

七月流火，世界杯赛事亦如火如荼，乃至万人空巷，引得彩电销售业也随之异常火爆，热烈表象背后潜藏的巨大商机可见一斑；青藏铁路全线通车，海拔5000米的天堑从此变通途，成为世界屋脊上最精彩的注解；与此同时，由市场研究行业协会（CMRA）主办的第二届“营销实践与市场研究应用”峰会也正在紧锣密鼓筹办中。夏天的故事总是以这种轰轰烈烈的方式开始，浓情而热烈地演绎着。

愿以三伏晨，催促九秋换。酷暑到了，收获的季节还会远吗？

那就让我们一起翘首期待吧！

敬请关注本期精彩内容：

内容摘要

• 研究心得——浅谈应用入户观察法应注意的几个问题

在运用多媒体入户观察法时，须提前做哪些准备？

与被访者交流时有哪些技巧？如何使观察点和询问点有机结合？...

• 案例分析——银行非核心业务系统的建设热点

随着银行IT基础设施建设以及大集中项目的完成，银行IT系统建设的重点开始转向非核心业务系统。非核心业务系统是如何界定的？其建设热点又集中于哪些方面？...

• 模型设计——消费者购买可能性判断模型初探（三）

在销售活动中，企业如何对消费者进行分类？

如何更准确地度量消费者的购买意向？

又如何利用模型进行分析？...



HOT WORDS

Own goal：乌龙球，指球员误把球踢入本方的球门内，不仅不得分，反而失分。

Be in an offside position：处于越位位置

Goalkeeper：守门员

Penalty kick：罚点球

Corner kick：角球

Free kick：任意球

小贴士

三伏——指初伏、中伏、末伏3个庚日。夏至后的第3个庚日为初伏，第4个庚日为中伏，立秋后第1个庚日为末伏。今年7月20日为庚戌日，即开始入伏。“伏”就是天气太热了，宜伏不宜动。

伏日饮食——伏日宜吃面。这一习俗至少三国时期就已开始了。北方有句俚语“头伏饺子二伏面，三伏烙饼摊鸡蛋”。伏天吃过水面，可以“败心火”。而头伏吃饺子是传统习俗，伏天的胃口不好，吃不下去东西，饺子在中国人的传统习俗里正是开胃解馋的食物。

浅谈应用多媒体入户观察法应注意的几个问题

研究产品：洗涤产品

研究方法：多媒体入户观察法

研究诉求：

通过对消费者使用洗涤产品的过程进行有目的的录像，得到洗涤产品使用习惯的第一手资料。从而为洗涤产品的定位、宣传、推广确立基本方向，并提供细节支持。

?!



此类项目经验谈：

第一，提前拟定完整严密的观察记录表和访问大纲。

- 对于重点观察和重点询问的地方，提前做出标记。
- 观察点可以按照行为发生的顺序依次罗列，例如将被访者的洗衣全过程划分为预处理、溶解、浸泡、洗涤、漂洗、晾晒前的处理等阶段，条理清晰简洁，方便记录和后期整理。
- 询问点也可以将要询问的内容划分为几个大的方面，比如产品评价与需求、购买行为和考虑因素、媒体接触习惯等。

第二，访问时研究员态度要诚恳，尽量使用口语。

- 研究员不要以专业、权威的市场研究专家身份自居，以免导致被访者在某种程度上掩盖自己的真实行为，有意识地按照社会期许的方式行事。
- 与被访者进行交流时，要尽量口语化，贴近其语言习惯，以拉近双方的距离。
- 向被访者保证录像、照相资料仅限于研究之用，以消除被访者的隐私顾虑，积极配合访问。

第三，适时插入相关的问题，使观察点和询问点能够有机结合。

- 在访问中不必拘泥于大纲的顺序，可根据实际情况灵活安排。例如看到被访者用温水溶解洗涤产品，可顺便询问为什么用温水而不是冷水溶解？是一年四季都用温水溶解还只是特定季节用？
- 询问以不影响被访者正常行为作为前提。比如，在衣物浸泡等待的时间里，可以询问浸泡时为什么溶液要刚刚没过衣物而不是满盆？
- 对于与观察行为毫无关系的内容，可在被访者完成洗衣过程后统一询问，避免扰乱其思路。如购买行为和考虑因素、媒体接触习惯等。

• 更多信息，请联系：

杨 枫 董事副总经理

Tel:010-67120665 ext 2010 Fax:010-67120669 E-mail: amy.yang@pamri.com

浅析银行非核心业务系统的建设热点

银行非核心业务系统的界定：

银行非核心业务系统也称为外围系统，是指在银行的核心业务（存贷款）系统之外的外挂系统。主要包括以下四部分：中间业务系统、渠道整合、柜员系统、基于数据仓库的应用。



银行非核心业务系统的建设热点

- 中间业务系统

市场的竞争和发展要求银行突破传统业务的框架，全面拓展金融业务。客户也希望在传统金融业务之外能得到更多的增值服务，如代发工资、代缴水、电及电话费、跨行转帐、实时支付、个人理财等服务功能。由此产生了"中间业务"，这将成为银行新的效益增长点，这也是银行未来业务的一个重要发展方向。目前这部分业务范围尚显狭窄，还有很大拓展空间。

- 渠道整合系统

由于银行的系统越来越复杂，需要更多的服务渠道提供合作，如电子商务的第三方支付平台，与这类渠道的整合需要新的系统。

- 风险管理系统

风险管理信息化，是金融机构信息技术应用的重中之重。目前，各大银行都在建立风险内部评级系统，如工商银行实施的《内部评级法工程整体规划项目》，建设银行的《风险管理平台项目》。其它各大银行，也都在建设此系统。

- 信息安全系统

数据大集中也带来了风险集中，同时，网上银行和手机银行等业务的发展，使得信息安全势必成为银行信息化的重点。随着信息技术的普遍应用，信息系统的正常运行已经成为银行业务正常运营的最基本条件之一。

- 决策支持系统

建设商业智能决策支持系统，是国内银行的必要选择。数据大集中后，各大银行的总行集中了丰富的客户基本信息和原始交易信息，如何在此基础上，利用数据库技术营销细分市场，开发出各种创新的公司、个人业务产品，是各大银行的当务之急。目前，建设银行、交通银行、光大银行等都在开发应用商业智能系统。

- 更多信息，请联系：

杨 枫 董事副总经理

Tel:010-67120665 ext 2010 Fax:010-67120669 E-mail: amy.yang@pamri.com

如何更准确地度量消费者的购买意向（三）

—判断消费者购买可能性的模型设计

—— 关键问题：消费者购买可能性模型的赋值方法



• 利用统计的方法

假设属性A中的j水平有t比例的人属于购买者，则称A属性j水平对购买的隶属程度为t。将t值赋予j水平，依据同样的方法，则可以得到每个属性各个水平的赋值。利用 $\max L2 = \max (a1/a+b1/b) \times 50\%$ 或 $\max (a1/a-b2/b)$ 求出P值。对于第i个人，若 $U1i+U2i+.....+Umi > P$ ，则判断此人为购买者，否则判断为非购买者。可求出属性A的重要程度 $= da / \sum d$ 。其中，da=属性A中各水平赋值的标准差， $\sum d$ 表示所有属性水平标准差之和。

• 利用不等式及定义对各水平进行比较精确的赋值

此种方法要求将每个属性的水平赋予合适的值，赋值的范围从 $-\infty$ 到 $+\infty$ 。规则是若第i个人 $U1i+U2i+.....+Umi > P$ ，则判断此人为购买者，否则判断此人为非购买者。利用以下目标求出每个属性各个水平以及P的值：
 $\max L2 = \max (a1/a+b1/b) \times 50\%$ 或 $\max (a1/a-b2/b)$
其中 $\max (a1/a+b1/b)$ 与 $\max (a1/a-b2/b)$ 是等价的。

• 为提高算法的可行性，本文提出并证明以下两点结论：

结论一
若 $U^* (i, 1) , U^* (i, 2) , , U^* (i, ki) ; P^*$ ，其中 $i=1, 2, , m$ 是分类模型的一个最优解；则第二种分类方法： $U^* (i, 1) + ai , U^* (i, 2) + ai , , U^* (i, ki) + ai ; P^*+a1+a2+.....+am$ ， $i=1, 2, , m$ ，并且 $a1, a2, , am$ 是常数，也是分类模型的一个最优解，第一个最优解与第二个最优解是等价的。

结论二
若 $U^* (i, 1) , U^* (i, 2) , , U^* (i, ki) ; P^*$ 是分类模型的最优解，其中 $i=1, 2, ... , m$ ；则 $aU^* (i, 1) , aU^* (i, 2) , , aU^* (i, ki) ; aP^*$ 也是分类模型的一个最优解，其中a是不等于0的常数。优解。

• 更多信息，请联系：

刘 新 董事副总经理 Tel:010-67120665 ext 2031 E-mail:jason.liu@pamri.com	田迎钊 汽车研究事业部经理 Tel:010-67120526 ext 2045 E-mail:tom.tian@pamri.com	郎 雨 汽车研究事业部经理 Tel: 010-67120526 ext 2046 E-mail: daisy.lang@pamri.com
---	---	---