

2008.8 总第29期

2008年8月8日，奥运圣火在历史悠久的东方文明古国熊熊燃起的霎那，一场超越梦想的友谊盛会拉开帷幕，一首新世纪的和平赞歌因而唱响！

传承更快、更高、更强的精神，坚守绿色、科技、人文的理念，北京由此创造了世界奥运史上一个举世皆叹的神话。

在这个特别的日子里，让所有的中华儿女一起振臂高呼：北京，加油！

■ 案例

新车型上市快速营销研究

■ 心得

调查手记 - 在摸索中前进

■ 新闻

环亚推出网络快速查询系统



新车型上市快速营销研究

关键词：汽车，营销

❖案例背景

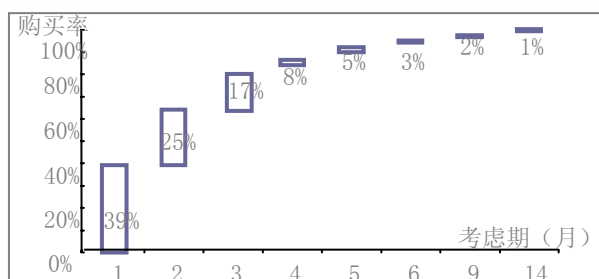
通过研究新产品的特点、竞争环境、用户群体特征以及上市运作过程，发现产品的吸引力和问题点所在，从而获得产品推广策略的补充和调整依据。

❖运作手法——与用户感知过程配合紧密

• 厂商迎合用户针对热销改款车型作出购买决策的考虑周期相对较短的特点；为新上市车型制定了一个月的上市预热时间，使用户有充分的时间进行购买比较，同时又不会因迟迟看不到新车而转向竞争品牌。

• 对比考虑时间=购买时间-首次获得信息时间

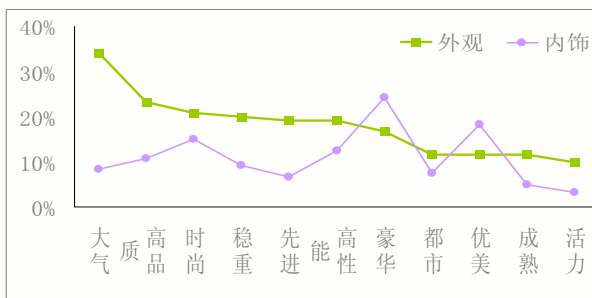
• 环亚视点：用户在购买前，通常会对产品进行充分的考虑，考虑过程通常为3个月左右。



❖广告卖点一直指用户诉求

• 广告旨在表现新上市车型时尚中兼有庄重、豪华中不乏激情的设计理念。整体给人大气、高贵、稳重、先进等方面的感觉。

• 环亚视点：在广告中突出的产品特点与诉求非常吻合



❖产品设计——特点突出，主题明确

• 产品特点：

外观：

- 后备箱容量大，使用方便。
- 前脸设计新颖。
- 整体设计新颖。
- 尾灯设计新颖。
- 前大灯清晰度高。
- 整体流线型设计美观。
- 轮胎行驶稳定，安全。

内饰：

- 内部空间大。
- 颜色搭配合理。
- 内部做工精细。
- 储物盒开启方便。
- 行李箱空间大，使用方便。
- 座椅软硬舒适。
- 仪表盘/中控台设计合理，人性化。

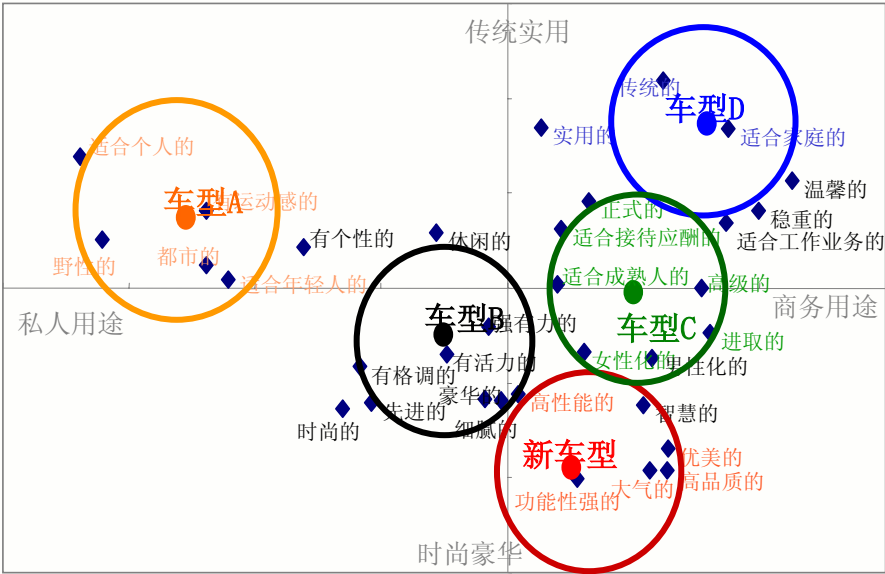
配置：

- 电子防滑差速系统安全性好。
- 欧4排放标准环保。
- 侧安全气囊更安全。
- 5速手自一体变速箱操作方便。
- 氙气大灯亮度高。
- ABS+EBS安全性好。
- 行车电脑能为行车提供方便。

❖产品定位—差异化

新车型与竞争车型比较

- 在产品定价上具有优势
- 在用途上用户能够体会出车辆的驾驶乐趣
- 在产品外观、安全性、发动机技术等方面，吸引力较大，从而引起了潜在用户向
- 在品牌形象上具有稳重、男性化、个性、传统的方面的特征

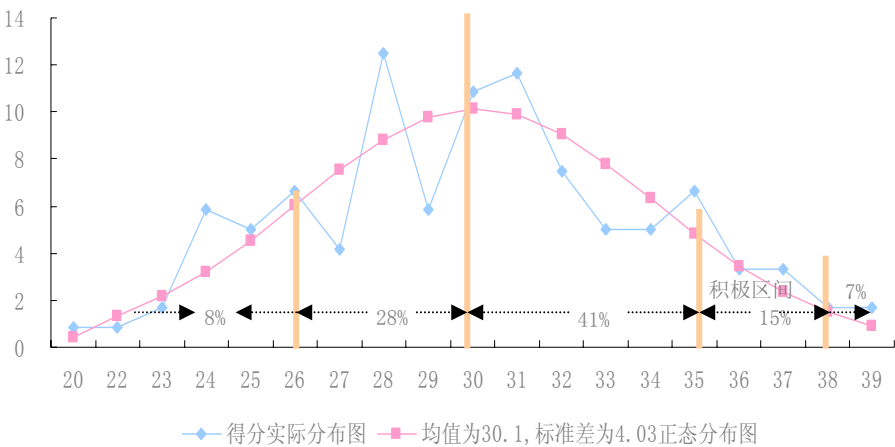


❖潜在用户构成

- 在正态分布中有如下特点：
- 40%的比重分布在平均值±0.5倍的标准误差之内；
- 20%的比重分布在平均值-0.5倍的标准误差与平均值-1.28倍的标准误差之内；
- 10%的比重分布在低于平均值-1.28倍的标准误差

•根据均值与方差的大小，将用户分为五段：

- 1. 20-24分（不关心层）
- 2. 25-28分（追随层）
- 3. 29-33分（中间层）
- 4. 34-36分（先行层）
- 5. 37-39分（车迷层）



- 与理论正态分布相比，实际得分较低人群所占比重较大，即不积极用户人群所占比重较高。

•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

在摸索中前进

——环亚研究员调查手记

在炎热的仲夏，我们又一次踏上了新的征程。虽然做了充分准备工作，但种种意想不到的困难还是摆在前进的道路上。不过对于我们从事调研行业工作的人来说，知难而上、急流勇进是我们的一贯作风。

月初项目小组接到一个关于物流企业的项目。客户设定了难度很大的被访者的标准。起初，我们认为，中国的物流市场比较庞大，找到符合标准的样本企业应该不成问题，然而事实并不是想象的那样乐观。随着工作的深入，收集了几百页的资料，打了上千个咨询电话，在屈指可数的大型物流企业中，找到这样的企业却并非易事。

刚开始调研进程就受阻，在时间比较紧迫的情况下，容不得任何耽搁。于是大家经过研究重新调整调研方案，根据前期了解的市场情况，决定实地考察，实际了解一下真实的物流企业现状。我被分在山西地区，其中用了3天时间，顶着炎炎烈日，马不停蹄的考察了太原市的3家大型物流市场和十几家比较大的物流企业，结果发现得出的结论，和前期了解的情况惊人的相似。即由于大的物流公司因管理比较困难，没有个体户灵活，成本支出比较大，在与个体户竞争过程中不具有优势，多种因素导致大的物流企业不是倒闭，就是缩小了规模，对于那些对外宣传拥有上百辆或上千辆物流公司来说，他们拥有的车辆大部分是挂靠的形式存在，而真正拥有的自有车辆却很少。

在这种情况下，要在预期时间完成客户交给我们的任务几乎是不可能的。为了使研究结果更具有说服力，我又对《全国百强物流企业》进行了摸底，得出结果也不容乐观。方方面面的情况佐证了在有限时间、地域、人力、财力的情况下，完成访问依然难度大。最终大家一致决定和客户沟通，承诺在保证质量的同时，协商降低访问样本数量。同事们整理好了初步取得的调研资料，以便让客户全面了解访问难度。经过多次协商，客户在了解到实施难度的情况终于对样本进行了调整。参照了我们以前掌握的资料，历经半个月的时间，终于按计划完成了此次调研。

这次调研过程，实际上就是一个不断摸索的过程，盲目乐观 - 知难而进 - 多次佐证 - 事实服人。



• 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

环亚推出网络快速查询系统

2008年8月的北京，奥运赛事如火如荼地进行着。中国体育代表团更是喜讯不断，金牌总数已首次突破40大关。

与奥运共进，北京环亚市场研究社结合多年的研究经验推出的“满意度调查快速查询系统”展示活动近日拉开帷幕，为进一步适应飞速发展的电子调研时代亮出有力法码。

该电子查询系统集数据查询、用户之声、改善行动图、下载专区四大功能模块于一身，客户可以远程登陆网站以便随时在第一时间查询到项目进程情况及数据采集的细节。会议中，环亚研发人员对此查询系统的各项功能进行了详细介绍，并现场演示了该系统在实际项目操作中应用的效果。该产品的卓越性能以及环亚锲而不舍的创新精神，赢得了与会客户与行业专家的一致好评。



• 更多信息，请联系：

王文利 专项研究事业部

Tel: 010-67160390

Fax: 010-67120669

E-mail: wenley.wang@pamri.com