

虎年春节长假，各地人们欢度佳节的方式各有不同。返乡与家人团聚过年仍然是国人的传统与主流。同往年一样，今年春节前后又出现了火车票“一票难求”的情况。为了缓解此问题，广铁集团及成都铁路局试点实名制购票，在不同程度上解决了非法倒卖火车票的问题。据官方统计，今年春节“黄金周”期间，全国消费品市场繁荣兴旺，销售快速增长。从大年三十至正月初六，全国实现消费品零售额达3400亿元，比2009年同期增长17.2%。同时，旅游过春节的新趋势进一步涌现，中国春节的触角向海外越伸越远，“洋春运”群体的规模及消费能力也越来越壮大，带动了当地的经济的发展。可以说，我国的春节消费对世界经济的增长，是有一定的推动作用。

敬请关注本期《环亚关注》！

### 内容摘要

#### ■ 案例

北京市朝阳区商务旅游资源现状调查

- 目前旅游资源现状
- 今后旅游市场发展的前景...

#### ■ 观点

2009年二手乘用车市场专题研究报告

- 二手乘用车市场发展研究
- 用户对二手乘用车市场未来需求...

#### ■ 简讯

环亚参加CMRA2010迎新春茶话会



### Hot Words

- CCTV Spring Festival Gala : 央视春晚
- reunite : 重聚
- nostalgic : 怀旧的
- gas pedal : 油门踏板
- floor mat : 脚垫



# 北京市朝阳区商务旅游 资源现状调查

**关键词：商务旅游、资源状况、建议**

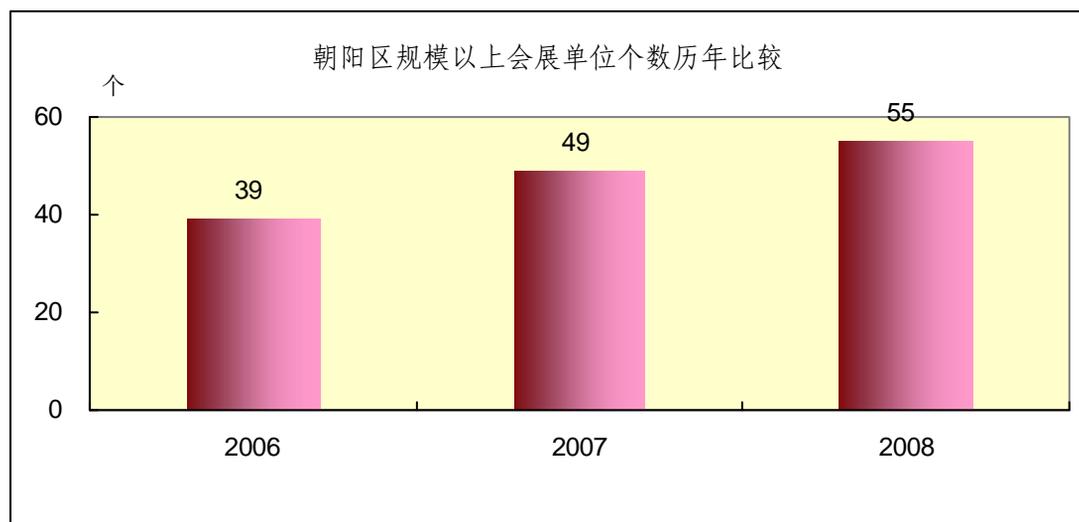
## ❖ 商务旅游概述

世界旅游组织将商务旅游定义为：“出于商业的目的，人们到达并在非居住地停留的活动。”还有一些研究认为：“商务旅游又叫商业旅游，是以经商为目的，把商业经营与旅行、游览结合起来的一种旅游形式。”商务旅游分为四类：一般商旅、会展旅游、奖励旅游、政务旅游。商务旅游的消费特征具体表现为以下七个方面：一是消费水平具有高端性、二是消费需求具有复合性、三是消费支出具有选择性、四是消费安排具有计划性、五是消费方式具有重复性、六是消费收益具有综合性、七是消费具有相对独立性。

## ❖ 朝阳区商务旅游资源整体分析

截至2008年，朝阳区拥有星级酒店139家，占全市星级酒店总数的20.4%；其中白金五星级1家，五星级15家，四星级26家，占全市四星级以上酒店的25.4%。

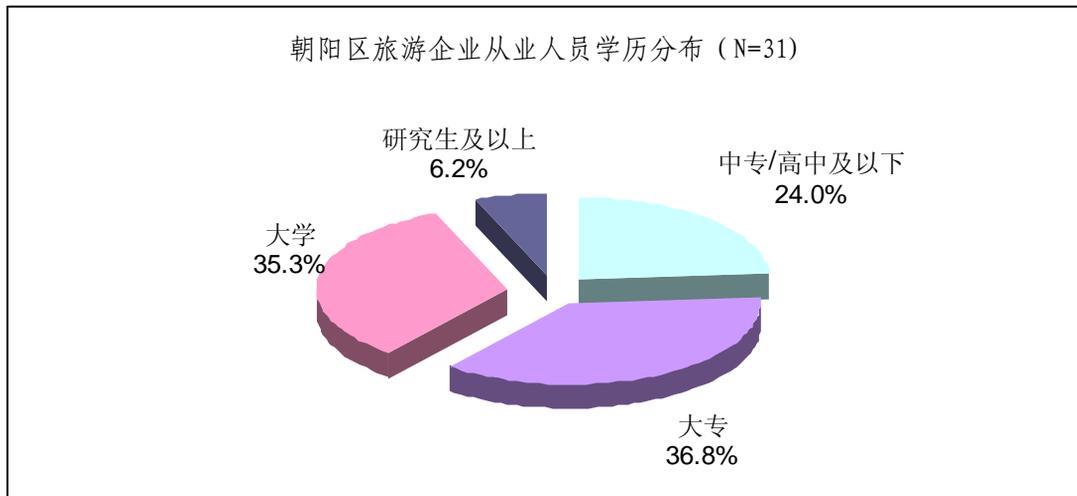
会展业是商务旅游的重要支柱，其发展状况直接决定着一个地区商务旅游发展的规模和档次，是评估一个城市或地区商务旅游发展状况的重要指标。截止2008年底，朝阳区拥有规模以上会展单位55家，比2007年同期增加了6家，同比增长12.2%。自2006年以来，规模以上会展单位的数量逐年递增。



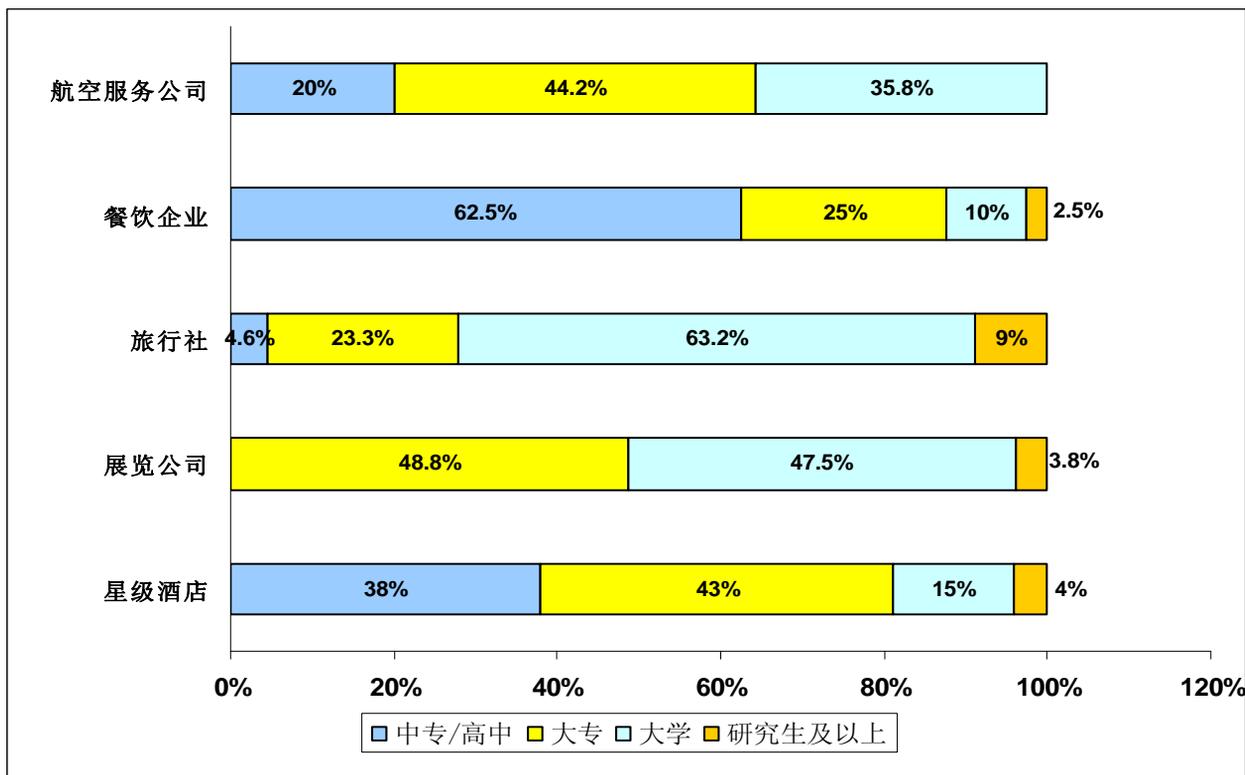
2007年朝阳区会议室个数达728家，较2004年增长了30.2%，其中超过500座的大型会议室个数从2004年的12个增长到2007年的29个。

2008年奥运会的举办为朝阳区商务旅游产业的发展提供了千载难逢的机遇，在新建的19个体育场馆中，有14个体育场馆位于奥林匹克公园内，大部分相关配套设施集中于此，这里已成为大型的集商贸、办公、展览、体育、博览、休闲等多功能为一体的综合社区。

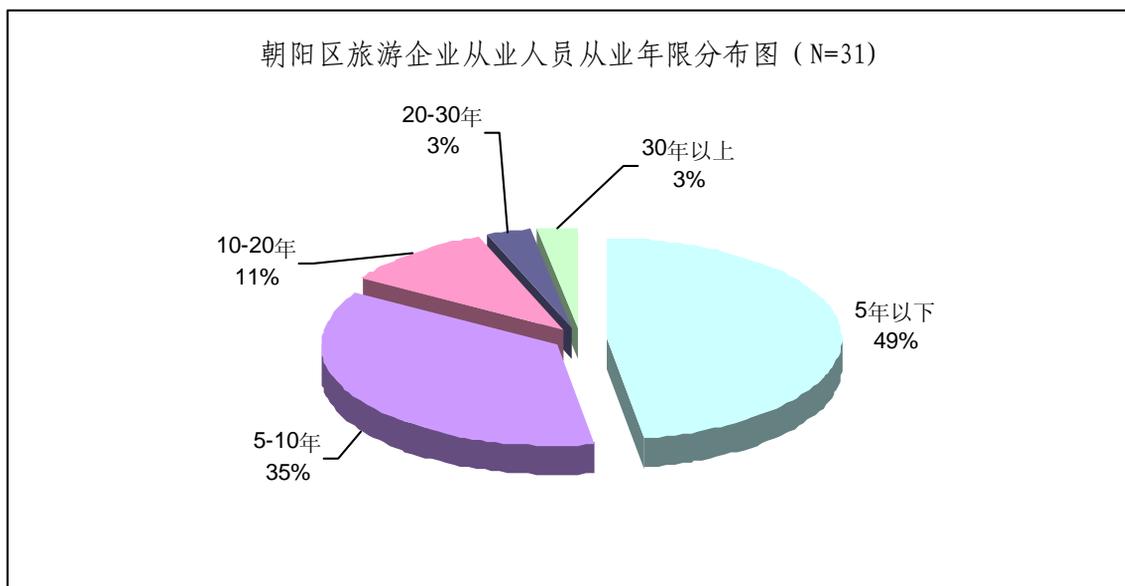
朝阳区旅游业从业人员中，拥有大专及以上学历的占61.4%，拥有大学本科学历的占33.3%，拥有研究生及以上学历的所占比例为6.3%。



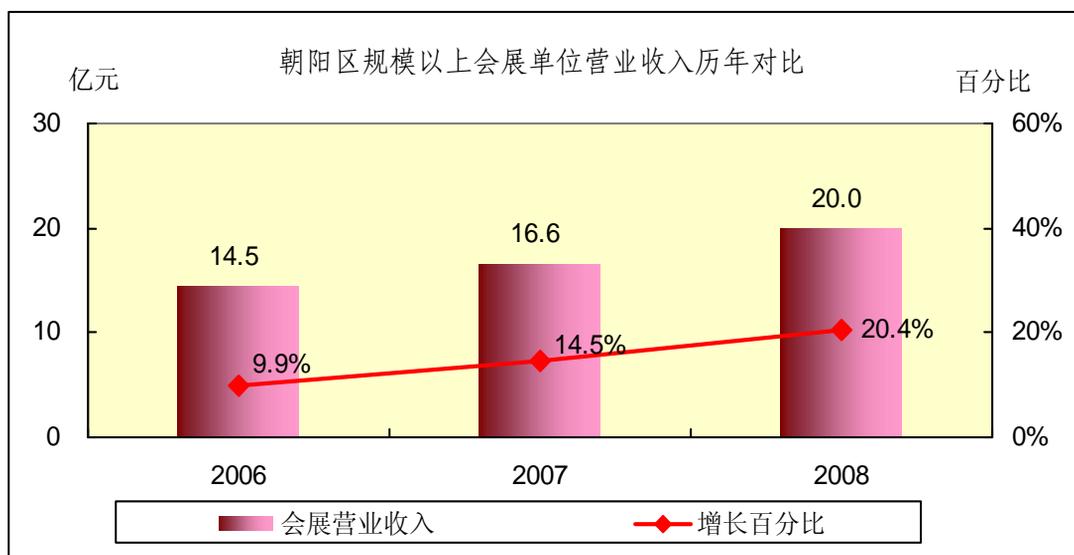
不同类企业的员工在学历水平上存在着差异。会展公司、旅行社、航空服务公司员工平均学历明显高于餐饮、住宿等企业。



朝阳区旅游业从业人员中，从业年限在5年以内的占49%，从业5-10年的占37%，由此，从业年限在10年以内的占到80%。由于大部分被调查的公司成立时间都在十年以上，因此，除去由于少数公司成立时间短，导致员工从业年限短这一因素的影响，总体上，旅游企业员工从业时间较短，员工流动率较高。



在会议和展览的举办上，从地域分布看，北京市2007年接待会议最多的3个区为朝阳区、海淀区和昌平区，共接待会议10.6万个，占全市接待会议的55.5%，实现会议收入27.5亿，占全市会议收入的50.3%。其中，朝阳区作为首都国际交往中心、2008年奥运会的主战场，是2007年接待国际会议最多的区。2007年朝阳区住宿业举办各种会议、展览44045个，平均每天举办120.7个。其中国际性会议4021个，国际性展览78个。



• 更多信息，请联系：

杨枫 综合研究事业部

Tel: (86 10) 67160521

Fax: (86 10) 67120669

E-mail: b2b@pamri.com

# 2009年二手乘用车市场 专题研究报告

**关键词：二手乘用车市场、发展现状、未来需求**

北京环亚市场研究社在历史数据收集的基础上，延续了重点研究了北京、上海、广东等地的二手乘用车市场，采取了定性、定量调查方法，通过电话、面访、深度访问等方式进行的数据收集，对经销商、经纪公司、业内专家及用户进行访问，在综合研究相关数据的基础上，对中国二手车市场现状及未来趋势进行了分析判断。

## （一）二手车市场解读与预测

### ❖ 政策对二手车市场的影响

2009年，国家颁布了一系列促进二手车市场健康发展的产业政策，对当前和今后的市场发展都产生着或即将产生直接和深远的影响

2009年国内二手车交易量将突破300万辆大关。国家相关部门和行业协会为扶植二手车健康发展，正在陆续出台一系列政策法规逐步完善，推动二手车市场逐渐走向成熟。宏观层面可以看出，通过国家近期发布的各项政策可以看出，我国已经开始改变二手车方面的政策导向。几年内，严格治理二手车市场，加强二手车市场监管，将成为二手车政策的主要内容。而微观层面也体现出，一些发达地区管理部门积极执法，结合当地特点，正培育二手车市场多赢局面。

未来二手车行业快速发展的动力，将不再是宽松的政策，而是规范的管理，只有为消费者创造良好的消费环境，才能重获消费者对二手车市场的信任。

### ❖ 二手车市场发展现状与预测

2009年中国跃居世界第一大汽车产销国，乘用车产销1038.38万辆和1033.13万辆，同比增长54.11%和52.93%，成放量激增态势，市场逐步形成由买方市场向卖方市场转移的趋势。2009年二手乘用车市场进入稳步增长阶段，因新车的供不应求，且产能在短时间内无法弥补这一缺口，导致部分消费者无法提到现车，最终转而购买二手车，推动二手车发展。

同时2009年新车保有量激增与之明年新车惯性增长预计在10%以上，随之2013年二手车进一步扩大。国家政策推动规范市场操作与厂商对二手车市场重视程度大大加强，必将使二手车在较短的时间内发生质的变化。

随着近两年A级及A0级以下新车的爆发增加，未来五年将会有大量A级及A0级以下流通到二手车市场，小型车车源将进一步扩大。未来五年，北、上、广三地仍然占据了二手车交易的主要地位，成为市场主要的集散地。

2009年是比较特殊的一年，经过了金融危机的洗礼，激发了人们消费的潜在意愿，在经过国家宏观调控与减免税率的调节下，形成了突破性增长并首次超过美国成为全球第一大产销国，从而加大了新车市场与二手车之间的差距，但随着政府治理与厂商关注等力度有所加大从而推动整个市场向着更加高效、合理、人性化发展，二手车销量与新车必将销量差距逐步缩小。

## （二）品牌二手车发展研究

### ❖ 国内政策企业开展二手车业务仍面临挑战

挑战一：竞争对手的渠道畅通经验丰富

挑战二：引导消费者对于二手车消费有一个正确的态度

挑战三：激励经销商对于二手车经营的积极性

对于面临的挑战，整车厂开展二手车业务需要通过制定良好的商务政策和支持工作；需要通过联合其他整车企业和社会关系向政府和行业组织建议统一税种、公平对待；结合自身的优势，国内整车企业应该在整车置换、汽车金融以及售后服务三方面采取相应的举措。

### ❖ 经营过程中的问题

诚信度：车辆信息不透明，事故车鉴定仅凭经验，缺乏统一标准，交易不规范，信息不对称，信用度不高；

税收：二手车交易的税收标准不一，导致大部分二手车经销公司将经销行为转化为经纪行为；

评估体系：收、售评估体系不健全，第三方评估缺失，现有评估不能真正反映车辆价值；

服务体系：完善的二手车售后服务体系未建立起来；

市场管理：管理混乱，存在大量不正规交易；

车源：二手车车源少；

资金：二手车收购多为现金收购，资金融资有一定困难；

竞争环境：黄牛及其他非正规营业主体给市场带来不利影响，造成不公平竞争。

### ❖ 品牌二手车发展机会—“整车企业开展二手车业务的四大优势”

**品牌优势：**整车企业车型品牌及二手车品牌优势。

**经销商网络共享优势：**现有“4S”及特约销售商的渠道资源共享，购买车辆的车主信息及其他资源为二手车业务的开展提供帮助。

**健全的诚信机制优势：**交易车辆状况监测及认证、价格透明、信息准确程序规范合法。

**完善的技术支持优势：**合资公司其母公司在国外的二手车业务经验为国内的业务开展提供强大的保证，如认证二手车业务，整车企业提供监测技术培训支持，拥有专业的二手车评估和经纪人员。

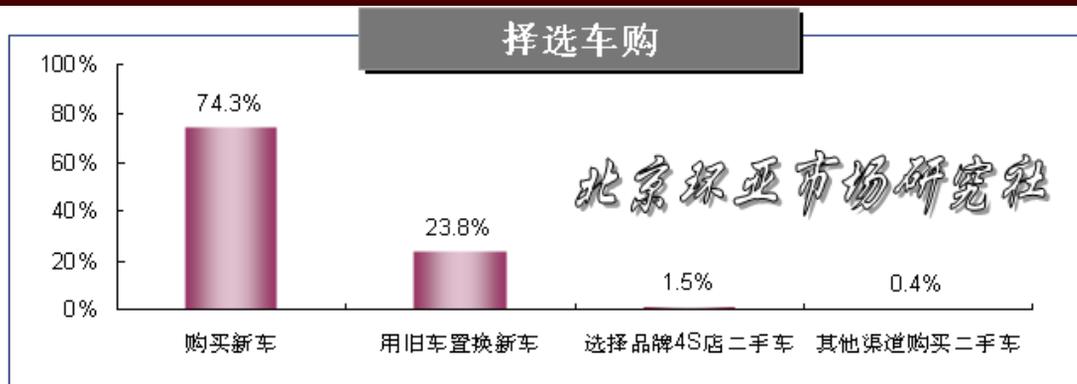
### （三）行业关键指标研究

指标	市场平均值	备注
品牌延续度	实际值42%；预测值24%	
车辆更换周期	4.3年	
认证车辆接受度	提示前5.2%；提示后7.8%	
认证费用接受度	经销商2,108元；用户7,792元	
认证车辆整备接受度	3.26分	1分代表过低，5分代表过高
认证车辆整备费用	经销商1,150元；用户5,006元	
认证车辆整备时间	12.7小时	
鉴定评估时间	26分钟	
零售业务平均出货时间	20天	
品牌置换率	36.70%	
盈利满意度	6.77分	1分代表非常不满意，10分代表非常满意
厂商二手车商务政策满意度	6.84分	1分代表非常不满意，10分代表非常满意

北京环亚市场研究社

### ❖ 品牌延续度

用户在未来购车品牌的选择上具有不确定性，说明各个品牌之间还存在着一定的竞争关系，各厂商应该一进步加大自身的品牌竞争力。七成以上的用户在选择下一辆车的时候会选择购买新车。



#### ❖ 车辆更换周期

用户车辆更换周期平均年限为**4.3**年，最高年限为**5**年，最低年限为**3.8**年。随着今后用户收入水平的不断提高，市场上可选择的车型不断增加，用户的车辆更换周期会进一步缩短。

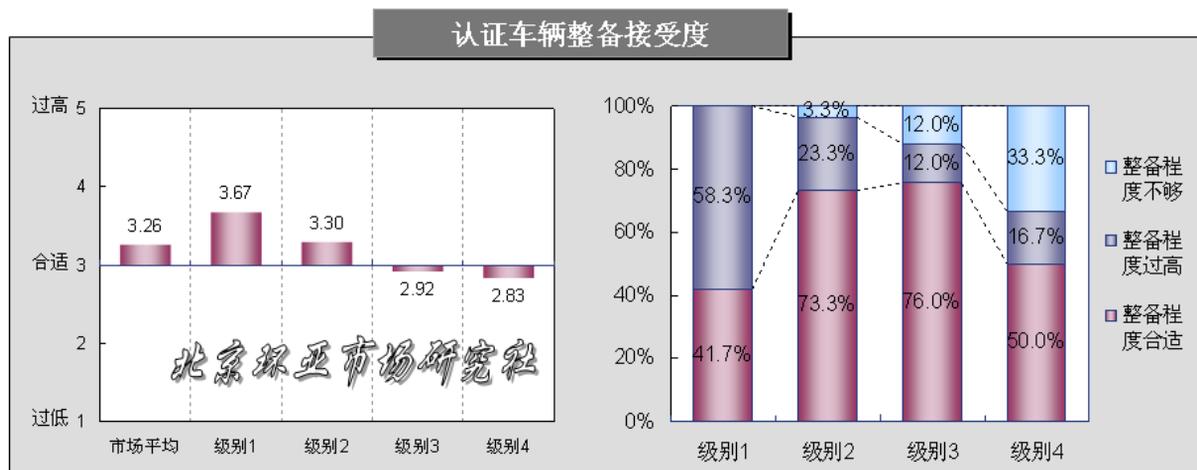
#### ❖ 认证车辆接受度

用户对认证二手车认知度很低，超过七成用户表示没有听说过，经过向用户进行概念讲解后，认知比例提升幅度并不明显，认证二手车的宣传工作任重道远。

认证二手车的宣传工作在各品牌之间仍有明显优劣之分，做的较好的A品牌比做的差的B品牌认知度高出**1.7**倍。

#### ❖ 认证车辆整备接受度

随着车型的价格的提高，用户对于认证车辆整备的要求逐渐严格，对**10万到25万**之间的车型整备程度认可程度较高，而对**30万以上**车型多数达不到用户的整备要求

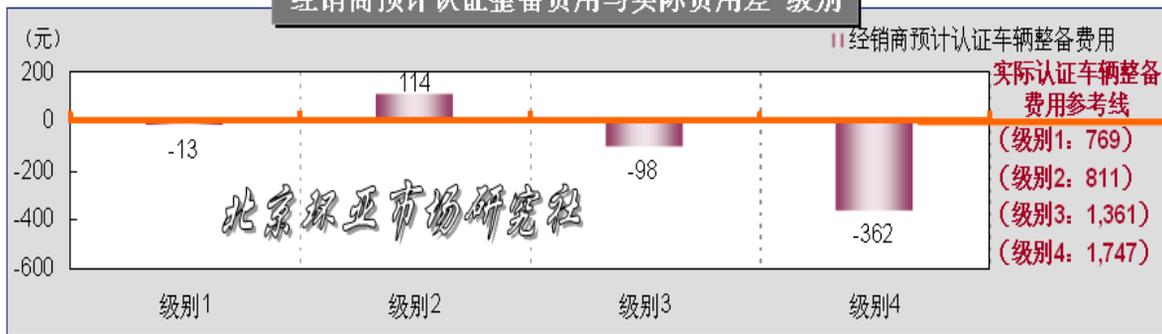


注：由于级别4样本量不足统计学最小分析单位，调查结果仅供参考

#### ❖ 认证车辆整备费用

级别**2**和级别**3**车型范围广，因各品牌的工时、材料等定价存在较大差异，各品牌经销商对认证费用的预期存在一定差距，导致预期与实际费用差距相对于级别**1**和级别**4**较大，各级别用户期望认证车辆整备费用均超过**3000**元，低级别用户期望认证整备费用高于级别高车型，希望车辆整备更完善。

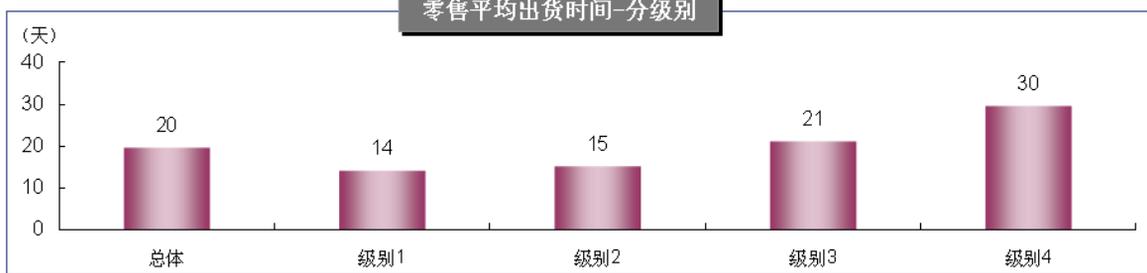
经销商预计认证整備费用与实际费用差-级别



### 零售业务平均出货时间

经济型车型产品保有量大，流通性较强，所以零售出货时间相对较短，而中高级别车型的购买者购车时相对更加谨慎，因此零售出货时间相对较长。

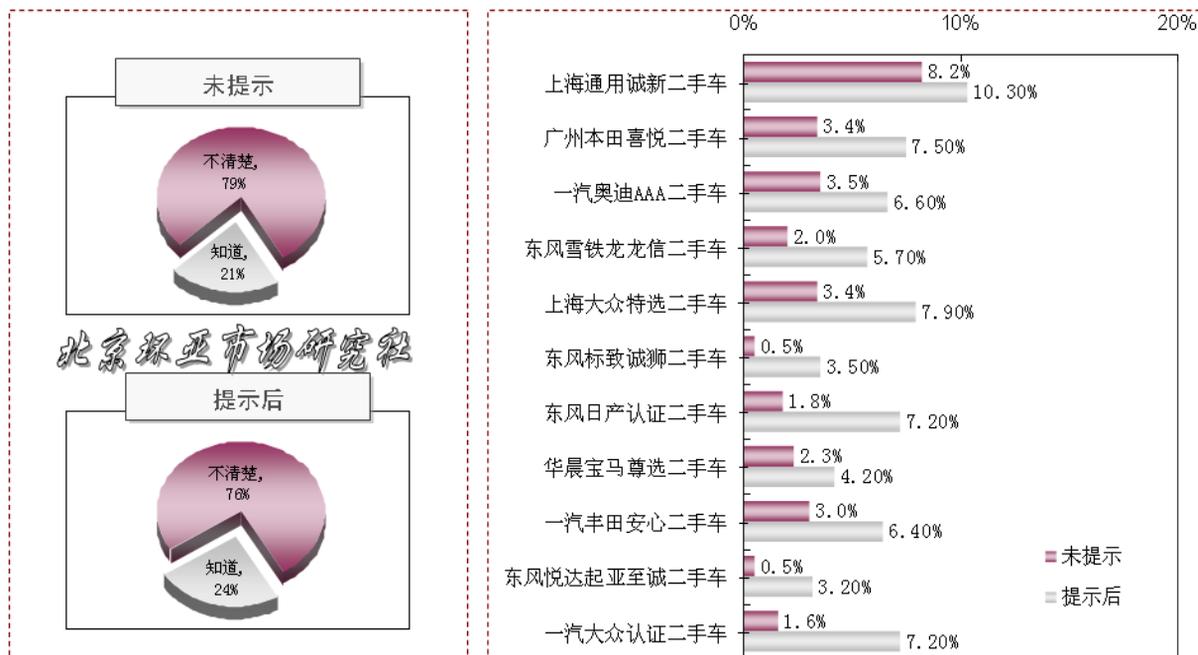
零售平均出货时间-级别



零售平均出货时间-品牌



### (四) 用户对二手车市场未来需求

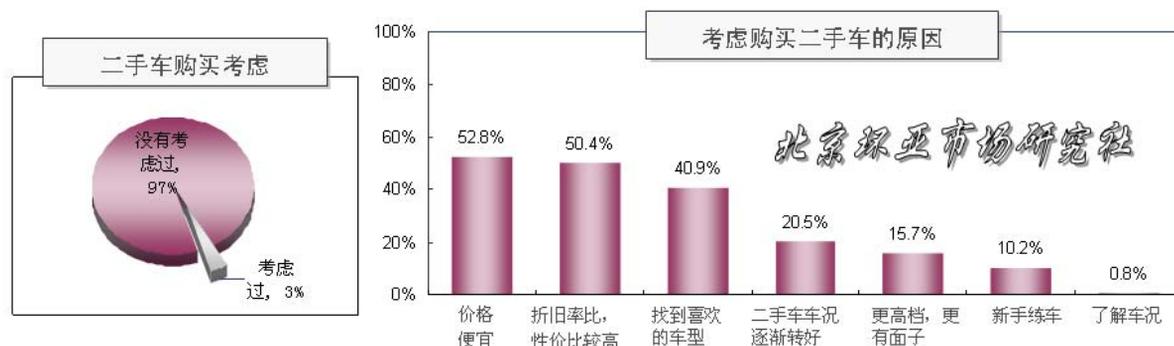


## ❖ 用户对品牌二手车的认知

用户对厂商品牌二手车认知度很低，厂商宣传力应进一步加强。超过七成用户提示前表示不清楚，经过提示后无明显改变。

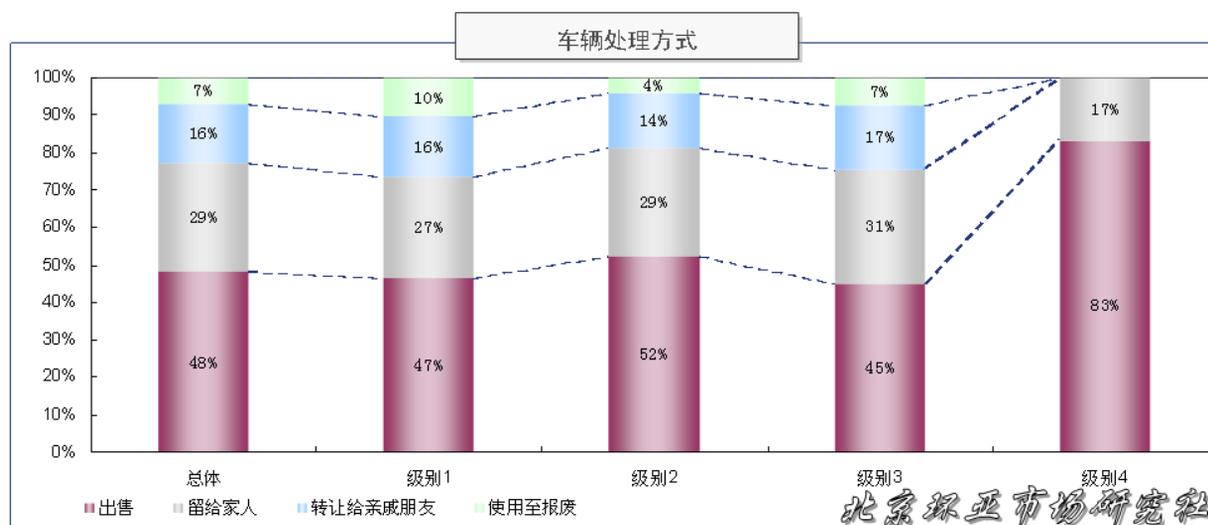
## ❖ 二手车选择态度

调查结果显示，仅有不到一成用户考虑过二手车，价格便宜、车型选择范围大是其考虑的主因，而市场不规范、车况信息不透明，面子问题是用户放弃购买二手车的主要原因。



## ❖ 车辆处理方式

出售是用户首选的车辆处理方式，级别低的用户因车辆的本身价格因素会考虑留给家人继续使用。



综上所述，二手车市场虽然经历了量的变化，但是质变的过程还在摸索，整个二手车市场虽日趋活跃，但是交易不透明、市场不规范、车源不丰富等仍困扰着二手车经销商，也阻碍了消费者购买二手车的热情。随着二手车市场体系的逐步成熟，规范市场发展成为二手车市场实现质的飞跃的必由之路。

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

# 环亚举办2009年年会暨新春联欢会

2010年2月5日下午环亚举办2009年年会暨新春联欢会。

首先，由总经理张总作了一次内容翔实、分析透彻的年会讲话——回顾环亚的2009年；展望环亚的2010年；最后采用互动的方式，畅谈一些大家关注的问题。并提出了环亚文化建设目标：

**创造一种积极向上、快乐和谐的工作环境**

**培养一种严谨刻苦、专业职业的工作态度**

**倡导一种乐观包容、诚信仁义的人生准则**



新春联欢会开始，环亚员工都纷纷上台展示自己的才艺。街舞——热情洋溢、动感十足；唱歌——热情奔放、莺声燕语；相声——台词诙谐、笑料迭出。然后是趣味游戏、抽奖和颁奖环节。最后大家在一片欢声笑语中告别了2009年，迎来了崭新的2010年。



• 联系环亚：

Add: 北京市崇文区广渠门南小街领行国际中心3号楼 1单元5层 100061

Tel: (86 10) 67120526/36 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: email@pamri.com