PAMRI EXPRESS

# 环亚关注

PAMRI EXPRESS

2009.4 总第37期

也许因为刚刚过去的冬天不平凡，所以感觉09年的春天来得特别早、特别暖。柳儿出芽，花儿吐蕊，春天独有的轻快色彩点缀着世界，让我们渐渐忘却了那“传说”中的危机。

春是播种的季节，是传播的季节，环亚员工团结一心，通力合作，各项目组成员正在奔赴全国各地……2009年新的征途，《环亚关注》邀您共赴此春天之约！

## 内容摘要


### ▪ 案 例

盘点我国房地产开发商的现状

- 危机之下，我国房地产开发商是否能盈利？
- 环亚展示最新调查结果…

### ▪ 观 点

二手乘用车市场现状及发展浅析

- 盘点二手车市场
- 探索其未来发展趋势…

### ▪ 简 讯

环亚CATI 总结大会掠影

## Hot Words

- Over-capacity : 生产能力过剩
- Financial worries : 财务焦虑
- Containment policy : 遏制政策
- Pump priming : 政府注资
- Ghost brand : 过气品牌

PAMRI EXPRESS

# 盘点我国房地产开发商的现状

关键词：房地产，开发商，利润

## ➲项目背景

为了解全国各主要城市房地产的运营成本，开发商的利润成本，开发商对政府部门的期望，环亚受国内某政府部门的委托，在全国主要城市开展了房地产调查工作，调研内容主要包括房地产项目的成本分析、税费分析、毛利率及净利率分析等。

此次调研对象涉及到北京、上海、广州等9个城市的62家开发商，包括81个房地产项目。

## ➲调查对象

按企业所有制性质分，91.9%的被访开发商为民营企业，8.1%为国有企业。

按公司规模划分，54.8%的被访开发商为中型企业，25.8%为小型企业，19.4%为大型企业。（注：各类企业界定标准：大型企业：年销售额30亿以上；中型企业：年销售额10-30亿；小型企业：年销售额10亿以下）

按项目规模划分，大型、中型及小型项目各占1/3左右。（注：项目规模界定标准：大型：10亿以上销售额；中型：5-10亿销售额；小型：5亿以下销售额）

按项目业态类别划分，其中77.8%的房地产项目为住宅，28.4%为商业，16%为写字楼。

按项目建筑标准划分，其中70.4%的项目为毛坯房，54.3%为精装房。所调查的81个房地产项目，大部分项目均处于销售中或者已完成销售。

## ➲主要指标分析

（一）项目成本分析

1、除了呼和浩特，各城市房地产项目的直接成本占总成本的比例均达到或超过80%，上海房地产项目的这一比例在北京、上海及广州3城市中最高，达到90.8%。

2、在各项成本中，土地成本占总成本的比例最高，为41.2%。各城市中，上海、苏州的

土地成本占总成本的比例位居前列，分别为52.8%、52.4%，而呼和浩特这一比例仅为14%。

3、财务费用占总成本的比例为6.9%，北京、上海、广州3城市中，广州的这一比例最高，为6.6%。

4、2002年到2006年，上海项目的前期工程占总成本比例逐年上升（从0.5%上升到1.5%），到2007年这一比例降为0.8%。上海项目的土地成本占总成本的比例，各年之间的差别不大；而广州的这一比例在2003年到2007年之间的变化幅度较大。上海项目的市政工程占总成本的比例，高于北京和广州；除2006年，上海的这一比例在其它各年基本上没有变化。北京项目的公共配套设施占总成本的比例，低于上海和广州。广州项目的运营成本占总成本的比例，各年之间的变动幅度较大。

（二）税费分析

1、税费占销售收入的比例为14.5%；各年中，2006年这一比例最高，为23.3%。

2、税费占总成本的比例为21.4%；各年中，2006年这一比例最高，为42.7%。写字楼项目的税费占销售收入比例、税费占总成本比例均比住宅和商业项目低。

（三）毛利率和净利率分析

1、被调查项目的平均毛利率为34.5%。各业态中，住宅的毛利率最高，为36.8%；各年中，2006年的毛利率最高，为53.1%。

2、被调查项目的平均净利率为12.7%。各业态中，商业的净利率最高，为14.1%；各年中，2006年的净利率最高，为22.6%。

（注：计算公式为：毛利率＝（销售收入－总成本）/销售收入

净利率＝（销售收入－总成本－销售环节税费＋契税）/销售收入）

（四）其它结论

各城市的被访开发商对政府相关部门的工作多持中立态度，他们认为：只要按照政府相关部门的规定及程序办事，基本上能顺畅办理各项工作。

在对税费问题有回答的60家开发商中，有52家认为近两三年政府在房地产项目上的税费增加了。他们认为：税费增加的原因在于这几年房地产价格上涨；同时，地方政府通过提高税费来增加财政收入。

• **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

# 我国二手乘用车市场现状及发展浅析

关键词：二手车，趋势

随着全球金融风暴的影响正在从虚拟经济向实体经济浸透和蔓延，以往更多业内人士期待的2008“井喷”年并未到来，二手车市场发展速度明显放缓；汽车生产厂商的新车业务步入低谷，但在一定程度上给二手车行业带来新的发展机遇；现有的二手车行业格局悄然转变。随着中国汽车市场的进一步发展，新车保有量不断增加，消费者换车需求彰显，未来二手车交易量与新车销量差距将进一步缩小。二手车市场发展前景广阔。

北京环亚市场研究社在历史数据收集的基础上，延用上期的调查方法，重点研究了北京、上海、广东、浙江、山东和四川六省市的二手乘用车市场，根据对近百家经营主体（含厂商4S经销店及市场经纪/经营公司等）及千余名消费者的调查，从行业现状及预测、市场关键指标和用户心理行为三方面角度深入研究分析我国二手乘用车市场。

## □中国二手乘用车市场现状及预测

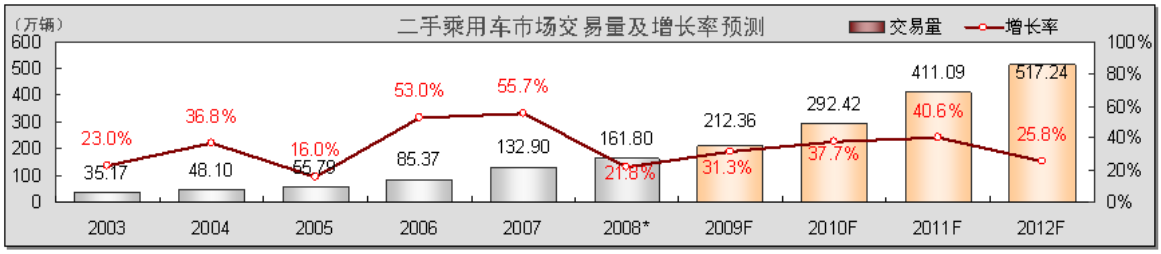
### ❖处于初期发展阶段

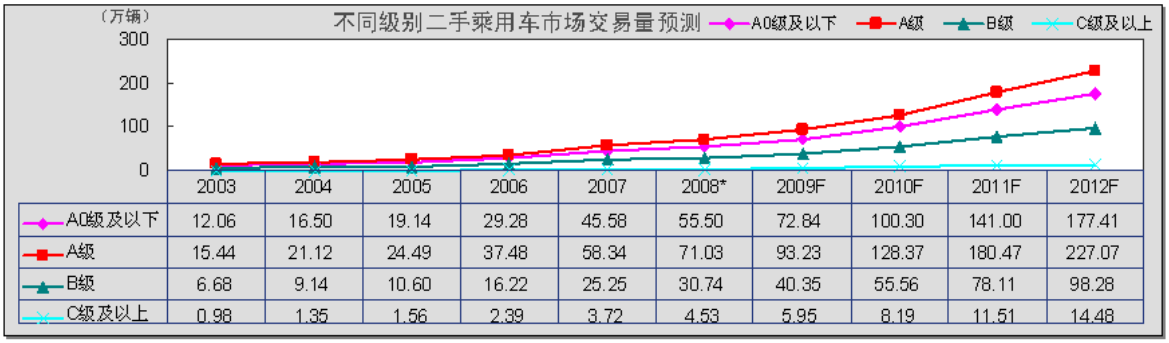
其主要特征为：

- •二手车是新车的衍生品，具有许多新车的产品属性特征，但是水平不同
- •二手车与新车的用户消费理念趋同，购买能力不足
- •新车市场的发展决定了二手车市场的诞生，新车市场的成熟决定了二手车市场的规模
- •二手车交易具有“重复性”特征，新车只交易一次，而二手车可能交易数次
- •新车交易双方是单向不可逆的，二手车交易双方是双向可逆的
- •二手车市场滞后于新车市场启动，但规模会超过新车
- •新车应以需求为导向进行营销，而二手车要以产品为导向进行营销
- •新车市场是以“城市带动农村”，二手车市场是以“农村包围城市”
- •厂商品牌二手车发展的终极目标是进行投资经营，与新车地位平行

### ❖发展前景广阔

随着经济环境的回暖和二手车相关政策的相继出台，中国二手乘用车市场发展前景广阔，预计在2012年交易量将突破500万辆。



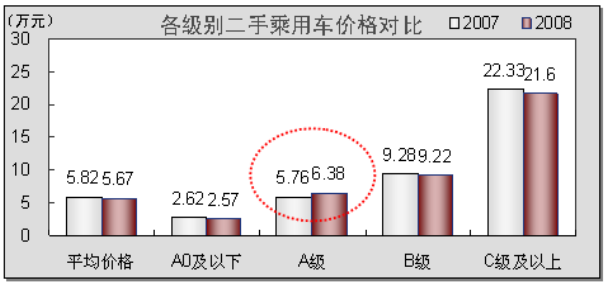

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008* | 2009F | 2010F | 2011F | 2012F |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A0级及以下 | 12.06 | 16.50 | 19.14 | 29.28 | 45.58 | 55.50 | 72.84 | 100.30 | 141.00 | 177.41 |
| A级 | 15.44 | 21.12 | 24.49 | 37.48 | 58.34 | 71.03 | 93.23 | 128.37 | 180.47 | 227.07 |
| B级 | 6.68 | 9.14 | 10.60 | 16.22 | 25.25 | 30.74 | 40.35 | 55.56 | 78.11 | 98.28 |
| C级及以上 | 0.98 | 1.35 | 1.56 | 2.39 | 3.72 | 4.53 | 5.95 | 8.19 | 11.51 | 14.48 |

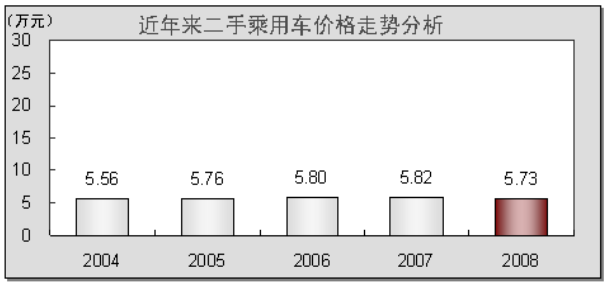
北京环亚市场研究社

**❖二手乘用车2008年平均价格相比去年有所下降，同比下降2. 58%，降价幅度较小**

与2007年各级别二手乘用车价格相比，低级别车型价格降价幅度甚小，A级车反而出现不降反涨的现象； 近来A级车车型极大丰富，提升了A级车总体品质；2008年油价上涨、燃油税政策等对消费者购买小排量二手车导向显著，二手小排量轿车供不应求。

近年来二手车价格虽有一定波动，但总体幅度不大，这与我国汽车用户换车频率较低，二手车市场有价值的二手车价格居高不下紧密相关。



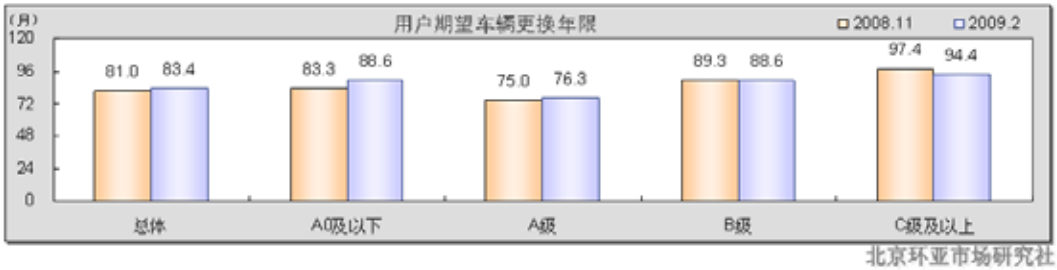




北京环亚市场研究社

**□二手乘用车市场关键指标分析**

**❖车辆更换周期：用户期望换车周期略有延长，受政策影响高级别车型提前换车时间**

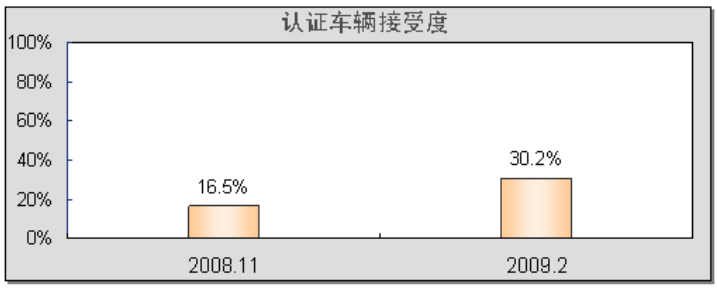
目前二手车市场实际车辆使用年限中，更换周期在5年以上的比例远远小于用户期望，车辆年限结构明显倾向于5年内（含3年以下准新车），用户期望值与市场实际值之间的较大差异必然导致二手车车源断层；受宏观经济环境影响，用户车辆更换年限期望略有拉长，主要体现在低级别车型上；高级别车型用户由于燃油税等政策影响，车辆更换周期加快。




北京环亚市场研究社

❖**认证车辆接受度：“认证二手车”概念宣传初见成效，中间级别车型用户更期待“厂商质保”**

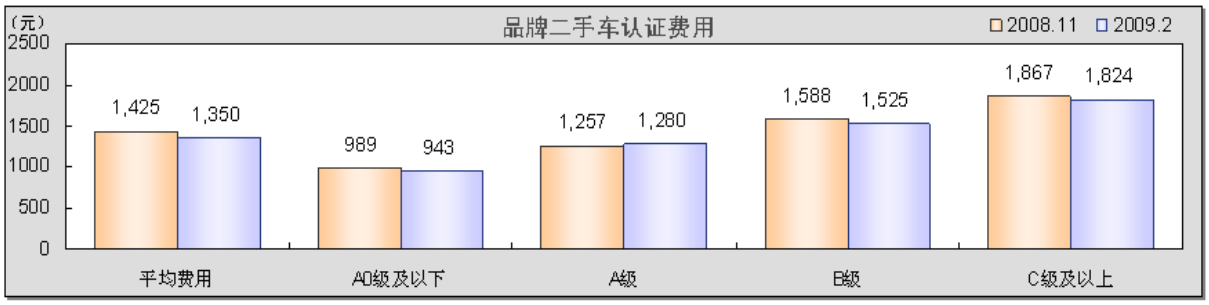
认证车辆，是指二手车经销商所收购的车辆在使用时限、实际行驶里程、实际车况、执行车辆维修保养规定等方面符合厂商的规定的情况下，根据厂商的整备标准对车辆进行修复、清洁，使车辆符合再次销售的交车标准。对于这种车辆，由厂商对相关部件提供整车相应的质量担保。凡符合上述条件的车辆称之为认证车辆。




北京环亚市场研究社

❖**车辆认证费用：认证费用略有下降，幅度并不明显**

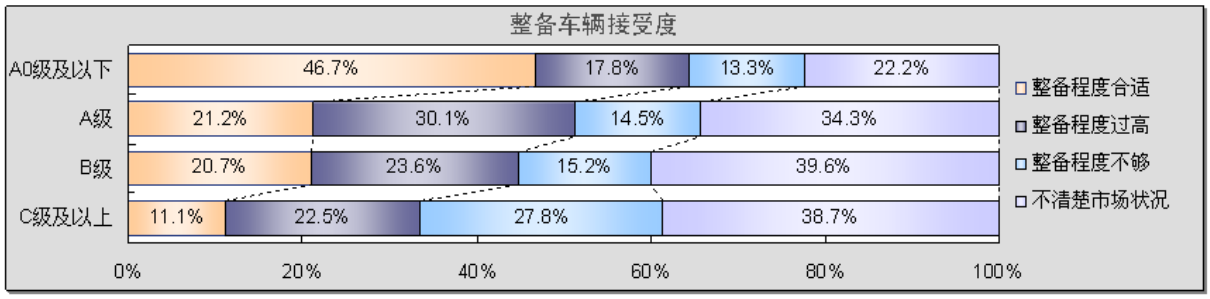
不同类型用户对认证费用接受度差异明显：预购二手车用户比已购车用户对“有厂商质保的认证二手车” 抱有更大的期望，故接受度相对更高；“有厂商质保的认证二手车”对于低预算用户（10万元以内）具有极大的吸引力，用户愿意为此付出的费用相比其他类型用户而言也更高。




北京环亚市场研究社

总体来说，对二手车市场车辆整备不太清楚的消费者仍占相当比例；消费者对低级别车型整备程度较为认可，而高级别车型还可以针对不同人群实现差异化整备。

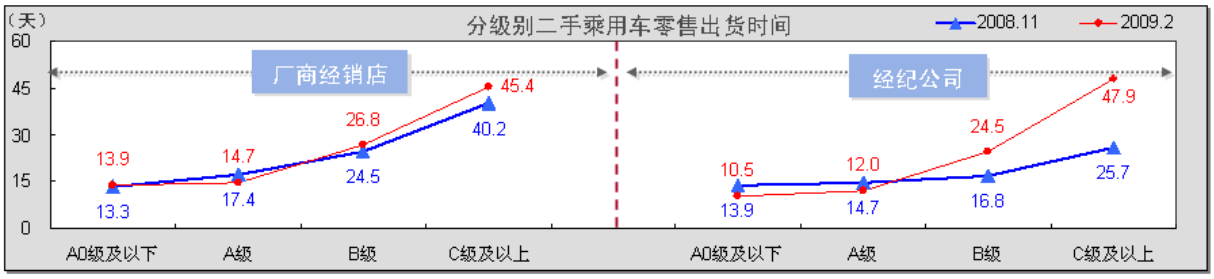
车辆整备，是指二手车经销商根据厂商的整备标准对车辆进行修复、清洁，使车辆符合再次销售的交车标准。




北京环亚市场研究社

❖**车辆出货时间：政策对市场的影响初步显现，零售出货时间因车辆级别不同差异化**

上期调查结果相比，2009年数据显示高级别车型出货时间明显偏长，而低级别车型相反；这一现象也反映出国家政策对二手车市场的影响初步显现，对经纪公司而言，这种影响更为明显。



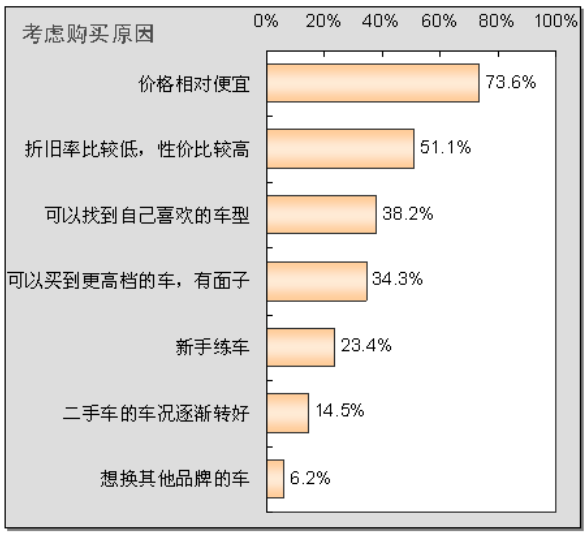

北京环亚市场研究社

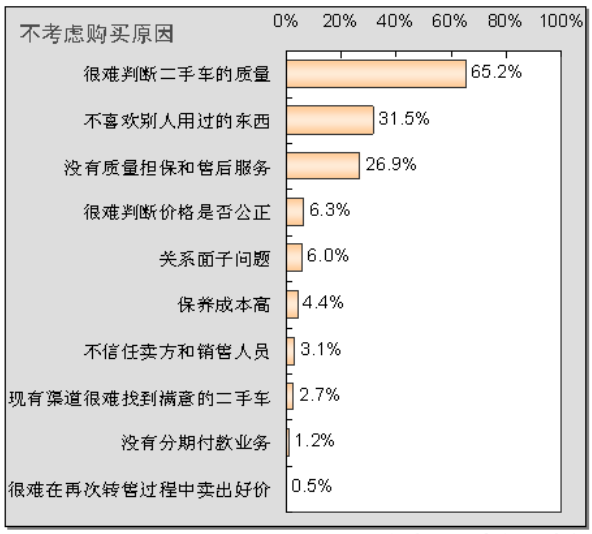
## □用户心理及行为分析

### ❖购车态度—经济性是用户考虑二手车的主要因素，而对质量的担忧阻碍了用户的购买行为

二手车的经济性是用户选择二手车的主要原因，体现在价格导向和性价比两个方面。

对质量的顾虑成为阻碍用户选择二手车的首要因素；长期固有观念及现有二手车交易体制的不完善均影响了用户的购买倾向。




北京环亚市场研究社

### ❖购车渠道—经纪公司仍是购买渠道的首选，非市场化的车辆处置方式表明现阶段二手车市场仍不成熟

对于预购二手车用户而言，经纪公司仍是首选购买渠道首选， 厂家4S店虽位居第二，但与经纪公司相比仍有一定差距。

车辆处置方式的非市场化（“继续使用”、“亲戚朋友”）表明目前二手车市场仍不成熟；市场化处理途径中，“经纪公司”是用户处置现有车辆的主要渠道。

综上所述，属于初级阶段的我国二手乘用车市场，尽管经济危机对二手车市场影响的外在表现是总体市场增速的放缓，但其更长远的意义在于对整个二手车市场结构的重整，经过危机“洗礼”的中国二手车乘用车市场必将获得更为健康和蓬勃的发展。

本文引自：北京环亚市场研究社《二手乘用车市场发展预测及行业关键指标分析报告》


• **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

EXPRESS PAMRI

# 环亚CATI总结大会掠影

一丝带着诗情暖意的春风温柔地舞动，弄醒了冰封的溪流，逗笑了天空嬉戏的鸟儿，也拨弄着我们的心弦。在这嫩生生、绿油油的日子里，北京环亚市场研究社（PAMRI）专项CATI 2008年度下半年访问员总结大会于3月26日召开。

王文利副总对专项CAT部门半年来的工作进行了言简意赅的总结，同时表彰了本期评选的优秀访问员、优秀助理督导等。访问员们最后表演出自己排演的游戏、朗诵等节目，大会气氛热烈欢快。

• 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