

所谓汽车召回，是指投放市场的汽车，发现由于设计或制造方面的原因存在缺陷，有可能导致安全及环保问题，厂家必须及时向国家有关部门报告该产品存在问题、造成问题的原因、改善措施等，提出召回申请，经批准后对在用车辆进行改造，以消除安全隐患。然而不少车主反映，他们购买的进口汽车因为安全问题开始“全球召回”时却并不包括“中国”。

江西日报有文章称，有专家指出进口到中国的汽车都是按照我国的使用条件和有关法规来做的，所以存在“中国规格”。有的汽车确实是因为规格的差异，但也有的汽车企业在召回的时候用此借口来规避在中国的汽车召回。

有业内专家指出，召回汽车需要积累一定的案例，特别是投诉当中积累的案例，而现在我国对汽车投诉管理非常分散，多个部门都接受用户投诉，然而对用户投诉的分析、处理都不够认真，这样就很难集中发现需要召回的信息。。

敬请关注本期《环亚关注》！

内容摘要

■ 案例

客货两用车市场竞争分析

- 从价格角度分析车型间竞争关系
- 从使用需求角度分析车型间竞争关系
- 各车型优势分析与前景思考

■ 观点

浅谈我国校车的现状与未来（二）

- 目前我国校车发展存在的几点问题
- 国外校车的发展现状
- 对我国校车的几点启示

■ 简讯

环亚开展2012北京国际车展“跨界车”调研



Hot Words

- toxic capsule : 问题胶囊
- urban livability : 城市宜居性
- civil service recruitment : 公务员录用
- ID-based ticket booking system : 实名购票制
- Civil Aviation Development Fund : 民航发展基金



客货两用车市场竞争分析

关键词：客货两用车、轻客、微客、MPV

随着我国社会的发展和一些对轻卡类车型的限制，客货两用车已经被城市物流、城乡物流广泛使用，在经济发展中起着举足轻重的作用。从当前的车辆演化来看，MPV和微客不断加长加宽，并且在价格上逐渐接近轻客车型，在此基础上轻客新产品的推出和更新换代的速度在加快，且这几类车型不断有新厂家进入，客货两用车市场竞争愈加激烈。

图表1：2006-2011年四种车型销量及份额

车型	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	份额走势图
欧系轻客 上牌量	43125	51372	51538	58932	89607	103626	
欧系轻客 份额	3.3%	3.5%	3.5%	2.4%	2.8%	3.4%	
日系轻客 上牌量	149399	181082	165924	165999	198517	218847	
日系轻客 份额	11.5%	12.5%	11.2%	6.8%	6.2%	7.3%	
MPV 上牌量	191090	226745	197393	248943	432338	448315	
MPV 份额	14.7%	15.6%	13.4%	10.3%	13.5%	14.9%	
微客 上牌量	917903	994171	1063560	1950445	2486422	2241012	
微客 份额	70.5%	68.4%	71.9%	80.5%	77.5%	74.4%	

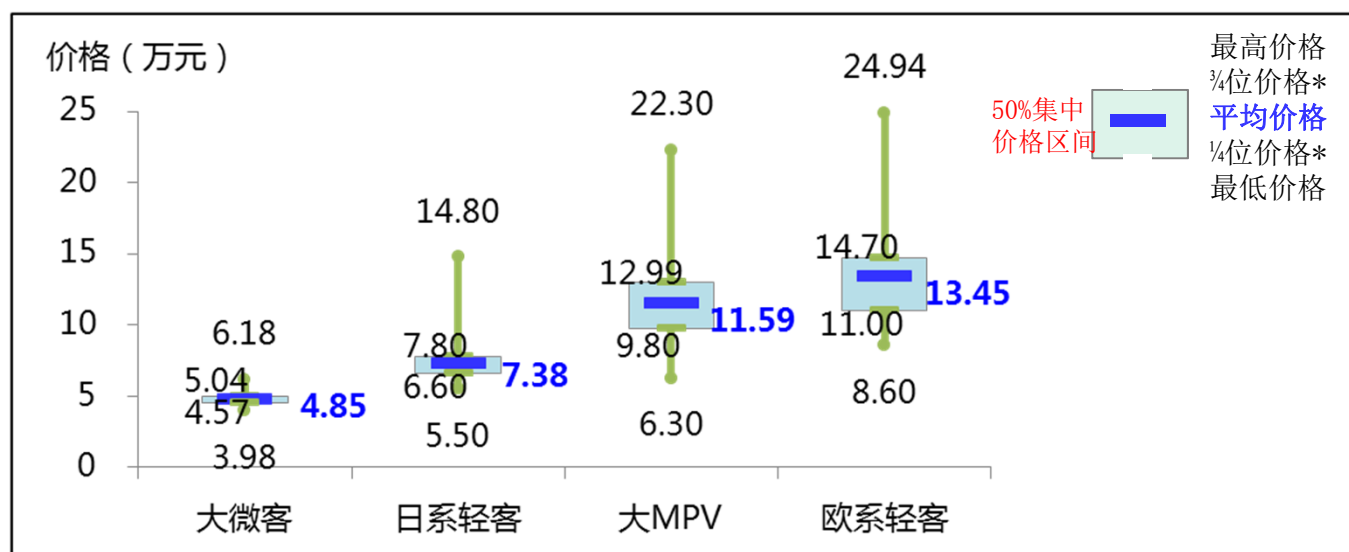
注：数据来源于网络

可按细分市场将客货两用车市场的车型划分为：欧系轻客（如江铃全顺、南京依维柯等）、日系轻客（如金杯海狮、福田风景等）、大MPV（如江淮瑞风、东风风行菱智、金杯阁瑞斯等）、大微客（如五菱荣光、长安金牛星等）。

一、从价格角度分析车型间竞争关系

从图表2可以看出，四种车型主流价格从低到高依次是大微客、日系轻客、大MPV、欧系轻客；其中日系轻客、大MPV、欧系轻客的价格均有交差，而从主流价格（50%用户集中价格区间）来看，大微客和日系轻客比较接近，大MPV和欧系轻客已产生较大交集。

图表2：2009-2010年四种车型售出的裸车价格



注：数据来源于环亚调查

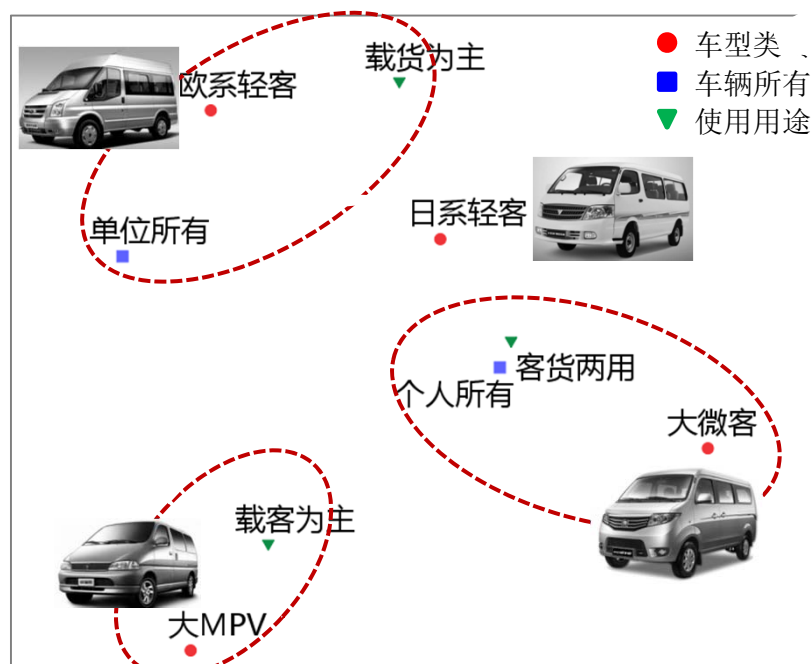
1/4位价格和3/4位价格分别代表25%或75%的用户购车价格在该点以内，选取该两点能够看出50%用户集中的价格范围。

结论：从价格上来看，主要竞争关系存在于大微客和日系轻客之间、大MPV和欧系轻客之间，且后者的竞争较前者更激烈。

二、从使用需求角度分析车型间竞争关系

图表3：四种车型用户的使用需求

从图表3可以看出，大微客多作为简单地客货两用车辆；日系轻客已经可以细分出载货、载人、客货两用三种用途；大MPV更偏向载人；欧系轻客单位用户居多，使用上更偏向载货。



注：数据来源于环亚调查

结论：大微客、大MPV、欧系轻客的用户分别有不同的使用需求，而日系轻客处于中心位置，这既说明日系轻客通用性强，同时也体现其处于比较激烈的竞争关系中。结合上一章提到的价格区间，可绘制客货两用用户的车型升级关系，如图所示。大微客向日系轻客升级，而日系轻客要强化载货升级至欧系轻客，强化载人则升级至大MPV。

三、各车型优势分析与前景思考

大微客：

大微客是四种车型中车身最短、排量最低、价格最低的，其优势体现在良好的通过性和经济性。可将市场锁定在农村客运和低端城市物流市场，在争夺一般微客的升级用户的同时，抢占日系轻客的低端市场。

日系轻客：

日系轻客应该是考虑空间、动力、承载能力等实用性能以及价格后，性价比很高的一个车型。应吸引更多的微客（包括大微客）升级用户，致力于产品技术的提升，尽可能避免与大微客产生价格战。

大MPV：

从当前市场的产品来看，大MPV在外观、内饰、配置上占有比较突出的优势，从实用性来说，最高座位数已经达到了11座，并且已经渗透至货运市场。应明确客货两用车的各细分市场特点，根据不同用户的使用需求，进行有针对性的内部设计，从多角度渗透市场。

欧系轻客：

相对大MPV来说，欧系轻客的价格更高，同时在内部空间、座位数、安全性上有一定优势。因此应在保持现有的单位用户稳定市场的前提下，争夺大空间商务客运这一细分市场。

• 更多信息，请联系：

石兵 研究部

Tel: (86 10) 67120586 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: shibing@pamri.com

浅谈我国校车的现状与未来 (二)

关键词：校车，现状与未来

二、国外校车的发展现状

1) 美国：客车设施卡车骨架...

2) 加拿大：校车有“御驾”待遇

在加拿大路上，所有的机动车辆都必须与校车保持至少两三米的距离，给它让路。在加拿大的很多州，超校车是违反交通规则的行为，要被罚款、扣分。

3) 英国：校车所有责任全包

2003年，英国新校车正式投入运行。车身颜色改为国际上广泛使用的深黄色。按照规定，所有儿童不论有没有个人保险，一登上校车，全部由校车负责。

4) 日本：校车必配陪同老师

日本各幼儿园和小学明确规定，校车上除司机外，还得有两名幼儿园老师帮着照顾孩子。每次上车时，老师必须先下来数孩子，并送上车，自己最后再上。

真正能够形成国际竞争优势的是企业的发展战略。国际车企巨头都制定了自己的新能源汽车发展战略，并根据实际情况做出调整。例如丰田一直专注于混合动力车型的研发与生产，但是在中国将纯电动汽车作为未来本国新能源汽车主流技术路线后，丰田试图尽快将其新能源汽车业务延伸至电动汽车上来。中国的汽车企业也有自己的战略，但有些企业也存在通过上马新能源汽车项目，获得政府的专项资金扶持，在上项目、征地、贷款等环节，也能享受到额外好处的思维。

我国新能源汽车的国际竞争力较弱，与发达国家存在的差距较大。但发展新能源汽车势在必行，我们给出以下建议：鼓励国内企业自主研发，自主创新。贯彻产、学、研结合，联合攻关的方针。同时国家要制订技术标准，严防重复开发，造成资源浪费；

尽快落实新能源汽车补贴资金，在充电站建设用地、银行贷款、税收等各个方面，国家应予以优惠及减免。推动产业重组、发展产业集群；建议国家推动跨国、跨地区、跨行业、跨所有制的收购与兼并活动，实现资源的优化配置。

三、对我国校车的几点启示

1) 建立健全校车相关的法律法规

政府有关部门应该尽快出台相关规定，规范地方和全国校车的运营，可以参照美国法律来制定相关的法律法规，如校车必须由专业厂商制造、校车司机必须由特别专业的司机担任、校车行驶过程中享有某些特权等。

2) 抓紧确定校车生产的安全标准

校车不同于普通的客车。由于儿童（尤其是幼儿和小学生）的身材与成年人差异很大，安全意识和自我保护能力也比较差，乘坐按照成年人标准设计的客车，很容易因为座椅尺寸和座椅间距不合理、缺乏特殊的安全设施等原因，导致安全事故的发生。我国应该结合国情加紧制定和出台《校车安全技术条件》国家标准。

3) 确定统一的校车管理模式

校车的管理工作包括车辆管理、运营主体管理、运营过程管理和学生组织等工作，需要确定明确的唯一的管理主体，避免对校车管理业务分块办理、各业务部门之间缺乏协调，没有统筹规划，造成了事实上的管理缺失。（完）



• 更多信息，请联系：

赵秋娜 研究部 II 部

Tel: (86 10) 67120521 Fax: (86 10) 67120669 E-mail: zhaoqiuna@pamri.com

环亚开展2012北京国际车展 “跨界车”调研

目前，介于轿车和SUV之间的跨界车型越来越丰富，从自主品牌到合资品牌再到进口车，几乎每个品牌都有一款跨界车车型。在2012（第十二届）北京国际车展上，不少展台上都可以看到“跨界车”的身影。

作为国内最早从事汽车研究的专业公司，环亚始终密切关注汽车市场动态，在本次北京车展上，环亚特针对“跨界车”开展了调研。

本次调研采用定点拦截面访、预约面访和观察法等调研方法，通过对“跨界车”的潜在用户和各大厂商的访问以及对展车周围环境的观察，分析“跨界车”潜在用户特征、用户需求、产品评价及跨界车市场前景等重要信息。



照片为我公司人员在车展现场进行访问

• 联系环亚：

Add: 北京市东城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