

挑战极限，超越自我；共享光荣，同谱辉煌。残奥会上，来自147个国家和地区的4000多名残疾人运动员顽强拼搏、奋勇争先，刷新了279项残疾人世界纪录和339项残奥会纪录，用生命和热情谱写着光荣与梦想的竞技传奇。

圣火虽已熄灭，奥林匹克的精神却如一盏明灯，生生不息，永放光芒。2008，北京，不仅创造了体育史的奇迹，更是展现了全新的民族精神。敬请收看本期《环亚关注》：

## 内容摘要

### ■ 案例

#### 国内两厢车市场前景

- 轿车市场前景如何？
- 环亚展示最新调查结果...

### ■ 观点

#### 重型卡车相关问题探讨

- 结合重卡销售市场
- 探索未来发展趋势...

### ■ 新闻

#### 环亚网站全新改版



## Hot Words

- National inspection exemption: 国家免检
- Infant formula: 婴幼儿配方奶粉
- Kidney stone: 肾结石
- Melamine: 三聚氰胺
- Olympic/ Paralympic licensed product: 奥运会/残奥会特许商品



# 国内两厢车市场前景

**关键词：轿车，发展趋势**

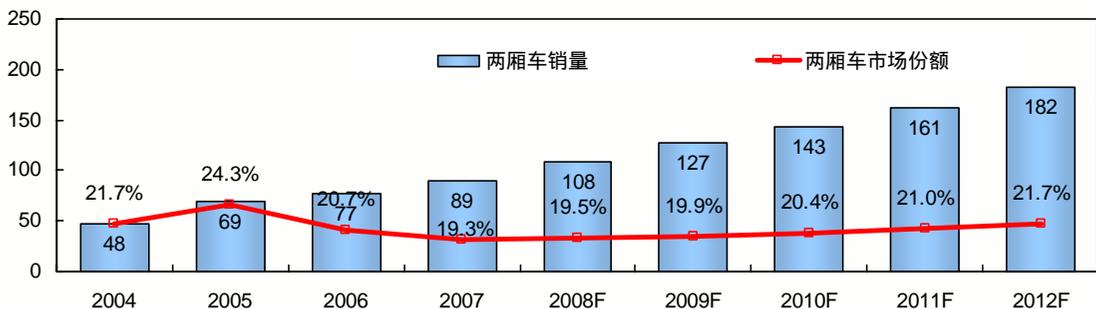
两厢车，一度因为气派不足而遭遇市场冷眼，如今，汽车在中国消费者的心目中已从达官显贵的高不可攀向平民化过渡，两厢车顺势而起，为车市注入更多时尚个性元素。

国内目前的小型车算得上是百花齐放，百家争鸣，从2008年各厂家的计划来看，本来就热闹的小型车市场还会有更多的生力军加入进来。广州本田的新飞度、广州丰田的雅力士，长安马自达2三厢、中华骏捷FRV、长安福特新嘉年华、改款206以及上海大众斯柯达法比亚等一系列小型车将粉墨登场。不用汇集之前已经上市的小型车，仅仅看看这个长长的名单，就能感受到在这一细分市场浓重的火药味。

据相关数据显示，2001年国内市场上只有9种两厢车型，而且绝大多数集中在经济型轿车，销售规模约10万辆；到2005年，两厢车已经发展到21个品种，销量超过40万辆。2006年，沉寂多年的两厢车一下子活跃起来，标致206、POLO劲情、两厢福克斯、宝来HS等两厢车型陆续上市，国内车市两厢车型达到30余种，销量达到4年前的700%，超过77万辆。

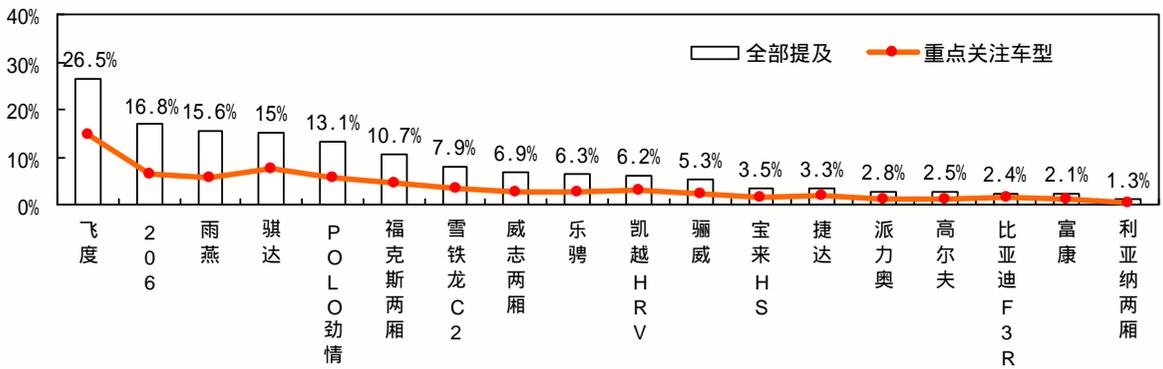
随着消费观念的转变，国内消费者开始由看重三厢车的气派转而追求更为时尚、经济、灵活的两厢车型。据不完全统计，2007年两厢车市总销量达到了89万辆，比2006年同比增长近20%，数据表明两厢车已经成为越来越多国内消费者的购车首选。

图1：两厢车历年销量及市场份额走势及预测



环亚通过对1000名两厢车用户调查发现，用户在购车时对比车型主要是合资品牌，其中排名前几位的依次是：飞度、标致206、雨燕、骐达、POLO劲情和福克斯；国产品牌中，威志被纳入考虑的比例相对较高。

图2：用户对比车型选择



用户选择两厢车的原因比较集中，主要有：外观时尚、省油、使用方便、性价比高；他们的购车预算平均为10.4万元，用途以日常代步为主（64.8%），兼顾一些工作、体验驾驶乐趣和郊游的需要，有67.5%的用户表示当初买车时只考虑两厢车，车型偏好非常明确。

图3：车型选择偏好

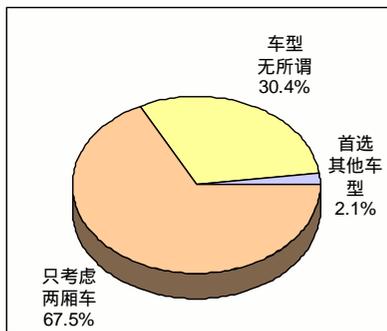
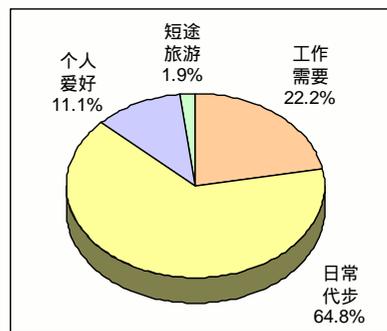


图4：车辆用途



环亚分析，未来两厢车在国内市场上具有良好的发展前景，主要有以下原因：

1. 两厢车物美价廉的特点符合消费者心理需求。目前国内的两厢车几乎都处于经济型轿车的行列，其排量小、造价低，行驶、维修、保养等使用成本也较低，所以非常适合普通家庭使用。
2. 和三厢车相比，两厢车具有车身相对较短，转向灵活，窄小环境中停车方便等优势。对于越来越拥挤的城市交通来说，操控方便的两厢车无疑更合适。如果把后排座椅折叠，两厢车也能轻松拥有一个超大的后备厢。
3. 时尚、动感、个性的外形也是两厢车受追捧的主要原因之一，紧凑的车身和出众的实用性让其成为家用汽车的时尚之选。
4. 排量小、自重轻的两厢车在节油方面具有绝对优势。
5. 越来越多的消费者其购车理念开始从过分追求派头到更加注重实际需求的理性回归。更多的消费者逐步意识到，两厢车并不是去掉尾巴的三厢车，而是经过独立设计的全新车型。
6. 目前两厢车的消费群主要是年轻、追逐时尚潮流的年轻人，他们对于传统的两厢车型早已产生审美疲劳，而拥有品牌个性、时尚外观和新性能的新锐两厢车则更容易迅速抓住他们的目光，因此新老车型交替是激烈竞争的必然结果，只有拥有真正的竞争实力、集时尚与实用于一身两厢车型才能在激烈的市场竞争之后得以生存。

综上所述，2008年的两厢车市场依然充满着无限的精彩，也充满许多的未知和惊喜。当回望2008年的时候，给我们留下的应该是一份更出色的答卷，消费者的选择将会更加丰富。

• 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

# 重型卡车相关问题探讨

**关键词：重卡，销售，趋势**

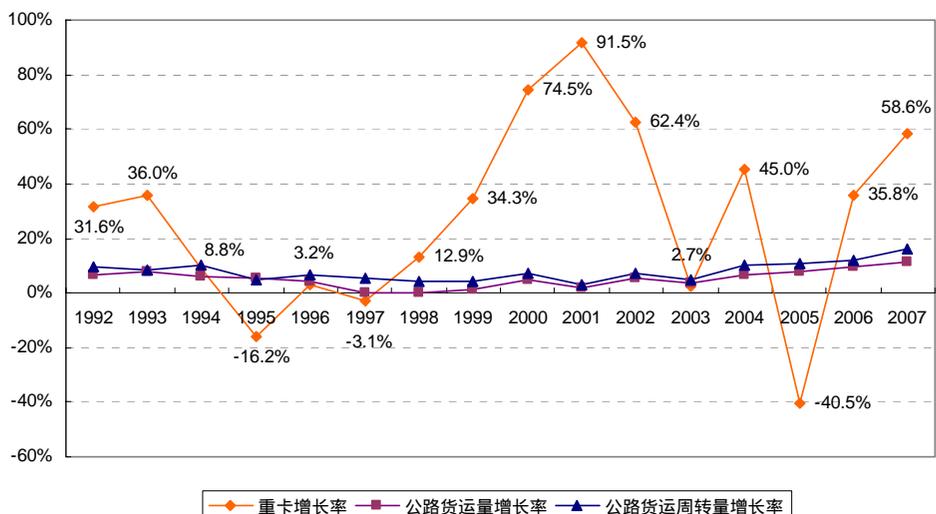
卡车是公路运输的主要装备，公路运输市场对卡车的需求受货源、运价、政府部门的相关产业政策（如计重收费、排放标准）等诸多因素影响，但公路运输市场对运输车辆的需求，最终决定于货源。运力与运量的平衡（即卡车总保有数量及其对应的总承载吨位与货源的平衡）是最理想的状况。

然而，在以市场调节为主的条件下，运力与运量的绝对平衡是极其困难的。运力与运量往往在波动中调整。其表现是：当运力大于运量时，运价将会下降，运输市场对卡车的需求会减弱；运力小于运量时，则运价将会上涨，市场对卡车的需求将会加大。本文基于对运力与运量关系的相关讨论，探讨一下影响重卡销售的若干问题及对未来几年重卡销量进行预测。

## 一、重卡销售量和公路货运量和公路货物周转量的关系

2002年以来重卡销售市场一直在高位运行，年销售数量都在20万辆以上，2002-2007年平均销量是32万辆。其增长率波动也较大。纵观1991-2007年17年来的重卡销售增长率和公路货运量和公路货运周转量的增长率并不保持一致。如2001年公路货运量公路货运周转量增长率分别是1.9%和3.3%的较低值，而同年重卡的销售增长率是91.5%的历史峰值。2005年公路货运量和公路货运周转量增长率分别是8.1%和10.9%的较高值，而同年重卡的销售下降幅度达40.5%的历史波谷值。

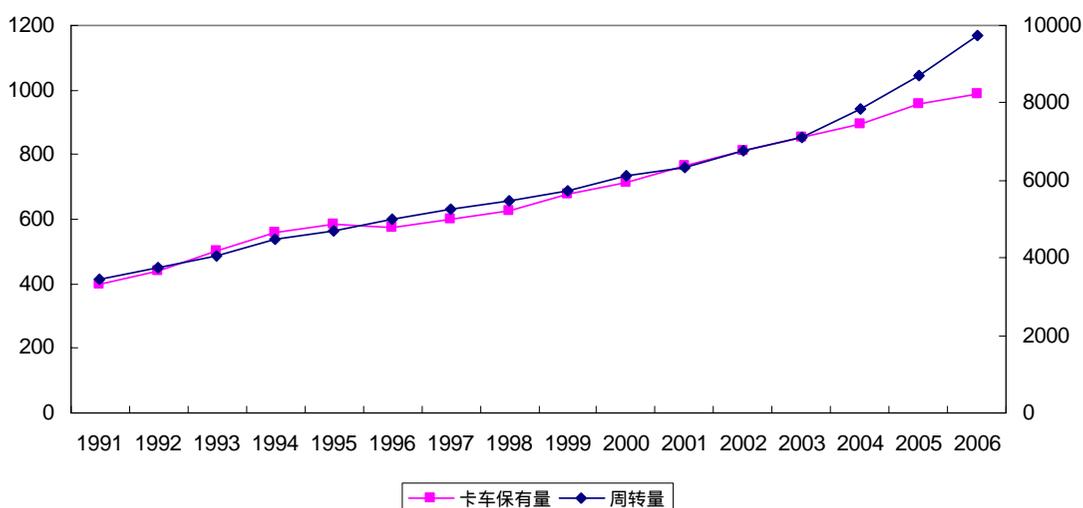
图1：重卡产量增长率与公路货运量和货运周转量增长率比较图



重卡销售增长率和公路货运量和公路货物周转量的增长率关系不大是可以理解的。因为一定的货运量对应的是运力的总和，即卡车的保有数量，而并不是卡车当年的销售数量。卡车当年的销售数量由两个因素构成，一是更新数量，二是新增数量。所谓更新数量就是卡车有其固有的更新周期，当卡车使用到了更新的年份时就会自然的产生更新需求，所谓新增需求就是在更新需求的基础上，满足当年的新增运量对应的卡车运力（卡车销售数量）。

图2显示，卡车保有量和公路货物周转量两者间有着密切的关系。经相关性检验，公路货物周转量和卡车保有量存在高度相关性，相关系数为0.98。重卡保有量（北京环亚市场研究社研究计算值）和公路货物周转量的关系与此图类似，重卡保有量和公路货物周转量的相关系数在0.85以上。

图2：卡车保有数量与公路货物周转量关系图



## 二、重卡销售量和公路运价及燃油价格的关系

重卡销售量和公路运价和燃油价格显然有着密切的关系。当运力大于运量时，公路运价就会下降，运输市场对卡车的需求也会相应地减少；当运力小于运量时，公路运价就会相应上涨，市场对卡车的需求就会增加。

当然，上面论述的只是一般原理。而市场对上述情况会有一个反应的时期，或称滞后期。运力和运量的关系总是在波动的，并向二者平衡的方向调整。这正像价格和价值的关系，价值决定价格，但价格并不总是和价值保持一致，而是价格围绕着价值上下波动。

同样运量决定运力。运力和运量也不是总保持一致，而是运力围绕着运量上下波动，这种波动可通过对运价的传导反映出来。当运力小于运量时，运价会有一定程度的上涨；当运力大于运量时，运价则表现为一定程度的下降。

（本文数据来源：《中国统计年鉴》和《中国汽车工业年鉴》）

（待续）

• 更多信息，请联系：

王文利 专项研究事业部

Tel: (86 10) 67160390 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: wenley.wang@pamri.com

# 环亚网站全新改版

北京环亚研究社（PAMRI）网站近日完成全面改版。

改版后的网站在保留原有内容的基础上，隆重推出客户专区、环亚关注、视点专栏等新版块，分别从不同角度对研究社进行详细介绍，从而使客户可以全方位、多角度地了解环亚。

其中环亚动态将在第一时间刊登公司各类新闻；客户在客户专区登陆后，可远程监测项目进度，并下载最新研究结果；视点专栏则汇集了环亚具有丰富经验的研究专家，随时针对各领域的热点话题发表独到见解。

欢迎登陆环亚网站[www.pamri.com](http://www.pamri.com)，与环亚共同分享研究生活的点点滴滴。



## • 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