



# 环亚关注

PAMRI EXPRESS

2010.5 总第48期

5月让全世界的目光再次聚焦中国，以“城市，让生活更美好”为主题的2010年上海世界博览会，吸引了来自200多个国家和国际组织参展，7000万人次的参观者。

“科技世博、低碳世博”是本届世博会的一个口号，从世博园区的规划、建设、运营等各个环节都贯彻着以低能耗、低污染、低排放为基础的经济模式。世博园区内大规模实施太阳能、新能源汽车、智能电网、LED照明等示范应用，为游客们带来了一场充满智慧结晶的视觉盛会。在见证科技的迅猛发展的同时，传递着一种环保健康的生活理念和方式，并将这些先进环保技术向全世界推广。

敬请关注本期《环亚关注》！

## 内容摘要

### ■ 案例

#### 中重卡车市场细分研究

- 市场细分的概念及方法
- 中重卡车市场细分...

### ■ 观点

#### 服务中心神秘顾客研究

- 服务中心的5个分析模块
- 如何提高服务中心服务质量...

### ■ 简讯

#### 环亚参加第三届执行峰会互动论坛



城市,让生活更美好  
Better City, Better Life

EXPO  
2010  
SHANGHAI  
CHINA

## Hot Words

- World Exhibition or Exposition ( World Expo) : 世界博览会
- inaugural : 开幕的
- Emblem : 会徽
- Mascot : 吉祥物
- Pavilion : 场馆



# 中重卡车市场细分研究

**关键词：中重卡车，市场细分，运距**

## □ 市场细分的概念

市场细分：把市场分割为具有不同需要、性格或行为的购买者群体，目的是使同一细分市场内个体之间的固有差异减少到最小，使不同细分市场之间的差异增加到最大。

## □ 市场细分的重要作用

- ✓ 有利于企业确定自己的目标市场。
- ✓ 有利于企业发现市场机会。
- ✓ 可使企业集中人、财、物和信息等资源条件投入到目标市场，形成经营上的规模效应。这点对于中小企业来说意义更大。
- ✓ 有利于企业制定和调整市场营销组合策略，制定针对目标市场的最佳营销战略，以求获得最佳效益。

## □ 市场细分的方法

首先，应具有明确的市场细分标准。以生活消费品为例，一般可选择地理、人文、心理和消费行为四个因素作为细分标准。具体细分时可应用发散思维的方式，得出一系列细分市场。如自行车市场，可分为国内市场、国际市场，其国内市场还可进一步细分为华中市场、西南市场、东北市场等；可将消费行为细分为普通自行车市场、山地自行车市场、比赛用自行车市场等。如是生产资料市场细分则可选择最终用户、用户规模和生产能力、用户地点等因素作为细分标准。

其次，应注意把握好在市场细分中几个原则问题：1、可衡量性原则：就是指对细分市场上消费者对商品需求上的差异性要能明确加以反映和说明，能清楚界定；细分后的市场范围、容量、潜力等也要能定量加以说明。2、可占据性原则：应使各个细分市场的规模、发展潜力、购买力等都要足够的大，以保证企业进入这个市场后有一定的销售额同时企业也是可以利用现有条件能够去占领的。3、相对稳定性：占领后的目标市场要能保证企业在相当长的一个时期经营上的稳定，避免目标市场变动过快给企业带来的风险和损失，保证企业的长期稳定的利润的取得。

## □ 中重卡市场细分

中重卡市场研究是环亚汽车研究的重要领域之一，每年都会参与各大中重卡厂商的调研项目，在中重卡研究领域积累了相当多的经验。

环亚认为中重卡市场研究重心应该从产品向需求转移，以用户的实际用途作为切入点，深度挖掘用途与需求之间的紧密联系，以此划分细分市场，再将现有产品对应至各细分市场，研究产品竞争力及未来需求，提出规划建议，实际效果显著，并深得到客户的好评。

通过环亚中重卡调研的经验数据按运距，将中重卡市场划分为4类细分市场；再使用6个复合因子进行进一步的细分探索，分成10类细分市场。



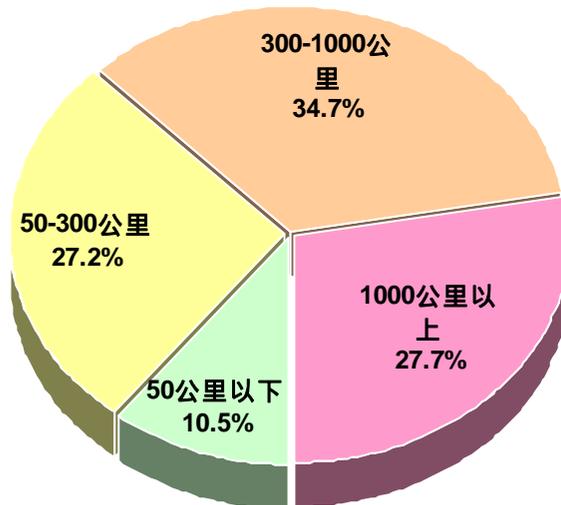
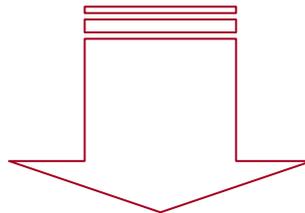
### ⇒ 按运距分成4类细分市场：

将公路运输的运距作为重要因子，将市场初步细分为超短途、短途、中途、长途4大类细分市场。

- ✓ 在项目前期设计阶段，我们依据“拉什么”、“拉多少”、“拉多远”进行市场细分假设；
- ✓ 但通过实地调查及数据分析，项目组发现，“拉什么”对车辆需求并没有明显的差异。而“拉多少”和“拉多远”才是影响车辆选择的主要因素，并且随着运距的增加，载重量有明显上升趋势，说明两个指标高度正相关，可以合并为一个影响因子；
- ✓ 最终，经研究决定，按照运距先对公路运输市场进行初步细分。

Multiple Comparisons							
Dependent Variable: 请问您本次所拉的货物重量是?							
	(I) 请问您本次的运输距离是?	(J) 请问您本次的运输距离是?	Mean Difference (I-J) 均值差	Std. Error 标准差	Sig. 检验值	95% Confidence Interval 置信度	
						Lower Bound	Upper Bound
LSD	50公里以下	50-300公里	-1.65(*)	0.832	0.048	-3.28	-0.02
		300-1000公里	-3.91(*)	0.806	0	-5.49	-2.33
		1000公里以上	-7.70(*)	0.829	0	-9.32	-6.07
	50-300公里	50公里以下	1.65(*)	0.832	0.048	0.02	3.28
		300-1000公里	-2.26(*)	0.58	0	-3.4	-1.12
		1000公里以上	-6.05(*)	0.611	0	-7.25	-4.85
	300-1000公里	50公里以下	3.91(*)	0.806	0	2.33	5.49
		50-300公里	2.26(*)	0.58	0	1.12	3.4
		1000公里以上	-3.79(*)	0.576	0	-4.92	-2.66
	1000公里以上	50公里以下	7.70(*)	0.829	0	6.07	9.32
		50-300公里	6.05(*)	0.611	0	4.85	7.25
		300-1000公里	3.79(*)	0.576	0	2.66	4.92

\* The mean difference is significant at the .05 level. \*表示检验值小于0.05有显著性差异。



( 待续 )

• 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

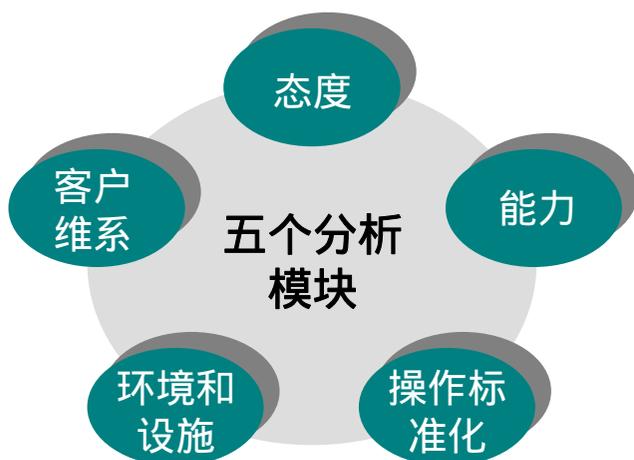
# 服务中心神秘顾客研究

**关键词：神秘顾客，分析模块**

## □ 研究背景

环亚受某跨国知名数码企业委托，进行服务中心神秘顾客研究。通过神秘顾客调研，了解5个分析模块：

- ✓ 评估服务中心工作人员接待客户的行为态度
- ✓ 评估服务中心工作人员业务能力
- ✓ 检查服务中心维修产品的流程和操作标准
- ✓ 检查服务中心环境与基础设施完善
- ✓ 评估服务中心工作人员客户维系情况



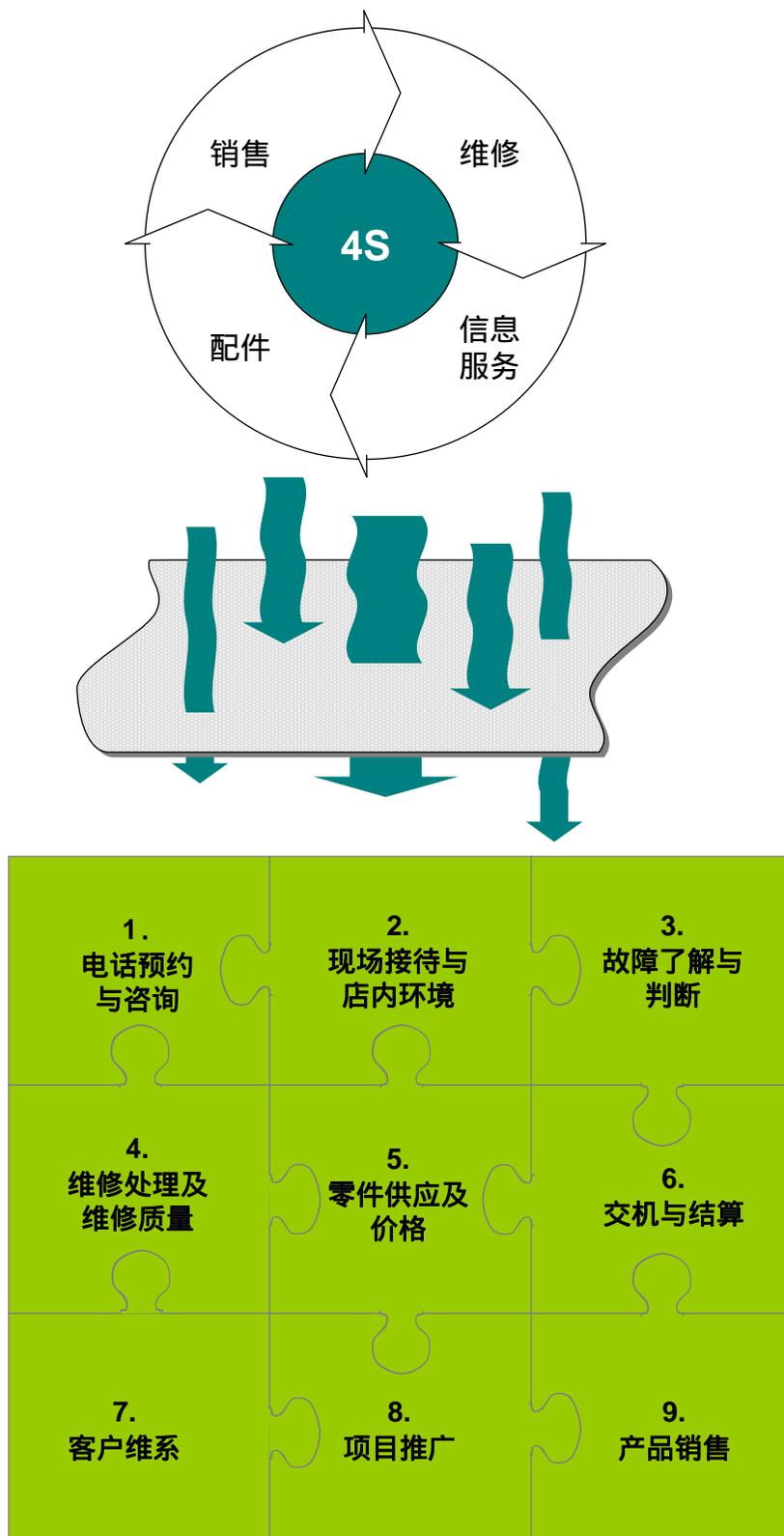
## □ 研究方法

神秘顾客，是由经过严格培训的调查员，在规定或指定的时间里扮演成顾客，对事先设计的一系列问题逐一进行评估或评定。

由于被检查或需要被评定的对象，事先无法识别或确认“神秘顾客”的身份，故该调查方式能真实、准确地反映客观存在的实际问题

## 研究思路（流程模块）

⇒ 本次神秘顾客研究，根据4S店操作流程，环亚拟设置9个流程模块：

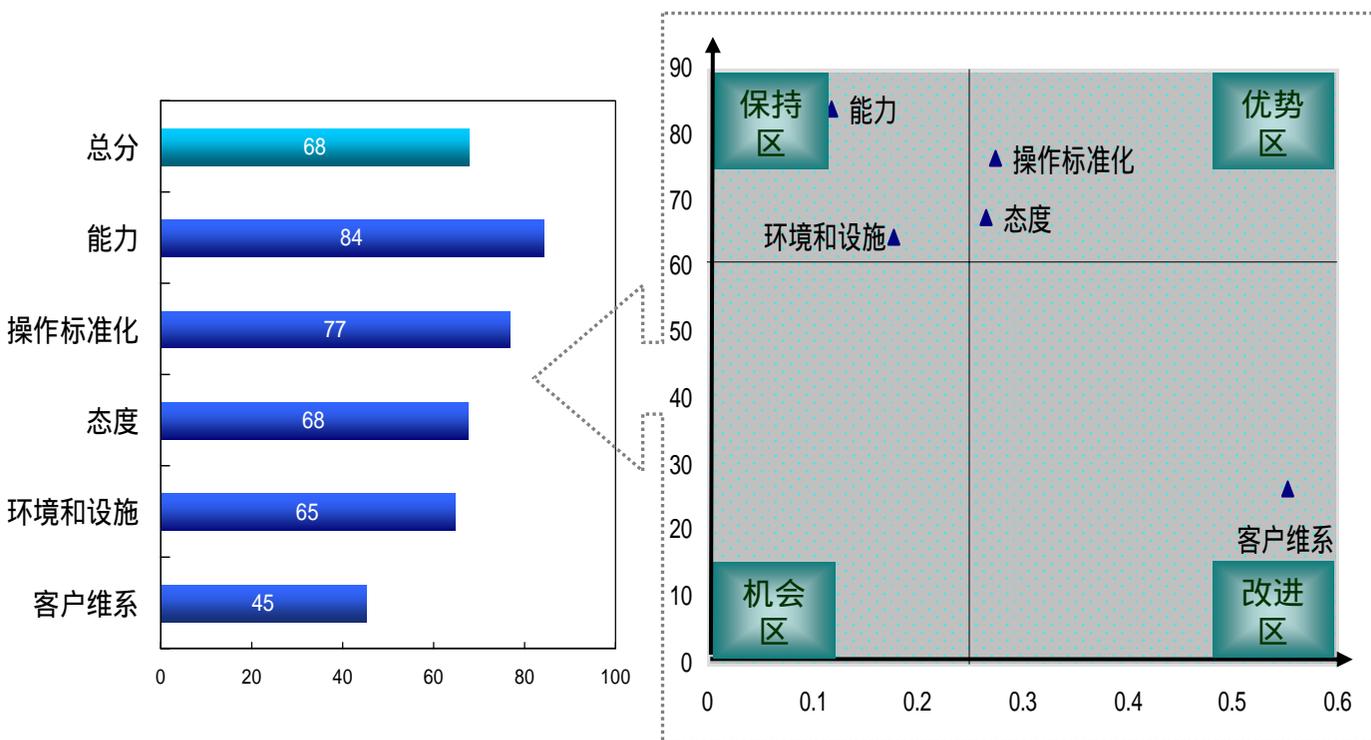


□ 服务中心各模块排名：

- ✓ 全国各服务中心的服务总体平均分为68分。
- ✓ 其中，在能力方面表现较为突出，维修速度快、效率高，分值为84分。而客户维系方面亟待改进，工作人员没有主动介绍新产品及优惠活动，仅得45分。
- ✓ 态度和操作标准化处于优势区，望继续保持，态度主要表现为工作人员（接待人员、维修人员等）态度热情、服务周到；工作人员现场耐心倾听、语言表达清楚。而客户维系则处于劣势，有待改进。

## 模块情况总体分析

### 服务中心打分



• 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: wangwenli@pamri.com

# 环亚参加第三届执行峰会互动论坛

4月15日环亚副总经理王总在北京辽宁饭店召开的第三届市场研究行业执行峰会上，就杭州试验与质量管理与各地执行代理代表进行了研讨。

王总认为，杭州试验是协会，实施代理，研究公司三方发挥合力的结果，运用马太效应（Matthew Effect）即好的，会给的更多，不好的，连现有的也要夺取。这在一定程度上对杭州地区有帮助，但这些都是器和术，本源和道还是要追求行业的安身立命之本，就是君子爱财取之有道。调查行业目前已进入行业发展的第三个十年，企业除了要追求利润，速度之外还要提升到企业文化的这个层面。像有的企业借鉴中国传统文化《弟子规》来让员工知道做人的基本守则问题，这是非常好的。虽然有人说大环境不好，但我们行业应该发挥精卫填海和愚公移山的精神，人人自律，相信“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”。



## • 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