

四月的视野中，到处洋溢着一片复苏、繁荣的气息。沙尘暴打了个照面，却再也肆虐不起来；第六次提速使我国正式迈进高速铁路时代；与天气一起复苏的，还有中日关系的悄然融冰……

值此“五一”黄金周在即，本期《环亚关注》特推出出境旅游调查案例分析，与尊敬的朋友一起共飨。

敬请关注本期内容：

内 容 摘 要

• 环亚看点 – 定性研究方法的新探索(三)

- 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 – 东北地区出境游案例浅析

- 五一黄金周在即，出境旅游再次升温。
- 环亚在东北地区的调查数据显示...

• 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(七)

- 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

- Property law：物权法
- People's well-being：民生
- Corporate/enterprise income tax：企业所得税
- Tax on agricultural specialty products：农业特产税

小贴士-“春捂”

- 昼夜温差 - 大于8 是春捂的信号。
- 最佳时机 - 气象台预报的冷空气到来之前24~48小时。
- 持续时间 - 7~14天恰到好处。即使气温回升了，也得再捂7天左右，体弱者才能适应。衣物减得过快有可能冻出病来。
- 临界温度 - 15 。当气温持续在15 以上且相对稳定时，就可以不再捂了。

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？...



❖ 用定量研究方法准确解读燃油费改税政策对卡车市场的影响之一

为了说明实施燃油费改税政策后和现行的以征收养路费为主的相关交通费用相比到底合适与否，有哪些因素对卡车市场产生影响及影响程度有多大，对不同对象的影响有何不同等问题，下文将以货运市场普通运营载货车的相关计算来进行具体说明。

▪ 平衡里程点

总体思路是，首先计算出目前没有实施“费改税”情况下费用总承担数额，再计算假如实施了“费改税”后的费用变化情况及如何变化，在这2方面的计算中寻找出一个点，该点就是没有实施“费改税”情况下费用总额与实施了“费改税”后费用总额相等的点，将其称之为“平衡里程点”。根据计算得出的“平衡里程点”就可容易的发现“费改税”政策的实施是如何影响卡车市场的。

本文选取的样本来自环亚商用车数据库（2003年数据）。样本总数=200（个），是在全国10个城市按功率配额随机抽取的普通载货车。功率配额情况是162-190kw，67（辆）；191-220 kw，67（辆）；221 kw及其以上，66（辆）。

▪ 公式比较

根据本文第2部分燃油费改税实施方案简介中提供的相关情况，目前3个功率段的卡车每月缴纳的费用（M）计算公式为：

$$M = \text{公路养路费} (G) + \text{公路货运附加费} (F) + \text{公路运输管理费} (H) \quad (1)$$

式中G、F和H的数值均来自于对用户的调查。通过（1）及其相关调查数据经计算得出结果： M_1 （162-190kw）= 4279（元）、 M_2 （191-220kw）= 5591（元）、 M_3 （221kw及其以上）= 6425（元）。

实施费改税后，根据本文第2部分燃油费改税实施方案简介中提供的情况，目前3个功率段的卡车每月应缴纳的燃油税（Y）计算公式为：

$$Y = a \times (b/100) \times c \times d \quad (2)$$

式中：a = 平均100km的油耗量（162-190kw，34.0L；191-220 kw，40.2L；221 kw及其以上，45.9L）；b为月行驶里程（162-190kw，6445km；191-220 kw，6702km；221 kw及其以上，6507km）；c为燃油单价，元/L；d为燃油税税率。

（待续）

• 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

张铁军
汽车研究事业部经理
Tel: 010-67120526 ext 2038
E-mail: james.zhang@pamri.com

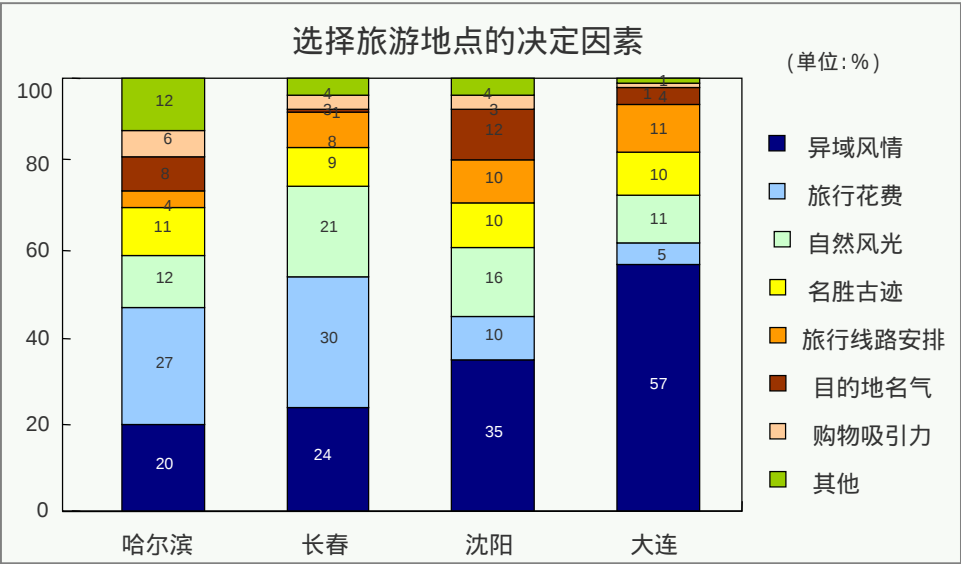
研究成果 - 东北地区出境游案例浅析

五一黄金周在即，出境旅游再次升温。环亚（PAMRI）在东北地区四大城市的相关调查发现...



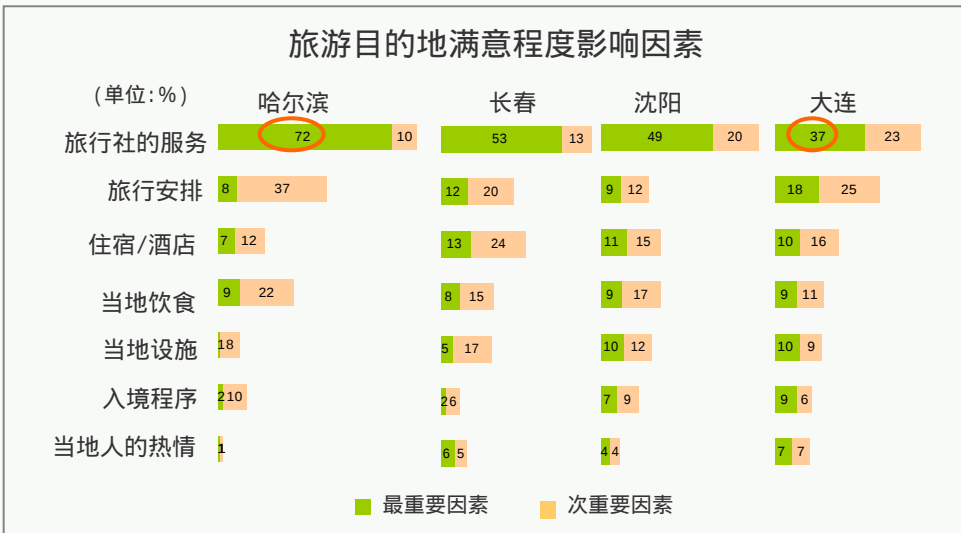
❖ 出境旅游地点的选择

在东北地区的主要城市中，长春、哈尔滨的消费者认为“旅行花费”会直接影响对旅游地点的选择，大连和沈阳的消费者则对“异域风情”的看重度较高。



❖ 出境旅游的满意程度

对东北地区的出境游消费者而言，旅行社的服务及行程安排起决定性作用。



• 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(七)

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 -- 售时分析

售时三类人的数量(表二)

完全满意指标个数	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
非完全满意	2510	1265	970	968	797	658	615	458	411	328	289	223	235
完全满意	113	101	155	198	177	243	328	349	417	518	677	1013	3001

* 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

赔的数量合计 = $1265 \times 1 + 970 \times 2 + 968 \times 3 + 797 \times 4 + 658 \times 5 + 615 \times 6 + 458 \times 7$
 $+ 411 \times 8 + 328 \times 9 + 289 \times 10 + 223 \times 11 + 235 \times 12 = 33884$

赚的数量合计 = $113 \times (12-0) + 101 \times (12-1) + 155 \times (12-2) + 198 \times (12-3) + 177 \times (12-4)$
 $+ 243 \times (12-5) + 328 \times (12-6) + 349 \times (12-7) + 417 \times (12-8) + 518 \times (12-9)$
 $+ 677 \times (12-10) + 1013 \times (12-11) = 18205$

理赔数量合计 = 赚的数量 - 赔的数量 = $18205 - 33884 = -15679 < 0$

因此，总体完全满意率小于指标完全满意率。

从绝对值来看，售后与售时理赔合计相差不大，但是由于数据库中售时顾客的数量要远少于售后顾客的数量，因此相对来说，售时赔的数量更大。

售时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	指标平均
完全满意率	42.8	50.9	43	51.6	55.2	60.6	48.5	41.2	47.1	43.3	58.3	53.6	52.6	49.9

* 数据来源：环亚汽车满意度研究

从上表可以看出，总体完全满意率低于指标完全满意率，平均低： $49.9 - 42.8 = 7.1\%$ 。

从计算的结果来看，理赔合计-15679，也就是说赔了15679个。顾客总量为18298人，指标总数为12个，因此，总体完全满意率平均比指标完全满意率平均低：

$15419 \div 18298 \div 12 \times 100\% = 7.1\%$ ，与实际结果一致。 (待续)

• 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