分开的,改色的时候也是以一个部位为一个单元,比如车门、翼子板,所以如果剐蹭只需更换剐蹭部位的改色膜。

6) 内饰清洗的销售流程及注意事项

(1) 内饰清洗的销售流程。内饰清洗主要针对开了一段时间的老车,这样在推销时应该主动带上工具给客人试验一下,尤其是米色内饰的车子,门板喷上专用清洗液用魔力擦轻轻一擦就能看出效果,这样能更好地打动客人。

(2) 主要注意事项。

① 接车时一定要让客人检查一下车里是否有贵重物品,提醒客人车内尽量不要存放贵重物品,否则必须在施工单上备注出来并让客人签字。同时要告知客人等待时间比较长,都在

2.5 小时左右,让客人安排好自己的时间。

② 布艺座椅没有办法清理,接车时必须跟客人说清楚,以免造成不必要的麻烦。

③ 内饰清理完成后一定要自己检查一下是否符合标准才可以交车,做到不检查完绝不交车。

(3) 话语话术举例。首先内饰清洗主要是针对到店客户,而且是否需要内饰清洗也是一目了然,通过擦车去接触客户,话语话术举例如下。

员工:先生/女士,您这车内饰有段时间没洗了吧,门板座椅应该做做清洁了。

客户:是啊,车开了3年了,还没洗过呢。

员工:像这种浅色内饰的车就要经常洗一下,以免污渍长时间渗透到皮革里,就更难洗掉了,而且车本身就是个密闭空间,细菌容易滋生。

客户:是吗,那内饰清洗多少钱啊?

员工:单洗内饰300元,我们现在有套餐活动,洗车+打蜡+内饰清洗+臭氧消毒380元,这样车的里外都干净,而且消毒可以杀掉细菌。

客户:活动还行,需要多久啊,上班太忙了。

员工:全套下来要3小时左右,您可以把车放到店里正常上班就行,施工完以后会给您打电话提车,确认合格后再给钱。

客户:行啊,这周末吧,我把车放店里。

员工:好的,麻烦您给我留一个联系方式,周五下午我给您打电话预约具体时间。

客户:好的。

7) 内饰真皮座椅护理的销售流程及注意事项

(1) 销售流程。对于真皮座椅护理的客人一般都从做内饰清洁的客人中寻找,在清洗后选择护理能更好地保护座椅。

(2) 主要注意事项。真皮座椅护理从视觉上不能看出明显的效果,这里要和客人特别说明。如果只追求感官效果的客人,不必过分向他推销此项。

8) 底盘装甲销售注意事项及话语话术

(1) 主要注意事项。

① 底盘装甲在施工时一定要和技师交代汽车防护工作一定要做好。

② 施工应选择晴天,尽量避开下雨天,并且建议客人至少2天内不要洗车。

此类项目中,客户最容易提出的问题是:做完底盘装甲是不是轮胎行驶所产生的噪声就没了?底盘装甲的确具有隔声的作用,但其本质是防腐,其次才是隔声。而且轮胎行驶所产生的噪声不单是通过底盘传递的,像翼子板、避震器、车门等都会传递噪声;轮胎本身的材质也决定了噪声的大小。

(2) 推销方法。底盘装甲的作用是防锈防腐蚀,烂车先烂底,新车做效果最好。客户对象除了可以是新车车主,也可以是做保养的客户,车升起来保养的时候可以看看有没有刮掉漆的地方顺便向车主推销。

(3) 话语话术。此项目话语话术与镀晶差不多,要跟客户讲明白产品的特点,像是客户如果问为什么这么贵啊,外面小店很便宜等,可以在产品结构上跟客户解释。例如,“首先我们的产品是品牌的,产品的材质是由树脂、橡胶、沥青混合,并不是市面上单纯沥青的便宜材料,所以我们的产品不会因为夏天炎热而熔化脱落,只要不碰不刮永远没事。我们可以承诺



客户,终生免费维护,如刮掉了,免费修补此区域,而且我们的产品干固以后形成的是有弹性的保护层,防锈的同时还可以避免石子蹦到底盘产生噪声”。此外,车辆保值也是一个容易让客户接受的理由,首先大家都知道,买卖二手车需要看发动机、车漆、内饰还有底盘,一个干净整洁,没有腐蚀锈斑的底盘,可以给爱车增加保值率。

思考与练习

一、填空题

1. 汽车美容的依据有_____、_____、_____和_____。
2. 汽车美容修复性作业项目有_____、_____、_____和_____。
3. 不同的汽车颜色带给人不同的情感体验,一般把_____、_____等色称为前进色,把_____、_____等色称为后退色。

二、判断题

1. 汽车美容仅仅起到使汽车变漂亮的作用。()
2. 汽车色彩在不同的照明条件下看上去应该都一样。()
3. 红、橙、黄等颜色看上去使人产生温暖感,属于温暖色。()

三、简答题

1. 汽车美容的作用有哪些?
2. 汽车美容的依据和原则是什么?

任务二 认识汽车装饰



任务引入

时下越来越多的人已不再把汽车作为单纯的交通工具,而是作为展现个人风格的贴心朋友,因此汽车装饰成为一种时尚。大家对汽车装饰有多少了解?汽车装饰该如何分类?在面对不同类型汽车时该如何介绍装饰特点?汽车装饰有哪些不为人知的文化内涵?



任务分析

本任务在学习过程中以认知为主,没有具体的工作任务可以实施,因此大家在学习本部分内容时应以理论知识学习为主,无技能操作的要求。



学习目标

掌握汽车装饰的定义；
了解汽车装饰的分类；
了解汽车装饰的特点和文化内涵。

相关知识

一、汽车装饰的定义

汽车装饰是指通过增加一些附属的物品提高汽车表面和内室的美观性。所增加的附属物品称为装饰品。



视频
哪些车内装饰
品是百无一用
的“巨坑”

二、汽车装饰的分类

汽车装饰种类繁多,按照不同的标准有多种分类方法,主要有按装饰品作用和按装饰部位两种分类方法。其具体分类如表 1-4 所示。

表 1-4 汽车装饰的分类

按装饰品作用	美观类:大包围、扰流板、车身贴饰、车内木饰等
	舒适类:汽车天窗、真皮座椅、电动座椅、儿童座椅及车用香品等
	娱乐类:汽车音响、汽车电视等
	防护类:防盗装置、电子门锁等
	保护类:车窗贴膜、保险杠、防盗胶等
	实用类:汽车货架、车用冰箱、车用饮水机等
	便利类:电动门窗、车用电话、导航装置等
	安全类:安全带、安全气囊、报警装置等
按装饰部位	外部装饰:汽车漆面的特种喷涂、彩条及保护膜,前阻风板与后翼板,车顶天窗,汽车风窗,车身大包围,底盘喷塑保护等
	内部装饰:汽车顶棚内衬、侧围内护板和车门内护板、真皮座椅、地板、内室精品等

三、各类轿车的装饰特点

随着汽车保有量的增多,人们对汽车各方面的性能要求越来越多,汽车装饰成为一个热门行业,尤其是轿车装饰的市场份额越来越大。现以轿车为例进行简单的介绍。汽车装饰与车型密切相关,不同的车型应采用相适应的装饰级别。

1. 微型轿车的装饰特点

发动机排量小于或等于 1 L 的轿车,称为微型轿车。微型轿车的装饰特点如下。

1) 装饰简朴

微型轿车结构比较简单、功率较小,除保证主要的乘用功能和安全性外,其他方面的舒



适性、装饰级别均较低,装饰较为简朴。

2) 装备简单

微型轿车车内的装备简单,除满足行车的基本要求外,没有更多的其他为满足舒适性要求的装备。

2. 小型轿车的装饰特点

发动机排量大于 1 L 且小于或等于 1.6 L 的轿车,称为小型轿车。小型轿车的装饰特点如下。

1) 外饰比微型轿车要求高

小型轿车在外饰方面比较讲究,外形设计趋于流行车型,一般采用流线型设计,而且考虑到高速行驶的特点,外饰设计应尽量减少风阻系数,保证行车的平稳性。

2) 装饰上有个性化考虑

外装饰件与车身装饰既考虑协调、和谐,又考虑个性化的发展。例如,外后视镜、保险杠的色泽和形状等都可以体现出装饰的特色,前护栅造型,尾灯的形状、颜色的搭配也可体现出个性化的要求。

3) 内饰提高了舒适性水平

内饰的重点装饰部位为仪表板、座椅等,在提高其装饰性的同时,还应考虑到它的使用功能。装饰美观、大方,可以创造一个明亮、舒适的内室氛围。例如,仪表的布置必须得当,使驾驶员对仪表的信息一目了然;驾驶座椅的高低、前后、靠背角度等均为可调,使驾驶员有一个舒适的操作环境;座椅位置可调、可折叠,为乘坐和存取货物提供方便。所有这些均体现出小型轿车和微型轿车的级别和装饰差异。

3. 中级轿车的装饰特点

发动机排量大于 1.6 L 且小于 2.5 L 的轿车,称为中级轿车。中级轿车的装饰特点如下。

1) 外形装饰比小型轿车档次更高

中级轿车的外形装饰,所体现出的特征较小型轿车更突出、更具有时代感。

2) 内饰更强调舒适性

中级轿车的内饰,所使用的材料、色泽和协调性要求更高,要求总体装饰效果更突出。

3) 装备更齐全

中级轿车所采用的装备更齐全,所具有的功能更多,可以为驾乘人员创造一个更舒适、更方便的乘用环境。

4. 中高级轿车的装饰特点

发动机排量大于 2.5 L 且小于或等于 4 L 的轿车,为中高级轿车。中高级轿车的装饰特点如下。

1) 外饰装饰讲究

这个级别的轿车,外形设计更讲究外表华丽,如车身漆均是高级的金属漆或汽车珍珠漆,并有高级清漆罩光,表面呈镜面效果。

2) 内饰材料高级优质

中高级轿车的内饰装饰件制作精细,效果甚佳。内饰总体效果亮丽、舒适、豪华。

3) 汽车精品装饰更多

为了使驾乘人员得到更多、更好的乘用享受,中高级轿车选装了数量更多、技术含量更高、

功能更全的精品装饰。

5. 高级轿车的装饰特点

发动机排量大于 4 L 的轿车,称为高级轿车。高级轿车的装饰特点如下。

1) 顶级的外装饰

高级轿车发动机排量为 4 L 以上,有先进而强劲的动力,这为各种豪华装饰创造了最有利的条件。此级别的轿车外饰高雅、尊贵,最具时代感,达到当代世界最高级的外饰装饰水平。

2) 豪华的内装饰

高级轿车的内装饰均选用装饰材料和最高级的装饰精品,不仅可使内室豪华舒适,而且还应体现出高级的艺术内涵,创造出一个豪华典雅、舒适、温馨并富有时代气息的氛围,能为驾乘人员提供最高级的物质享受和精神享受。

3) 高科技精品装饰

为了达到高级轿车的标准,提供高级轿车的享受,高级轿车的一切装饰必须是高科技的汽车精品。

四、轿车装饰的文化内涵

轿车的装饰文化不仅随着科学技术的发展而改变,还随着人们的审美趣味而改变。

1. 轿车装饰功能的文化性

轿车对社会思想意识和生产方式带来了潜移默化的影响。对有五千年文明发展史的我国来说,轿车给社会意识的影响主要体现在两个方面:一是轿车的出现给我们带来了全新的出行观念和生活情趣;二是轿车为我们固有的观念和生活情趣提供了新的载体。无论从哪个方面看,轿车对我国文化的影响都是深刻的。如图 1-5 所示为轿车内外装饰的功能,可以看出,要保证轿车的装饰达到一定功能,必须要了解大众的审美心理,也需要一定的技术和艺术基础来支撑,轿车装饰功能的文化性是不言而喻的。轿车的装饰文化丰富多彩,并与人们的日常生活息息相关。

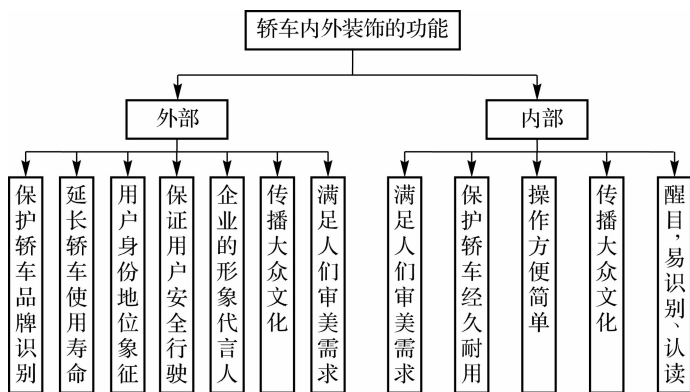


图 1-5 轿车内外装饰的功能

2. 轿车装饰的品牌文化

在轿车发展的历史中,形成了许多知名的世界品牌,而这些知名品牌都富有丰富的文化内涵。汽车的外部装饰中各个品牌的标志起到品牌识别的作用,在轿车整体装饰中起了画龙点睛的作用,每个品牌也代表了每个生产厂家、国家和地区的文化特色。以下例举几个

著名汽车品牌标志的特点及所表达的意义。

劳斯莱斯——劳斯莱斯汽车的标志图案采用两个 R 重叠在一起,象征着创始人亨利·莱斯与查理·劳斯你中有我、我中有你,体现了两人融洽及和谐的关系。劳斯莱斯的标志除了双 R 之外,还有著名的飞人标志。这个标志的创意取自巴黎卢浮宫艺术品走廊的一尊有两千年历史的胜利女神雕像,她庄重而高贵的身姿是艺术家们产生激情的源泉。

奔驰——1909 年 6 月,戴姆勒公司申请登记了三叉星作为轿车的标志,象征着陆上、水上和空中的机械化。1916 年,在它的四周加上了一个圆圈,在圆的上方镶嵌了 4 个小星,下面有 Mercedes(梅赛德斯)字样。“梅赛德斯-奔驰”原名为“卡尔-奔驰”,在奔驰快倒闭的时候一名贵族买下奔驰的所有车,但是作为交换条件,奔驰车的命名要用这位贵族小女儿的名字,即梅赛德斯,从此奔驰更名为“梅赛德斯-奔驰”。

法拉利——法拉利汽车的标志是一匹跃起的马。在第一次世界大战中意大利有一位表现非常出色的飞行员,他的飞机上绘有一匹会给他带来好运气的跃马。在法拉利最初的赛车比赛获胜后,该飞行员的父母——一对伯爵夫妇建议:法拉利也应在车上印上这匹带来好运气的跃马。后来这位飞行员牺牲了,马就变成了黑颜色;而标志底色为公司所在地摩德纳的金丝雀的颜色。

宝马——宝马标志中间的蓝白相间图案代表蓝天、白云和旋转不停的螺旋桨,喻示宝马公司悠久的历史,象征该公司过去在航空发动机技术方面的领先地位,又象征公司的一贯宗旨和目标,即在广阔的时空中,以先进的精湛技术、最新的观念满足顾客的最大愿望,反映了公司蓬勃向上的气势和日新月异的面貌。

劳斯莱斯、奔驰、法拉利和宝马的车标装饰如图 1-6 所示。

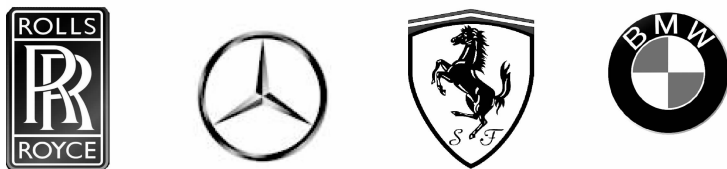


图 1-6 车标装饰

3. 轿车装饰的艺术化

追求生活艺术化的传统,在我国轿车消费中已得到了充分体现,许多人都将私车视为流动的家,买来后即毫不犹豫地不惜重金来根据自己的生活情趣进行美化改装,一定要在车内营造出一个完全个性化的舒适小天地来。这也是我国轿车美容改装业非常火爆的原因。随着轿车的普及,轿车成为人们日常生活中不可缺少的交通工具,人们不仅将它看成一个工具,更希望轿车成为一个精致的艺术品,成为大众审美的对象。例如,宝马彩绘轿车的诞生体现了轿车的艺术化。从各种风格的彩绘中可以看出,轿车的装饰图案呈现出多样化的发展趋势,消费者可以通过轿车的表面装饰图案充分展示自己的审美个性。轿车装饰会突破传统单一的色彩,更不会保持千篇一律的装饰风格,会向着多样化和个性化的方向发展,满足不同性别、年龄、民族、地区消费者的审美要求。轿车将是美化人们生活的艺术品。借助于轿车的造型和色彩,可以将人们的审美情趣和品位表现出来。轿车的装饰图案也是时尚文化的符号。

4. 轿车装饰的科技化

现代轿车面漆技术变化最大的有两项。一项是油漆的黏附力和硬度都有大幅度提高。随着车速的提高,轿车更加容易受到碎石和尘埃气流的袭击,漆面很易被划花。1988年,美国福特汽车公司率先在雷鸟和美洲狮轿车上采用了局部聚氨酯底层一表层涂料系统。这种涂料系统能抵抗碎石的袭击,不易划花漆面,而且油漆黏附力极强,即使轿车车身被撞瘪了,油漆也不会脱落。目前多数轿车都采用了相似的抗击底漆和面漆。另一项是用水基油漆代替溶性油漆。随着世界各国对环境保护的法律措施越来越严格,许多发达国家的汽车厂家已用水基油漆逐步代替溶性油漆。水基油漆含溶剂极少,不污染自然环境,而且漆面质量优于溶性油漆,显得更加光亮悦目。

轿车装饰文化异常丰富,随着科技的迅猛发展,轿车的装饰文化也在不断发展,其艺术内涵也随着大众的审美情趣而变化,并呈现出个性化和多元化的趋势,文化的多元化,带来轿车装饰风格的多元化,从20世纪30年代的流线型到90年代SUV车的流行,轿车装饰文化一直是时代精神的具体体现。近年绿色设计的浪潮席卷全球,轿车的装饰也向着绿色设计的方向发展,装饰材料也尽量选择对环境污染小的,大大降低了对环境的污染程度,座椅的材料选择可回收的亚麻材料。总之,轿车的装饰越来越注重绿色设计,并更加人性化。

思考与练习

一、填空题

1. 安全类汽车装饰装置有_____、_____和_____等。
2. 汽车内部装饰设计的功能有_____、_____、_____、_____和_____。

二、判断题

1. 汽车货架、车用冰箱、车用饮水机等属于娱乐类汽车装饰。()
2. 微型轿车装饰以功能性和保证安全性为主。()

三、简答题

简述劳斯莱斯、奔驰、法拉利和宝马车标的含义。

任务三

汽车美容的安全操作与环境保护



任务引入

汽车美容作业具有一定的危险性,作业人员应该严格按照操作规程进行,以免引起意外事故。设备操纵应按照设备使用说明书的要求进行,因此应了解常用汽车美容设备的



使用注意事项。汽车美容操作过程中许多材料具有可燃性和毒性,因此要对防火、防毒注意事项有所了解。



任务分析

安全操作规程与环境保护不应只停留在纸面上,而应该深入每一位作业人员的心里。在学习本部分内容时,不应只是简单地记忆,而应与后面学习情境的具体工作任务结合起来,在每一项工作任务的执行过程中进行安全操作规程和环境保护知识的学习。



学习目标

- 掌握汽车美容人员的操作规程;
- 掌握设备安全的操作规程;
- 掌握汽车美容安全防护的注意事项。



相关知识

一、汽车美容人员的安全操作规程

汽车美容使用的材料很多属于易燃和有毒用品,这些材料不仅危害人体健康,还会危及施工安全。因此,汽车美容工作人员应加强保护意识,防止中毒、火灾和爆炸等事故发生。

1. 清洗、护理作业的安全操作事项

汽车表面清洗护理中所使用的清洗剂多数都带有一定的毒性和腐蚀性,施工现场有水、电、气等,都有一定的危险性。为确保施工安全,人员和设备无损伤,施工人员必须遵守以下安全施工规则。

(1) 施工人员必须从思想上重视安全工作,以高度的责任感和严肃的态度认真施工。施工中要树立“安全第一、客户至上、精心服务”的观念,严格遵守操作规程,杜绝事故的发生。

(2) 施工人员必须熟悉施工现场及周围环境,了解水、电、气开关的位置及救护器材的位置,以备应急之用。

(3) 施工人员必须熟悉施工安全技术、清洗剂的使用方法和急救方法。

(4) 注意用电安全。地线必须接地,防止漏电,使用电器时要严防触电,不要用湿手和湿物接触开关。施工结束后,要及时把电源切断。

(5) 现场施工人员直接接触酸、碱液时,应穿工作服、胶靴,戴防腐蚀手套,必要时应戴防护口罩。施工人员安全装备如图 1-7 所示。



图 1-7 施工人员安全装备

(6) 清洗、护理作业现场必须整洁有序,严禁烟火。

(7) 清洗、护理现场应有消防设备和管路,要有充足的水源和电源,确保施工安全需要。

(8) 清洗、护理设备在使用前应进行试运转,使用后应用清水冲净,按要求维护保养,如有故障应及时排除并妥善保管。

(9) 施工中排放的清洗废液应符合排放要求,不许乱排放。

(10) 施工安全工作要有专人负责,定期检查,并不断总结安全施工的经验,确保安全施工。

2. 修补涂装作业的安全操作事项

修补涂装施工条件较差,操作者大多在充满溶剂气体的环境中作业,不安全因素较多,操作者应熟知本工种作业特点和所使用的工具设备的合理操作方法,保证安全施工。

(1) 施工环境必须有良好的通风条件,若在室内施工(特别是喷涂时),则要有良好的通风设备。

(2) 操作前应根据作业要求,穿好工作服和鞋,戴好工作帽、口罩、手套、鞋罩和防毒面具。

(3) 打磨施工中应注意物面有无凸出毛刺,以防划伤手指。

(4) 在用钢丝刷、锉刀、气动和电动工具进行金属表面处理时,必须佩戴防护镜,以免眼睛沾污和受伤;如果粉尘较多,则应戴防护口罩,以防呼吸道感染。涂装作业安全装备如图 1-8 所示。

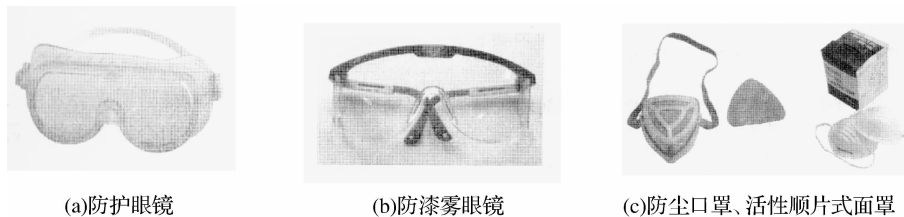


图 1-8 涂装作业安全装备

(5) 酸碱溶液要严格保管,小心使用。搬运酸、碱溶液时应使用专门工具,严禁肩扛或手抱。用氢氧化钠清除旧漆膜时,必须佩戴乳胶手套和防护眼镜,穿戴涂胶(或塑料)围裙和鞋罩。

(6) 登高作业时,凳子要牢固,放置要平稳,不得晃动,热天严禁穿拖鞋操作和登高。

(7) 施工场地的易燃品应随时清除,严禁烟火。涂料库要隔绝火源,并有消防用品,要有“严禁烟火”的标志。



(8) 工作结束时要打扫施工场地,用过的残漆、废纸、线头以及废砂纸等要随时清理,放置在垃圾箱内。

二、设备安全操作的注意事项

1. 电动、气动工具的安全操作规程

(1) 操作人员应熟悉所使用的工具,使用前检测各零部件是否安装牢固、各紧固件是否牢靠、电缆及插头有无损坏、开关是否灵活及观察内部有无杂物。

(2) 使用前应检查所用电压是否符合规定,电源电压应尽量使用 220 V,如电源电压为 380 V,应检查接地是否良好,并注意地线标记。

(3) 使用电动工具操作时,应检查是否接地,检查声音是否正常。

(4) 经检查后可接通电源空运转,检查声音是否正常。

(5) 使用中如发现有火花、异响、过热、冒烟或是转数不足等现象,应停止使用,修复后再继续使用。

(6) 各电气元件应保持清洁,接触良好,轴承及变速箱内的润滑油每半年换一次。

(7) 工具不用时应存放在干燥处,以防受潮与锈蚀。

(8) 使用风动工具时,必须防止由于连接不牢而造成压缩气损失和人身事故。

(9) 工具在转动中不得随处放置,需要放置时就关机,停稳后再放下。

(10) 使用砂轮机时,开机后砂轮应轻轻接触工件。

2. 空气压缩机的安全操作规程

(1) 空气压缩机应设专人起动和管理。

(2) 起动前应认真检查空气压缩机、电机和电动控制部分是否良好,一切正常无误后,起动试转片刻,之后再正式使用。

(3) 气泵要按规定顺序起动,设备运转时要注意运转状况,观察气压表计数,发现异常现象要及时排除,并报有关部门。

(4) 在工作中禁止工作人员和其他人员闲谈,严禁随意离开机房,必要时停机后再走,以防事故发生。

(5) 任何人不经操作者同意,不准起动机器。

3. 涂装车间风机的安全操作规程

(1) 风机设备必须由专人负责起动和管理,其他人不得随意起动。

(2) 操作人员在起动风机前必须检查电器设备是否正常。

(3) 操作人员必须每天清除电机及输气管道内的灰尘污垢以防通道堵塞。

(4) 风机在运转过程中若发现不正常现象应立即停机,将故障排除后再工作。

4. 照明装置的安全操作规程

(1) 施工场地的照明设备应有防爆装置。

(2) 涂料仓库的照明开关应设在库外。

(3) 各种电气开关均应为密封式,而且操作方便。

(4) 使用手灯时,必须使用 36 V 的安全电压。

5. 喷烤两用房的安全操作规程

(1) 房内一般不得进行涂装以外的作业。

- (2) 应按使用说明书的规定使用和保养喷漆烤漆房,并有专人管理。
- (3) 定期更换过滤材料。
- (4) 定期清除各处风道内的漆尘及脏物。
- (5) 进行喷漆时应先启动风机。

三、预防措施

1. 防火

涂料产品绝大部分为易燃性和挥发性的有机物质,在制造、涂装或成膜干燥过程中,其中的有机溶剂极易挥发,并能形成易燃性的蒸汽。若与空气接触,集聚到一定浓度极限时,一旦接触明火,就很容易引起火灾,甚至发生爆炸等事故。

涂料在干燥成膜过程中,溶剂会全部挥发到大气中造成环境污染,与太阳光中的紫外线接触,会产生一种光化学反应性的有毒物质,如果长期接触溶剂,还会引起食欲减退,损坏造血器官而引起慢性中毒。

在工业生产的发展过程中,在涂装场所发生的血的教训是很多的。因此,人们在吸取和总结经验教训之后,制定了很多防火安全的规章制度和安全操作规程,涂装技术也在不断改进和发展,主要表现在以下几个方面。

(1) 积极采用先进的技术、先进的工艺和新型的涂料,以无毒、低噪声、能防火、防爆的工艺代替有毒、有尘、高噪声、易燃、易爆的工艺,以安全可靠的工艺代替存在不安全因素的工艺,逐步实现密削化和自动化。

(2) 采用隔离操作,将易燃、易爆部位隔离封闭,采取相应的防火、防爆措施,从而降低其危险程度,控制事故的发生。

(3) 采用防火、防爆的自动化装置,控制喷涂作业场所的易燃、易爆混合气体的浓度,配备相应装置,将易燃、易爆事故控制在发生前。

(4) 加强作业场所的通风装置,严格控制作业场所的三废指标。这样就能实现安全生产,达到防火、防爆、防毒的目的。

为消除火灾隐患,安全操作,应做好以下防止火灾的工作。

(1) 完善防火设施。涂装车间所有结构件应采用耐火材料制成,并通风良好,每立方米厂房空间体积对应的窗户或易打开的顶盖面积不小于 0.05 m^2 。

(2) 按防爆等级规定安装电器。凡能产生电器火花的电器和仪表不得在施工场所使用,电器和机械设备的超负荷运转引起的过热也是潜在的火灾隐患。所以施工场所的电线、电缆、电动起动装置、配电设备、照明灯等都应符合防爆要求,电动工具和电器部分应接地良好。在使用溶剂的直接场所禁装闸刀开关,配电盘、熔断器、普通电动机及照明开关应安装在室外。

(3) 严禁烟火。施工场所严禁吸烟,不准携带火种入内;如果必须动用明火,则只能在规定的安全区域内进行,车间及仓库都要设立“严禁烟火”的醒目标志。

(4) 防止冲击火花。涂装过程中应尽量避免敲打、碰撞、冲击、摩擦等操作。用铁器开启金属桶、敲击铁制件,甚至鞋底的掌钉与水泥地面摩擦都会产生火花,引起火灾。对于燃点低的涂料或溶剂开桶时,应用非铁制工具(如铜、铝制工具)开启,以免产生火花,引起燃爆事故。



(5) 严防静电产生。在涂装施工中,静电往往是火种来源之一。施工中由于摩擦而产生带火花,常常是被忽视的隐患。为防止静电事故,施工场所的设备、管道、容器都应安装地线。

(6) 谨防自燃。浸有油性涂料或溶剂的棉纱、碎布等抹擦物,必须放在指定地点,定期销毁,不许与涂料及熔剂混放在同一场所。

(7) 避免积存过多涂料。施工现场尽量避免积存过多的涂料与稀释剂,不可将盛涂料的容器开口放置。

(8) 严禁随意摆放废料。易燃溶剂和涂料要集中管理,并在安全场所销毁,严禁倒入下水道。

(9) 配备灭火器材。施工场所必须备有足够的灭火器、黄沙及其他灭火工具,并定期检查更换。

(10) 及时灭火。当燃烧物遇明火发生燃烧时,应用扑盖物罩上,或使用灭火器扑灭。若发生较大火灾,应立即报警,并切断电源、关闭运转的设备和邻近车间门窗,防止火势蔓延并组织扑救。

2. 防毒

清洗剂、护理用品、涂料及溶剂大部分都有毒,而在喷涂时所形成的喷雾、涂膜,在干燥过程中所挥发出来的溶剂气体通过人的呼吸道或皮肤渗入人体,对人体健康形成危害,会造成头昏、头痛、失眠、乏力和记忆力减退等症状;严重时还能造成人体血液系统的损害,引起白细胞减少,出现血小板和红细胞降低;或者出现皮肤干燥、瘙痒等症状。为防止发生中毒事故,应采取预防措施。

1) 控制空气中有毒物质的含量

(1) 施工场所应有良好的通风和换气设备,使空气流通,加速有害气体的散发,使空气中有害气体含量不超过卫生许可值。

(2) 在采用暖风的情况下,一般不采用内部循环风。在有害气体含量不超标的场合才允许部分采用内部循环风。

(3) 含有毒成分的尘雾和气体应经过净化处理后排入大气,排气风管应超出屋顶 1 m。

(4) 新鲜空气入口和排放废气出口之间的距离在水平方向不小于 10 m。

(5) 对于毒性大、有害物质含量高的涂料,严禁用喷涂法涂装。

2) 防毒措施

(1) 涂装人员在操作时,应穿戴好各种防护用具,如专用工作服、手套、面具、口罩和鞋罩等。不允许操作人员穿着工作服离开车间。

(2) 限制使用有毒涂料和溶剂,尽量使用无毒或毒性低的涂料和溶剂。

(3) 控制有毒涂料的尘雾和气体扩散。

(4) 操作前穿戴好劳动保护用品,应使用有空气净化器的头罩或面罩。

(5) 施工时如感头痛、眩晕、心悸、恶心,应立即离开施工场所到通风处呼吸新鲜空气,严重的应及时治疗。

(6) 长期接触漆雾和有机溶剂气体的人,在不知不觉中也会发生慢性中毒,因而有关部门应定期对施工人员进行体检,发现有中毒迹象,应调离工作,脱离与有机溶剂的接触。

(7) 为防止有毒气体通过肺部吸入人体,在喷涂时要戴内置活性炭的防毒面具。有毒气体还可以通过皮肤进入人体,因此在施工完毕后,要用肥皂洗脸和手。

(8) 为保护皮肤,施工前可涂上防护油膏,施工后洗干净,再涂其他润肤油膏保护。

(9) 工作结束后,应进行淋浴,换好干净衣服到室外呼吸新鲜空气,还应多喝开水,以湿润呼吸道,并加速和增强排毒能力。

四、汽车美容施工培训

一个人如果背上“人品不好”的标签,那他的人生道路必然不会平顺。同样,我们的产品和服务如果被用户打上“质量不好”的烙印,企业也必然走不了多远。

质量,是要放在心里,时时刻刻不能忘记的事;质量,也是要靠我们大家共同努力,用头脑和双手去不断完善的事。

要想做好质量,必须随时随地提醒自己,从“人”“机”“料”“法”“环”五个方面严格要求。

(1) 人,是指人员方面的管理。公司员工的质量观念如何?技能符合生产服务要求吗?公司能提供相应的培训让大家不断提高吗?

(2) 机,主要是指设备管理。目前的设备稳定性和精密程度能保障质量要求吗?设备按照要求操作和保养了吗?有相应的管理制度保障这些吗?

(3) 料,是指材料管理。质量体系能保证原材料合格吗?能进行有效的管理利用吗?能及时发现不合格原材料并隔离标示吗?不合格原材料能及时处理吗?

(4) 法,就是保障服务和产品质量的方法。尽量实现事前控制,让工作可以追溯,做到工作标准化、操作规范化、流程制度化。

(5) 环,是指生产和服务环境。没有好的环境,就没有质量稳定的产品。

汽车美容施工流程如图 1-9 所示。

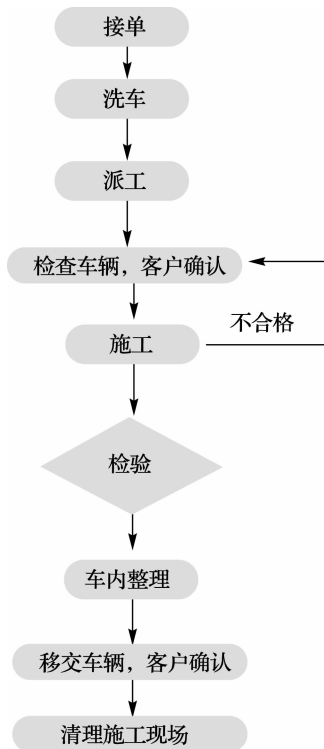


图 1-9 汽车美容施工流程



思考与练习

一、填空题

1. 设备在操作时如发现有_____、_____、_____或_____等现象,应停止使用,修复后再继续使用。
2. 现场施工人员直接接触酸、碱液时,应穿_____,戴_____,必要时应戴_____,确保人员安全。

二、判断题

1. 清洗、护理作业现场必须整洁有序,严禁烟火。 ()
2. 涂装过程中可以使用金属进行敲打、碰撞、冲击、摩擦等操作。 ()

三、简答题

1. 按装饰饰品的作用,汽车装饰分为哪几类?
2. 各类轿车的装饰有何特点?
3. 若想确保产品质量,提升施工水平,工作中应从哪五个方面严格要求? 分别代表什么?

任务四

汽车美容与装饰的发展现状



任务引入

汽车美容与装饰行业快速发展,离不开很多企业主的艰辛创业。创业之前如果能够对该行业的市场前景有清醒的认识,则可以大大提高创业成功率。本学习任务主要是让大家了解我国汽车美容与装饰行业的现状,以及加盟连锁创业过程中的注意事项。



任务分析

本学习任务从宏观上对汽车美容与装饰行业进行了分析,在学习该任务时应该结合当前市场实际,将汽车美容与装饰行业的典型案例引入课堂,学习本部分内容可以为以后创业打下基础。



学习目标

了解我国汽车美容与装饰行业的现状；
了解汽车美容与装饰连锁经营的有关注意事项。



相关知识

一、汽车美容与装饰行业现状分析

随着我国居民收入水平的增长,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,而成为汽车消费者对个性化、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。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% 以上的私家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。

根据调查,中国平均每辆车每年的美容费用为 1 552.3 元,其行业总收入达 250 多亿元,与发达国家的平均年产值 3 500 亿美元相比还有很大差距。差距即意味着一定的增长空间,而随着中国汽车保有量的增长,汽车美容养护服务消费必将会演变为一种日常消费,汽车美容养护业这个朝阳产业正在成为中国汽车产业链条中至关重要的一部分。不难看出,汽车美容业在中国有着巨大的市场发展空间。

中国的汽车美容市场已经逐渐形成一站式服务模式,呈现出大而全、中而全、小而全的现状,一部分店铺由于资金、技术、管理、产品诸方面的分散与亏欠,难以将每个项目都做精做强,把店做成杂货铺便是必然结果。随着技术、产品、服务及管理模式的同质化加剧,它们很快便被沦为价格搏杀者,其盈利能力自然很低。最为严重的是,众多中小型店铺经营者,当实际盈利能力达不到预期时,往往首先想到的不是通过减法来瘦身,以集中优势资源强体壮身,而是通过增加经营项目来达到提升盈利能力的目的。殊不知,这种加法的结果只能是包袱越来越重,最终难以自拔。因此要提高盈利能力、在竞争中脱颖而出获得生存,走专业化、专营店模式已成为今后市场的发展方向。

对于汽车 4S 店市场来说,其中的售后服务、零配件供应已经逐渐形成主流地位,尤其是以率先接触车主的绝对优势已到了难以挑战的程度。目前,汽车用品行业已经出现了 5S 的形式,其市场优势也非常明显。但是,由于 4S 店的功能与定位决定了它们在未来难以占领汽车美容养护的市场,这正是我们发展专业美容养护专业店的巨大商机。

二、汽车美容连锁经营

连锁经营是未来汽车服务行业最佳的运营模式。在这方面,国内的行业比较零散,没有非常强势的连锁企业,而国外在这方面就有较强优势。首先国外有雄厚的资金,其次有成熟的管理技术。从国际形势来看,连锁经营的模式正越来越受到关注,其在服务、零售业和餐



饮业的巨大成功有目共睹,汽车服务业也不例外。连锁经营的汽车售后服务业必须做到专业化、标准化、规范化,只有技术含量高的服务才能适应市场发展,而做出自己的特色和建立完善的售后服务网络是汽车服务后市场发展的方向和必然趋势。

1. 连锁经营的概念与形式

连锁经营是指经营同类产品或服务的若干店铺,以一定的形式组成一个联合体,在整体规划下进行专业化分工,并在分工基础上实施集中化管理,使复杂的商业活动简单化,实现服务标准化、经营专业化、管理规范化,以获取规模效益。

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

直营连锁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。总部对店铺人、财、物及商流、物流、信息流等方面进行统一管理。直营连锁作为大资本运作,利用连锁组织集中管理、分散销售的特点,充分发挥规模效应。

2) 特许经营

特许经营又称加盟连锁,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,因此也称为特许连锁。

3) 自由连锁

自由连锁也称自愿连锁。连锁公司的店铺均为独立法人,各自的资产所有权不变。在公司总部的指导下共同经营。各成员使用共同的店名,与总部订立有关购、销、宣传等方面的合同,并按合同开展经营活动。在合同规定的范围之外,各成员可以自由活动。根据自愿原则,各成员店可自由加入连锁体系,也可自由退出。

2. 连锁经营的优点

- (1) 自己经营管理,享受成功乐趣,依靠大公司,降低创业风险。
- (2) 得到总部系统的管理训练和营业帮助,依靠总部成功的经验走向成功。
- (3) 统一采购、统一配送,降低进货成本,保证优质和可靠的货源。
- (4) 使用总部良好的品牌和信誉,分享知名品牌带来的人气和利润。
- (5) 统一宣传,小广告支出,大市场效应。
- (6) 持续不断地得到总部先进的经营指导服务。
- (7) 广泛的信息来源,准确的市场决策。

3. 加盟注意事项

1) 汽车美容连锁加盟前期的资金规划

汽车美容加盟虽然有成熟的管理理念,但是新店开张会有一段时间的冷淡期,在短时间内的无法赚取利润的。创业者如果资金有限,可以先选择一些小型的加盟项目,慢慢积累资金。同时加盟者要量力而行,选择适合自己门槛的加盟费用。否则,创业者债台高筑,会对店面的经营造成很大负面影响。同时,加盟者要对整个资金的投入确定一个合理的分配比例,做好整体规划。

2) 慎重选择汽车美容加盟品牌

在法制完善的市场经济社会,连锁加盟确实是一个良性的商业模式。连锁加盟商为了扩

大自身品牌的影响力,一般会选择在各种媒介上做广告的方式提高自身影响力。连锁加盟商的广告对象分两种,一种是消费者,如麦当劳的广告是直接做给消费者看的,所以它是有品牌共享价值的,选择这种品牌的加盟商相当于免费为我们做广告,对投资者是有利的;第二种是做给投资者看的,只是为了招揽更多的投资者加盟该品牌,但对投资者以后经营该品牌毫无益处。

3) 汽车美容连锁加盟最好能与总部直接沟通

现在连锁企业很多,加上开设汽车内饰加盟的利润可观,使得有些新兴的连锁企业和加盟者都比较浮躁。一些创业者创业心切,只看到连锁企业的一些宣传资料就草率地签约加盟,等到有纠纷才发现连锁总部比自己的店面还小,甚至是一个空壳,根本没有解决加盟项目问题的能力和经验。因此,创业者要亲自去考察总部以及去汽车内饰加盟搜集第一手现场资料,这是非常必要的。

4) 创业者要仔细审读加盟合同,必要时可以咨询专业的法律人士

合同是唯一具备约束力的一个重要凭据。最重要的就是合同期限,国内多为三年或五年,因为有的加盟商为了保险起见,考虑到某些因素对加盟点的约束,所以合同年限设得较短。发展较为稳定的加盟企业的合同年限一般比较长,成熟的管理理念保证加盟者能够在该行业稳定发展。其实,创业者在签立加盟合同之前,就应深入了解合同内容,以确保自身权益。不要以为加盟合同都是总部制式的范本,不可修改,其实合同应该是通过彼此双方协议之后制定的。换句话说,创业者不仅应该看清楚合同内容,更有权利要求修改合同内容。

5) 加盟总部的样板店不必千篇一律

很多汽车美容连锁加盟总部的样板店都很气派,这是用来吸引项目投资者的有力武器。投资规模或者建设规格一般要求会比较高,但是高投入未必能得到高回报,因此投资者在选择时应理性分析。如果确定加盟某一品牌,首先要看自己有没有资金实力达到样板店要求的标准,其次就是与加盟商商议,适当降低实体店的规格标准。如果一定要尝试连锁加盟,建议从自身实力出发,从小做起。

4. 汽车美容连锁加盟实例

目前,我国境内的汽车美容连锁企业有驰耐普、天使、车之梦、龟博士、冈底斯等。尽管各连锁总部的加盟等级和提供的产品品牌不同,但加盟的方法大同小异。现以加盟驰耐普为例进行简单介绍。

驰耐普汽车美容养护连锁总部于2000年在北京成立,是汽车后续服务业中首批中国连锁协会会员单位。连锁总部成立以来,一直致力于发展中国汽车美容养护服务事业,在全国范围内建立了汽车美容养护连锁服务体系。先后与美国壳牌公司旗下的彭泽尔·奎克·斯达特公司和霍尼韦尔公司旗下的豪特·劳埃德公司合作,引进两大国际知名品牌的汽车美容养护系列产品,并借鉴国外汽车美容养护的先进技术和管理经验,按照国际领先的汽车美容养护标准,通过连锁经营的方式为我国广大汽车用户服务。

驰耐普采用国际先进的知名品牌产品,以精湛的技术为广大汽车用户的爱车服务,如水釉洗车、电喷镀膜、漆面打蜡、漆面封釉、全车抛光、底盘封塑、划痕处理、轮胎保养、座舱桑拿、发动机免拆清洗、四轮定位、空调维修、防盗器安装、无水烤膜等,还可开展汽车精品超市、汽车俱乐部等高利润项目。经过多年的发展,企业不断成熟壮大,已成为集研发、连锁、营销、服务为一体的现代综合型企业。在驰耐普的员工中,大专以上学历占95%,整个公司团队朝气蓬勃,平均年龄26岁。高素质的人才和强劲的创新力,使驰耐普具备了国内领



先的技术研发能力和连锁经营管理水平,在汽车美容养护行业享有很高的声誉和极好的商业信誉。

加盟驰耐普的流程如图 1-10 所示。

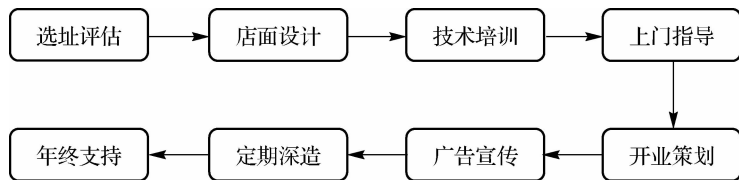


图 1-10 加盟驰耐普的流程

1) 选址评估

选择了汽车美容养护这项朝阳产业,并不意味着一定能够成功。首先,面临店址选择的问题。选择一个好的店址是成功的基础,店址是否适合经营汽车美容养护,或者店面的结构能否方便开展各种汽车美容养护项目等都是困扰经营者的问题。驰耐普有独特的一套选址标准,是驰耐普多年经验的总结。加盟者选择了驰耐普品牌后,总部将派遣经验丰富的人员上门为加盟者实地考察,并提供最初的参考意见。

2) 店面设计

加盟者确定店址后,总部将对加盟店进行整体设计,包括门店外观的设计、店面内工位的分配、确定精品展柜类型和数量等。

总之,总部将遵从驰耐普的操作规范,结合加盟店的实际利益,体现精品式的汽车服务,为加盟连锁店设计出经济适用、高效合理、美观大方且具有驰耐普统一风格的连锁店形象。

3) 技术培训

总部将对加盟店进行全方位培训。不仅是汽车美容、汽车养护、汽车装饰等技术方面的培训,还包括驰耐普的经营理念、营销管理、宣传策划等一系列围绕着经营管理者的培训。

总部的师资力量齐全,理论教学采用常规教学与电化教学相结合的方式,对技术人员加大实战经验的培训,迅速提高技术人员的实际操作水平。技术培训与店面装修同期进行,以缩短开业周期,使加盟店争取时间,赢得市场主动。

4) 上门指导

新店在刚开始营业时,难免会遇到各种各样的问题,如库存量和库存品种的把握、接车时的技巧等。再加上加盟店技术人员经验不足等问题,可能会使加盟店遇到经营困难,也会影响到驰耐普的品牌形象。根据不同的级别,总部将派遣技师和店长进驻加盟店,为加盟店解决实际困难,并进一步传授实战经验技巧。

5) 开业策划

开业初期,总部将帮助各加盟店进行开业策划,包括如何全方位、多角度、深层次进行广告宣传,根据当地特色帮助加盟店制订正确的营销方案,指导汽车俱乐部的运营模式以及策划市场信息服务等,使加盟店顺利开业,尽快步入正轨。

6) 广告宣传

总部拥有强大的网络平台,加盟商可以利用因特网迅速、便捷传递信息的优势,与总部进行全方位的信息交流,实现资源共享。在对外广告宣传方面,总部一直长期、不断地在国

内各大电视台、电台、网站、报纸、杂志等媒体以多种方式进行广告宣传。各加盟店均可分享总部成功的广告效应,只需根据当地特色稍加宣传即可以极小的投入获得极大的利润回报。

7) 定期深造

总部对所有加盟商提供永久性的技术支持,定期对加盟商进行培训。向他们传授最新的汽车美容养护的专业技术知识,理论联系实际,让加盟商及时掌握汽车后市场的新技术、新理念,不断提高加盟商的整体素质,从而保证整个连锁体系与人员队伍的高效率、高水平。

8) 年终支持

每年总部都会对各加盟店进行综合考评,对不同级别的优秀加盟店进行不同程度的年终嘉奖。召开加盟店年会,交流先进经验,使驰耐普连锁体系更紧密,更牢固,更具市场竞争力。

思考与练习

一、填空题

1. 连锁经营有三种形式,即_____、_____和_____。
2. 目前,我国境内的汽车美容连锁企业有_____,_____,_____,_____,_____等。

二、判断题

1. 汽车美容连锁加盟的前期应注重筹集资金。()
2. 加盟连锁创业与自己创业相比风险更大。()

三、简答题

1. 汽车美容与装饰连锁经营有哪些好处?
2. 搜集相关资料,简述某一汽车美容与装饰品牌连锁经营的加盟流程。