

## 项目经验 + 物理思想 + 数学方法 = 环亚探索

“环亚探索”是本刊开辟的新栏目，旨在通过深层次归纳研究，将项目经验用物理思想进行描述，用数学方法进行表达，探索市场活动中主、客体关系的规律，进而解释和预测市场行为。抛砖引玉，琢玉成器。本期“环亚探索”首篇推出——《“摆”现象规律初探》，热烈欢迎各界有志同仁一起探讨交流！

愿《环亚关注》升华为PAMRI与您交流的最佳平台，成为您不可或缺的朋友！

## 内容摘要

### ■ 环亚探索——“摆”现象规律初探

何谓“摆”现象？

该现象是否有规律可循？

把握“其规律对生产企业有何意义？ ...

### ■ 案例分析——禁摩政策对大排量摩托车市场的影响

京、沪、穗等城市在此方面如何先行？

禁摩将如何影响大排量摩托车市场？

未来趋势如何？...

### ■ 模型设计——消费者购买可能性判断模型初探（四）案例篇

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？

如何利用模型进行分析？...



## HOT WORDS

→ Tropical storm : 热带风暴。

今年第9号热带风暴“宝霞”(BOPHA)于8月9日在我国台湾登陆，中心最大风力有9级(23米/秒)。一般而言，热带风暴最大风速 > 32.6米/秒(即12级以上)时形成台风(Typhoon)。

Mouse potato : 网虫。

Ringtone : 铃音。“彩铃”可用polyphonic ringtone表示，“和弦铃”则是chord music ringtone。

## 小贴士

→ 立秋：每年8月7日或8日太阳到达黄经135°时为立秋，农历上表示秋季的开始。但仍属夏季的范畴，故有“三伏未尽秋到来”之说。

处暑：在每年8月23日或24日，表明暑天将近结束。这时三伏天气已过或接近尾声，但还未出现真正意义上的秋凉，亦有“秋老虎，毒如虎”的说法。到九月上、中旬才真正进入秋季。

# “摆”现象规律初探

消费者在购买商品的过程中，普遍存在着不断比较的现象，这种现象称为“摆”现象。对“摆”现象的深入研究，将有利于生产商市场定位和竞争分析。环亚和有关合作伙伴一起，经过对大量案例的深入研究，发现了“摆”现象的一些规律，在此愿与有兴趣者共享。

?!



“摆”幅的大小取决于“摆”动力的大小，即购买力和驱动力的合力；

- 理性购买点是最佳选择；
- 通常，实际购买点与理性购买点并不重合；
- 理性购买点与实际购买点的差距，是市场成熟度的反映；
- 实际购买点往往高于理性购买点；
- 以理性购买点为基点，向高档产品方向摆动的幅度大于向低档产品方向摆动的幅度；
- 摆幅之内的产品不一定形成竞争关系；
- “摆”现象在耐用消费品和汽车产品上表现的更明显。

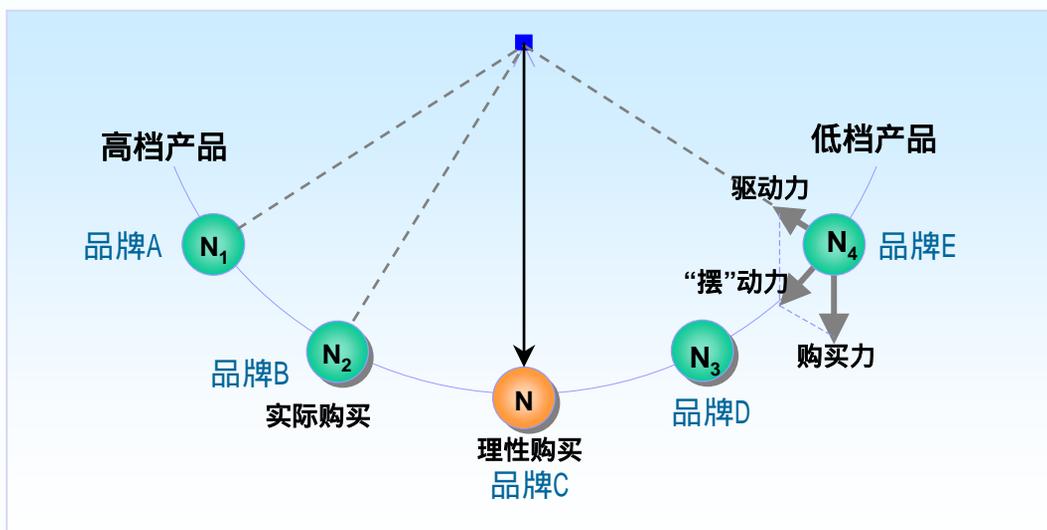


图 解

- 购买力：计划支出对消费者的影响力
- 驱动力：环境因素对消费者的影响力
- “摆”动力：购买力与驱动力的合力
- 对于品牌A, B, C, D, E有相对应的N1, N2, N, N3, N4人次进行过购买的考虑

• 更多信息，请联系：

刘新 董事副总经理

Tel:010-67120665 ext 2031 Fax:010-67120669 E-mail: [jason.liu@pamri.com](mailto:jason.liu@pamri.com)

# 禁摩政策对大排量摩托车市场的影响

禁摩源起：

摩托车过多会妨碍城市交通，加重拥堵程度。

摩托车危害交通安全，肇事率高达10%。

目前摩托车主要以小排量为主，小排量摩托车驾驶员素质有待提高。

?!



## 京、沪、穗等城市的禁摩政策

### ■ 上海：

自2000年起实施“限摩”。

2002年10月在原有基础上加大“限摩”力度，即内环线以内的“三纵三横”主干道、市区五条机动车专用道和浦东三大区域全天“禁摩”。

外地牌照摩托车在郊环线范围内禁行。 渠道整合系统

### ■ 北京：

四环内的主路、西直门外、长安街沿线、学院路南路等路段对于所有摩托车都实施禁行。除此之外的线路，京A牌照不受限。

京B牌照及外地牌照的摩托车，在四环以外不受限。

轻便摩托车禁止上高速。

京A牌照的摩托车可以上高速，但要求时速在70KM以上。

### ■ 广州：

2004年5月1日起，广州市明确禁摩“三步走”，分别实现摩托车在部分主干道限时禁行、东风路全段禁行、市区中心城区全面禁行。

从2007年1月1日起，除执勤外，摩托车在广州将遭到全面禁行。

## 禁摩政策对大排量摩托车市场的影响

- 城市禁摩和上路上牌政策的限制，是影响大排量摩托车销售的主要因素。
- 城市禁摩政策使摩托车不能完全作为交通工具，而只能作为休闲工具或收藏品。
- 摩托车在市区道路及周边高速行驶受限，影响用户长途和短途出行，进而影响购买。
- 大城市摩托车上牌管理严格，费用高，很多用户选择在其他省市上牌照。
- 目前进出口配额已经取消，贸易政策不会影响大排量摩托车市场。

### • 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](mailto:amy.yang@pamri.com)

# 如何更准确地度量消费者的购买意向（四）

## —判断消费者购买可能性的模型设计

如何切实应用？——利用此模型进行的案例分析



### 项目背景

A公司准备推出一款面向儿童的产品，采用的方式为一对一销售。

- A公司共接触了2500人，其中372人购买了产品，2128人没有购买产品。采用计算机随机抽样的方法，将2500人分成两组，每组1250人，每组购买者的比例基本一样。用第一组数据来估计模型的参数，第二组数据用来检验模型。A公司希望能够更准确地找到潜在消费者。

| 属性           | 水平    |       |       |        |       |        |
|--------------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
| 孩子性别         | 男     |       |       | 女      |       |        |
| 赋值           | 1.1   |       |       | 0      |       |        |
| 孩子年龄         | 1月3日  | 4月6日  | 7月9日  | 10月12日 | 13-14 | 15岁及以上 |
| 赋值           | 0     | 0.498 | 0.774 | 3.826  | 3.482 | 4.152  |
| 父母职业         | 第一类职业 |       |       | 第二类职业  |       |        |
| 赋值           | 1.69  |       |       | 0      |       |        |
| 父母学历         | 硕士及以上 | 本科或大专 |       | 高中     | 初中    |        |
| 赋值           | 3.79  | 1.34  |       | 0.015  | 0     |        |
| 孩子爱好         | 无     |       | 第一类爱好 |        | 第二类爱好 |        |
| 赋值           | 0.174 |       | 0     |        | 2.31  |        |
| 孩子是否经常参加集体活动 | 否     |       |       | 是      |       |        |
| 赋值           | 0     |       |       | 0.85   |       |        |

按照以上赋值，当某个人的得分大于10时，就判断为购买者，当得分小于或等于10时，就判断为非购买者。

模型拟合优度 $L2=0.81$ ，模型识别能力 $=0.62$ ，比第一种方法略好一些。但预测能力略差一些。利用得到的模型，在第二组数据中进行预测，结果为：

$$L2 = (a1/a + b1/b) \times 50\% = 0.759$$

$$a1/a - b2/b = 0.518$$

不如第一种方法的预测。因此，利用第一种比较简单的方法基本可以满足一般的分类要求（但第一种方法在选属性时，要注意属性之间不能有强的相关性）。

### • 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](mailto:amy.yang@pamri.com)