

在全球经济复苏减缓的背景下，中国经济呈现明显趋稳迹象。近期国家统计局公布了10月份国民经济主要指标数据，其中居民消费价格（CPI）同比上涨4.4%，创25个月以来新高，涨幅比9月份扩大0.8个百分点。食品类价格的上涨是CPI上涨的主要推手之一。目前物价上涨的压力主要来自四方面：主要经济体将进一步实施定量宽松货币政策，引发近期国际大宗商品价格快速回升；当前的货币信贷环境仍较为宽松；明年粮价存在较大上涨压力；收入分配改革和资源价格改革可能推高明年物价。面对不断扩大的物价上涨压力，国家出台了一系列的宏观调控政策，整顿和规范市场经济秩序，抑制物价的进一步上涨，把物价涨幅控制在合理区间和经济社会发展可承受的范围内，保证市场供应和价格基本稳定。

敬请关注本期《环亚关注》！

### 内容摘要

#### ■ 案例

##### 行动不便人群用车二手资料分析（一）

- 行动不便人群用车市场的社会环境
- 汽车厂家现在行动不便人群车型...

#### ■ 观点

##### A0级车型市场浅析（二）

- A0级车型的目标用户群特征
- A0级车型的用户群特征符合购买经济型轿车的特征...

#### ■ 简讯

##### 环亚举办东风雪铁龙服务质量提升培训



### Hot Words

- suppress rising commodity prices : 抑制物价上涨
- inflationary : 通货膨胀的
- vulnerable groups : 弱势群体
- mutual property : 共同财产
- point redemption scheme : 积分制



# 行动不便人群用车 二手资料分析（一）

关键词：行动不便人群，用车市场，社会环境

## 行动不便人群现状

### ■ 自然情况

中国国家统计局、第二次全国残疾人抽样调查领导小组2006年发布了第二次全国残疾人抽样调查主要数据公报（第二号）如下：（其中，60岁及以上的人口为4416万人，占残疾人总数8296万的53.24%。整体中75%的残疾人分布在农村。同时，现每年高速路上事故会造成8-10万伤残人员。）

注：以下数据来源中国残疾人联合会

残疾人分类	数量	所占百分比
肢体残疾	2412万	29.07%
视力残疾	1233万	14.86%
听力残疾	2004万	24.16%
言语残疾	127万	1.53%
智力残疾	554万	6.68%
精神残疾	614万	7.40%
多重残疾	1352万	16.30%
<b>总数</b>	<b>8296万</b>	<b>100%</b>

根据全国老龄工作委员会数据，截止到2009年10月，全国60岁及以上的老年人已接近1.6亿，占全国人口总数的12%，并以每年3%的速度快速增长。中国正开始进入人口老龄化快速发展期，20年后可达到总人口的24%。

■ 其它情况

◆ 学历：

2007年中国残联公布数据	
大专及以上	94万
高中/中专	406万
合计	500万
占残疾人口总数	6%

6岁至14岁的学龄残疾儿童为246万人，其中有超过63%的残疾儿童正在普通教育或特殊教育学校接受义务教育。

◆ 就业：

全国城镇实际在业人数	443.4万
其中，城镇新安排就业	35.0万
农村残疾人就业人数	1757万
其中，农业生产	1355.5万
<b>2009年残疾人就业人数</b>	<b>2200.4万</b>

◆ 收入来源：

分类	人数/比率	百分比
残疾人总人数	8096万人	100%
工作者	2200.4万人	26.50%
未工作者	6095.6万人	73.50%
有家庭其它成员供养	72.30%	53.14%
领取离退休金	17.40%	12.79%
领取基本生活费	7.60%	5.59%
获得财产性收入	0.06%	0.04%
获得保险收入	0.01%	0.00%
其它	1.90%	1.01%

随着生活质量提高，行动不便人群数量的增加，国家越来越重视该类人群的无障碍行动情况，该类人群用车市场潜力不断增加。

在欧洲国家，行动不便人群专用汽车普及度很高，可按需订制汽车。在美国很多租车机构也都提供包括克莱斯勒、福特等多个厂商的无障碍车，车型从轿车到MPV都有。

在日本，每年的行动不便人群专用汽车销量都能够达到1.5万~2万辆，在养老院、机场、饭店等都配备了这种车。

国内行动不便人群用车市场应该说是一块未开发的处女地，市场潜力不会小于日本这个数字。

## 政策/措施

### ◆ 在新的残疾人“十一五”（2006年--2010年）”，残疾人的无障碍工作是一项重要工作

残疾人“十一五”之前1998至2005年，国家共安排专项投资1.82亿元，全国已竣工并投入使用的各级残疾人综合服务设施共计 2106 个，在建项目共计 292个，筹建项目共计 279个。

残疾人“十一五”期间，新建残疾人综合服务设施所需建设投资（不含设备）约为3.5亿元，其中：中央专项资金为2.5亿元。截止到2009年底，全国已竣工并投入使用的各级残疾人提供各种服务功能和为残联提供办公条件的设施的残疾人综合服务设施共计2383个，在建项目共计406个，筹建项目共计267个。

### ◆ 2010年4月，国家出台了残疾人可以驾车的政策允许右下肢和双下肢残疾、手指有残缺、听力有障碍等三类人员申领驾驶证

#### ◆ 驾车辅助装置

肢体残疾人驾驶汽车操纵辅助装置 全国统一价3000元；左脚装置1600-2300元，手动驾驶装置市场价格3400元。目前市残联正在研究修改残疾人辅助器具补助办法，残疾人购买该装置也将有望获得补贴，同时残联部门也将与其他部门沟通，推动残疾人停车等相关政策的进一步完善。

#### ◆ 北京残疾人持证车辆不受尾号限行限制

北京市交管局公布，考取了驾照且验车合格的残疾人可领取专用通行证，持证车辆不受尾号限行规定限制，通行证只在残疾司机本人驾驶时生效，其他车辆不得挪用，同时必须遵守其他交通管制规定。

## ■ 无障碍出租车

### ◆ 北京无障碍出租车接受电话预约，司机有补助

北京现在无障碍出租车70辆，主要车型有英伦TX4、全顺、桑塔纳3000，多是接受电话预订，只有少量的上街拉活，运营价格和普通出租车一样，2元一公里。由于该车运营成本较高，北汽公司采取了一定政策倾斜，例如降低车份儿钱，提高油补等。

### ◆ 上海市在2007年出台《上海市无障碍出租汽车管理规定》

上海市残联去年在大众无障碍面包车投入营运时曾宣布，今后由市残联确认特定人群，无障碍面包车只接受电话预订不提供马路扬招。无障碍面包车的起步价虽然比普通车贵5元，但是对残疾人打7折。

上海市残联还承诺每年向社会募集捐款，所获捐款将补贴出租车企业的运行费用。上海另一大出租汽车企业强生的无障碍出租车由政府与企业按照1：2比例分摊配车成本。

### ◆ 广州市无障碍出租车扶持政策

无障碍出租车每服务一名残疾人，政府和企业就会给予现金补助

## ■ 其它

### ◆ 国际拟定残疾人用汽车标准

国际标准化组织针对残疾人用汽车在汽车标准化技术委员会中成立分技能委员会SD26，并起头对残疾人用汽车起头拟定有关的国际标准。该机构制定了两项标准：

1) DIS10515道路车辆--载客人数最多为8人的残疾人（乘坐轮椅或不需轮椅）用乘用车。

2) 残疾人用驾驶控制装置--机械控制器。

• 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

# A0级车型市场浅析（二）

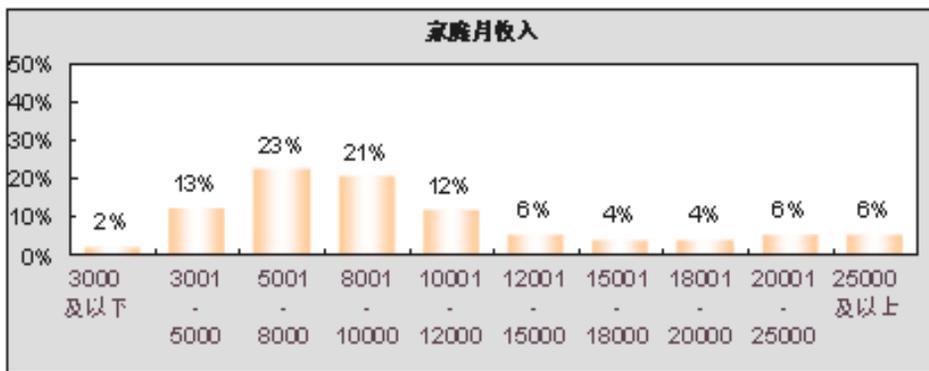
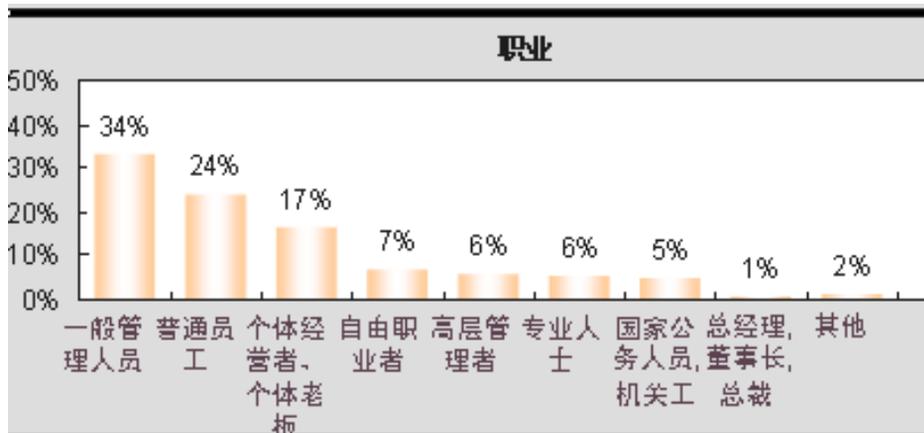
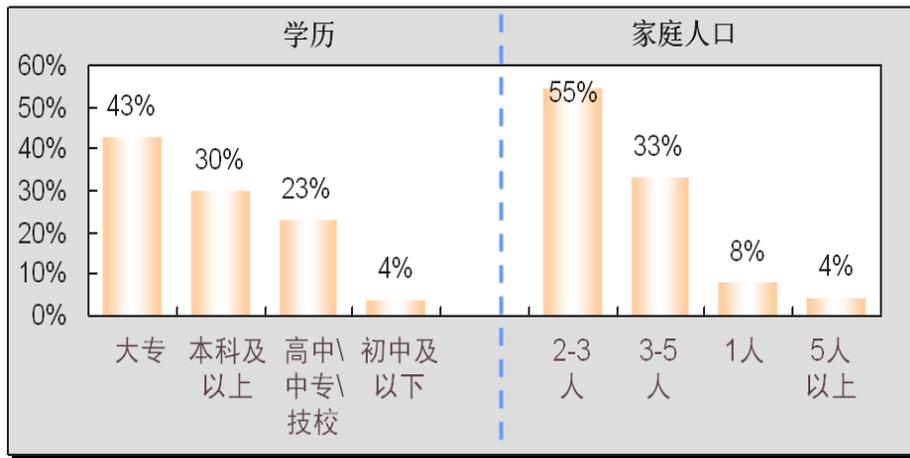
**关键词：**A0级车市场，目标用户群特征，购车决策，用车特征

研究背景通过本次调查，该车型市场目标用户基本特征以“**理性务实**”为主。年龄在**35岁以下**，**2-3口之家**，家庭月收入在**5000元以上**的上班族。

“理性务实”是A0级车型目标人群的基本特征，在此基础特征之上，该人群还在一定程度上体现了“时尚尝新”和“成熟生活”的个性特质

	理性务实型	时尚尝新型		成熟生活型		保守符号型	
	理性务实	追求新颖	追求潮流与休闲	责任	休闲	“符号”象征	“汽车司机”感
特征	崇尚实用、经济，做事踏实，为人真诚；喜欢思考问题和自己动手； 选择汽车时更重视性能 选车时，更在乎车辆性价比而非厂商，对汽车认知理智	自信、喜爱炫耀，追求刺激和变化，喜欢尝试新产品和购买风格独特的产品； 购买最新型的车，并不希望乘坐大众化的车型	具有较强控制欲，追求社会潮流，渴望得到公众的认可； 汽车是享受生活的不可缺少的部分，购买汽车时，厂家的形象很重要，如果相同档次的车，看上去装饰气派、设计漂亮的车好	生活态度开放，兴趣广泛，注重品质，并主动获取相关信息； 在购车时注意家庭和社会的责任，即使价格贵一些，还认为是认为有利环境的车好	生活态度开放，兴趣广泛，注重品质和品质、重视主动获取相关信息； 认为汽车是享受生活的不可缺少的部分，注重利用汽车享受生活；认为装饰气派、设计漂亮的车感觉更高档	生活态度保守，尊重传统观念、期望生活平静、不喜欢追求刺激； 将汽车看作是一种“符号”（身份的象征），看着品牌及厂商，对拥有作为奢侈品的汽车感到自豪	生活态度保守，兴趣不够广泛； 仅将汽车仅仅看作一种交通工具
邀约样本 (400)	43.00%	10.50%	21.50%	7.25%	13.50%	1.25%	3.00%
说明	该特征为目标人群的基础特征，这是由该车型的价格及面向人群决定的	该类特征为目标人群的个性特征，即：在基础特征之上，测试车型目标人群还在一定程度上体现了时尚尝新和成熟生活的个性特质				该特征在测试车型目标人群性格表现较弱	

年龄在**35岁以下**，大专及以上学历，家庭人口数为**2-3人**，家庭月收入在**5000元**以上的上班族是A0级车型主要的目标人群

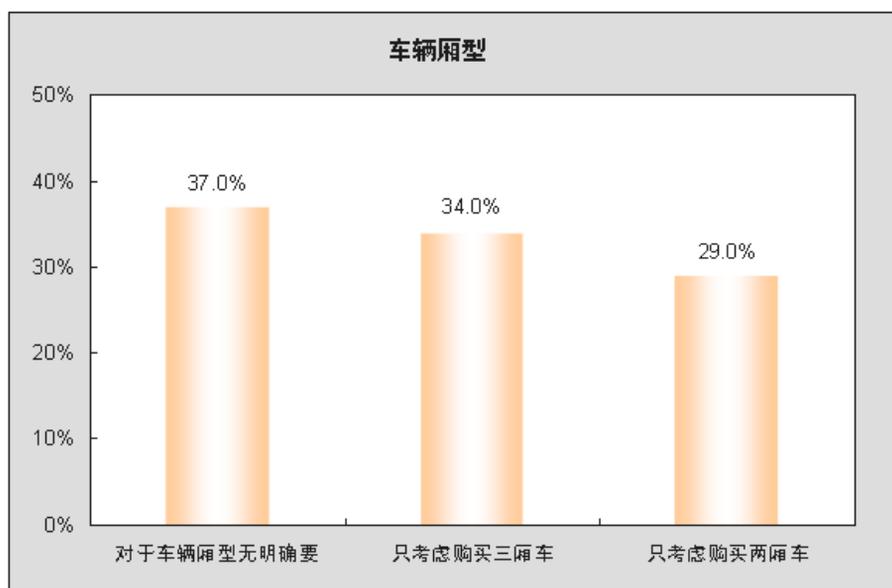


本次调查中了解到，A0级车型目标人群主要出入场所及购车目的符合目前中青年白领阶层购买经济型车型的特征。

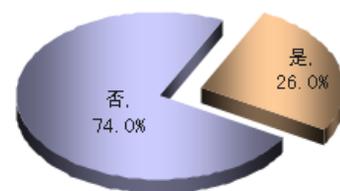
- A0级车型目标人群的主要出入场所有大型超市、商场、户外、影院、健身俱乐部/体育馆、茶楼、酒吧/KTV/迪厅，符合目前中青年白领阶层较典型的生活方式
- 购买A0级车型的用户，主要购车用途是上下班代步、出行代步及与家人朋友外出游玩，体现了购买经济型家用轿车人群的主要购车目的

## A0级车型用户在初步购车选择时表现为感性关注，在最终购车决策时表现为理性关注。感性关注点为外观，理性关注点为经济性（油耗和价格）。

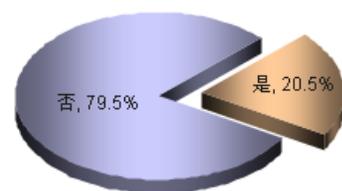
- 在对400位用户的调查中，可将用户的购车关注主要分为理性关注与感性关注两种
- ◆ 感性关注点更多的作用于用户在初步购车选择时，外观在用户购车考虑初期起到关键作用，其影响远远大于价格、安全、油耗等其他因素
- ◆ 理性关注点更多的作用于用户在最终购车决策时，在用户最终购买决策时，油耗和价格的重要性水平较感性关注明显上升，突出了车型经济性的重要影响
- 其它关注



当地的停车条件对选择车辆的大小是否产生影响



当地的道路行驶状况对选择车辆的大小是否产生影响



## 通过调查，A0级车用户用车习惯符合购买经济型家用轿车人群的用车习惯。

- 用户在用车过程中副驾驶座椅有人乘坐的频率较高，而后排座椅有人乘坐的频率较低
- 在副驾驶座椅、后排座椅更多情况下乘坐的人群为同龄人（同龄家属、同事、同学、朋友等）
- 用户在用车的过程中经常携带/放置的物品有手包/公文包、食品饮料、车辆清洁用品
- 用户习惯将手包/公文包放置在副驾驶座上，食品饮料和车辆清洁用品习惯放置在行李厢里

• 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: shibing@pamri.com

# 环亚举办东风雪铁龙 服务质量提升培训

自2002年之后，中国汽车行业开始进入爆发式增长阶段，特别是随着私人消费的兴起，轿车需求量开始迅速攀升，并成为推动中国汽车发展的一股重要力量，中国在全球汽车产业中的地位也逐渐上升。2009年中国国内市场销售了1360万辆汽车，中国已成为世界上最大的汽车市场。2010年，中国汽车行业更是延续了去年的势头，在前10个月的统计中，销售总量就达到了1467万辆。然而随着汽车市场竞争激烈程度的加剧和消费者选择过程的日益理性和成熟，服务成了各个厂商和4S店争夺客户资源最为重要的关键因素。

为了应对市场的不断变化和更高的用户要求，北京环亚市场研究社在对用户满意度做了充分研究的基础上，针对东风雪铁龙品牌自身的特点和服务规范量身订做了一套提升服务质量的培训教材，并于2010年11月25日由环亚副总经理王文利女士在上海进行试讲。

来自全国各地的40多名区域经理参加了这次培训，王总以生动真实的购车体验小故事引出了用户满意度对经销店及厂家的重要意义和影响。培训就“满意度调查体系介绍、服务标准流程、提升服务满意度的措施和建议”等方面进行了详细专业的培训。培训课程从市场情况及学员的切身需求出发，帮助与会人员深刻理解用户满意度的重要性，满意度评价体系的作用，同时提供专业的观点和建议让学员更好的认识日常工作中的问题，在场的每位学员都切实的感受到提升服务满意度的紧迫感。在轻松活跃的气氛中，王文利副总展现了她过硬的专业知识、丰富的行业经验和出色的沟通技巧，得到了东风雪铁龙培训部以及参训人员的一致关注和好评。环亚也听取了更为广泛的建议，进一步完善培训教材和方式，为东风雪铁龙的服务质量提升行动提供更优质的培训服务。



## • 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: client@pamri.com