

千里之外感受汶川地震，希望所有人都平安。灾难面前，中华儿女从来没有被打倒过。在这样的危难时刻，让我们一起同呼吸、共命运，众志成城，携手同心度过困难的日子，挺起中国人的脊梁。

多难兴邦，顽强的中国人民一定会共克时艰，重建和谐美好的家园！

内容摘要

■ 案例

关于车展的消费者定位

- 又一度北京国际车展落下帷幕，
- 环亚向您展示最新的调查结果...

■ 视点

摩托车市场透视

- 我国摩托车市场一直发展缓慢，
- 其市场特点及前景如何？...

■ 新闻

环亚捐款支援汶川地震

中国加油!



Hot Words

- Aftershock: 余震
- Airdrop: 空投
- Sniffer dog: 嗅探犬
- Flags are at half-mast: 降半旗致哀
- Quake lakes: 堰塞湖(地震引起山体滑坡使河水贮积而形成)



关于车展的消费者定位

——北京国际车展观众透视

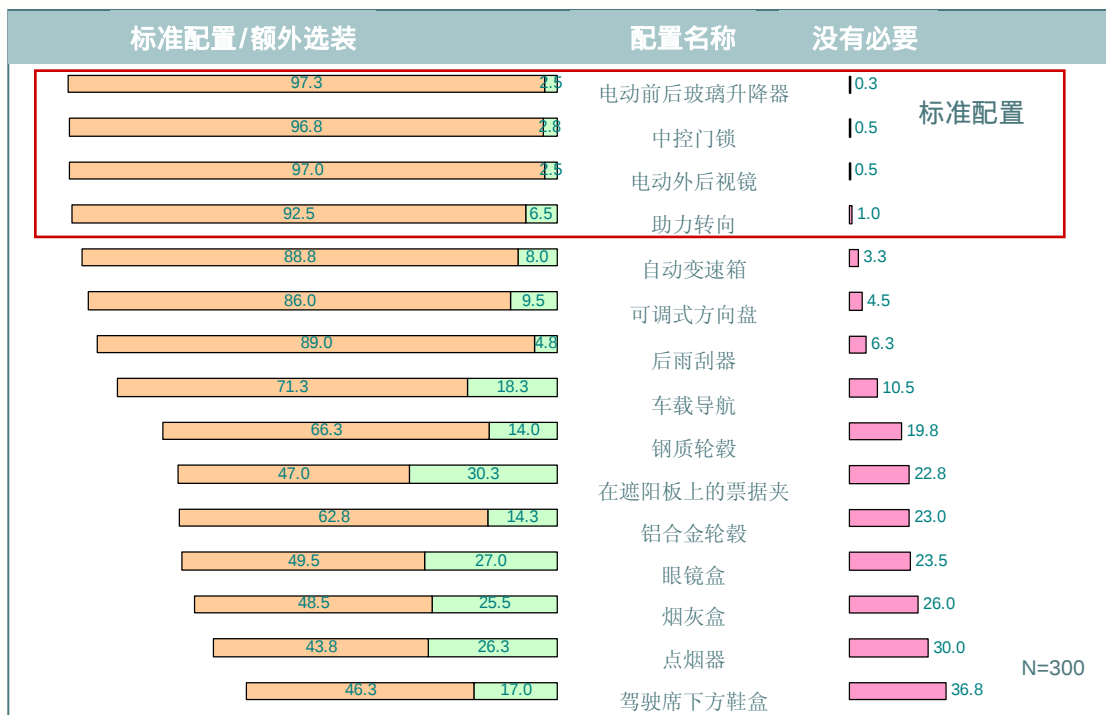
关键词：车展，观众

❖ 观众背景

- 50%以上的观众目前有车；
- 整体被访者学历水平较高；
- 所属行业分散；
- 以管理、技术人员为主；
- 处于中等收入水平。

❖ 配置需求

- 被访者将电动电动外后视镜、助力转向视为标准配置；
- 目前有车的被访者还提出了后雨刮器、自动变速箱；
- 多数被访者将电动前后玻璃升降器、中控门锁、座椅套、电动外后视镜视为常用配置。



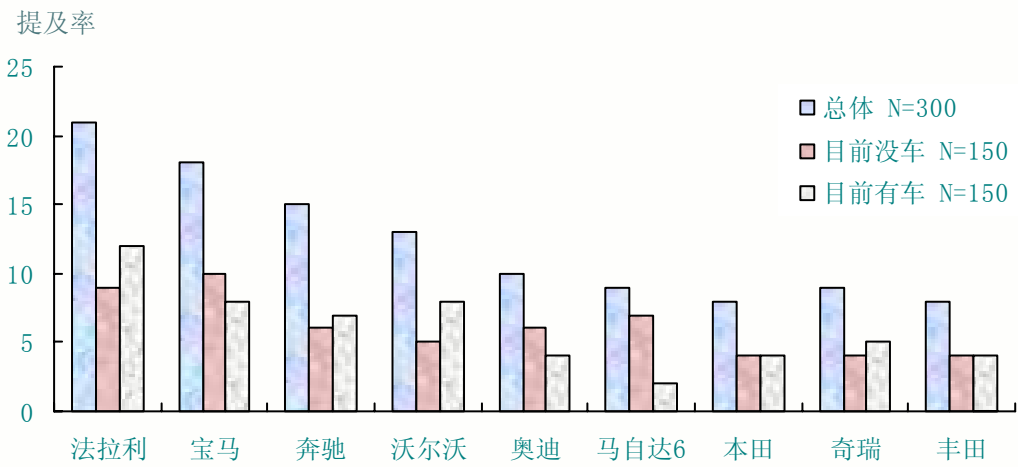
❖选择倾向

- 四成的被访者倾向于“重视流线造型，可以忽视内部空间上的不足”，三成的被访者倾向于“重视内部空间大，可以忽视造型上的不足”；
- 超过半数的被访者准备选择100,000元以下的轿车；
- 喜欢的轿车外观颜色依次为红色、银色、黑色、白色；
- 内饰颜色选择倾向于米色的超过半数；
- 重视车内顶棚和车内立柱护面材料的材质；
- 绝大多数被访者经常使用车载音响，近六成的被访者倾向于更换车载音响，被访者倾向选择的车载音响主要为单碟CD播放器和MP4；
- 多数被访者对于储物盒数量的态度倾向于“储物盒不要太多，够用就好”，半数以上被访者对于储物盒功能划分的态度倾向于“功能划分明确”，另外还有三成被访者持中立态度。



❖喜欢的车型

- 国外知名品牌的车型受被访者欢迎程度较高；
- 被访者喜欢的车型与实际准备购买的车型从价格、排量上没有相似，特别是目前有车的被访者；
- 目前有车的被访者特别提出了速腾，目前没车的用户则特别提出了奇瑞、标致206和日产骏逸。
- 不同年龄的被访者在喜欢车型的原因上没有明显区别；
- 20-25岁的被访者特别提到了外观造型新颖；26-30岁的被访者特别提到了内部空间宽阔；31-35岁的被访者特别提到了品牌知名度高；36-40岁的被访者相对考虑的因素多于其他年龄段的被访者。



•更多信息，请联系：

石兵 汽车研究事业部

Tel: 010-67120526-2045

Fax: 010-67120669

E-mail: auto@pamri.com

摩托车市场透视

关键词：摩托车, 发展

❖消费特点

- 改革开放前到80年代中后期，中国大型二轮摩托车市场基本属于空白；到90年代中期，这一市场开始逐步发展；90年代后期至今，随着中国入世及大型二轮摩托车进口配额的取消，国外大型二轮摩托车生产厂家在中国设立销售机构，国内逐渐形成一批大型二轮摩托车的用户群。
- 目前中国大型二轮摩托车市场总量在30万辆，但潜在的市场容量不低于100万辆。
- 近几年，大型二轮摩托车的年销量在5000辆左右，各年比较稳定。2004年，通过正规渠道进口的大型二轮摩托车排量在500-800CC的有15辆，800CC以上的有54辆。
- 目前大型二轮摩托车主要通过走私渠道进入中国，约占总数的80%左右。通过正规渠道进口的大型二轮摩托车基本上是单件进口，几乎无成批量的海关进口。
- 自1983年至今，中国有180个城市禁摩或限摩。预计禁摩政策近年不会有大的变化，未来三四年内解除禁摩政策不太可能。
- 国内外相关协会、生产厂商、经销商和俱乐部为禁摩正在做种种努力。他们期望政府提高管理水平，加强对交通的疏导；希望能放开休闲类大排量摩托车的市场，由政府通过经济手段，将摩托车纳入有效管理范畴。
- 目前中国大型二轮摩托车市场还处于起步阶段，这一市场的发展仍需要较长一段时间。市场的发展主要取决于城市对摩托车开放程度，关键是使用环境。

❖发展趋势

- 目前市场还处于起步阶段。发展受使用环境限制，主要体现在禁摩政策方面。
- 用户群体有限。把玩摩托作为一项娱乐休闲的群体还很小。最近2-3年，大型二轮摩托车市场有发展的势头，但没有形成批量。
- 市场发展需要较长一段时间，这一市场发展取决于城市对摩托车开放程度，关键是使用环境。如果使用环境改善，3-5年后市场将形成高峰。用户群体消费行为将会有一些变化，新一代年轻人可能会先买摩托车再买汽车。
- 相关国内外协会、生产厂商、经销商和俱乐部为禁摩所做出的种种努力对该市场的发展将起到一定的促进作用。
- 近几年销售量不会有比较大的突破。中国人比较接受的品牌是哈雷、宝马及本田、雅马哈、铃

木和川崎。精英族更可能选择购买哈雷、宝马。但目前对于中国市场而言，哈雷、宝马缺乏一个消费的中产阶级。

• 厂家的应对措施

- 同国内生产厂家开展技术贸易合作；
- 加强流通渠道建设，改变垄断专控的现状；
- 提升品牌推广水平，增强品牌的文化内涵；
- 加强俱乐部建设。摩托车是个群体性运动，集聚性好的组织是俱乐部，生产厂商可以组建其用户的俱乐部或加强同国内相关俱乐部的合作。
- 加强与政府合作，争取政府采购订单。

• 主要品牌发展动向

哈雷

- 将与国内企业合资生产
- 产量可能增加，由接单生产转变为计划生产
- 争取政府订单，但受中美关系影响



宝马

- 计划生产改为接单生产，预计2008年产量为400-500台
- 与重庆隆鑫进行技术合作，先生产发动机，以后会生产整车
- 加强产品的安全环保性能，以满足公安等政府采购的需求

❖ 市场预测

- 目前国家产能在4000万辆之间，供大于求。产量前20名的企业将占全国总产量的70%。
- 由于目前年产量的基数比较大，摩托车工业的年增长率应略低于国民经济年增长率。据天津摩托车技术中心预测，“十一五”期间摩托车年产量以平缓波动式（可能呈锯齿波动式）的方式发展，不会出现“井喷”，也不会出现负增长，年平均增长率为5%。
- 据中国汽车工业协会摩托车分会预测，2010年我国摩托车产量应在2200万辆左右，发动机2300万台，社会保有量约1亿辆左右。其中，100-125cc排量占70-80%，这类摩托车代表中国摩托车市场的未来走向；50CC排量占10%。
- 到2015年，整个摩托车市场将处于缓慢增长阶段，增长的趋势是逐渐减慢。

• 更多信息，请联系：

杨枫 综合研究事业部

Tel: (86 10) 67160608 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: amy.yang@pamri.com

环亚捐款支援汶川地震

5月12日四川汶川发生的强烈地震牵动全国亿万人民的心。这突如其来的灾害给国以经济造成了巨大损失，震撼和考验着每个中华儿女的心灵。

地震无情人有情，灾难发生后，社会各界人士积极伸出援手，用各种方式表达对灾区人民的慰问。北京环亚市场研究社的员工也不例外，在地震发生后第一时间积极组织捐款活动，期待以己之微薄之力，帮助灾区同胞早日脱离困境，重建家园。

星星之火可以燎原。让所有中华民族的子孙都行动起来，携手同心，众志成城，与灾区的同胞一起，早日赢得抗震救灾的胜利！



• 联系环亚：

Add：北京市崇文区广渠门南小街3号 领行国际中心1单元5层 100061

Tel: (86 10) 67120526/36/86 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: email@pamri.com