



环亚关注

PAMRI EXPRESS

2011.3 总第58期

北京时间3月11日13点46分日本本州岛附近海域发生里氏9.0级强烈地震，震中位于宫城县以东太平洋海域，震源深度10公里，东京有强烈震感。截止目前此次地震海啸已造成8928人遇难，12664人失踪，并且强震还导致福岛第一核电站连续发生爆炸引发核危机。

日本核辐射事件已让国际社会重新审视核能和平利用问题。近年来，由于经济的快速发展、环保压力的不断增大以及对能源需要的持续增加，人类不断加速发展核能，核能已经成为人类解决自身生存与发展的重要能源之一。但是日本核危机让有关国家开始重新思考本国的核能利用战略，不能用牺牲环境和百姓的安全来追求核电的发展，这是福岛核危机给全世界敲响的警钟。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 案例

2010年二手车市场专题研究（二）

- 潜在用户的购车关注点
- 潜在用户购买二手车的原因...

■ 观点

品牌与品牌调研

- 品牌的各个生命周期，对应不同的企业品牌战略
- 通过品牌调研，为企业制定品牌战略提供依据...

■ 简讯

环亚参加东风雪铁龙2011年经销商大会



Hot Words

- Tsunami：海啸
- nuclear radiation：核辐射
- evacuation of nationals：撤侨
- free-of-charge tours：零团费
- building friendship and partnership
-with neighboring countries：与邻为善、以邻为伴



2010年二手乘用车市场 专题研究（二）

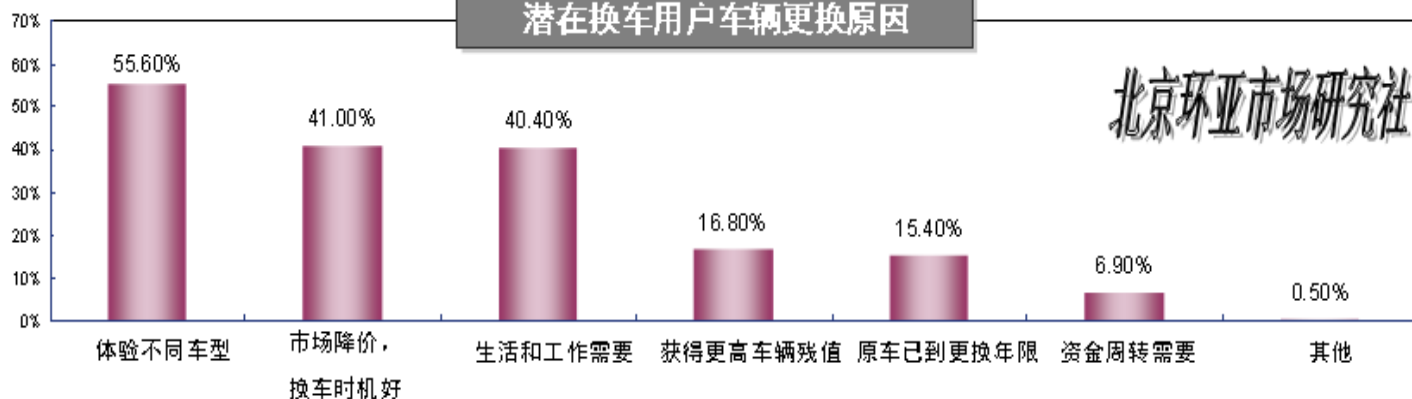
关键词：二手乘用车市场，用户研究，购买关注点，购买原因

行业关键指标及用户研究

用户更换车辆的原因

随着用户消费理念的转变，将近六成的潜在用户未来更换车辆的原因集中在体验不同车型，其次是车市降价和工作生活需要。级别越低，市场降价因素的影响越明显。

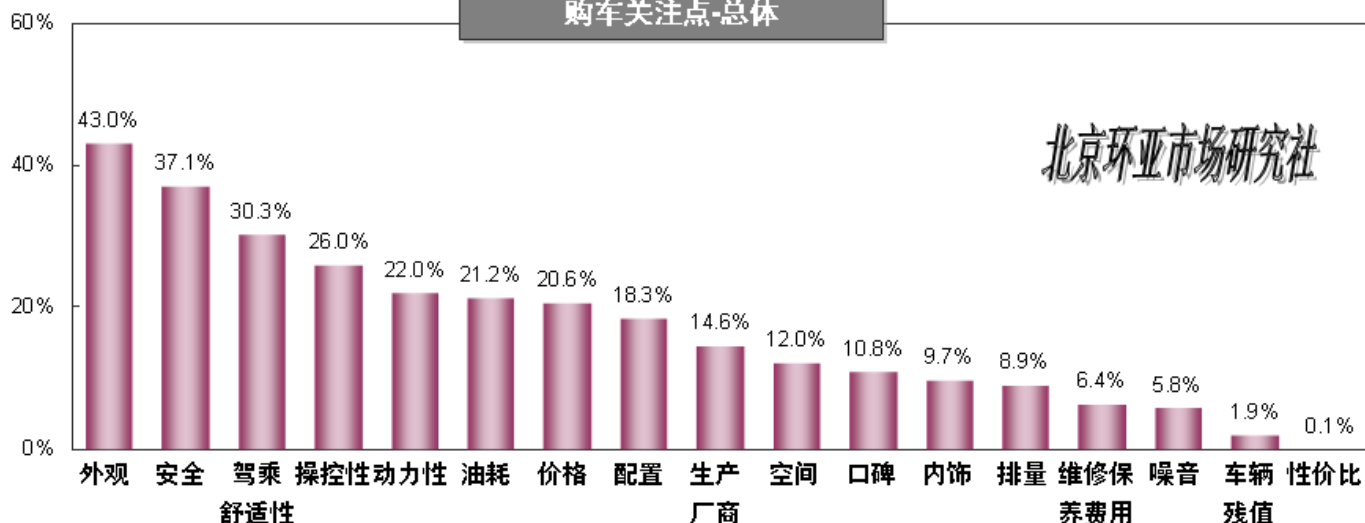
潜在换车用户车辆更换原因



用户购车关注点

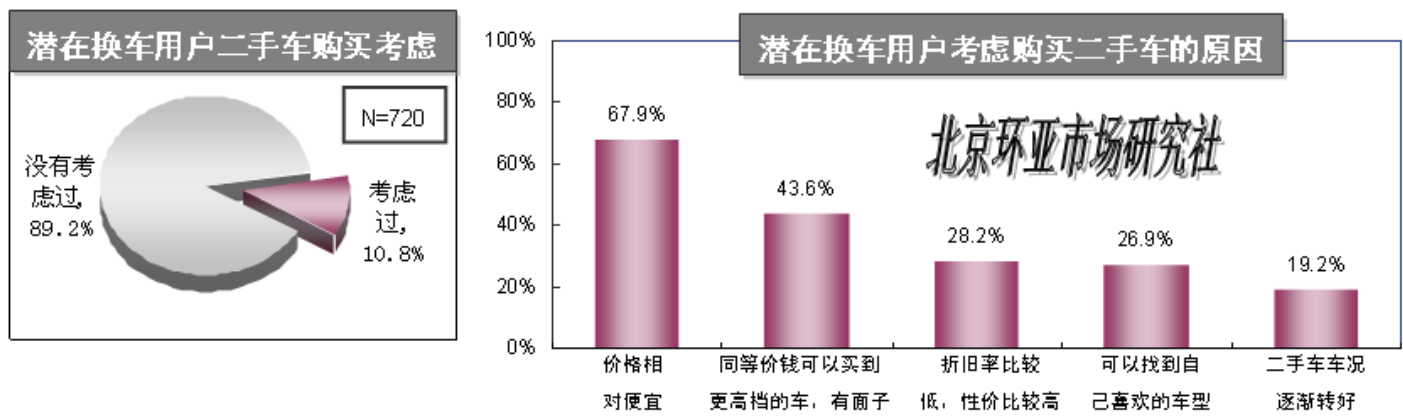
外观、安全和驾乘舒适性是用户购车的主要关注因素。

购车关注点-总体



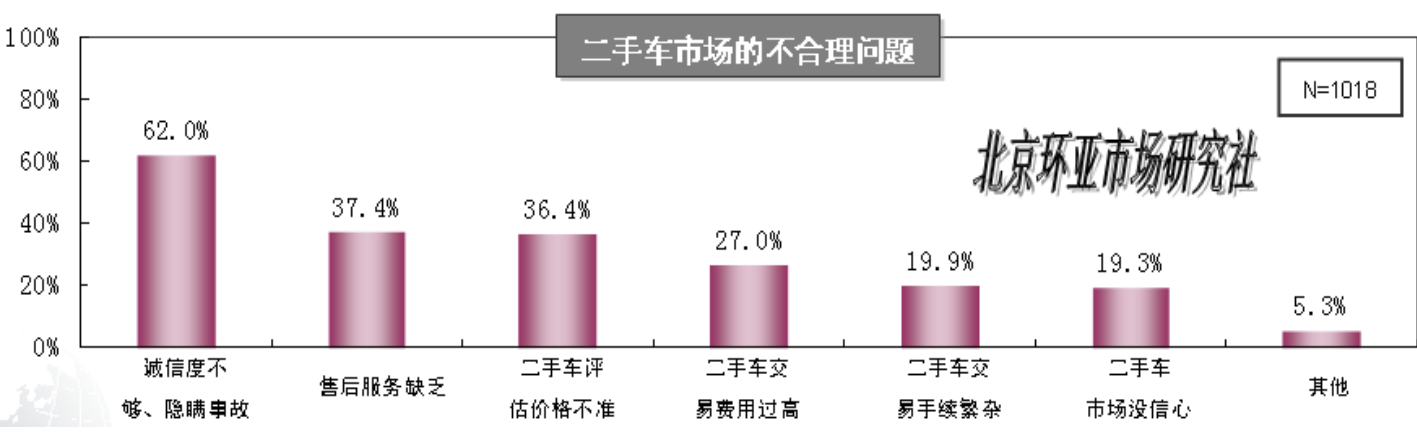
■ 用户选择二手车态度

调查结果显示，约有一成潜在换车用户考虑购买二手车，价格相对便宜、同价钱可买到高档车是其考虑的主要原因。



■ 二手车市场存在不合理的原因

诚信度、售后服务缺乏是用户认为二手车市场存在的主要问题。



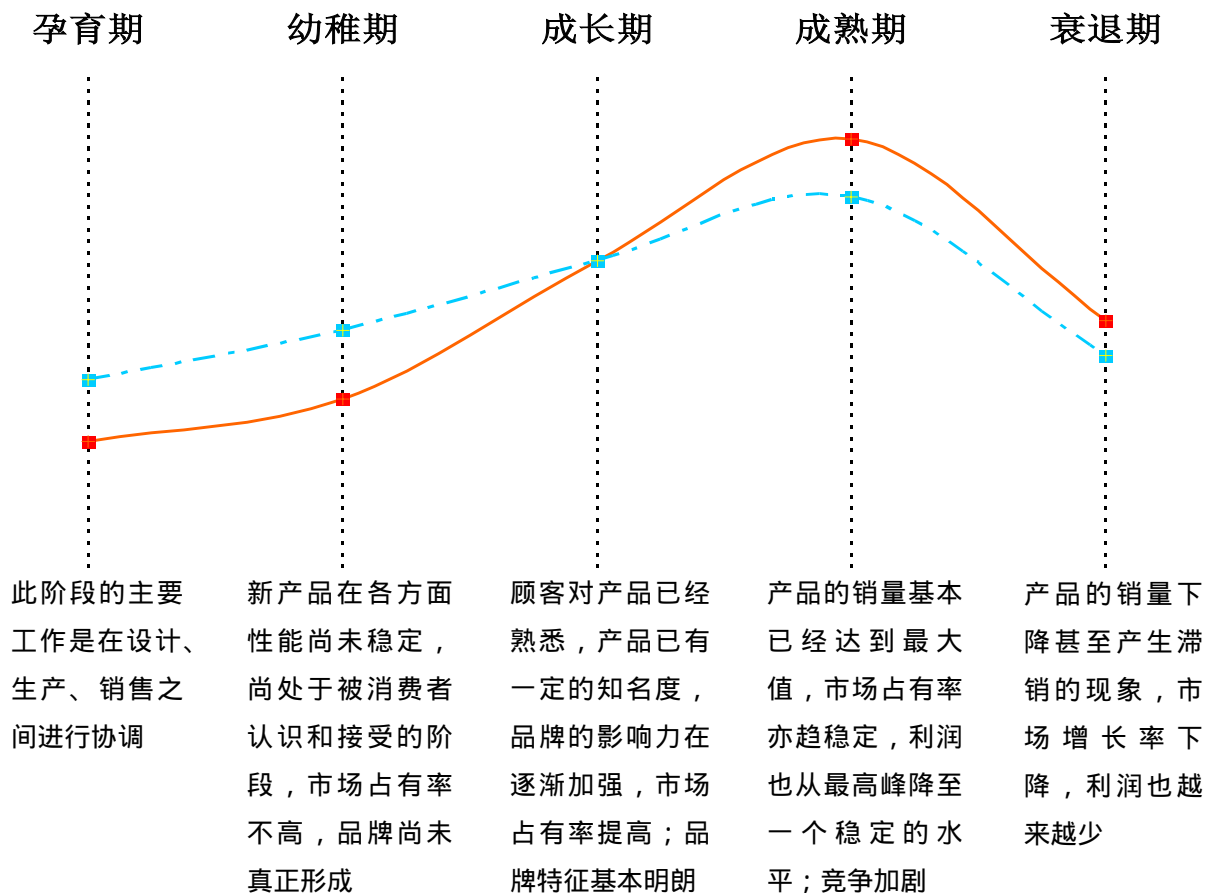
本文引自：北京环亚市场研究社，《二手乘用车市场发展预测及行业关键指标分析报告》

品牌与品牌调研

关键词：品牌生命周期，品牌价值，品牌形象研究，品牌调研

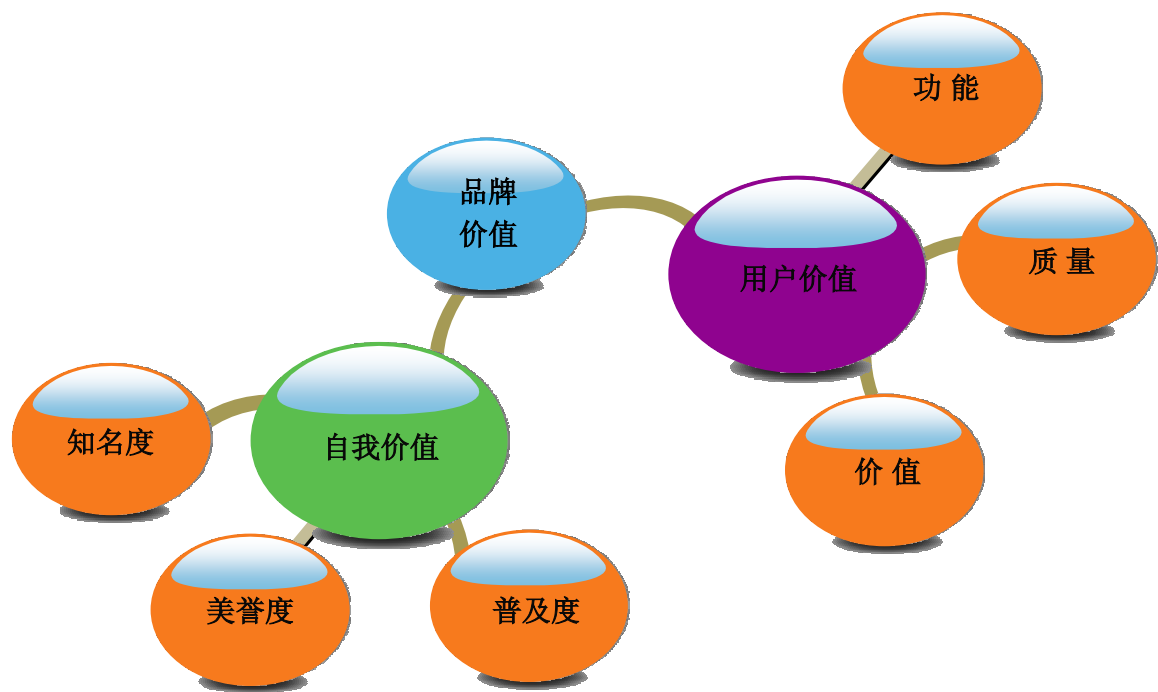
品牌即产品（品类）铭牌，用于识别产品（品类）或是服务的标识、形象等，能够做到口口相传的牌子才称得上品牌。

品牌也像动植物一样，也会经历一个出生、成长、成熟和衰退的过程，品牌的生命周期是品牌的市场寿命。品牌的生命周期分为孕育期、幼稚期、成长期、成熟期、衰退期。品牌作为企业融合产品、服务的无形资产，是企业综合竞争力的体现，在品牌成长的不同阶段，相应的品牌战略也不同，及时了解本品牌与竞争品牌所处的阶段差异，对制定下一步品牌战略及传播方式意义重大。

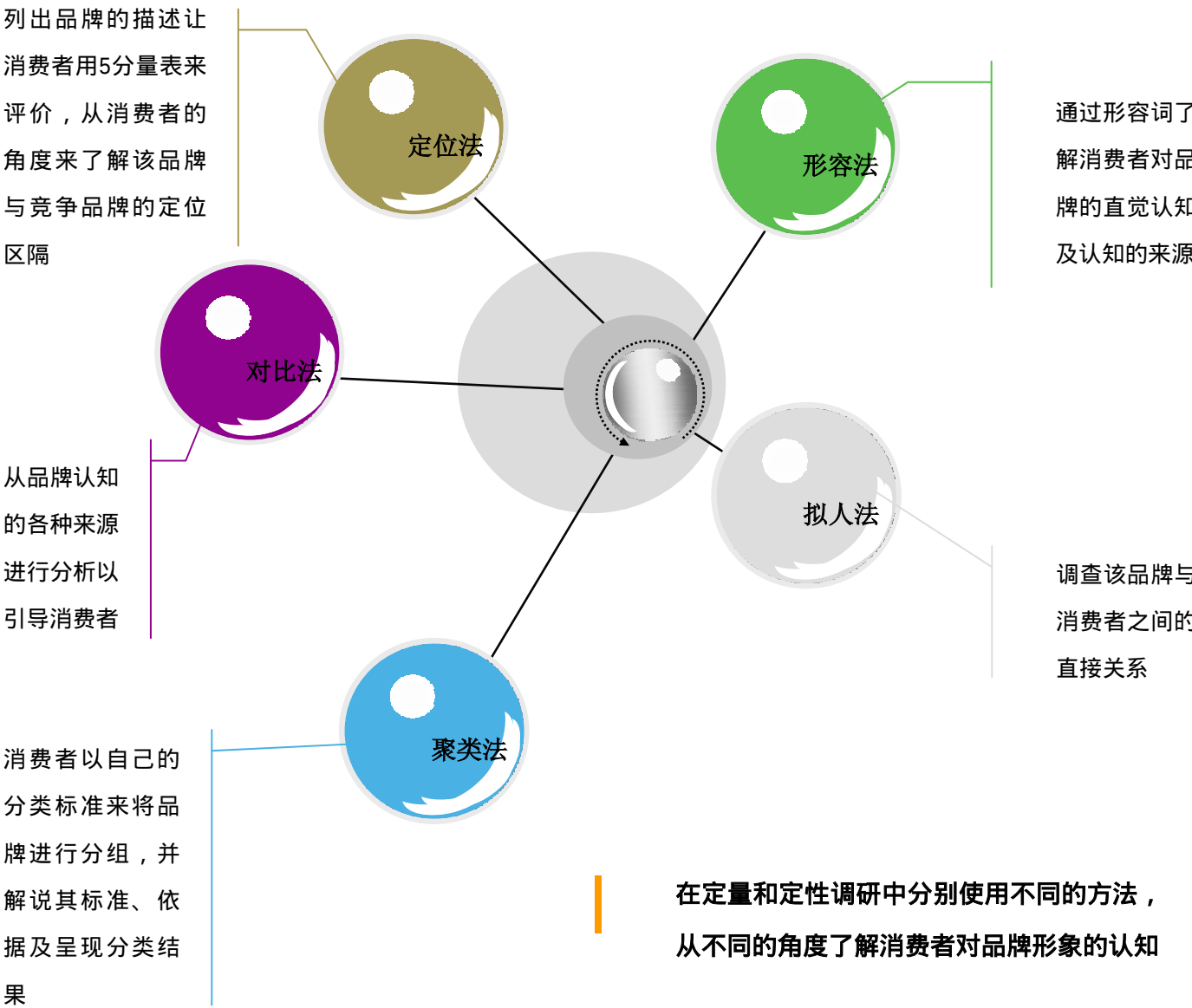


科学的品牌调研是一项系统性极强的工作，它是由调研人员收集目标信息，并对所收集的信息加以整理统计，然后对统计结果进行分析研究以便为企业的品牌决策提供正确的依据。品牌调研必须围绕一个目标进行，它的工作组成必须依照严格合理的工作程序，它包括确定目标、设计方案、采集资料、分析研究和撰写报告等五大步骤，其中分析研究就是调研质量的生命线，分析研究中包括分析品牌的价值、品牌形象、品牌目标消费者特征。

品牌的价值包括用户价值和自我价值两部分。品牌的功能、质量和价值是品牌的用户价值要素，即品牌的内部要素；品牌的知名度、美誉度和普及度是品牌的自我价值要素，即品牌的外部要素。品牌的用户价值大小取决于内部要素，品牌的自我价值大小取决于外部要素。



品牌形象是指消费者基于能接触到的品牌信息，经过自己的选择与加工，在大脑中形成的有关品牌的印象总和。品牌形象研究分定位法、对比法、聚类法、形容法、拟人法。



品牌调查研究可以了解目标消费者特征。作为产品营销的对象，消费者的基本特征、购买行为特征、使用行为特征研究是制定产品营销、推广策略的基础，只有有针对性的产品营销、推广策略才能在激烈市场竞争中获得成功。

所以一个好的品牌调研是不可能脱离以上五大步骤的，有了品牌的调查与研究就可以让我们了解目标消费者特征，了解品牌及竞品品牌现阶段发展情况，为我们为企业制定品牌战略提供正确的依据。

环亚参加东风雪铁龙 2011年经销商大会

2011年2月底，东风雪铁龙在美丽的东方之珠香港，召开了以“服务创造价值 携手共赢未来”为主题的2011年经销商大会。

应东风雪铁龙商务邀请，北京环亚市场研究社总经理张文平先生、副总经理王文科女士参加了大会。

照片是王总分别与东风公司、神龙公司及东风雪铁龙高层合影。



• 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