

# 2024年汽车维修商业计划书3篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/186327.html>

## ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。相信许多人会觉得计划很难写？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

### 汽车维修商业计划书篇一

#### 1 公司介绍

(1)公司名称：朝阳汽车服务有限公司

(2)公司性质：多人合作经营的有限公司

(3)主营业务：从事汽车维修等相关服务;如汽车日常维护、美容、二手车买卖、租车、发动机、地盘，车轮、空调等检测等维修和汽车的配件销售。

(4)公司面积：250平方米左右

(5)公司预计初期投入资金：30万(投入资金筹措方式采取均摊制)

(6)公司面向群体：有车一族、爱车一族

(7)公司经营策略：积极创新、稳中大步前进

(8)装修风格：整洁中档

#### 2 公司宗旨

热情.优质.高效

#### 3 公司各部门及职责

董事会：由各位出资者构成，主要负责公司重大问题的决策。

总经理：由董事会推荐选举产生，全权负责公司日常的各类经营，对董事会负责，并且对公司各

职能部门的工作进行部署安排和监督。

财务部：设主管一职，主要负责公司的财务工作。

维修部：设维修主管一名，主要负责对汽车的各项维修。

销售部门：设销售主管一名，主要负责公司销售产品的采购活动，并且负责公司客户关系管理系统的日常工作和维护。

#### 4职工薪酬

一个收银员1500元/月，三个服务员1200元/月，二个技工3000元/月，一个二手车评估采购员2500元/月+提成。每年总费用为163200元

在中国经济日益腾飞的今天，人民的收入日渐增高，现在越来越多的人开始向私家车看齐。同时，旅游消费早已不是少数人才能接触的“小公举”，而是走向大众，成为居民常态化生活选择。如今，汽车行业和旅游行业已成为我国的支柱产业，而伴随着汽车行业和旅游行业而生的一大批新兴行业也如雨后春笋般涌现。

随着汽车的日益普及以及旅游业的发展，汽车零件的损坏与维修也大大增多了，汽车服务市场和二手车市场份额也开始逐渐增大，伴随着这样的形式，我以及我的伙伴的汽车服务企业也将尽快成立。

#### 1市场描述

随着汽车迅速进入千家万户，我国汽车服务业也进入了发展的黄金时期，汽车服务业和汽车保修设备行业在市场的洗礼中开始由传统的劳动密集型向资金技术密集型、由生产型向服务型过渡，形成了利润丰厚的汽车后市场。目前，全国汽车维修行业有一二类企业30多万家，从业人员近300万人，每年都在以10%左右的速度快速增长。国营、集体、股份制、私营、个体、中外合资等多种经济成分的汽车维修企业在共同发展，4s店、特约维修服务站、综合维修厂、快修连锁店、专项维修店等多样化的经营方式各展其长，形成了一个门类齐全、品种多样，分布广泛，服务方便，能够满足不同消费层次需求的汽车维修市场体系。

中国汽车市场发展潜力巨大，特别是私人汽车消费，在未来20年将持续高速增长。中国汽车保有量的快速增长将直接带动国内汽车维修保养市场的发展，按照一个完全成熟的国际化的汽车市场的利润测算，中国汽车维修保养市场的利润总额约为2153.55亿元。

据统计，至20xx年末，我国民用汽车保有量达到5697万辆(包括三轮汽车和低速货车1468万辆)，比20xx年末增长14.3%，其中私人汽车保有量3534万辆，增长20.8%。民用轿车保有量1958万辆，增长26.7%，其中私人轿车1522万辆，增长32.5%。20xx年年末全国民用汽车保有量达到15447万辆(包括三轮汽车和低速货车972万辆)，比上年末增长12.4%，其中私人汽车保有量12584万辆，增长15.5%。如此庞大的汽车增长，将会催生出一个怎样的汽车服务行情?而我们的汽车服务企业缺的是什么呢?如何去迎接这样的机遇呢?

20xx年及未来几年，我国汽车服务业必将完成一个从无序到有序的过程，日趋完善。规模化效应将会在近一两年显示得更为淋漓尽致，汽车服务企业间的竞争更为激烈，不可避免。那么，在当

前汽车服务业发展形势下，我国汽车服务企业该如何判断当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略，汽车服务企业加速提升企业品牌形象，加强技术与产品实力，改进企业管理水平，完善售后服务体系面对与迎接新一轮的考验，做大做强。

## 2典型问题

竞争对手的主要优势：

- 1.入行时间早
- 2.企业资源相对丰富
- 3.成熟的管理模式
- 4.员工工作熟悉稳定

竞争对手的主要劣势：

- 1.服务理念落后
- 2.管理模式相对固定死板
- 3.维修技术人员学习接受能力弱

公司的.优势：公司优势在这里集中表现在交通区位方面，交通便利。非常具有团队精神，团队成员的私交也非常的好。拥有良好的感情基础和超强的凝聚力，使得我们团队是一个高效的团队。公司提供售后服务，有自己客户关系管理系统。公司的不足：公司在成立之初肯定会因为业务的不熟练产生一些问题，这是新公司无法避免的。并且公司的管理机制并不一定够科学有效。

应对办法：多进行一些岗前培训，进行参观优秀企业，公司运营过程中适时调整策略和管理机制，未来能力允许的情况下，多招揽优秀人才。

## 1客户群的建设与维护

通过传单发放和横幅摆放、优惠活动促销，汽车维修知识的传授等措施吸引人气，以专业的技术，周到的服务意识培养属于自己的忠实客户群体。借助互联网的影响，大力推广企业的知名度。

## 2产品定价

对于公司销售的汽车配件及二手车尽量比同行低一些，提高销售量赢得客户。

表一：启动成本。

表二：运营成本。

## (一)车身修理设备

吊装, 举升设备(单价5000元左右)、剪板设备、焊接设备(3000元左右)、砂轮机(800元左右)、空气压缩机(1500元左右)、车身校正设备、其他常用工具(800元左右)。项目准备资金: 25000元。

## (二)汽车维修钣金设备

空气压缩机;喷烤漆房(从事轿车涂漆)或喷漆设备(25000元);调漆设备;砂轮机;吸尘、通风设备;其他常用工具。项目准备资金25000元。

## (三)篷布、座垫及内装饰修理设备

缝纫机;锁边机;工作台或工作案;熨斗;裁剪及其他专用工具。准备资金: 1000元

## (四)电器、仪表修理设备

电器性能测试仪万用表(100元);绕线机(100元);烘箱(500元);钳工工作台及设备(省略);钎焊设备(200元);仪表检修工作台;拉压器;其他常用工具(500元)。准备资金: 2000元。

## (五)蓄电池修理设备

充电机;熔铅设备;焊极板设备;钳工工作台及设备;电解液比重计;高频放电叉;电解液配置器具;废水处理和通风设备;万用电表;其他专用、常用工具。

充电间与工作间分开, 充电间的地、池由耐酸材料制做。准备资金: 2000元。

## (六)散热器、油箱修理设备

清洗及管道疏通设备;氧--乙炔焊设备;钎焊设备;水压试验设备;空气压缩机;喷灯;工作台或作业架;其他专用工具。

## (七)轮胎修补设备

空气压缩机;漏气试验设备(省略不用);轮胎气压表(100元);千斤顶(200元);轮胎螺母拆装或专用拆装工具;轮胎轮辋拆装、除锈设备或专用工具;轮胎修补设备;其他专用工具。

设备准备总共需要资金60000元。

## (八)二手车收购

每月预计收购二手车3—5辆(每辆2—5万), 收购后进行维修, 然后卖出去或用于出租。准备资金150000元 预算总额为210000元

(1)行业分析: 随着汽车工业的迅猛发展以及汽车消费的迅速普及, 汽车终究会成为代步工具进入千家万户, 就像冰箱、电视一样成为我们的生活用品。随着汽车家庭化, 大众化, 人车一体生活成为时尚。不仅爱车养车理念已渐入人心, 且时尚。伴随着旅游业的发展, 租车业也将成为一种潮流。

(2)消费分析: 现在的很多服务都满足不了市场的需求。所以开一家汽车服务公司成为了市场的需求。现在的服务行业尚未成规模, 有很大的发展空间, 再有就是可以充分的利用客源的关系,

加强业务来往，以使带来新的更多的客源，扩大业务范围，和市场份额。

员工技术不够硬朗，客户进店维修一次后不再到此店维修，缺少回头客。解决办法：在招聘员工的之时，应各方面审核员工技术是否过硬，比如开店营业之前，在二手车市场或其它渠道先购买一台有技术故障的车辆，让其员工现场维修，如合格方可留用。

管理者经营不善，管理者与员工不能齐心协力完成销售目标，管理者应关爱自己的员工，高度调动员工积极性，同时应与车辆保险公司查勘员或领导搞好关系，避免产生矛盾，僵化关系。解决办法：和员工保持良好的合作关系，最好的办法以心换心，多和员工交流。同时制定合理的奖罚措施，让员工觉得跟着你干会有前途，如每月能超额完成任务时，应给予一定的奖励办法，如集体去吃饭，玩耍之类。

投资资金紧缺，在开店初期流动准备资金应在10—15万，已备应急。避免在初期投资未见收益时，不能及时填补资金漏洞，导致资金链断裂。解决办法：开店准备资金为购买设备资60000元+厂房租赁资金13500元+办理开店证件4000元+流动资金150000元合计为227500元。合理利用有限的准备资金，开店之初个人开销该节省的必须节省。合理规划资金用途，让每一分钱都用在刀刃上。同时每一项目(除特殊情况外)，应在设定的准备资金之内。

对于这样的经营项目来说，我觉得这样的项目会越来越多，竞争也会越来越大;一定要增加人才的引进和技术的更新，并且建立良好的企业形象和完善的信息平台，所以要求经营者不断学习，不要停留在“原地”，不断地“进步”这样才能不怕任何风险。

1.公司的短期目标：建立自己的品牌，积累无形资产。积极发展，收入稳定，达到一定利润。

第一阶段：通过广泛的宣传、促销吸引顾客

第二阶段：公司发展处于上升阶段，通过热情周到的服务树立良好的品牌形象，一方面留住原有的顾客，另一方面开拓新的客源。

第三阶段：针对不同的顾客的需求，完善公司管理、服务流程。

2.中期目标：进一步扩展公司项目，扩大市场与规范流程两手抓。使公司拥有一定品牌影响，扩大公司影响范围，为以后占领更大市场打下基础。

3.远期目标：对公司进行进一步完善，扩大建设规模,随着公司不断壮大，打造一个具有知名度汽车服务企业。

以创新灵活的经营模式来吸引广大消费群体 以无可挑剔的优质服务来满足广大消费群体  
以安全舒适的环境来方便广大消费群体 以公益感恩的企业文化来回报广大消费群体

## 汽车维修商业计划书篇二

项目名称：好邻居水电急修服务部

经营范围：电线电路，开关插座，照明灯具，水管水箱等维修安装，防水补漏工程项目。

项目投资：约3万元

回收成本期限：6个月

样板店地址：越秀区大新街

项目概况：好邻居水电急修服务部是组织一群经严格培训的专业维修队伍，以优质的服务，为社区的住户、商户提供水电故障诊断、快速维修，24小时上门服务。

## 一、市场需求分析

家里的电线电路、开关插座、照明灯具发生故障，空调加雪种，水管、水箱、浴具漏水是经常发生的事，大部分的住户由于缺少相关的专业技能和维修工具而无能为力。当家里只剩老人和小孩，如果发生水电故障就需要找人处理。

社区的小商铺发生水电故障会影响营业。出现这些问题时大多数人只能翻广告，找朋友询问附近有无可解决问题的工人。然而目前只有一些各自为政，没有经过专业训练缺乏专业资格的人员，这种方式既没效率，价格又没有标准，施工质量和后续服务没有保障，造成客户在时间上、价格上和质量上的许多困扰。

## 二、目标群体分析

目标群体的定位在广州市的老城区的老街道（越秀区大新街），主要原因是老城区的电线电路、开关插座、照明灯具，水管水箱等使用期限较长，都比较老化，待修的可能性很大，因而商机较大。

### 一、启动资金：

铺租1000元

装修5000元

购置设备10000元

营业执照、税务登记费1200元

水电杂费800元

工资（12人）9600元

合计：27600元

### 二、每月运营成本：

铺租1000元

水电杂费800元

工商管理费、300元

工资9600元

设备折旧200元

原辅配件费用800元

其他不可计算费用300元

合计：13000元

一、水电急修的市场需求较稳定，风险主要来自同行业的竞争

由于它的技术含量不会太高，进入比较容易。

二、服务质量会带来风险

由于技术员的水平不一样，有些故障还带有一定的偶然性，这给服务质量的把握带来一定难度。

解决这一问题有两个基本方法：

(1) 对维修员工严格把关；

(2) 定期或不定期的组织员工接受培训和经验交流，以提高员工素质。

三、入户所带来的人为风险

主要是极个别人会手脚不干净，见财眼红。预防这种现象的出现，要经常加强员工的思想教育，与员工保持密切联系，做好员工的思想工作。

(1) 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定：客户在购买、使用商品和接受服务时应享有人身、财产安全不受损害的权利。客户有权要求本企业提供的商品或服务符合保障人身、财产安全的要求。

(2) 根据《中华人民共和国劳动法》的相关规定：本企业应依法与所招聘的企业员工签订相应的劳动合同，而且因为本行业中员工工种有一定的危险性，更应该依法为员工办理相应的工伤保险、养老保险及基本的医疗保险等福利待遇。

职员及岗位职能

经理1名（老板）：负责整个维修部的工作以及策划开发工作。

经理助理1名：协助经理做好管理和策划开发工作，兼会计。

电话接线员1名：负责与客户的联络。

水电工10名：负责具体的维修工作。

注：全部为本市的下岗失业人员。

### 一、工作经验

本人有8年的水电维修工作经验，对水电维修有浓厚的兴趣，交际能力强，做事踏实、认真。

### 二、社会资源

本人世代居住在大新街，有良好的街坊邻居关系，开展工作会得心应手。

### 三、教育背景

本人大专毕业，专修电工，对企业管理有一定的特长。

### 四、资金支持

有家人的大力支持，开业资金绝对没问题。

### 一、创业环境

这主要表现在创业的政策环境上，为鼓励下岗失业人员创业上岗，广州市出台了一系列优惠政策，如：从事社区服务的，三年免税、免工商管理费，劳动部门给予1500—2000元的创业扶持费以及招工优惠政策等。根据《广州市社区就业服务岗位资助试行办法》，本人的项目属于社区服务项目，还可享受更多的优惠政策。

### 二、经营地点

经营地点选择在旧城区，人口密集，缺乏物业管理公司，竞争对手少。

(1) 印制附有详细价目表的宣传单派送到户，以明码实价，公开透明的收费制度使客户放心。定期举办知识讲座，征集客户意见，了解需求情况，营造良好的人际关系，进而创建良好的信誉与形象。

(2) 按项目大小收费与会员制包月优惠收费相结合，让顾客有更多的选择，培养固定客户，提高客户忠诚度。

(3) 工作人员的技术水平和服务质量、服务态度对客户的满意度有关键性影响，必须严格进行上岗培训，制定工作规范：工作时穿制服戴工作证准时到达现场，热情礼貌的工作态度世界创业实验室，按标准作业流程操作，随时注意安全，填写客户资料和意见表。

(4) 在节假日提供专项特价检修、检视业务，建立相关客户情况资料，并义务为社区内的困难户、孤寡老人等提供服务。

(5) 提供电话热线报修，24小时上门服务，使客户享受方便、迅速的服务。

## 一、市场需求分析

水电急修服务是一项市场需求稳定，竞争较少，投入资金不大，投资回报期短，可持续发展性强，服务范围和对象广泛，提供较多工作岗位，创业和解决再就业相结合的社区服务项目，可行性较高。

## 二、项目规模的可行性分析

投资少，见效快是本项目的一大特点。先以一个社区或小区为基础，逐步扩大规模和影响。使用本社区的下岗失业人员是项目的优势，也是项目可行性的一大体现。

## 三、行业发展趋势分析

水电维修是一个长期性的项目，特别是上门服务。随着小区规模的进一步发展，水电安装的进一步完善，相关后期服务的需求也会越来越大。水电产品的质量下降，也给水电维修带来一定的发展潜力。综上所述，我们确定本项目有可行性。

## 汽车维修商业计划书篇三

公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。本公司创建于20xx年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。

并在20xx年6月通过了国家生产许可证的验收；被省质量监督局20xx年度抽查测定为合格产品。20xx年3月通过北京中大华远认证中心的iso9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%；并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场；并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造a品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设；开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

(一) 品牌定位争做电动车行业的领导品牌

(二) 目标市场县级、地级市(25-35岁的女性为主要目标消费群)

(三) 市场前景二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。

这不仅是国内市场，国外市场亦是；公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把a公司在电动车行业耸立起来。

(四) 产品优势低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

(五) 市场现状20xx年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

1、价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。尽管电动车前四大品牌控制着绝大部分市场，但部分区域品牌想扩大市场份额，往往用低价策略来扰乱市场，另外，即使在几个大品牌之间，在市场的压力下，也在暗中较劲，其中小装电动车几大品牌降幅，这些都是可能引致电动车价格战的不确定因素。

2、电动车行业对比摩托车来说，技术含量相对较低，电动车企业之间的竞争更多地体现在成本上，但随着几大品牌的规模已经形成，成本优势相差无几，因此电动车行业技术升级之战不可避免，节能技术、绿色技术、数字化技术等等技术革新将引发新的竞争。

3、从整体上来看，目前电动车市场仍处于供大于求的状况，竞争渐趋于白热化，加之电动车电机、电池的不稳定，许多老企业面临着生产设备和技术更新的难题。激烈的竞争将厂家面临多重压力，市场份额向大品牌集中，小品牌的市场份额也正在大幅下降，部分企业甚至已处在挣扎线上。

4、从市场需求情况看，电动车消费的档次将逐步拉开，一些整体品质卓越的高品位电动车将成为市场消费的主流，技术含量高的精品电动车因具有绝对的换代优势而受到欢迎。

5、由于农村普及速度加快，一些低价位电动车的需求重心由城镇居民家庭向城郊农村地区延伸，需求总量呈稳步上升之势，产销状况趋势向好，生产处于良性循环的合理区域内。加之最近处于“非典”时期，更为电动车市场带来前所未有的机遇和挑战。

6、地区性品牌借助地缘资源在当地拥有相当的市场占有率。因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

1、技术竞争必将升级。随着电动车行业第二轮高速发展期的来临，国内电动车市场的格局将面临着重新洗牌，新老两大阵营之间的对抗将围绕如何赢得电动车换代市场来进行。

2、电动车企业的营销管理能力将接受严峻考验。绿源及其他新进入者，营销管理规范、系统运作，市场控制力强、市场策划一流、手法稳健，a电动车将如何应对，如何强化自我的营销能力，将成为对a电动车的最大考验。

(六) 融资计划公司计划以借贷形式，一次性借贷100万美元，用于新品开发、设计、市场推广、广告投入及扩大生产规模。其中20万美元，用于市场推广及广告费用；80万美元用于其他营运

活动。公司计划以两年收回运营资本

(一) 营销策略品牌定位：中高档。目标市场：国内二级、三级。渠道策略：特许经营、专卖连锁产品策略：在建立行业品牌形象后，向相关联的领域拓展，营造属于a品牌的形态意识。

(二) 推广预测：年份 终端网络 销售额  
2003 50家 2004 100家 10000万  
2005 200家 15000万  
2006 350家 20000万  
在销售额达到10000万时，计划扩大生产规模（土地征用，厂房建设及设备投资），达到年产a电动车10万量的目标，满足2亿元的年销售额的需求。

通过一系列运作，于20xx年完成2亿元销售额，发展终端网络350家，年生产a电动车10万量。a品牌在中国的二级、三级城市的一类商场或街面拥有专柜或专卖店，并扩展到经济发达的一级城市。a品牌成为中国电动车行业的领导品牌，消费者对a电动车的首选品牌。

营销管理工程，以"责任清楚、机构合理、规范运作、提高效率、赏罚分明"为目标，通过组织架构的设定和业务流程的重新梳理，将a公司建设成为以客户为中心、以市场为导向的现代营销型公司，使其不但能够出色完成公司下达的营销任务，而且能够在竞争越来越激烈的市场中引领整个a公司稳健发展、更加壮大。

通过明确相关岗位工作流程及相关岗位的岗位功能，界定相关岗位的岗位责任，相关岗位工作制度，绩效评估、激励考核及奖罚制度（包括各岗位的奖罚制度），派出机构的管理，建立各类规范化表格（如：销售日报表、业务人员工作计划表、绩效考核表等），及营销服务体系（服务的流程、规范、制度、政策、特色）等工作。

年销售额：20000万元 产品成本：20000万元  
 $\times 50\% = 10000$ 万元 市场推广、广告营销费用： $20000 \text{万元} \times 20\% = 4000$ 万元 税  
收： $20000 \text{万元} \times 10\% = 2000$ 万元 利润： $20000 \text{万元} \times 20\% = 4000$ 万元

已有相关产品生产及销售经验，在统一经营上领先一步。

有利于树立企业的整体形象，提高产品及服务质量。a主要劣势，是没有形成一个以市场为导向、以顾客为中心的组织体系，a内部没有形成统一的价值观，而且在新品开发、设计、工艺质量方面，条件不够成熟。

同时，主要竞争对手的市场意识在增强，渐渐都开始注重品牌和服务，机制灵活，对市场变化反应迅速，对a形成较大威胁，加之行业跟随者及其它品牌的进入将分享a品牌的市场份额，使a品牌渐渐失去行业绝对领导品牌的优势。a系列产品虽说市场潜力很大，但需主推a电动车，其它产品自然销售。

只有当产品向专、新开发，渠道和服务向深、广发展，才能使a品牌真正强大起来。通过对市场的分析，我们发现，电动车行业在国内外市场上是属于新兴的产物。这反而给a提供了很好的机会。只要及时调整企业战略，充分利用资源，进行合理整合，a品牌是可以在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发