

春天的讯息，总是在不知不觉中扣响门扉。春节的烟花刚刚褪尽，两会的帷幕已悄然拉开。一个新的季节就以这样一种方式开始了，忙碌而有条不紊。

时至今日，《环亚关注》也年满一周岁了！这一年的路程，有挑战，有欣喜，最重要的是让我们从新朋友变成了不折不扣的老朋友。如需以前各期信息，请随时与我们联系。

新的一年里，《环亚关注》再次与您相约：让我们一路同行！

内容摘要

• 环亚看点 — 定性研究方法的新探索(二)

- 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 — 出境旅游，何去何从？

- 据有关数据显示，近年人们选择出境度假的比例正逐年上升。环亚通过调查发现...

• 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(六)

- 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

- Lunar January : 正月
- The Lantern Festival : 元宵节
- Riddles written on lanterns : 灯谜
- Dragon/lion dance : 舞龙/狮
- Variety show : 杂耍

小贴士-元宵节

- 元宵节是我国的传统节日，又称灯节。“猜灯谜”出现在宋朝。唐宋时灯市上出现各式杂耍技艺。明清时灯市除灯谜与百戏歌舞之外，增设了戏曲表演内容。
- 历代元宵节除游灯市外，还有迎紫姑祭厕神、过桥摸钉、走百病等习俗，及击太平鼓、秧歌、高跷、舞龙、舞狮等游戏。
- 元宵节还要吃应节食物：南北朝时吃豆粥或米粥，唐代吃一种叫“面茧”的面食（即烤饼），宋代有盐豉汤和绿豆粉做的科斗羹，并出现了“圆子”。此后元宵节南北方均以吃元宵为习。

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？...



❖ 由燃油费改税政策引起的有关说法

对于宏观政策的研究与解读，大部分情况下是仁者见仁，智者见智。备受社会关注的燃油费改税政策也不例外，就该政策出台后对卡车市场可能产生的影响曾引发各种评论。

翻开媒体的有关报道，燃油费改税政策对汽车市场影响的主要观点大致有如下几种说法：有的专家认为，一旦该政策实施对各类货物运输企业的运营车辆，个体货运主的营运车辆的不利影响将是巨大的。其不利原因显而易见，因为运营车辆，尤其是长途运输车辆所行驶的里程长，燃油消耗量大，燃油费改税后，所承担的费用也随之而增加。相比而言，乘用车由于局限在市区内、行驶里程较少而成为燃油费改税政策实施的最大受益者。

但是，部分业界资深人士却并不完全苟同燃油费改税后私家车将会成为最大受益者的说法，费改税主要是将燃油税取代养路费、货运附加费和运管费等多项费用，并不包含通行费，这意味着路桥费并没有任何减少，加之燃油税率还是个未知数，以及行驶里程的不确定性，导致最后交纳的费用不得而知，所以私家车的车主未必能从中获益。

对实施同样一个政策的影响产生了截然不同的说法，而且每种说法都很模糊。没有考虑实施燃油费改税政策后，到底哪些具体的因素会对今后的市场产生影响，影响程度有多大，对待不同对象的影响又有何不同？笔者认为，只有把这些问题逐一说清楚，才能使得出的结论更有说服力，而不至于陷入定性研究(政策研究)结论各言所云，让人无所适从的怪圈中。

以上所述部分，是我们对应用量化分析的方法在定性研究中使用而进行的简单背景介绍及对要研究目标的简单说明。此后我们将从解决实际问题的角度出发，通过在实际案例中的应用，来具体解释这一研究方法的功能所在。



• 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

张铁军

汽车研究事业部经理

Tel: 010-67120526 ext 2038

E-mail: james.zhang@pamri.com

据有关数据显示，近年人们选择出境度假的比例正逐年上升。而旅行社在出境游中扮演着重要角色。环亚（PAMRI）通过调查发现...

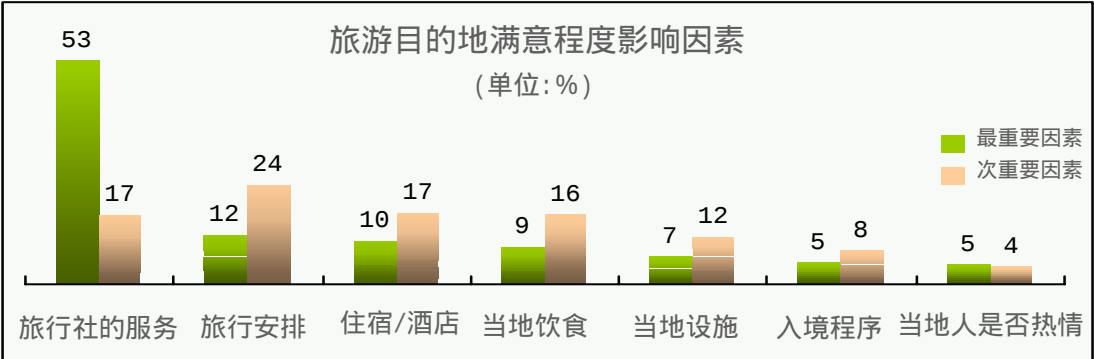


❖选择出境游地点的决定因素

在选择出境游地点的决定因素中，“异域风情”、“旅行花费”、“自然风光”三项成为关键因素。同时，男性消费者对“异域风情”、“名胜古迹”和“线路安排”的看重度高于女性，而女性消费者对“旅行花费”的看重度高于男性。

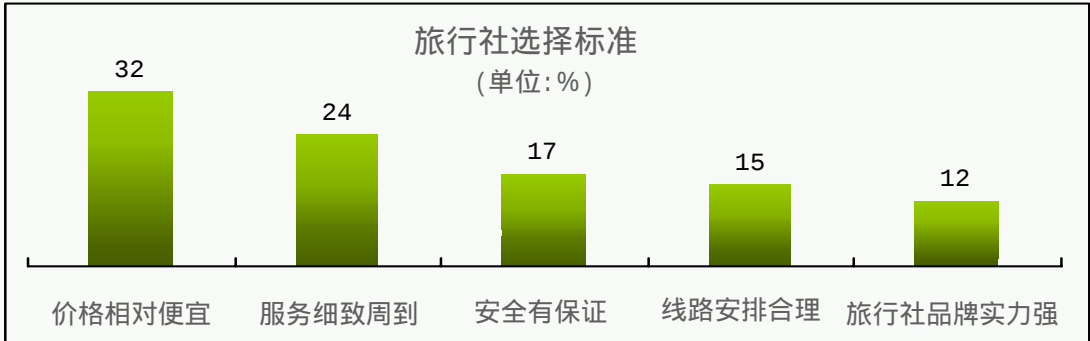
❖旅游地点满意程度影响因素

出境游消费者认为，出境游的满意程度与旅行社的操作休戚相关，甚至比旅游地点的硬性指标还要重要。



❖选择旅行社的主要标准

消费者选择旅行社的标准，主要集中在价格、服务和安全方面。



• 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 -

总体完全满意率与各指标完全满意率的差异研究(六)

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？...



❖投入产出理论对问题的解释 之 售后分析

售后三类人的数量(表一)

完全满意指标 个数	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
非完全满意	7630	3102	2202	1859	1582	1153	1088	773	633	527	453	404	277	248
完全满意	347	354	419	390	492	537	593	812	812	1009	1214	1501	1758	4273

*在上表中，粉色表示不赔不赚的人数，黄色表示赔的人数，绿色表示赚的人数

*数据来源：环亚汽车满意度研究

由上表得知：

赔的数量合计=3102 × 1+2202 × 2+1859 × 3+1582 × 4+1153 × 5+1088 × 6+773 × 7+633 × 8
+527 × 9+453 × 10+404 × 11+277 × 12+248 × 13=62429

赚的数量合计=347 × (13-0)+354 × (13-1)+419 × (13-2)+390 × (13-3)+492 × (13-4)
+537 × (13-5)+593 × (13-6)+812 × (13-8)+1009 × (13-9)+1214 ×
(13-10)+1501 × (13-11)+1758 × (13-12)=47010

赚赔数量合计=赚的数量-赔的数量=47010-62428= -15419<0。

因此，结论是：总体完全满意率小于指标完全满意率。

另外，从总体与各指标的完全满意情况比较：

售后总体完全满意率与各指标完全满意率

	总体	指标1	指标2	指标3	指标4	指标5	指标6	指标7	指标8	指标9	指标10	指标11	指标12	指标13	指标平均
完全满意率	39.8	47.7	54.7	39.5	39.8	48.6	42	38.5	45.6	38.6	39.4	32.2	53.4	41.6	43.2

*数据来源：环亚汽车满意度研究

从上表可以看出，售后总体的完全满意率确实低于指标的完全满意率，平均低43.2-39.8=3.4%。而从计算的结果来看，赚赔合计-15419，即赔了15419。顾客总量为34891人，指标总数为13个。因此，总体完全满意率平均比指标完全满意率平均低：

15419 ÷ 34891 ÷ 13 × 100%=3.4%，与实际结果一致。

• 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