

辞旧迎新，金猪将至，在此《环亚关注》谨代表北京环亚市场研究社（PAMRI）全体员工提前给您拜个早年，感谢您一年来的合作与支持，祝您在新的一年里：

新春愉快，福旺财旺运气旺！

万事如意，家兴人兴事业兴！

内容摘要

- 环亚看点 — 定性研究方法的新探索（一）
 - 如何克服定性研究中的主观性？
 - 宏观政策是否可以量化研究？...
- 研究成果 — 高档食品店，离我们越来越近
 - 我国高档食品消费状况如何？
 - 其关注点又在哪儿？...
- 研究心得 — 总体完全满意率与各指标完全满意率的差异研究（五）
 - 在满意度研究中,总体与各指标满意率之间的关系如何？
 - 实际操作过程中如何使二者趋于一致？...



HOT WORDS

- Spring Festival couplets: 春联
- The dinner on New Year's Eve: 年夜饭
- Gift money: 压岁钱
- Exhibit of lanterns: 灯会
- Give New Year's greetings: 拜年

小贴士-腊八

- 腊月初八，古称“腊日”，俗称“腊八节”。从先秦起，腊八节是用来祭祀祖先和神灵，祈求丰收和吉祥。这一天又被佛教奉为释迦牟尼的成道日，即“佛成道节”。
- 腊八有吃腊八粥的习俗。最初由佛教寺院以八种食物合煮“八宝粥”进行布施，以示对佛祖的敬奉。其后渐成民间自煮八宝粥食用，形成吃“腊八粥”风俗。
- 我国喝腊八粥的历史，已有一千多年。最早开始于宋代。

如何克服定性研究中的主观性？
宏观政策是否可以量化研究？...



❖ 用量化研究方法解决宏观政策的研究问题

定性研究主要是通过焦点小组、深度访谈等方式进行的。也许是由定性研究的特点和方法所决定，无论是定性研究成果的使用者还是提供者，都存在这样的困惑：定性研究得出的结论似乎是主观性大于科学性。

也正因此，定性研究的结论存在以下两方面的问题。一方面是在相同的研究素材中不同的研究者可能会得出不同的结论，甚至于得出完全相反的结论。另一方面是对于研究结论，谁也说服不了谁，而这会让使用者无所适从。这一点也是定性研究方法受到质疑或批评最多的地方。

环亚（PAMRI）经过多年项目研究的经验积累和艰苦探索，以定量分析的手法创新地解决了定性研究结论不确定的棘手问题。简单来说，就是宏观问题的微观解法，把定量研究的方法应用于宏观政策研究中。

通过这种研究使政策对市场的影响达到定量化，使得出的结论更科学，更可信。下面我们就以曾多次引起热烈讨论和广泛关注的道路车辆燃油费改税政策为例，来介绍这项技术的应用。首先回顾一下费改税政策的历程。

❖ 燃油费改税政策历程的回顾

费改税政策是中央深化财税体制改革的重大决策，对道路交通车辆税费体制进行改革是费改税政策的重要工作内容之一，也是费改税的突破口。

1994年国家有关部门正式提出开征燃油税动议。1998年10月，国务院提请全国人大审议公路法修正案草案里，将“燃油附加费”改为“燃油税”。1999年10月31日，九届全国人大常委会第十二次会议通过了《公路法》修正案。

2001年1月，国务院新闻办记者会透露，燃油税出台工作已就绪，将在适当时候开征该税种。2002年1月再次针对该政策说，“燃油税将择机出台”。2004年1月表示，取消养路费已经进入审批程序，一旦油价合适就可以开征。2005年年初强调，取消养路费已经进入审批程序，时机成熟便可开征。

作为车辆燃油费改税政策的主要主管部门，国家税务总局的领导几乎在每年年初都要对该政策有个表态，核心意思是“准备就绪，择机出台”，而在引起社会广泛关注后往往又杳无音信。官方解释原因主要是——考虑到油价过高的影响。即当油价处在一个比较合适的位置的时候，就会开征燃油税。

• 更多信息，请联系：

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

研究成果一

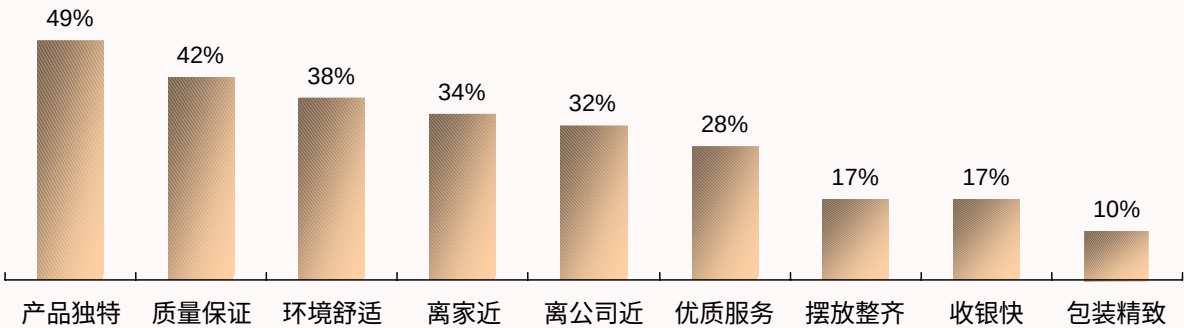
高档食品店，离我们越来越近

舒适的购物环境，汇集世界各国的特色美食……专门经营高档进口食品的新型业态正悄然走近人们的生活。环亚（PAMRI）通过调查发现……



❖ 高档食品店之消费关注点

主要在于经营产品的独特性、质量与购物环境。

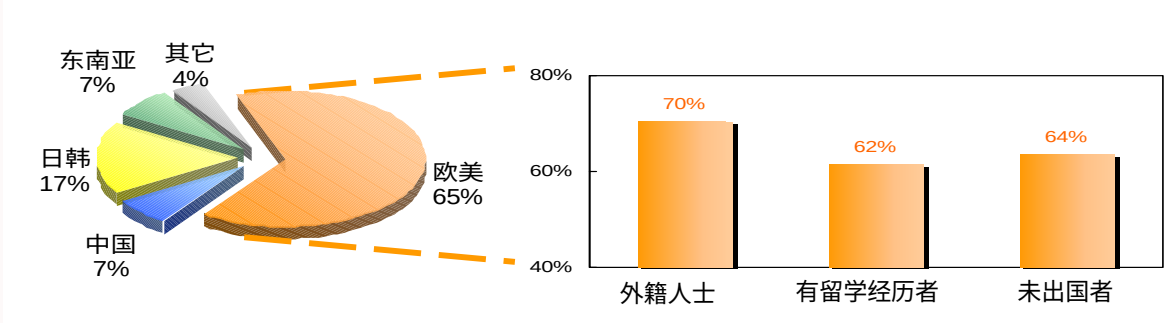


❖ 高档食品店之目标消费群

集中于在华外籍人士、有海外经历的中国人及国内高收入人群等高端消费群体。

❖ 高档食品店之潜在需求

高端消费群体对不同国家、不同风味的熟食及半成品等有一定的需求。



❖ 高档食品店之待追加服务

高端消费群体在购买高档食品时，希望提供更多的人性化附加服务，如：

- 提供休闲区；
- 满限定金额免费送货；
- 定期发送商品信息海报；
- 便利物品，如雨天可以提供雨伞；
- 收银台提现金服务。

• 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

研究心得一

总体完全满意率与各指标完全满意率的差异研究（五）

在满意度研究中, 总体与各指标满意率之间的关系如何？
实际操作过程中如何使二者趋于一致？



❖ 投入产出理论对问题的解释

• 理论定义

完全满意率的提高不是凭空来的，是企业持续投入的结果。

企业对服务（包括售前、售后）的投入，也有一个规模效应的问题。

不难想象到：收入、成本与规模都正相关。也就是说，当规模增大的时候，收入、成本都在增大，只不过收入增加的速度快于成本增加的速度。因此，当达到一定的规模时，收入超过成本，企业开始赚钱。因此，我们做出如下定义：

服务的投入标志为：指标完全满意的个数；

服务的产出标志为：总体是否完全满意；

赔的定义为：总体完全满意率小于指标完全满意率；

赚的定义为：总体完全满意率大于指标完全满意率。

• 整个顾客群由三类人构成

1、不赔不赚

当一个人对所有的指标都是非完全满意的，并且对总体也是非完全满意的；或者当一个人对所有的指标都是完全满意的，并且对总体也是完全满意的。

当顾客只有这两类人组成时，那么显然在任何时候，总体的完全满意率与指标的完全满意率都是相等的。

2、赔

以下情况为赔：当一个人总体为非完全满意，但在一些指标上是完全满意，也就是说指标完全满意的个数大于0。

赔的数量的计算：总体非完全满意的人完全满意指标的个数之和。

3、赚

以下情况为赚：当一个人总体为完全满意，但在一些指标上是非完全满意，也就是说指标非完全满意的个数大于0。

赚的数量的计算：总体完全满意的人非完全满意指标的个数之和。

因此，可得出以下结论：

总体完全满意率小于指标完全满意率的充要条件：赚的数量小于赔的数量；

总体完全满意率等于指标完全满意率的充要条件：赚的数量等于赔的数量；

总体完全满意率大于指标完全满意率的充要条件：赚的数量大于赔的数量。

• 更多信息，请联系：

王文利 董事副总经理

Tel: 010-67120665 ext 2006 Fax: 010-67120669 E-mail: wenley.wang@pamri.com