

奥运圣火自3月24日在希腊点燃，火炬传递活动盛况空前，共将持续130天，涉及境内外134个城市，创下参与人数最多、历时最长、难度最大、经过城市最多的纪录。

2008年8月8日—这个国民翘首企盼的日子即将来临，让我们一起祝福北京，祝福中国！

敬请收看本期《环亚关注》：

内容摘要

■ 案例

工薪生活,幸福几何

- 探秘企业员工生活状况
- 环亚展示最新调查结果...

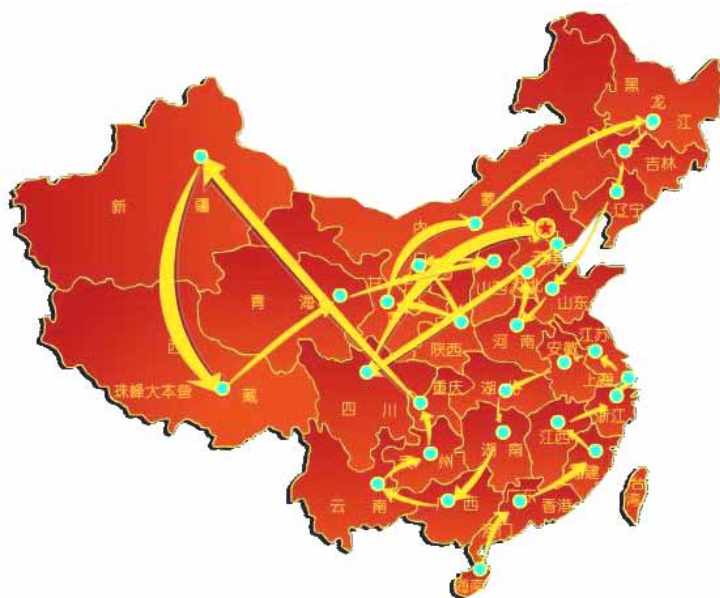
■ 观点

CROSS市场潜力浅析

- 作为目前市场最热门的产品之一，
- CROSS特点及市场前景如何？...

■ 探索

关于数据分析方法的辩证



Hot Words

- Olympic commemorative bank note: 奥运纪念钞
- Olympic driveway: 奥运专用车道
- Cross-Straits weekend charter flight: 两岸周末包机直航
- High temperature alert: 高温预警
- Even and odd-numbered license plates on alternate days: 单双号限行

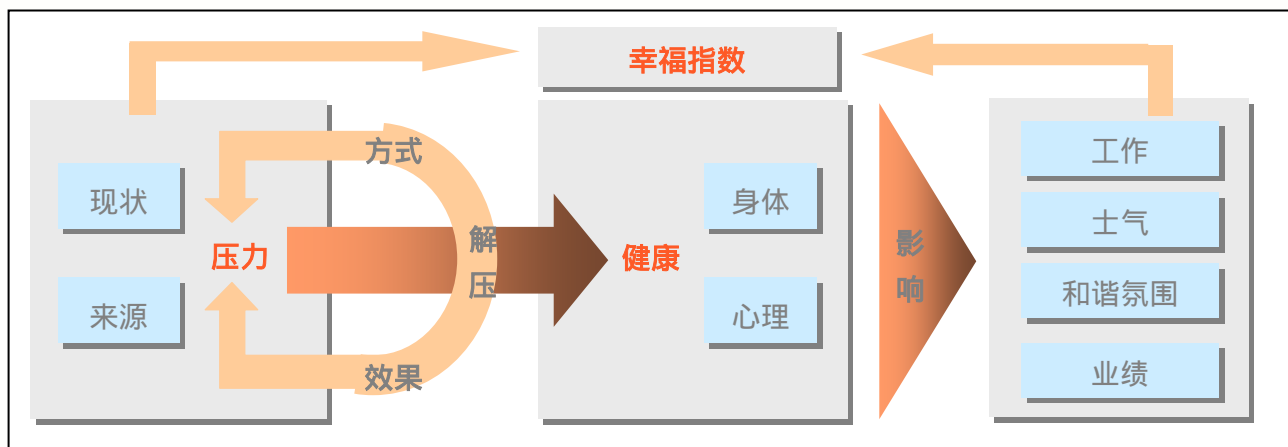


工薪生活,幸福几何?

——企业员工生活状况探秘

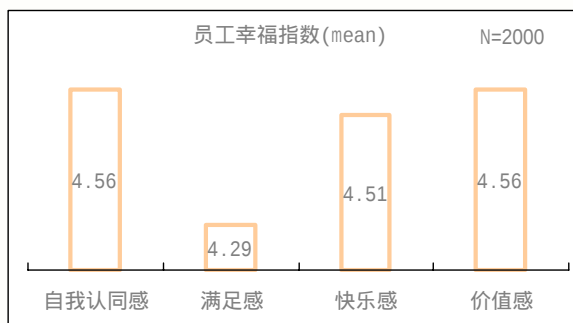
关键词：幸福，压力，健康

随着宏观经济的不断发展，新的服务形式层出不穷，市场竞争日益激烈，因而企业员工的压力随之增加，幸福指数随之下降。本次调查以某企业为例，选取其在全国各地子公司中上千个样本进行相关调查。



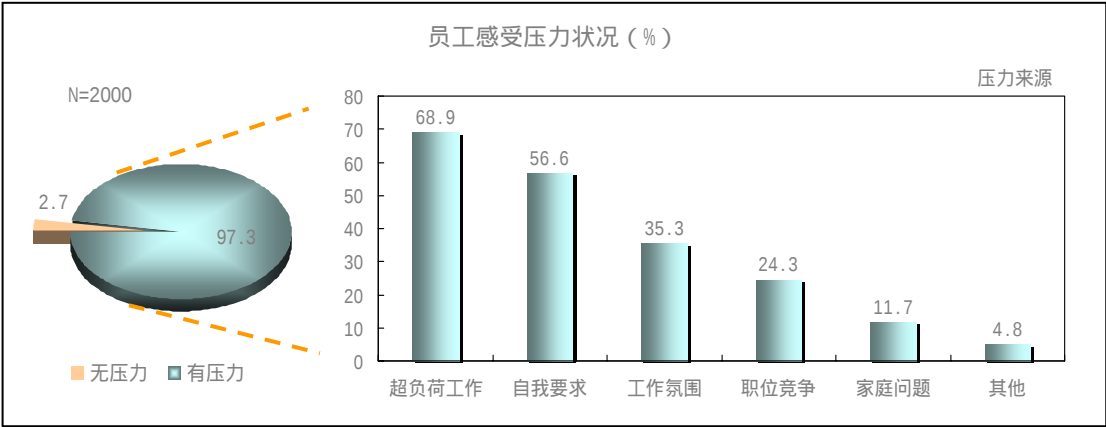
❖幸福状况

- 幸福指数：所测定的幸福并非形而上学以及生活形态层面所指向的“幸福”，而是科学层面所评价的“幸福感”，它是反映主观生活质量的一种指标，是通过一组极具针对性的指标来加以评价。
- 幸福感：是由人们所具备的客观条件以及人们的需求价值等因素共同作用而产生的个体对自身存在与发展状况的一种积极的心理体验，是自我认同感、满足感、快乐感和价值感的有机统一。
- 调查结果显示，从总体上看企业员工的自我认同感与价值感较高，而满足感处于较低的水平。
- 员工在与周围朋友进行工作岗位等的比较时，能拥有一定的优越心理；同时，员工认为自己的能力能够在工作中得以发挥。
- 员工普遍认为自己在工作上的付出与收获不成比例。
- 从各个地区看，东北及东南沿海地区人员的幸福感普遍较高，而西北地区人员的幸福感相对较低。



❖压力状况

- 员工感受到的压力状况较为严重，打分集中在4-6分区间，而对自己感受到压力表示较大的员工超过六成。
- 从性别上看，男性员工对压力的感受程度大于女性。
- 35-45岁员工感受到的压力程度大于其他年龄阶段员工。
- 一线部门员工感受的压力程度大于二线部门。
- 干部的压力程度明显比其他员工压力程度小。
- 不同规模企业员工感受的压力程度大小相当，中等规模企业相对偏高。



❖健康状况

- 员工最常见的亚健康症状表现为：视力下降，颈肩僵硬，腰酸背痛。出现这些症状的员工都在六成以上。最直接的诱因为长期使用电脑而累积形成。女性员工的发生频率较男性员工高。40岁以上员工的发生频率最高。

❖压力缓解

- 对员工健康状况的影响主要表现在对工作效率和工作质量的影响。
- 健康状况对员工的影响随行政职位级别的降低而愈加显著。
- 从总体上看，睡觉和运动是员工最常采取的两种解压方式。
- 男性员工对运动解压的效果比女性员工认同度高。
- 相对而言，年轻员工更多的选择睡觉、购物与娱乐作为解压方式。
- 相对而言，男性员工更多的选择吸烟与喝酒作为解压方式；而女性员工更多的选择购物、倾诉作为解压方式。

CROSS市场潜力浅析

关键词：新车型，前景

21世纪初期，CROSS车型在美国被作为家庭用车投放市场，CROSS车型源自轿车化的SUV，然后逐渐发展成为轿车、SUV、MPV和皮卡等车型的任意交叉组合，最后形成一种新的品类，使原有汽车的功能大大拓展，并集轿车的舒适性和时尚外观、SUV的操控性和MPV的自由空间组合等于一身。其多功能性和相对于SUV的经济性使得CROSS在美国逐渐成为汽车销售市场中的一款主力车型。

在国内汽车领域，CROSS曾经翻译成为“酷越”，代表着一种综合多种车型特点的跨界车型。CROSS车型进入中国不久，但市场接受度却迅速提升，目前国内主要以天语SX4、东方之子Cross、大众Cross Polo为主要代表，随着近期名爵MG3、逍客车型的上市，以及众多跨国巨头的CROSS计划的推进，又一个汽车细分市场已经形成，并有望在不久的将来得到更快速的增长，市场表现值得期待。

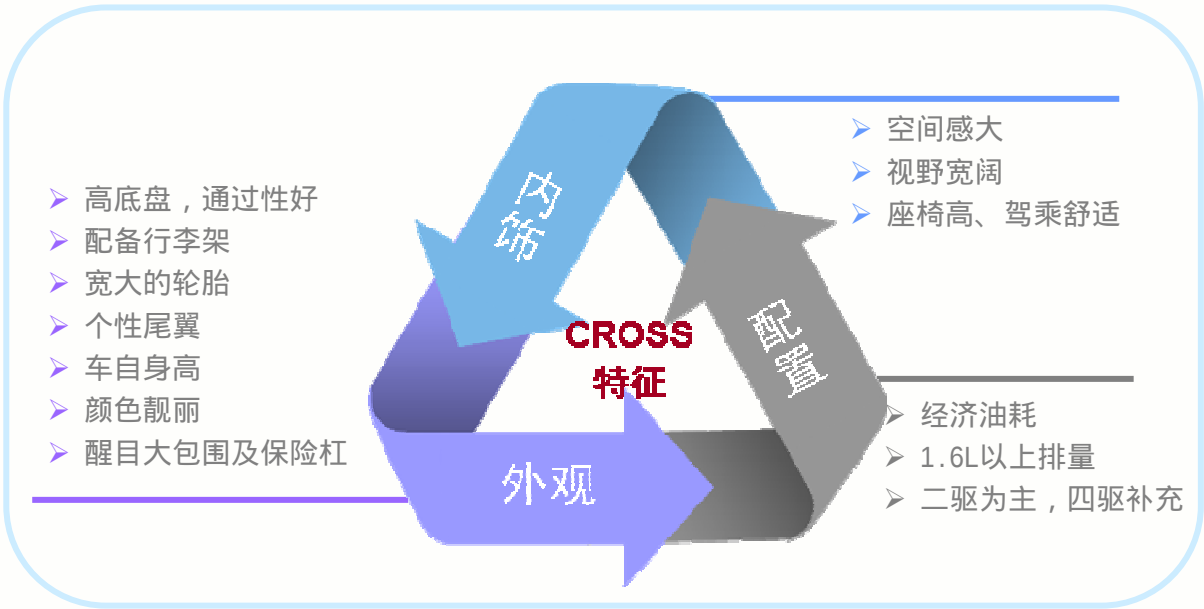
CROSS车型具有造型时尚新颖、个性实足、高性价比等突出特点，参照和国内市场最有对比性的北美市场CROSS表现：2003年美国SUV市场的销量达到93.7万辆的高峰，而2004年，受高油价的影响，美国SUV的销量大幅下降了18%，达到75万辆左右的水平。这种下滑趋势一直没有得到有效的控制。在大型SUV市场疲软的同时，以轿车为底盘的SUV车型——CROSS车型却大行其道，2000年占SUV销售总额的15%，在2004年，Cross车系已经占据了全美SUV销售市场48%的市场份额。目前，北美市场销售的CROSS特征的车型至少超过60款。

CROSS车型代表了汽车消费的新思维、新取向。跨界融合，多种优势并存是CROSS车型的最大特点，CROSS跨界理念不仅仅是汽车领域的新突破，更是在整个社会兴起的潮流。国内市场SUV车型的热销、消费者对个性、时尚的追捧与大趋势的融合，则为CROSS汽车市场获得了消费需求奠定了社会文化基础。在油价持续攀升的大环境下，CROSS车型兼具SUV的行动力与经济省油的低能耗表现，节约了一大笔用车成本，也是备受欢迎的原因之一；可以预计，国内的CROSS热在不久的将来会达到一个小高潮。



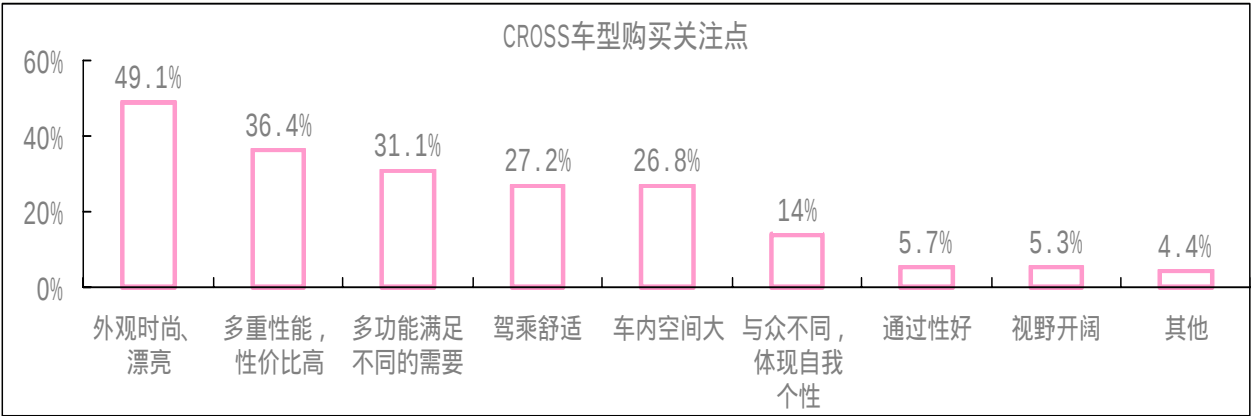
随着众多生产厂商将目标瞄向CROSS市场，越来越多的消费者对CROSS车型也有了更为深刻的了解，对CROSS车型的特点也有了较为清晰的认识，并形成了明确的车型印象。

根据2008年6月北京环亚市场研究社CROSS车型概念测试的调研结果，针对20-45周岁，购车费用在8-15万的消费者而言，其心目中的CROSS车型在外观、内饰和配置方面，具有如下特点：



在购买关注点上，外观时尚漂亮、性价比高、多功能需求的满足是消费者选择CROSS车型最为关注的3点。

同时消费者也表示，目前市场可供选择的CROSS车型相对较少，消费者呼吁更多CROSS车型。



更多详细信息敬请随时关注环亚发布的最新调查结果。

• 更多信息，请联系：

石兵 汽车研究事业部

Tel: 010-67120586

Fax: 010-67120669

E-mail: auto@pamri.com

关于数据分析方法的辩证

随着科技的发展，新的统计分析方法层出不穷。对于新旧方法即对立又统一的辩证关系问题，目前大致有三种看法：

首先，数据的真实可靠是研究的基础。数据的真实性是市场研究的基础和保障，若是数据出现虚假或偏差，再科学合理的分析方法都无法得到任何有用的结论，甚至得到错误的结论，因此调研数据是否真实可靠，对总体的代表性如何才是最核心的问题。在现实的调查中，由于许多主客观因素的影响，完全精确可靠的数据几乎是不可能得到的，如何最大限度地保证数据的真实性和可靠性是市场调查公司的重要任务之一。

其次，分析方法的新颖性与研究结论有正确性并非正比关系。统计分析方法是一种研究工具，是为研究服务的，方法的选用不在于其新颖、复杂性。虽然高级的分析方法能得出一些常规分析无法得到的数据和结论，但并非方法越复杂、公式越深奥，结论就越有用。关键在于能否得出有用的结论，并有利于解释现实中的各种现象。因此在做研究时，首先明确要达到什么样的目的，想得到什么样的结论，然后选择适合的分析方法。若是运用了一大堆谁也看不懂的繁琐的公式和模型，表面上看非常科学，但如果仅仅得出的是一些现实中无法解释和运用，甚至完全不通的结论，则所有的努力都是徒劳的。另外，很多新的统计方法比较复杂，假设条件很多，应用范围相应受到很大限制。如果使用者在只知皮毛的情况下操作并得到结果，非常容易出现方法误用或滥用的现象。

再次，新方法使问卷设计要求提高。问卷调查是市场研究中应用最广泛的一种数据收集方式，因此问卷设计水平的高低直接决定了所收集数据的有效程度。而新方法由于

技术性要求较高，其应用效果与问卷的质量更是紧密相连，所以必然对问卷设计提出了较高的要求。必须经过反复的揣摩和验证，才能使结论更科学有效。

总之，市场调查盲目追求分析方法的新颖、复杂并不是高水平研究的保证，市场研究人员要能够运用最合适的方法来解决恰当的问题。



• 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 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: email@pamri.com