

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年保安服务市场前景及趋势预测	4
第一节 保安服务行业监管情况及主要政策法规	4
一、行业主管单位和监管体制	4
二、主要法规和政策	5
第二节 我国保安服务行业主要发展特征	5
一、行业壁垒	5
(1) 资质准入壁垒	5
(2) 人员准入壁垒	5
二、行业基本风险特征	6
(1) 业务区域集中的风险	6
(2) 行业集中度不高的风险	6
(3) 市场竞争加剧的风险	6
(4) 人力成本增加的风险	6
第三节 2022-2023 年中国保安服务行业发展情况分析	6
一、行业基本情况	6
二、保安服务业发展情况	7
三、保安服务行业现状分析	7
第四节 2022-2023 年我国保安服务行业竞争格局分析	8
第五节 企业案例分析：重庆巴岳保安服务股份有限公司	9
一、公司在行业中的竞争地位	9
二、公司的竞争优势	9
三、公司的竞争劣势	10
四、公司应对风险的解决措施	10
第六节 2023-2028 年我国保安服务行业发展前景及趋势预测	11
一、保安服务的重要性与日俱增	11
二、保安行业的规模将不断扩大	12
三、安保服务将朝着专业、高效率的方向发展	12
四、技术防范将占有更高比重	12
第三章 保安服务企业顾客满意度的重要性及影响因素	12
第一节 提升顾客满意度的重要性	12
一、顾客是企业的无形资产	13
二、顾客是企业的义务营销员	13
三、顾客是服务和产品的监督员	13
四、顾客是生存与发展的关键	13
五、顾客是降低成本的特效药	13
六、顾客有选择权,有享受服务的权力	14
七、顾客是购买产品价值和体验价值的人	14
八、顾客是提升企业的竞争力增加企业经营利润的人	14
第二节 满意度影响因素	14

一、顾客过去的消费经历	14
二、服务承诺	14
三、口碑	14
四、顾客需要	15
五、顾客的角色意识	15
六、市场竞争状况	15
七、暂时服务强化因素	15
第三节 满意度测量及指标体系构建	15
第四章 保安服务企业顾客满意度提升策略	16
第一节 企业提高顾客满意度策略	16
一、搞清楚顾客对产品的体验，切忌盲目自信	16
二、不断强化顾客的选择理由	16
三、为顾客提供优质产品和服务才是提高顾客满意度的核心，切忌过度营销	16
四、加强员工的培训与教育	17
五、不断争取老顾客	17
六、积极听取顾客的建议，并不断改进	17
七、设立有效的反馈途经很重要	17
八、加强顾客对品牌认知	17
九、向赢家学习，“站在巨人的肩膀上”	17
第二节 提高顾客满意度需注意事项	18
一、提高顾客满意度需要注重基础知识	18
二、提高顾客满意度需要训练好员工	18
三、提高顾客满意度需要提供更新的订单	18
四、提高顾客满意度需要做好广告效果的跟踪	18
第三节 其他提升策略	19
一、提高产品价格优势，产品质量信誉化	19
二、提升服务水平，注重特色化创新	19
三、实施品牌化战略，提升客户对企业文化的认同	20
四、提升顾客满意度策略——体验	21
一、到店前的体验	21
二、预定体验	21
三、门头体验	22
四、迎宾体验	22
五、排队叫号体验	22
六、等位体验	22
七、叫号进店体验	22
八、进店落座体验	23
九、点餐介绍体验	23
十、注册引导体验	23
第五章 保安服务企业《提升客户满意度策略》制定手册	23
第一节 动员与组织	23
一、动员	24
二、组织	24
第二节 学习与研究	25

一、学习方案	25
二、研究方案	25
第三节 制定前准备	26
一、制定原则	26
二、注意事项	27
三、有效战略的关键点	28
第四节 战略组成与制定流程	31
一、战略结构组成	31
二、战略制定流程	31
第五节 具体方案制定	32
一、具体方案制定	32
二、配套方案制定	34
第六章 保安服务企业《提升客户满意度策略》实施手册	35
第一节 培训与实施准备	35
第二节 试运行与正式实施	35
一、试运行与正式实施	36
二、实施方案	36
第三节 构建执行与推进体系	37
第四节 增强实施保障能力	38
第五节 动态管理与完善	38
第六节 战略评估、考核与审计	39
第七章 总结：商业自是有胜算	39

第一章 前言

提高服务质量，是企业赢得信誉的根本所在。

近来我国经济获得了飞速发展，市场的发展更是令人瞩目，但是伴随着消费者维权意识的日益增强，人民生活水平和收入水平的提高，对消费的要求和期望值也越来越高。无论是从企业自身发展来看，还是从消费的发展趋势来看，如何满足消费者的需求，并让消费者放心、满意是关系到企业可持续发展、社会和谐进步的重要问题。

因此，提高消费者的消费满意度，将能更好地规范服务秩序，提高服务质量，推动行业健康发展。

那么，如何提高顾客满意度呢？

下面，我们先从保安服务行业市场进行分析，然后重点分析了：

提升顾客满意度的重要性

- 满意度影响因素
- 企业提高顾客满意度策略
- 提高顾客满意度需注意事项
- 其他提升策略
-

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将成为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年保安服务市场前景及趋势预测

第一节 保安服务行业监管情况及主要政策法规

一、行业主管单位和监管体制

序号	行业主管单位	监管内容
1	公安部及各省市级公安机关	指导保安从业单位建立健全保安服务管理制度、岗位责任制度、保安员管理制度和紧急情况应急预案制定，并监督、检查其执行情况，督促保安从业单位落实相关管理制度，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。
2	保安服务行业协会	在公安机关的指导下，依法开展保安服务行业的自律活动。

二、主要法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《保安服务管理条例》	中华人民共和国国务院令 第564号	国务院	2009/9/28 (已于2020年12月修订)	规范保安服务活动，加强对从事保安服务的单位和保安员的管理，保护人身和财产安全，维护社会治安
2	《公安机关实施保安服务管理条例办法》	公安部令 第136号	公安部	2016/1/14	规范公安机关对保安服务的监督管理工作
3	《重庆市公安机关实施保安服务公司许可工作规范》	渝公规(2018)2号	重庆市公安局	2018/1/31	规范重庆市保安服务公司许可工作
4	中国安防行业“十四五”发展规划(2021-2025)	中安协[2021]55号	中国安全防范产品行业协会	2021/6/25	提出了在“十四五”期间，我国安防产业要以实现高质量发展为总目标，全面推进安防行业进入智能时代。在核心技术、产业升级、理论研究等方面实现质的突破；在结构优化、应用拓展、行业管理等方面做出新的成效。

第二节 我国保安服务行业主要发展特征

一、行业壁垒

(1) 资质准入壁垒

从事保安服务需取得各地公安机关颁发的《保安服务许可证》，且其中会约定具体的服务范围，如门卫、巡逻、守护、押运、安全检查、安全技术防范、秩序维护等。各保安服务公司只能在保安服务许可证上列明的服务范围内从事经营活动。且大型安防项目采购产品或服务均需通过招投标方式进行，对资质、业绩、规模、质量管理、本地化服务等方面均具有严格的要求。

(2) 人员准入壁垒

根据《保安服务管理条例》，保安从业人员需经设区的市级人民政府公安机关考试、审查合格并留存指纹等人体生物信息后，取得保安员证。从事武装守护押运服务的保安服务公司还需具有符合《专职守护押运人员枪支使用管理条例》规定条件的守护押运人员。

二、行业基本风险特征

（1）业务区域集中的风险

目前我国保安服务，尤其是人防服务仍是典型的劳动力密集型行业，跨地区开拓市场的难度较大，大多数保安服务公司主要是以所在区域为主要拓展市场。行业发展的区域性在一定程度上降低了行业的市场活力，限制了行业发展的速度。

（2）行业集中度不高的风险

我国目前从事保安服务的公司数量众多，多数规模较小，市场集中度不高。同时，多数保安服务公司的服务规模化、集约化程度较低，服务质量参差不齐，低水平服务现象较为严重，从而制约了行业的整体发展。

（3）市场竞争加剧的风险

中国安防行业发展前景广阔，吸引了大量竞争者进入该行业。尤其民营资本的大量涌入，打破了众多国有保安服务企业的垄断地位，行业面临市场竞争加剧的风险。

（4）人力成本增加的风险

保安服务尤其人防服务属于劳动密集型行业，随着近年来我国劳动用工成本的持续刚性上涨，保安服务企业经营风险日益加剧。同时，随着业务规模的扩大和业主要求的提高，企业用工成本的上升，对企业控制经营成本造成较大压力。

第三节 2022-2023 年中国保安服务行业发展情况分析

一、行业基本情况

安防行业是构建立体化社会治安防控体系、维护国家安全及社会稳定重要的安全保障性行业，是随着现代社会安全需求应运而生的产业。社会只要有犯罪和不安定因素存在，安防行业就会存在并发展。就防范手段而言，安防包括人防、物防和技防三个范畴。其中人防和物防是古已有之的传统防范手段，它们是安全防范的基础，随着科学技术的不断进步，这些传统的防范手段也不断融入新科技的内容；技防是在近代科学技术用于安全防范领域并逐渐形成的一种独立防范手段的过程中所产生的一种新的防范概念。

近年来，我国安防行业受到各级政府的高度重视和国家产业政策的重点支持，保持了快速发展的势头。国家陆续出台了多项政策，鼓励安防发展与创新，《中国安防行业“十四五”发展规划

《2021-2025 年》《产业结构调整指导目录（2019 年）》等产业政策为安防行业的发展提供了明确、广阔的市场前景，为企业提供了良好的生产经营环境。国家政策支持催化了产业升级，行业市场需求促进了行业发展。安防行业在预防打击违法犯罪活动、加快国家治理能力现代化进程和服务民生等方面取得了显著成效。

二、保安服务业发展情况

保安服务作为安防服务中人防的重要表现形式，在现代市场经济中占据重要位置。在当代中国，保安服务业成为维护社会稳定、保护群众生命财产安全的重要力量。我国保安服务业产生于 1984 年，经过 37 年发展，已由当初单一的人力防范发展到今天集巡逻守护、武装押运、技术防范、安全检查、安全风险评估、犬防、随身护卫、海外安保等于一体的全方位立体化安全防范体系。我国保安服务业作为劳动密集型产业，吸纳着大量复转军人、农村剩余劳动力和城镇下岗职工，在一定程度上解决了这些群体的就业问题。

中国保安行业的业务范围主要有门卫、守护、巡逻、营业性文体活动的安全服务、安全检查、武装押运、保安器材营销、保安咨询、承接安防工程和建立安防系统、社会性保安服务等。随着社会的发展，保安服务已渗透到企业事业单位、物业小区、各类学校、金融领域、商业大型活动保卫、停车场看护、娱乐场所及网吧等特种行业单位等服务领域。转变经营理念、拓宽服务领域，已成为越来越多的城市大力发展保安服务业的产业化策略。

近年来，我国保安服务业保持了快速发展的势头。过去 10 年，随着保安市场全面开放、脱钩改制逐步落地，保安服务企业由“公安开办、区域经营”逐步转向“公安监管、充分竞争”，大量民营资本涌入市场，一方面充分激发了保安服务企业的危机感和竞争意识，科技创新步伐加快，为提升服务质效提供了有力保障，国家政策支持促进了产业升级及一批优秀企业的加速成长；另一方面，行业内由于企业数量众多，鱼龙混杂，部分企业产品及服务普遍同质化严重，行业低端市场竞争激烈，恶性价格战等不良现象逐步显现，扰乱了市场秩序。因此，保安服务行业转型升级需求迫切。

三、保安服务行业现状分析

海外发达国家保安服务行业发展较高，目前服务体系完善。从全球市场趋势来看，全球保安行业规模将会不断扩大，主要原因有两点：一是受到全球私有化趋势进一步扩大，将导致安保服务进一步外包。二是工业化趋势会进一步持续，对基础设施的投入会不断增加，这势必增加安保产业的市场份额。据统计，2022 年全球保安服务行业市场规模达到 2533.2 亿美元，同比增长 4.1%。

就国内保安服务行业市场来看，我国保安服务市场持续增长。首先是国内近年来城镇化扩大，人口更加集中，而安全隐患进一步增加。其次中产阶级群体扩大，安全意识增强，对小区、商业住宅等生活办公环境安保需求提升。数据显示，2022 年我国保安服务行业市场规模达到 2709.0 亿元，同比增长 9.2%。其中人防服务需求占比 47%，武装押运服务占比 13%，电子保安服务占比 1%，

特保服务 5%，物业保安服务占比 21%，其他保安服务需求占比 13%。

随着“智慧城市”、“平安城市”建设的推进，安防概念逐渐向二三线城市和农村延伸普及。交通、教育、金融、物联网与安防行业的交叉应用更加密切，这些行业的迅速发展对安防行业将起到一定的促进和联动作用。同时，中国城镇化建设逐步深入、居民可支配收入的提高和安全防范意识的增强，使得民用安防的需求由一线城市向中小城市和农村扩大。

国内外的保安服务公司之间就更不具有可比性，当前国内的保安服务单位规模小的不足百人，规模大的数千人，能够达到万人规模的很少。欧美国家的保安服务业起步较早，经过多年的发展，无论是经营规模、从业人员的数量，还是社会影响力，都已经达到相当的高度。发达国家的保安服务业不仅规模大、专业化程度高、从业人员数量多，而且出现了许多颇具影响力的知名保安服务企业，且已经发展成为享誉全球的跨国公司。因此我国保安服务行业还有广阔的发展空间，发展潜力巨大。

第四节 2022-2023 年我国保安服务行业竞争格局分析

从国内安保行业企业竞争来看，我国保安服务行业市场庞大，中小型企业居多，仅提供服务领域市场集中度极度分散，提供装备技术等企业集中度较高。数据显示，截止到 2023 年 8 月 7 日，我国保安服务行业企业数量达到 40253 家，较 2022 年底增长 1008 家，其中 5000 万以上注册资本企业数量为 1753 家，占比 4.4%，100 万以内注册资本企业数量为 16892 家，占比 42.0%。

目前我国保安服务市场上已有上海保安服务集团、中城卫、中安保、华威保安、中融安保、G4S 杰富仕、七兵堂国际安保集团有限公司、重庆保安集团、恒安卫士、中军军弘保安服务有限公司、合肥保安集团、昆明安保集团 KMS 等一批优秀企业。其中上海保安服务集团是行业内规模最大，服务范围最广的公司之一。

由于是劳动力密集型行业，行业区域发展不平衡，主要集中在经济发达且人口众多的地区。北京、上海、广州、沈阳、武汉、南京、杭州、深圳、重庆等发达城市的保安服务企业相对规模较大，管理水平较高，但内地还有不少企业相对规模较小，抗风险能力较差，缺乏核心竞争力，大部分企业经营管理方式相对落后，管理粗放，缺乏规划和应急预案，应变能力相对不足。

保安服务行业呈现明显的区域特性，大多数保安服务企业主要是以所属区域为主要拓展市场，较少开展跨省跨市跨区的业务工作。各区域内排名靠前的企业一般是属于成立年份较早、资本规模较大、业务实力较强的企业。

第五节 企业案例分析：重庆巴岳保安服务股份有限公司

一、公司在行业中的竞争地位

目前，就全国范围内来看，保安服务公司众多，市场呈现完全竞争状态，且业务区域集中性较强，尚未形成在全国市场占有率比例较大的专业保安公司，业内企业普遍规模较小，竞争较为分散。就重庆地区而言，重庆市辖区规模较大的保安公司有重庆保安集团有限责任公司、重庆市沙坪坝区保安服务有限公司、重庆大正保安服务有限公司，其中重庆保安集团有限责任公司、重庆市沙坪坝区保安服务有限公司均为国有独资公司，重庆大正保安服务有限公司为民营企业。上述公司业务区域与巴岳保安基本不存在重合竞争的情况。

巴岳保安是重庆大足片区内唯一一家国有保安服务公司，也是注册地在重庆双桥经济技术开发区内的唯一一家保安公司。公司业务主要集中在重庆双桥经济技术开发区及大足片区，其中覆盖了重庆双桥经济技术开发区绝大部分市场份额。近年来出现少数民营保安公司与巴岳保安竞争业务的情况，但由于公司在保安服务领域积累了丰富的行业经验，具备良好的品牌优势及资源优势，已与多家政府机关、企事业单位、银行、学校等客户建立了稳定的合作关系，因此公司在本地仍具有较强的竞争力和市场影响力。

二、公司的竞争优势

1) 规范运营优势

公司具有重庆市公安局颁发的《保安服务许可证》资质，能够承接国家安全单位对安防资质有严格要求的安保业务。公司始终将规范经营放在首位，制定标准的业务流程和规范的管理制度，在客户中获得了良好的口碑。

2) 管理及行业经验优势

保安服务业具有高人力资本的特征，高素质的保安服务从业人员必须具备策略、项目执行管理等多方面专业知识及行业经验。公司业务团队有多年行业经验，在把握保安服务业发展方向方面具有一定的前瞻性。公司核心团队稳定，同时具有良好的应变能力、创新能力和执行能力，使得公司有能力适应现代服务业发展的需求，不断提升公司业务水平以满足客户需求。目前，公司大部分客户对安防服务的要求较高，公司根据国家法规政策相关要求，通过实行严格的执行管理制度来保障服务质量。

3) 品牌与客户资源优势

品牌和客户资源是安防服务行业最重要的核心资源之一，是公司保持快速成长的重要基础。经过严格的认证和筛选，公司已取得了多家政府机关、学校、企事业单位、银行的信赖，建立了长期、稳定的合作伙伴关系，在重庆双桥经济技术开发区内的市场占有率在 90%以上。

三、公司的竞争劣势

1) 市场区域单一

公司多年来一直主要从事保安服务，且收入全部来源于重庆双桥经济技术开发区及大足片区，虽然在该区域处于市场占有率较高的地位，但公司业务的市场区域比较单一，发展区域特征明显，未来可能面临业务发展的瓶颈，且若该市场经营出现波动，将对公司的运营产生较大的影响和风险。

2) 公司规模较小

公司 2019 年度营业收入为 1,564.72 万元，2020 年度营业收入为 1,598.51 万元，2021 年 1-9 月营业收入 1,494.29 万元，截止 2021 年 9 月 30 日公司资产总额为 1,929.47 万元，净资产为 907.05 万元。与重庆市内乃至全国的行业领先企业相比，公司的营收规模和资产规模均偏小，且公司融资渠道单一、资金实力不足，在人员招聘、业务扩张、品牌建设等方面受到限制。

四、公司应对风险的解决措施

1) 拓宽业务种类

近年来，公司持续提升服务质量和品质，强化公司实力，在确保保安服务业务稳步发展的同时，公司利用自身管理优势、品牌与客户资源优势，积极拓宽业务种类，逐渐增加了劳务派遣、物业服务等业务，为客户提供更多综合性的后勤服务，有助于公司增加收入规模，提升盈利能力及抗风险能力。

2) 加强内部管理

管理团队是服务业企业的核心，选择建设具有凝聚力和战斗力的团队是企业竞争成功的基本保障。公司将进一步引入先进的管理理念，培育组建优秀的管理团队。

3) 提升员工素质

公司将加强员工教育及团队建设。一是增加员工培训频率及培训时间，提升人员整体素质和应急处置水平；二是加大专业技术人才的引进和培养，增强公司软实力，在提升一线员工待遇的同时

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/455344042344011213>