

今年我国天气气候极端异常，一场强降雨使得原本干旱的黄土高坡遭遇泥石流侵袭，本应雨水充沛的西南地区却遭遇长达半年之久的干旱，反常极端天气正愈加频繁地出现在人们的生活中，给人民的生命财产造成严重损失。不仅我国，世界各个地区也都在应对极端天气带来的灾害。据专家分析，全球气候变暖是极端天气气候事件频发的大背景。如果今后全球气候继续恶化，将会有更多的极端事件频繁出现，这将对全球经济社会发展与自然生态系统带来更严重的影响。这无疑给未来的城市建设敲响了警钟——单纯追求经济发展速度，追求GDP是不行的，要实现国民经济的可持续发展，必须转变发展思路，走低碳经济发展之路，其出路就在于加强技术创新，加大科学技术对经济发展的支撑力度。全球极端天气的频繁发生将成为我们科技发展的新挑战。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 案例

中国皮卡市场产品发展趋势研究

- 中国皮卡市场的发展历程回顾
- 今后皮卡市场在国内的发展趋势...

■ 观点

2010年上半年二手乘用车市场专题研究

- 上半年二手车市场整体运营平稳
- 相信今后二手车市场发展趋势将逐渐成熟...

■ 简讯

环亚举办东风雪铁龙服务部长培训



Hot Words

- low carbon transport cards : 低碳交通卡
- cleaner production : 清洁生产
- hostage-taking : 劫持人质
- firebreak : 防火隔离带
- secondary geological hazards : 次生地质灾害



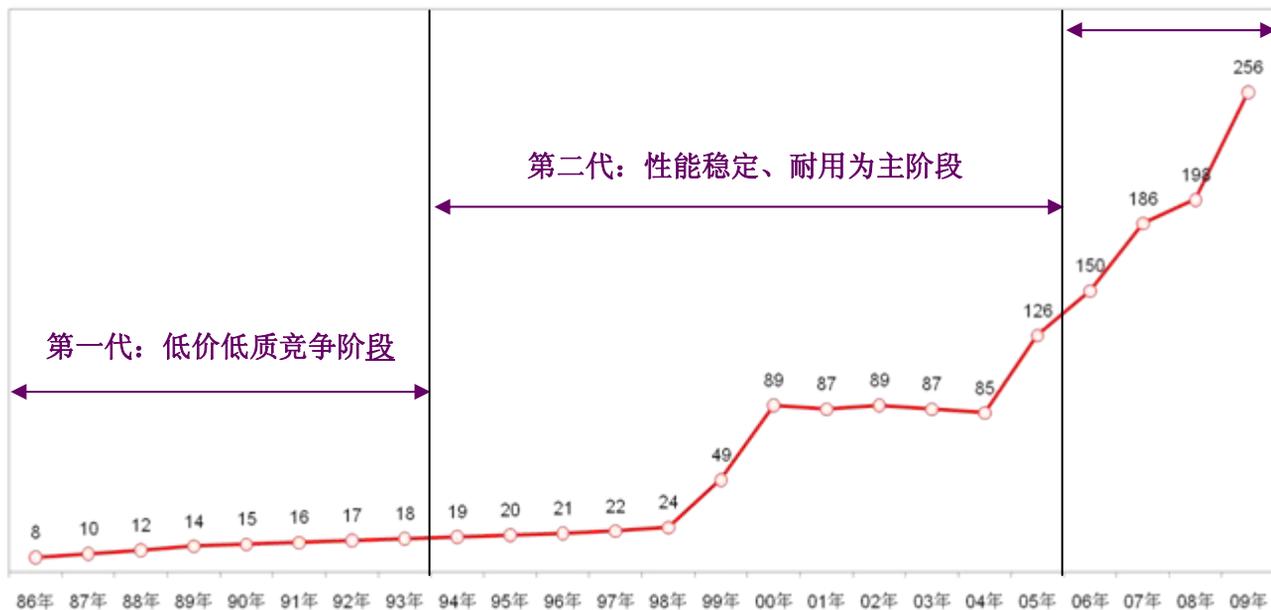
中国皮卡市场产品发展趋势研究

关键词：皮卡市场，发展趋势

研究背景

皮卡车型在国际汽车市场风光无限，但在中国市场受到政策的限制，一直被划分为细分领域，列为“边缘”车型，多年来仅为小工商业主、个体商户和行政行业用户的用车选择，基本上是充当生产资料的角色。然而，皮卡车却创造出了其他车型不能创造的奇迹，从80年代底到目前，皮卡车型经过了不同阶段的发展，在中国皮卡市场涌现出长城、江铃、中兴、福田、黄海、吉奥等一大批自主品牌企业，成功的将中国皮卡市场带入了一个新的发展阶段。

第三代：轿车化进程阶段



代表车型



中兴皮卡



长城皮卡



中兴威虎

● **第一代：**1986年，中国第一台国产皮卡(中兴皮卡)下线，第一代皮卡大多由现成的车型改装。

特点：自主研发，车型在技术性能上达到了轻型汽车的较高水平，乘坐舒适性及操控性比当时的121吉普车有很大的提高，外形“千奇百怪”，没有形成风格。

● **第二代：**1993年，中国第一台引进丰田HILUX皮卡在中兴汽车公司下线，随后，中国皮卡在风格上全面“效仿”日式皮卡，因为日式皮卡主要由小型轿车或小型卡车演变而来，小巧玲珑，省油、廉价。

特点：引进技术开发，但车型只是在外观上接近原型车，而受国内汽车零部件技术发展水平限制，整车技术和质量状态和原型车相比存在很大差距。凭着廉价，国产第二代皮卡深受第三世界国家的欢迎，特别是长城和中兴的产品很快就在国外打开了市场。

● **第三代：**2006年，中兴和长城分别推出了中兴“威虎”与长城的“风骏”。是号称国内第三代，瞄准国外第五代的新一代皮卡，同期，奇瑞公司也推出了自己的概念皮卡。

特点：在现有产品的基础上，瞄准国外第五代，走国际合作道路，按照国际标准设计，采用国外成熟技术，零部件全球采购。

随着皮卡车型应用范围的扩大、用户逐渐成熟，其销量稳中有升、健康发展，并且以每年30%的速度递增，成为中国增长强劲的车型，皮卡车型也随之呈现出明显的特点和发展趋势。

产品发展趋势

1 轿车化趋势

皮卡具有“一车三用”的优势：兼具轿车、货车和休闲车的三重特性，不同于其他车辆，它既是生产资料又是生活资料，其需求层面目前正在逐步扩大。市场不仅需要经济实用的“工具”皮卡，也需要象征身份、追求个性的需求，将轿车所能拥有的配置，也在慢慢装配在皮卡车上。

2 品种多样化

针对不同层次用户，实施全系列、多元化的产品战略，才能使销量大幅提升。目前品种分类为：柴油机、汽油机、两驱、四驱、大双、中双、小双、一排半、大、小单排、厢式等

长城为例，它早期的产品包括迪尔、赛铃、赛酷三大系列，其定价多在5—8万元区间，这种价格定位，赢得了广泛的消费群体。在风骏推出之后，运动版的销量还不足8万元，一直到商务版的高端车型，基本实现了5-14万元这个皮卡选择区间内的无缝隙连接。再说品系的分类：柴油机、汽油机、两驱、四驱、大双、中双、小双、一排半、大、小单排、厢式等多种长城皮卡让消费者眼花缭乱。

3 皮卡柴油化

柴油皮卡在市场份额上继续扩大对汽油皮卡的优势。自1999年开始，中国柴油皮卡的市场份额从不到10%，达到2008年的接近75%，将成为主流品种。这批群体自然把经济省油的柴油皮卡作为首选对象，为适应这一发展趋势，一批柴油皮卡新品种相继问世，使得柴油皮卡的产品种类更加丰富。

4 逐步高端化趋势

自主品牌生产的中、低端皮卡，一直占领着销售主流，占据了国内70%的市场份额，而合资品牌则占据了高端领域。由于受到技术因素的影响，特别是发动机、变速箱等主要总成件的制约，使国内的皮卡生产厂家在向高档皮卡市场发展时遇到很多的困难，在未来几年中，不排除国内皮卡生产厂家通过合资、引进或者技术攻关来克服困难，在国内高档皮卡市场上获得突破。

5 多层次、多元化发展

“乘客载货两相宜”的皮卡除了特殊行业的集团采购外，其主要用户群体是个体小工商业主，并成为他们创业致富的工具车。加之特殊行业对皮卡的需求，市场环境也发生了变化，皮卡需求向多元化发展。分析多年占据前几名的皮卡企业，产品的多元性、层次化是共同的特点。

长城为例，长城皮卡已有13年的历史，从1998年到现在，长城皮卡在国内同行业中已连续11年保持了市场占有率、产品品种、出口数量、市场保有量等多项第一，市场占有率一度高达50%以上。长城皮卡至今已经形成迪尔、赛铃、赛酷、风骏四大系列的23个品种，截至08年底长城皮卡的市场保有量几近70万台。09年长城汽车又有3款皮卡新品加入，齐全的产品线将满足不同用户多元化需求。

• 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

2010年上半年 二手乘用车市场专题研究

关键词：二手车市场，现状及发展趋势

北京环亚市场研究社在历史数据收集的基础上，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。

环亚视点

1 新车市场增速减缓

- ✦ 新车超常规增长将受到资源、政策等因素制约
- ✦ 五年内乘用车保有量将达到一亿辆
- ✦ 五年后，每年将有超过一千万辆乘用车进入二手车交易

2 二手车市场方兴未艾

- ✦ 规模性增长仍然是未来二手车市场的主要特点
- ✦ 经营主体、车源等结构性变化和调整将加快
- ✦ 交易环境，尤其是政策环境将发生明显改善

3 品牌二手车蓄势待发

- ✦ 网络布局已经完成，流程建设和培训正在进行
- ✦ 战略规划初步构建，方向目标逐渐清晰
- ✦ 目标市场开始形成，换购用户将大量涌现

二手车市场现状与发展趋势

1 产业政策解读

2010年，国家有关二手车的政策陆续出台，新政策的推出必将对规范和完善二手车市场起到有效的作用。

- ✦ 两部委联合下发《关于允许汽车以旧换新补贴与车辆购置税减征政策同时享受的通知》

环亚解读--对丰富二手车源具有积极意义

✦ 商务部下发推进二手车交易市场及报废车拆解企业升级改造文件

环亚解读--对二手车交易环境的改善作用明显

✦ 二手车市场升级改造工程拉开帷幕

✦ 《二手车鉴定评估国家标准》已制定成型，预计年内公布

环亚解读--对二手车交易环节的完善意义重大

✦ 汽车“以旧换新”政策延长至今年年底

环亚解读--对二手车源及目标市场将产生影响

✦ 首批节能汽车补贴名单出炉，二手车销售将受影响

环亚解读--对低端低档二手车将产生竞争

2 二手车市场发展现状与预测

2010年上半年，二手车市场整体运营平稳，细分市场呈现不同变化。

✦ 二手车市场运营平稳，预期的“井喷”现象并没有出现

2010年1-5月全国共交易二手车近150万辆，同比增幅为16%；其中，乘用车90万辆，同比增长25%%，增速低于新车市场。

✦ 高端品牌加大二手车投入

高端品牌看好中国二手车市场，纷纷加大投入进行品牌宣传推广，继去年年底奔驰发布星睿品牌二手车后，奥迪整合几年前推出的“AAA”二手车业务，并正式推出“品荐”二手车品牌，宝马近期也加强了对其“尊选二手车”的推广。

✦ 细分市场存在差异

按车型：2010年1-5月二手乘用车交易量增长较快，同比增长了24.8%，高出二手车市场平均增幅近9个百分点。二手客车、货车的市场份额比去年同期分别减少了1.53和1.08个百分点。

按区域：在交易量排名前十位的省区市中，与去年同期交易量相比增长速度最快的分别为辽宁（52.08%）、陕西（29.42%），跌幅最大分别为重庆（33.71%）和北京（12.4%）。

✦ 二手车车龄跨度仍然较大，结构偏向于高车龄。

市场延续着以3-10年车龄二手车交易量最大的特征，累计交易104.90万辆，占总交易量的74.38%。

二手乘用车交易量继续保持较快速度增长，预计全年可达到270万辆水平，二手乘用车的交易量远低于新乘用车销量，市场还有很大的发展空间。低端二手车在相当长的时间里，将一直占有二手车市场规模的较大比重，而中高档二手车正处在起步期，交易总量不大，但呈稳定增长的趋势。未来五年，北京、上海、广州、浙江、山东、四川仍然占据二手车交易的主要地位。

3 品牌二手车发展特点

- ✦ 全面起步，起点较高
- ✦ 以置换为重点，支持新车销售
- ✦ 评估、认证、质保和售货服务一条龙服务，创立二手车品牌
- ✦ 相同多、差异少；弱竞争、强合作
- ✦ 集中收车，分散销售，发挥网络作用

作为一个重要的战略考量，大多数整车厂商都开展了二手车业务。展置换业务，支持新车销售，帮助经销商盈利，是目前厂商开展二手车的主要目的。一些厂商已经开始进行二手车评估、认证、质保和售后服务的研究和试点工作，势必给二手车市场带来积极的影响。多数厂商在开展二手车业务方面的策略基本相同，这有赖于联席会议的作用。车源的合作会是另一个加强厂商之间联系的纽带。中收车，同义评估认证，利用新车网络进行销售，将是未来厂商品牌二手车发展的方向。

中国二手车市场经历了1985年-2010年的发展历程，呈现了阶段性特点，从刚开始的空白阶段，无政策法规，无统一交易市场；轿车保有量低，二手车多为私下转让；到进入起步阶段，入场经营，粗放管理，交易量极低，以资产转让方式为主，且多发生在机构之间；再到发展阶段，经营主体多元化，放开了经营主体资格限制，个体之间的交易出现，但仍然是资产转让方式；再到现在的调整阶段，市场逐渐规范，交易量有较大增长，经营主体结构发生变化，但交易方式仍然没有突破，经历了整整15年的时间，相信随着国家政策的支持，汽车厂的重视，消费者的逐步认可，二手车市场的成熟阶段离我们越来越近，让我们共同为二手车市场成熟，进入真正交易阶段，汽车保有量基数与国外成熟市场相当的快速发展状态而努力吧。

• 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

环亚举办东风雪铁龙服务部长培训

2010年7月至9月，北京环亚市场研究社举办东风雪铁龙商务部服务部长培训。

来自全国各地的100多名服务部长，在环亚资深培训师精心策划的五天培训课程中，进行了包括“服务理念、满意度和客户管理、指标管理、5S管理、服务理念、精益管理、目标设计和计划制度、人员管理、绩效团队”等全方面的专业课程培训。

培训课程不但从学员切身需求出发，提供专业理论课程，掌握对日常工作有帮助的各类管理技巧，并在轻松活跃的学习气氛中，搭建沟通平台，交流实际经验。环亚希望整套培训课程能为服务部长们开拓更为广阔的发展前景！

为期五天的培训课程圆满结束，环亚的专业培训水平得到了东风雪铁龙培训部以及参训学员们的一致好评！至此与东风雪铁龙商务部的合作又一次顺利完成！



• 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