

新年伊始，我愿化作一只蝴蝶，飞在温暖的春天，在鸟语花香中徜徉，一切如天堂般美好。我愿去往这样的天堂，没有烦恼，没有惆怅，只有快乐、欢笑、幸福。

我渴望这种幸福，就像孩子渴望糖果，像干旱的土地渴望雨露，像一切心灵渴望美好。

2009年新的征途，《环亚关注》继续与您相约同行！

内容摘要

■ 案例

搭起国内外中小企业商务合作的桥梁

- 国内外中小企业合作现状如何？
- 环亚展示最新调查结果...

■ 观点

我国品牌二手车发展瓶颈分析

- 盘点二手车市场
- 探索其未来发展趋势...

■ 简讯

环亚2008年年会暨2009年新春联欢会召开



Hot Words

- Economic stimulus bill : 经济刺激方案
- Dry spell : 干旱期
- Temple fair of folk custom : 民俗庙会
- The Lantern Festival : 元宵节
- Spending spree : 消费热潮



搭起国内外中小企业 商务合作的桥梁

关键词：小型企业，合作

项目背景

随着世界经济一体化的深入，各国之间的经济往来越来越频繁，而作为世界经济的重要一环，中国与国外的经济合作也越来越多。2008年10月开始的经济危机，对各国的经济产生了极大的影响。

为减少危机带来的不利影响，各国纷纷鼓励其国内企业采取各种措施加以应对。而中国巨大的市场潜力，自然吸引着越来越多的目光。这些目光除了一部分来自大型国际企业外，也有很大一部分来自于国外的中小型企业。2008年，环亚通过与国外调研同行合作，为中小型国外企业来华开拓市场、寻求商务合作伙伴提供了良好途径。

项目特点

此类合作项目与以往有所不同。特点大致可归纳为：

- 1、客户规模较小，信息搜集渠道有限。进行大规模行业研究或用户研究可能性较小。
- 2、此类中小型国外企业寻求的目标公司一般为国内与其相对应的产品经销商、客户代表等。
- 3、目标人群一般锁定公司对外负责人，如总经理、对外合作主管、采购部负责人等。
- 4、此类合作项目的计划性较强，对方一般会在项目开始前就确认访问行程，包括在中国停留时间，访问城市等。
- 5、此类合作项目涉及产品种类比较集中，多为行业用测试仪、医疗器械等。

相关问题及解决方法

1、时间要求

此类短、平、快特点的项目，操作时间要求比较严格，需要在短时间内安排好访问日程。客户一般会提前两周安排好访问计划。而环亚会在一周内与客户沟通确认，包括

接收项目需求，确认产品种类，确认客户计划，签订合同等。执行项目的时间也在一周左右，包括搜集二手资料，安排访问行程，并提交客户所需资料。都需在一周内完成。

2、访问方式

受项目费用及访问地域的限制，环亚一般采取二手资料研究辅助电话访问的方法来执行此类项目。另外，由于客户寻求的多是国内与其相应的中小企业，二手资料的搜集难度较大，不但需要从网络上搜集，必要的时候还需要对相关公司进行先期访问或通过相关协会搜集资料。包括网络、电话访问、传真、email等，与相关公司进行联系。如环亚近期执行的某医疗器械项目，要先从黄页上搜集相关企业信息，然后设法了解其网站。由于黄页上资料较少，因此只能在尽量利用网络资源的基础上，采取电话询问、email、传真等联系，或者通过其邮箱后缀判断其网站以方便能从其网站上搜集部分资料，再通过电话进行先期访问，对资料进行核实，使之进一步详实、完全。

3、时间安排

应尽量安排在被访者公司或者其附近，有时需给客户住宿的建议。由于访问一般都集中在两三天之内，为节省时间，在安排访问的时候应尽量把距离较近的访问安排在一起。另外，为确保客户能够顺利进行访问，不但需要提前几天联系重点公司进行联系，还需要在访问的前一天进行再次确认。

4、计划变动性较大

由于种种原因，客户的访问计划可能会有变动，应随之及时调整访问日程。包括调整访问时间，相关人员，如被访者、翻译、司机等。有时访问计划会被取消，这就要求环亚负责人时刻保持与客户的沟通。尤其在存在时差的情况下，即使下班时间也要时刻保持工作状态，以便非常及时地通知相关人员。

总结

实施完成后，环亚需对所取得的资料进行整理并翻译，包括与相关公司的联系情况，邀约情况，以及重点企业的介绍，包括公司名称，联系方式（电话，传真或email），反馈情况（是否愿意合作，如不愿意则说明原因），公司的规模，主营业务，销售能力等。通过对以上信息的整理，给客户明确的访问对象及其相关资料，从而使其访问更具针对性，为其来华进行商务谈判提供重要依据。

• 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: b2b@pamri.com

我国品牌二手车发展瓶颈分析

关键词：二手车，市场

随着二手车市场的发展，吸引了品牌生产商的眼球，一时之间，品牌生产商的二手车业务纷纷在全国范围内铺开，上海通用、上海大众、一汽-大众、东风雪铁龙、一汽丰田、华晨宝马等相继建立了自己的二手车品牌。品牌二手车业务的开展为我国二手车市场的发展和规范注入了积极因素，然而随着时间的推移，品牌二手车不再像刚开始那样大张旗鼓、一味乐观地进入二手车市场了，可以说，过去的两三年中，二手车市场的发展给品牌二手车上了生动的一堂课。

中国汽车流通协会公布最新统计数据显示，2008年全国各省区市共交易二手车273.73万辆，同比增长了7.97万辆，增幅仅为3%，创近年来新低。与整个市场环境相对应的，品牌二手车的发展同样不乐观，目前北京地区的品牌二手车店月经营数量超过100辆的不超过几家，同时大多数的品牌二手车店盈亏状况也不乐观，在新车降价的催逼之下，大部分品牌二手车都是只要稍有盈利就出手。

❖ 品牌二手车发展遭遇政策环境制约

目前品牌二手车的发展还受到政府政策制约。总体来说，政府政策方面的制约主要体现在：一是二手车的交易费标准不统一。目前二手车的交易费用由各地方单独决定，没有全国统一的交易费标准，在一定程度上造成了品牌二手车交易的地区分割，并没有完全体现出品牌二手车店全国连锁的经营优势。

二是税率的不统一。根据现有政策规定，二手车经营公司在进行二手车交易时要按照交易车辆售价的2%缴纳增值税，而二手车经纪公司则不需要承担这一税率。

❖ 品牌二手车店的自身经验和素质的不足

首先是品牌二手车店的业务人员经验不足。品牌二手车店的业务人员大部分从新车业务直接调配而来，对于二手车产品和业务都缺乏足够的认识和经验，因而在经营过程中没有体现出品牌二手车的经营专业性。

其次是品牌二手车店的诚信还没有确立起来。品牌二手车在市场上最大的优势是评估体系的完善和售后服务的周到。然而目前的市场状况是，很多品牌二手车店并没有提供其所大力宣传的评估和服务，其严格的技术评估很多流于形式，并没有给客户带来价值，从而也就没有为自己创造价值，对于很多品牌二手车店来说，追求短期利润的现象仍然存在，甚至有一部分的经营行为与二手车经纪公司没有两样。

品牌二手车业务的品牌价值的建立和体现尚需时日，一方面，这需要政府政策的支持，打破税收歧视，建立统一的品牌二手车店经营审核标准，各地方政府也要打破条块分割，正视和推动本地区二手车市场的发展；另一方面，也需要品牌二手车店不断完善自身软硬件环境，以长远的眼光来经营二手车品牌。在解决了上述瓶颈之后，品牌二手车业务必将在市场上站稳脚跟，并达到领导市场潮流的作用。

❖品牌二手车均价偏高

同年份同类型的二手车，品牌二手车的均价要比市价高出5%-10%。价格偏高是品牌二手车在市场竞争中处于不利地位的主要原因。那么造成品牌二手车均价偏高的原因是什么呢？

首先是品牌二手车经营店的先期投入比较大，均摊到二手车价格中的成本也就比较多。品牌二手车经营店一般都是品牌厂商的4S专卖店，这些专卖店要开展二手车业务需要自己培养经营人员，需要投入资金开辟二手车交易区，而且由于厂家的严格要求，这些投入要远远高于经纪公司设立店面的投入。

其次是品牌二手车有着严格的技术限制，影响了车源。品牌二手车的质量保证主要体现在车源要求严格上，这就限制了收车的数量，可以分摊成本的产品数量少，也就造成了品牌二手车的成本比较高。

第三是品牌二手车经营店的经营成本是比较高的。这体现在四个方面：

1、标准化认证的成本比较高。为了保证二手车的品质，厂家设置了多项技术检测，并要备案登记，符合技术标准、满足安全需要的二手车才能成为品牌二手车，而这部分检测成本由品牌二手车经营店支付。

2、零配件成本比一般二手车高。按照厂家的要求，品牌二手车的维修必须按照品牌汽车的标准进行，因此维修成本要高于一般二手车。

3、人员的培训成本比较高。品牌二手车经营店现在通用的做法是把新车经营人员直接调到二手车业务上，这部分人员的经验欠缺，需要投入大量资金进行系统培训，这部分成本也要平摊到产品销售中去。

4、售后服务成本比较高。品牌二手车经营店在二手车销售后会为客户提供客户跟踪、质量保障、保修期内的维修等等，这部分成本也需要计算在车辆价格中。

上述三个原因造成了品牌二手车的价格普遍偏高，是品牌二手车目前在市场上缺乏竞争力的重要原因。品牌二手车经营店也意识到了这一问题，并开始采取积极措施降低成本。首先是努力在政策层面上改变本身经营受到二手车市场影响的现状；其次积极在二手车市场设点，降低经营成本，并充分利用二手车市场积攒起来的人气，以扩大货源和潜在买主的数量。在竞争逐渐加剧的情况下，品牌二手车的价格只有向平均市价靠近才能凸显出自身的竞争优势，也才能真正赢得消费者的信任，并把其有效的转换成利润。毕竟，经验不足的品牌二手车目前的第一要务还是盈利。

• 更多信息，请联系：

石兵 汽车研究事业部

Tel: (86 10) 67120586 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: auto@pamri.com

环亚2008年年会 暨2009年新春联欢会胜利召开

北京环亚市场研究社（PAMRI）2008年年会暨2009年新春联欢会于1月18日召开。

会议在张文平总经理热情洋溢的新年贺词中拉开帷幕。各领域负责人对一年来公司各方面业务发展情况进行汇报与总结，并对一年来在公司业务发展中有突出贡献的员工进行了表彰。

期间各部门表演了“狂人日记”、“非诚勿扰”、“冬天与春天的故事”等精彩节目，并设计了别开生面的精彩游戏，现场气氛热烈非常。最后由张总抽取年度幸运大奖，将会议气氛推向了高潮。

会后进行自助晚餐，活动圆满结束。

领导致辞



晚会现场



精彩游戏



才艺表演

• 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