

机 密

中国石油化工股份有限公司 长城润滑油分公司

重点地区市场调查研究

项目设计书

2000年9月18日



北京慧聪国际资讯有限公司

此项目设计书供双方讨论，项目内容和其它运作细节有待双方进一步商定。
此项目设计书仅在限定的客户范围内使用，超出此范围的传播必须有项目设计方的认可。

受中国石油化工股份有限公司长城润滑油分公司委托，北京慧聪国际资讯有限公司汽车市场研究所将对中国车用润滑油区域市场进行调查与研究。

我国汽车市场规模的扩大和汽车保有量的不断增加，带动了车用润滑油市场需求规模日益扩大，也加剧了润滑油市场的竞争。从产品、价格、市场推广、分销渠道到售后服务，每一环节都要求企业认真调查、周密策划才能保证企业在竞争中处于有利的地位。长期以来，大量的进口润滑油对国内市场冲击很大，随着我国加入WTO，进口润滑油对国产润滑油市场的冲击会越来越大，这是挑战也是机会。

长城润滑油是国内最著名的车用润滑油之一，深得广大消费者的喜爱和信赖，在以往的市场竞争中取得不俗的成绩，在业内居领先地位。面对强大的竞争对手，面对不同的地区和千变万化的市场，面对众多的消费者，长城润滑油公司坚持从市场调研出发，就一定能制定出切合实际的发展战略，使公司在竞争中立于不败之地。

慧聪国际资讯有限公司汽车市场研究所是专业汽车市场调研咨询机构，服务于国内外著名汽车及相关产品生产企业，有着多年汽车行业市场调研工作经验。此次长城润滑油公司之调研项目，我们将一如既往地本着“客户第一”的原则，努力使客户满意。同时希望利用此次机会，加深相互了解，增进友谊，促进双方更加深入广泛的合作。

为了便于双方在此项目中的交流与合作，特制订本项目设计书。本项目设计书共包括：[项目目的](#)、[调研范围](#)、[项目课题和研究内容](#)、[项目研究思路和方法](#)、[样本分布](#)、[项目执行时间](#)、[项目报价和付款方式](#)等七部分。

1. 项目目的

本项目旨在通过对北京、广州、上海、武汉和西安5个重点城市车用润滑油市场进行调查研究，使委托方中国石油化工股份有限公司长城润滑油分公司进一步了解上述地区车用润滑油市场发展环境、市场规模，了解车用润滑油市场竞争对手现状和竞争态势，研究车用润滑油市场分销渠道，研究消费者购买和使用行为，为长城润滑油在以上重点地区市场规模的发展扩张和竞争地位的加强，提供决策参考和数据支持。

- ☆ 重点地区车用润滑油市场发展环境和市场规模调研；
- ⌚ 车用润滑油市场竞争对手现状和竞争态势；
- ⌚ 车用润滑油市场分销渠道研究和广告效果调查；
- ⌚ 研究消费者（特别关注出租车、私家车）购买和使用行为。

通过市场调查和分析研究，最终以地区市场调研报告的形式，向委托方提供：

📄 《北京地区车用润滑油市场调研报告》

- 以高档车为主要调研对象
- 包括出租车用润滑油市场专题调研报告
- 包括私家车用润滑油市场专题调研报告

📄 《上海地区车用润滑油市场调研报告》

- 包括出租车用润滑油市场专题调研报告
- 包括私家车用润滑油市场专题调研报告

📄 《西安地区车用润滑油市场调研报告》

- 包括出租车用润滑油市场专题调研报告
- 包括私家车用润滑油市场专题调研报告

📄 《广州地区车用润滑油市场调研报告》

- 包括出租车用润滑油市场专题调研报告
- 包括私家车用润滑油市场专题调研报告
- 包括摩托车用润滑油市场专题调研报告

📄 《武汉地区车用润滑油市场调研报告》

- 包括出租车用润滑油市场专题调研报告
- 包括私家车用润滑油市场专题调研报告

📄 《车用润滑油市场分销渠道专项调研报告》

- 包括以上5城市分销渠道专题调研
- 针对终端分销渠道进行专题调研

2. 调研范围—油品和区域

包 括：以下车用润滑油产品

- 汽油机油（分为SC、SD、SE、SF、SG、SH和SJ级）
- 柴油机油（分为CC、CD、CE和CF级）
- 通用发动机油
- 防冻液
- 摩托车机油（仅限在广州市进行调查）

不包括：以下润滑油产品

- 其它非车用润滑油
- 液压油
- 润滑脂

包 括：以下城市（地区）

- 北京市（以高档车为主，兼顾保有构成主体）
- 广州市
- 上海市
- 武汉市
- 西安市

不包括：以下地区（国家）

- OEM市场
- 上述城市以外的市场
- 中国以外的出口市场

2. 调研范围—车型选择

	车 型	定义标准	代表品牌车型	本次调查选择
轿 车 (发动机排量V)	高级	V > 4.0升	进口奔驰、宝马、林肯等	4
	中高级	2.5升 < V < 4.0升	奥迪、凌志、上海别克等	5
	中级	1.6升 < V < 2.5升	上海桑塔纳、本田雅阁等	5
	普通级	1.0升 < V < 1.6升	捷达、富康等	5
	微型	V < 1.0升	夏利、奥拓、云雀等	3
客 车 (车长L)	大型	L > 10米	丹东黄海、西沃等	2
	中型	7米 < L < 10米	扬州亚星、郑州宇通等	2
	轻型	3.5米 < L < 7米	沈阳金杯、依维柯等	2
	微型	L < 3.5米	昌河、长安等	2
货 车 (车辆总重量W)	重型	W > 14吨	斯太尔、红岩等	2
	中型	6吨 < W < 14吨	东风、解放等	2
	轻型	1.8吨 < W < 6吨	江铃、庆铃、北京130等	2
	微型	W < 1.8吨	五菱、长安等	2

说明：5 =重点调查对象 4 =次重点调查对象 3 =一般调查对象 2 =非重点调查对象 1 =不作为调查对象

2. 调研范围—用户选择

用户类型	定义	北京	广州	上海	武汉	西安
出租车	出租车公司提供司机的用来运送乘客车辆	5	5	5	5	5
私家车	家庭或私人拥有的非生产经营性用车	5	5	5	5	5
公务用车	政府机关及事业单位拥有的车辆	3	3	3	3	3
商务用车	企业生产经营活动使用的车辆	3	3	3	3	3
摩托车	个人或家庭使用的摩托车	1	4	1	1	1

说明：5 =重点调查对象 4 =次重点调查对象 3 =一般调查对象 2 =非重点调查对象 1 =不作为调查对象

北京市场高档车定义：根据北京市场汽车保有量结构和出租车、私家车车型结构特点，为使调查具有广泛代表性，本次调研北京市场所谓高档车应与传统分类有所区别，包括桑塔纳、捷达和富康三大品牌，出租车同时还包括夏利在内。

3. 项目调研课题和内容

1) 车用润滑油市场环境研究

⌚ 地区（城市）人口、收入和国内生产总值（GDP）

- A、GDP
- B、人口总量和人口密度
- C、家庭人均月收入和购买能力（买车需要？月的收入）

⌚ 地区（城市）汽车保有量及增长率

- A、汽车保有量总量及增长率
- B、每千人汽车保有量（车辆密度）及增长

⌚ 地区（城市）汽车用户结构

- A、汽车用户构成现状
- B、汽车用户构成变化趋势

👉 相关政策法规及其对车用润滑油市场的影响

- A、有利的影响
- B、不利的影响

2) 车用润滑油市场现状研究

⌚ 各城市车用润滑油市场规模

- A、市场规模总量及增长研究
 - a、总量规模及增长
 - b、SG、SE、SF等各级别油品规模和增长

B、主要品牌市场规模及增长

- a、主要品牌规模及增长
- b、各品牌各级别油品市场规模和增长

C、市场规模增长影响因素分析

D、长城润滑油市场规模研究

- a、各级别长城润滑油市场总量及增长

⌚ 各城市车用润滑油市场份额

A、主要品牌市场份额研究

- a、市场总量中主要品牌占有份额
- b、分等级润滑油市场中各品牌市场份额

B、产品结构及市场份额

- a、市场总量中各等级润滑油市场份额

C、长城润滑油市场份额增长趋势研究

- a、长城在总量和各等级市场中的市场份额

⌚ 各城市车用润滑油市场需求趋势研究

- A、2000、05年润滑油市场需求总量
- B、2000、05年润滑油市场分级别需求量
- C、润滑油市场需求变化趋势

3. 项目调研课题和内容（续）

3) 车用润滑油市场竞争研究

🕒 长城润滑油竞争对手研究

- A、国内外车用润滑油厂家产品现状
 - a、主要竞争企业概况
 - b、各企业综合竞争能力分析
- B、主要润滑油产品比较
 - a、各品牌各级别润滑油产品技术性能对比分析
 - b、产品适应性和用户评价
- C、润滑油市场销售价格比较
 - a、同等级档次不同品牌润滑油产品售价差别
 - b、润滑油产品不同区域市场售价的差别

🕒 主要车用润滑油品牌推广策略

- A、市场营销及推广促销活动
 - a、润滑油市场常用的营销手段
 - b、各企业市场推广和促销策略分析
- B、广告媒体选择和广告投放策略分析
 - a、主要竞争企业广告媒体投放选择策略
 - b、主要竞争企业平面媒体广告投放费用

4) 车用润滑油市场分销渠道研究

🕒 车用润滑油市场营销模式

- A、典型润滑油市场营销模式
- B、润滑油市场营销模式对比分析

🕒 主要品牌润滑油终端分销渠道现状调查

- A、主要品牌采用的终端分销渠道模式
- B、不同终端分销渠道模式的特征
- C、消费者实际购买的渠道选择及原因分析

🕒 各种终端分销商模式优劣势分析

- A、各种终端分销渠道销售效率对比分析
- B、各种终端分销渠道模式优劣势分析

👉 长城润滑油终端分销渠道存在的问题及对策

- A、长城润滑油终端分销渠道存在的问题
- B、长城润滑油在终端分销渠道建设上的对策

3. 项目调研课题和内容（续）

5) 车用润滑油市场消费者行为调查研究

🕒 车用润滑油品牌认知度/使用满意度调查

- A、不同类型消费者品牌认知度
- B、不同类型消费者品牌使用满意度

🕒 车用润滑油市场消费者购买行为调查

- A、车用润滑油市场消费者结构分析
 - a、私家车、出租车润滑油市场
 - b、低档车、中档车、高档车润滑油市场
- B、消费者购买方式和购买渠道（场所）
 - a、不同消费者的购买方式和购买习惯
 - b、不同消费者的购买渠道的选择
- C、影响消费者购买决策的主要因素
（品牌、质量、价格、包装、渠道、广告……）
- D、消费者选购润滑油所关注的因素
（性能、质量、价格、包装、品牌、服务……）

🕒 车用润滑油消费者价格承受能力调查

- A、各类消费者价格满意度调查

- B、各类消费者价格承受能力
- C、车用润滑油品牌和价格敏感度分析

6) 长城润滑油广告效果评估

🕒 长城润滑油广告沟通效果评估

- A、不同媒体长城润滑油广告收视率调查
- B、消费者对长城润滑油广告的注意率和记忆率调查
- C、不同媒体广告沟通效果对比分析

🕒 长城润滑油广告销售效果评估

- A、长城润滑油广告费用占有率和市场占有率的比较
- B、长城润滑油广告促销效果分析

🕒 长城润滑油广告方案总体效果评估

- A、消费者对长城润滑油广告总体效果评估
- B、终端分销商对长城润滑油广告总体效果评估
- C、长城润滑油广告方案总体效果评估

👉 长城润滑油广告投放策略研究

3. 项目调研课题和内容（续）

7) 各城市私家车用润滑油市场专题调研

🕒 私家车市场润滑油需求规模

- A、市场需求总量及各等级油品需求比重分析
- B、各品牌市场需求份额

🕒 私家车市场润滑油需求特征

- A、不同车型档次对润滑油的需求特征
- B、私家车市场润滑油需求区域特征

🕒 私家车主润滑油消费行为研究

- A、润滑油品牌知名度和使用满意度
- B、私家车润滑油购买行为和购买渠道
- C、私家车润滑油价格满意度和价格承受能力

8) 各城市出租车用润滑油市场专题调研

🕒 出租车市场润滑油需求规模

- A、市场需求总量及各等级油品需求比重分析
- B、各品牌市场需求份额

🕒 出租车市场润滑油需求特征

- A、不同车型档次对润滑油的需求特征
- B、出租车市场润滑油需求区域特征

🕒 出租车主润滑油消费行为研究

- A、润滑油品牌知名度和使用满意度
- B、出租车润滑油购买行为和购买渠道
- C、出租车润滑油价格满意度和价格承受能力

3. 项目调研课题和内容（续）

9) 广州地区摩托车用润滑油市场调研

① 摩托车用润滑油市场需求规模

- A、市场需求总量及各等级油品需求比重分析
- B、各品牌市场需求份额

② 摩托车用润滑油市场需求特征和竞争现状

- A、不同车型档次对润滑油的需求特征
- B、摩托车用润滑油市场需求区域特征
- C、摩托车用润滑油市场竞争分析

③ 摩托车主润滑油消费行为研究

- A、润滑油品牌知名度和使用满意度
- B、摩托车用润滑油购买行为和购买渠道
- C、摩托车用润滑油价格满意度和价格承受能力

4. 调研思路和方法

根据本项目实际情况，调研方式安排如下：

- A. 问卷调查：选择私家车、出租车、公务车和商务车等有代表性的消费者进行定点拦截访问，或重点抽样面访；
选择换油中心、快修站、特约服务站、普通维修厂（店）和润滑油分销商等，进行问卷面访调查；
- B. 深度访谈法调查：对相关行业主管部门、重点生产和销售企业相关人员进行调查；
- C. 专家咨询：对车用润滑油市场专家进行访问调查或专题咨询；
- D. 文案调查：利用文案资料，包括大量用户调查数据分析研究相关课题；
- E. 调查将充分利用慧聪汽车商情网有关车用润滑油经销企业、出租汽车公司和车主（消费者）数据库资源；
- F. 调查研究将充分利用慧聪媒体数据中心对全国1600种平面媒体有关润滑油市场监测的大量数据和信息资源；
- G. 调查实施过程将利用慧聪集团在全国各地的分公司调查网络优势，通过强化培训和严格质量控制措施，保证调查数据的准确；
- H. 回收问卷进行审核整理，并有针对性地对疑问进行电话回话或面访，核实有关数据和信息；
- I. 用ACCESS数据库或SPSS统计分析调查问卷；
- J. 利用基于汽车保有量的统计分析预测法、消费者购买意向调查法、销售人员综合意见法以及相关因素分析等分析方法，综合分析相关课题，形成报告的基础分析研究数据。

调查过程质量控制

准备阶段

- 调查问卷设计完成后，每类用户均选择3-5个样本进行测试调查和问卷测试
- 根据测试调查反映出的问题修改和完善调查问卷
- 对研究人员、调查督导和调查员进行项目培训，内容包括调查要求、样本选择、问卷内容、专业知识、调查方法和技巧等
- 调查员考核合格后方可实施问卷调查工作

调查及数据采集阶段

- 分阶段实施问卷调查，及时检查和总结，发现问题随时解决
- 审核整理回收的问卷，并通过电话回访和面访的方式，随机抽查20%的问卷，剔除无效问卷，保证问卷数量和质量真实可靠
- 查证项目研究分析过程中所需的各种数据和信息资料

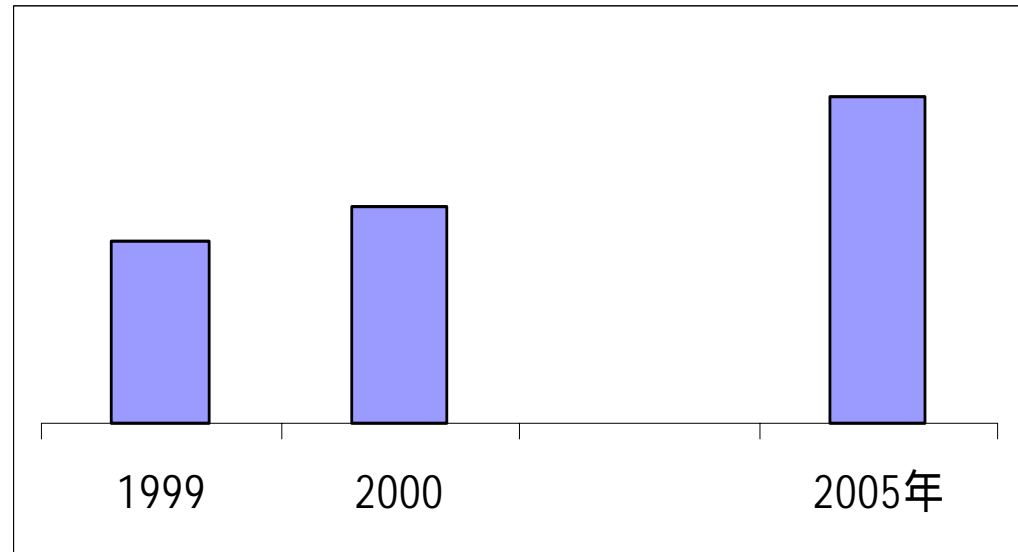
数据分析处理阶段

- 基于多种分析预测方法，建立分析模型，结论相互印证
- 研究小组集中讨论分析研究的工作方法
- 专家咨询

质量控制措施

润滑油市场规模预测方法

XX 市场车用润滑油需求总量预测



- 汽车保有量分析
- 保有量及其增长率预测
 - 车型结构及变化预测
 - 用户结构分析及变化
 - 其它相关影响因素

- 用户调查
- 用户需求意向调查
 - 用户购买行为调查
 - 用户使用行为调查

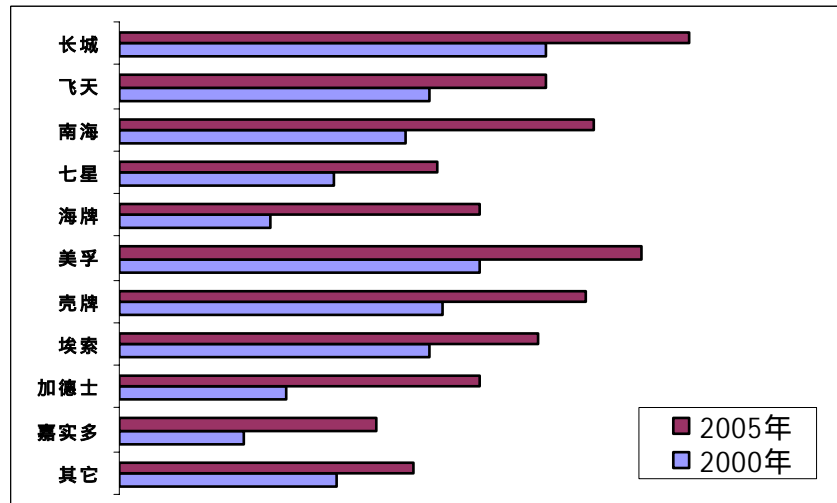


润滑油市场规模预测方法（续）

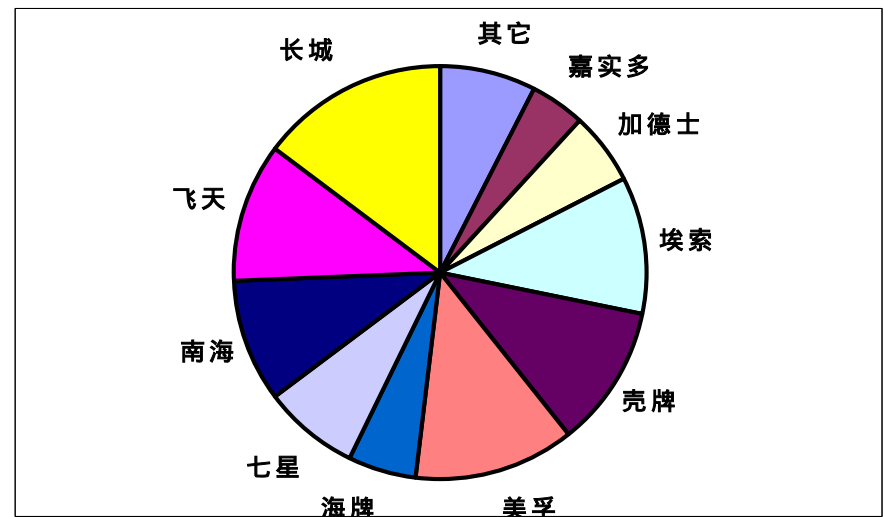
各品牌润滑油市场需求规模分析

- 用户购买意向调查
- 样本用户车型结构分析
- 各品牌产品结构分析
- 各品牌分销渠道、促销手段
- 各品牌综合竞争能力分析

XX 市场各品牌车用润滑油需求量



XX 市场各品牌车用润滑油市场份额

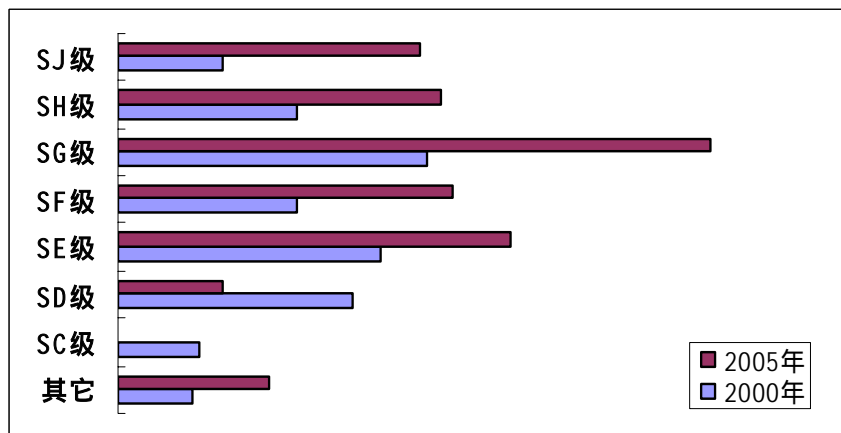


润滑油市场规模预测方法（续）

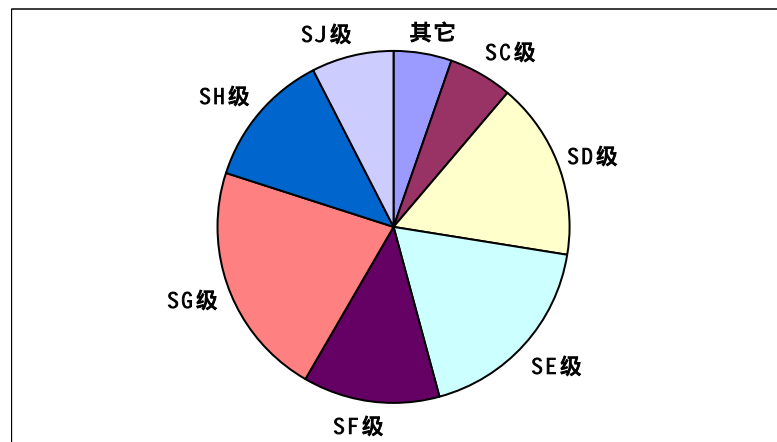
各等级润滑油市场需求规模分析

- 用户购买意向调查
- 样本用户车型结构分析
- 各品牌产品结构分析
- 各品牌分销渠道、促销手段
- 各品牌综合竞争能力分析

XX 市场各等级车用润滑油需求量



XX 市场各等级车用润滑油市场份额



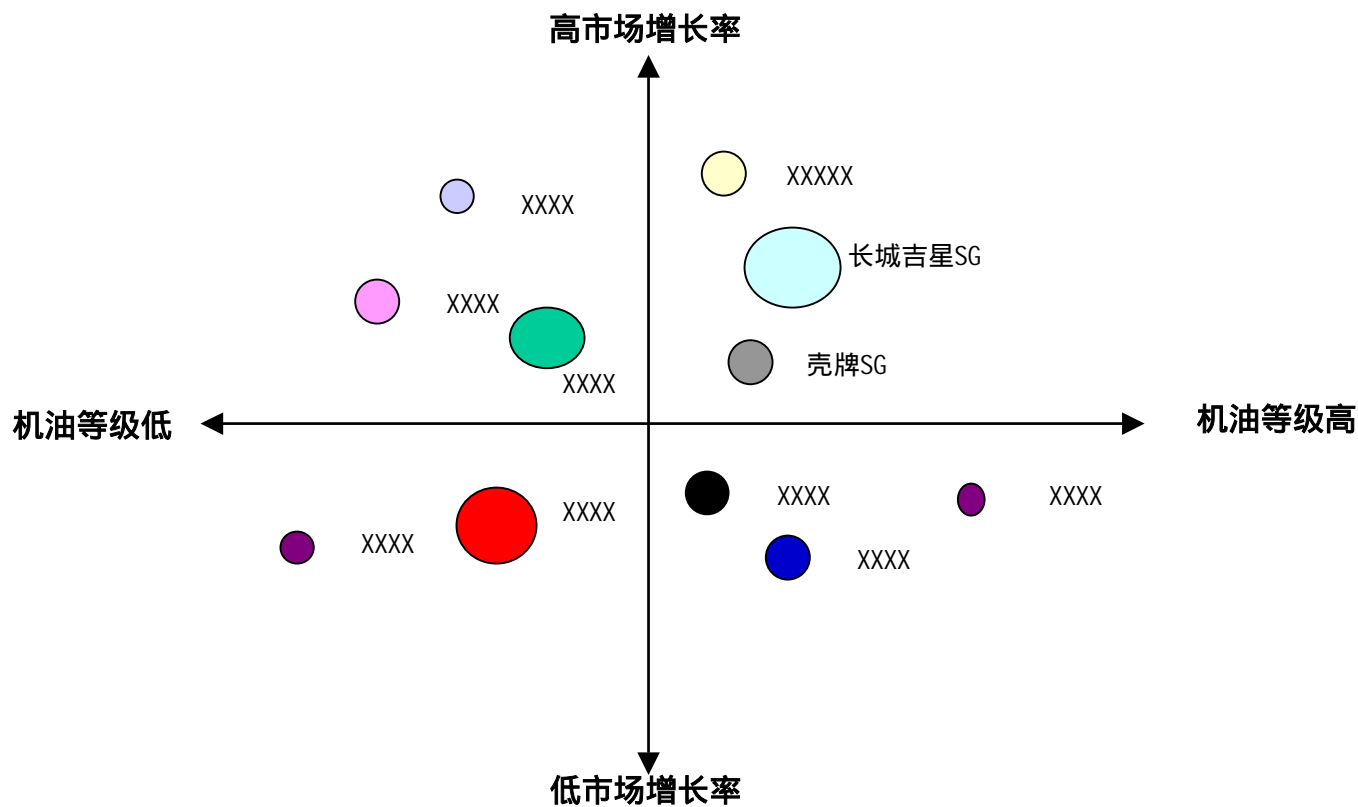
润滑油市场规模预测方法（续）

XX 市场各品牌各等级车用润滑油市场规模， 市场总规模=XXX 吨（或XXX，000升）

品牌等级	长城	飞天	南海	七星	海牌	美孚	壳牌	埃索	加德士	嘉实多	其它
汽油机油	SC	■ XX吨	■		■						■
	SD	■	■	■	■		■	■	■	■	■
	SE	■	■	■	■	■	■			■	■
	SF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	SG	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	SH	■	■	■	■	■		■		■	■
	SJ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
柴油机油	CC	■	■		■		■	■	■	■	■
	CD	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	CE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	CF	■	■	■			■	■	■	■	■

润滑油市场竞争分析

与竞争对手相比，企业位于 象限的产品越多，其产品竞争力越强；
就本企业而言，重点发展位于 象限的产品，淘汰位于 象限的产品。



润滑油市场终端分销渠道分析模型

企业应选择位于象限的终端分销渠道

分销渠道销售状况调查

消费者购买行为调查

消费者购买渠道偏爱选择程度

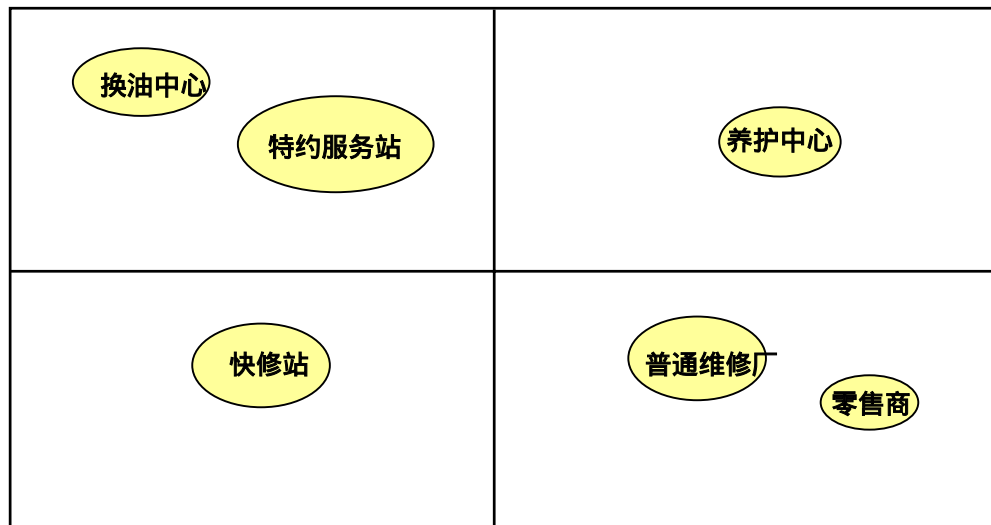
高

低

渠道市场增长率

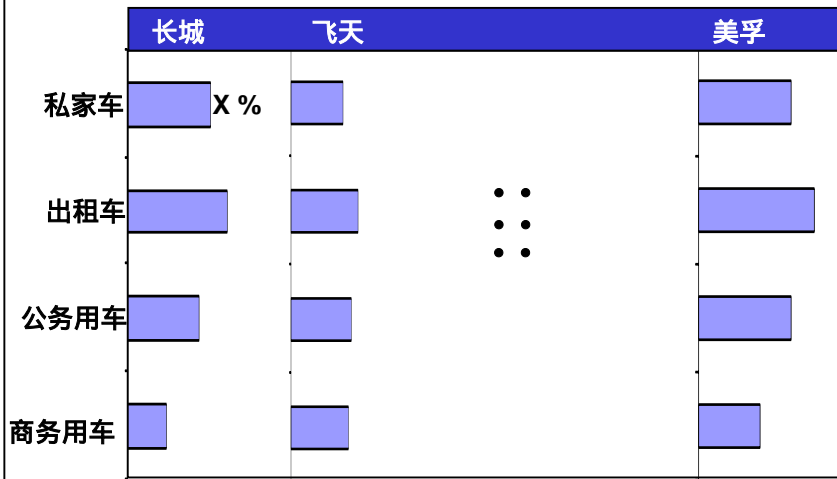
高

低

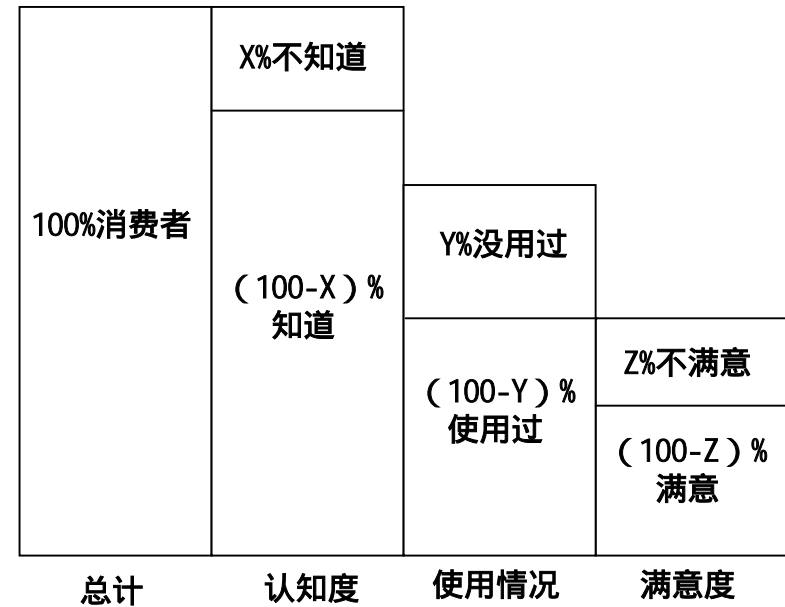


润滑油市场分用户品牌认知度和消费者状态分析

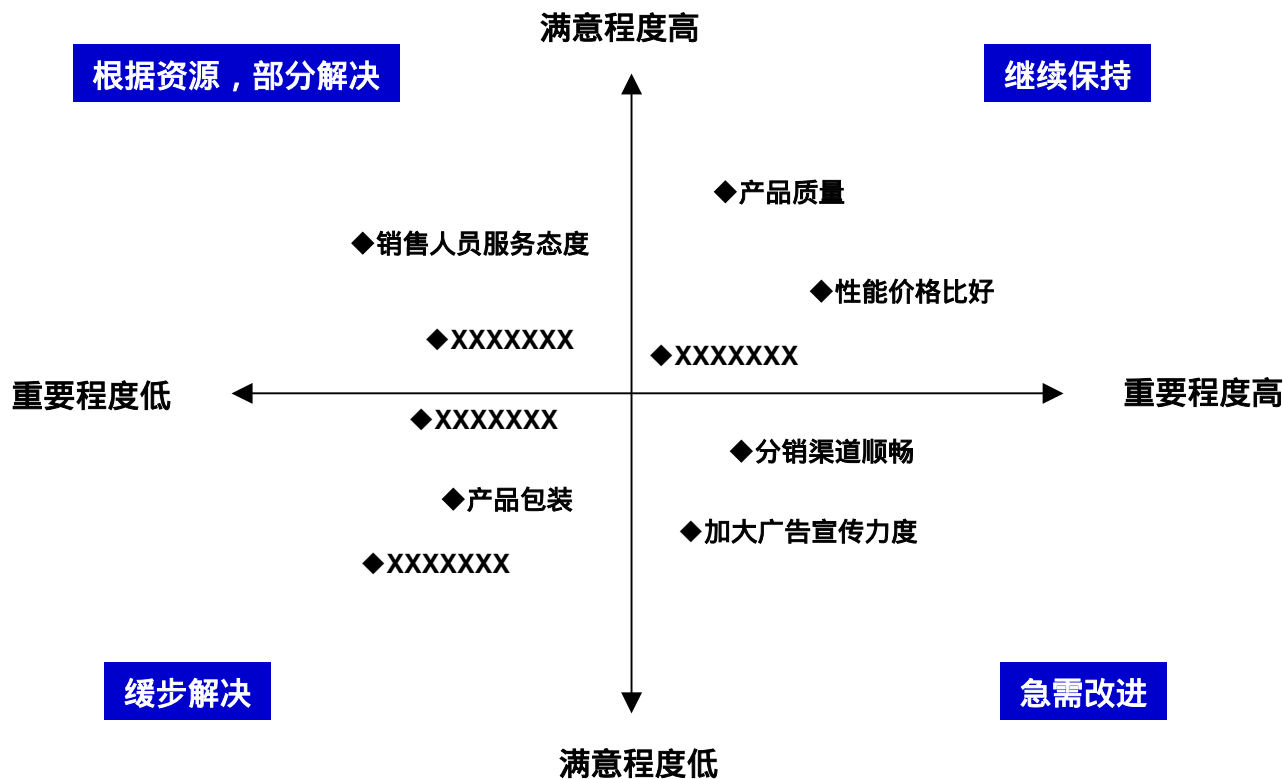
润滑油品牌认知度



长城润滑油消费者状况分析



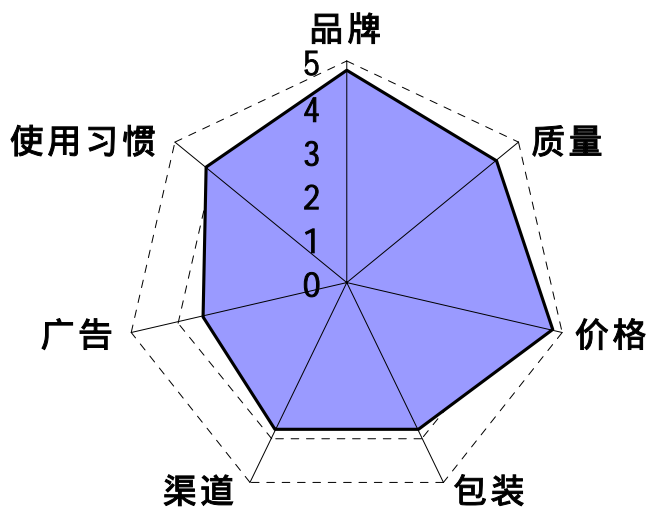
长城润滑油用户满意度分析模型



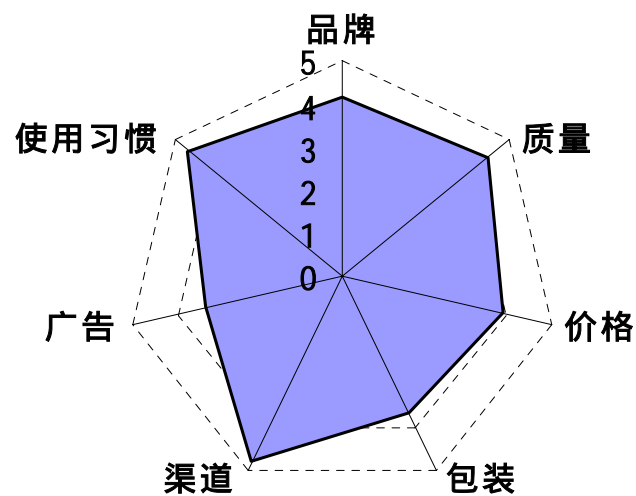
润滑油市场用户购买行为分析

不同消费者，其所关注的点不同，各种因素对其购买决策的影响作用不尽相同。

私家车用户购买决策影响因素分析

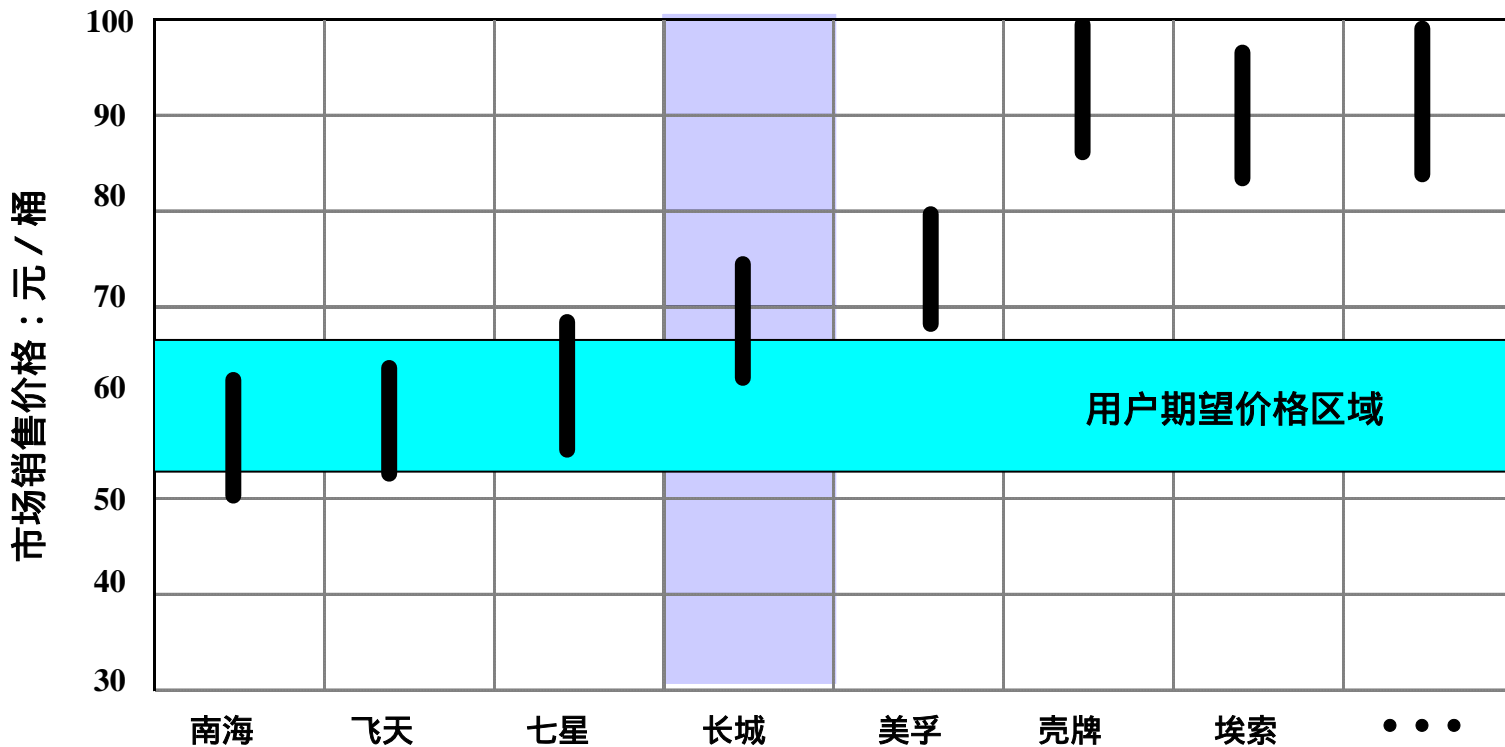


出租车用户购买决策影响因素分析

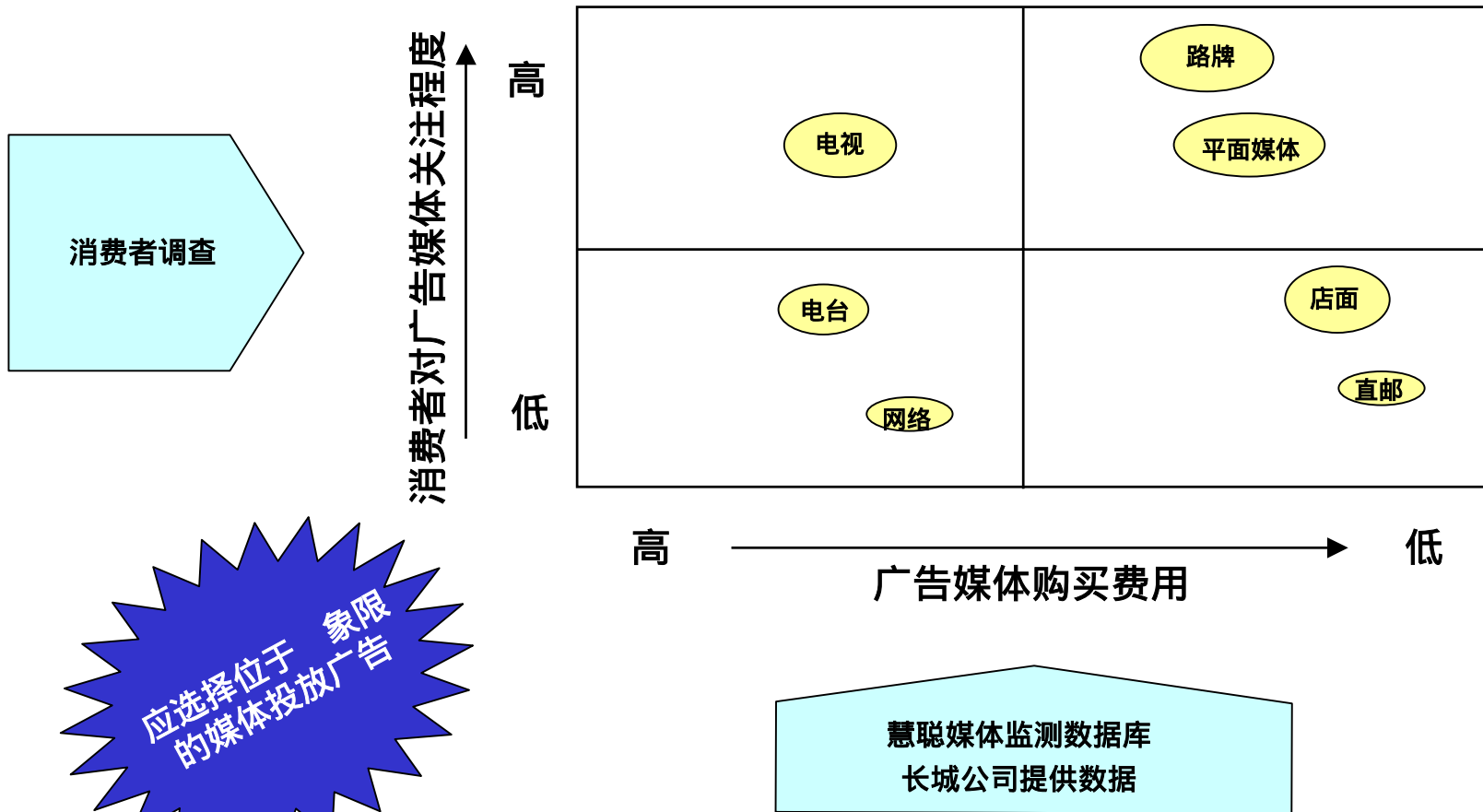


润滑油市场用户价格满意度和承受能力分析

对同一等级的油品，各品牌的用户满意度不同；
如若市场售价远远高于用户承受能力，应考虑采取降价策略。

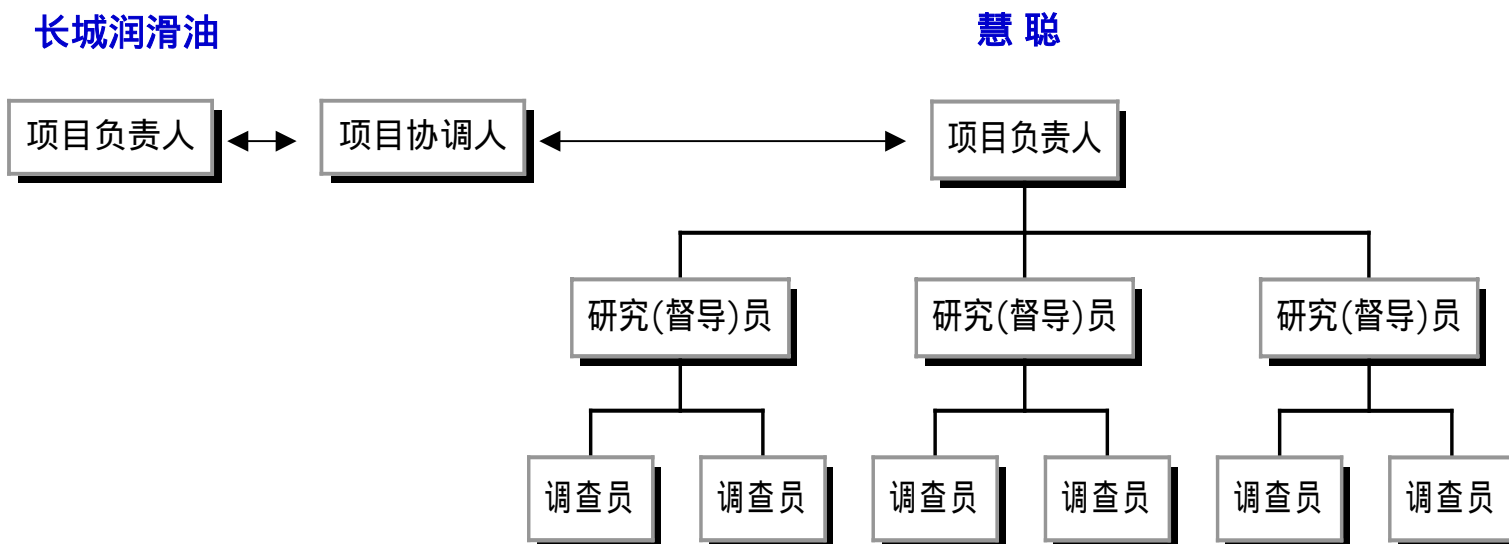


长城润滑油广告投放策略分析模型



人员安排

- 为确保项目保质保量按期完成，慧聪将为此成立专项调研小组，负责项目策划、组织和实施；
- 项目小组由项目负责人（1人）、研究人员/调查督导（5人）共6人组成，同时，在被调查城市的慧聪分公司将设置城市调查协调人（5人）并组织市场调查员（每各城市6-8人）实施问卷调查，调查员均经由北京慧聪总部直接派出的研究和调查督导进行培训，考核合格后择优选取执行调查工作。

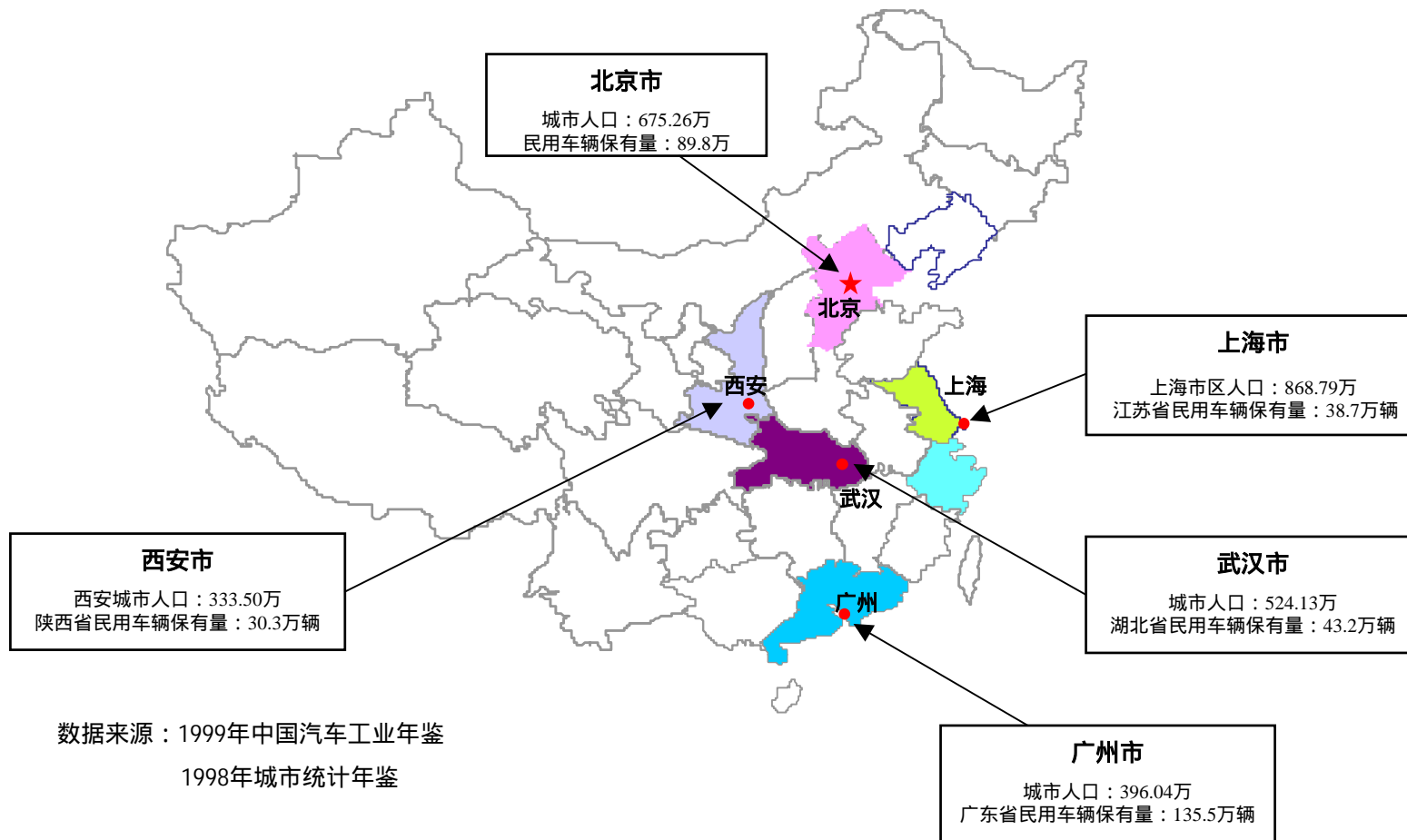


长城润滑油调研项目——慧聪研究人员名单

姓名	职务	职业背景
陈乃晖	慧聪研究院院长	北京理工大学车辆工程系汽车专业毕业，长期从事汽车市场调研工作，先后主持奔驰、宝马、通用、福特、一汽大众、神龙、江铃、三江雷诺等公司市场调研项目，并在媒体发表大量汽车市场研究分析文章和报告。
郎学红	慧聪汽车研究所所长	统计专业，EMBA 毕业，曾在北京化工大学任教，著有《统计学》一书。参与慧聪组织、策划和实施的多项汽车市场调研项目，较强的市场调查和研究分析能力。从业时间
谢 佳	慧聪化工研究所所长	企业管理学院管理系毕业，曾在国内某著名汽车企业从事经营规划部工作，参与慧聪组织、策划和实施多项汽车市场调研项目，较强的市场调查研究分析能力。
	高级研究员	统计硕士研究生毕业，擅长数据分析，熟练应用 SPSS、SAS 数据分析软件，有一定市场分析能力。
	研究员	北京工业大学本科毕业。有从事市场调研和媒体策划工作经验，多次参与实施多项汽车市场调研项目，一定的市场调查研究分析能力。
	研究员	内，多次参加汽车市场调研项目，有一定市场分析能力。
	数据分析员	慧聪机动车信息咨询有限公司数据分析中心主管，较强的数据处理和分析能力，长期担负慧聪汽车市场调研项目数据分析处理工作。
		长期从事汽车信息行业经营管理工作，丰富的管理经验和很强的组织协调能力。

（项目执行方有权根据项目实施的实际需要，与委托方协商后适当增加或更换调研人员，但不应对工作造成不利影响）

5. 样本与数量——调查区域范围



5. 样本与数量——样本类型和数量

城市 样本类型		北京	广州 (汽车)	广州 (摩托车)	上海	武汉	西安	合计
		消费者	150	100	100	100	100	100
	出租车	100	100	-	100	100	100	500
	公务车/商务车	100	100	-	100	100	100	500
	小计	350	300	100	300	300	300	1650
终端分销商		50	40	-	40	40	40	210
合计		400	340	100	340	340	340	1860

1、消费者样本选择原则：

- A、北京市消费者样本以高档车为主，主要选择国产主流轿车、中高档轿车、进口轿车和高档轻型客车等；
- B、广州消费者样本包括汽车和摩托车两大类；
- C、其它城市消费者样本根据当地市场保有量大致构成随机抽取。

2、分销商样本选择原则：

- A、品牌应包括长城、飞天、南海、七星、海牌、美孚、壳牌、埃索、加德士、嘉实多等国内外著名品牌以及当地生产的润滑油品牌，充分考虑品牌的区域特征和区域优势；
- B、利用慧聪媒体监测数据库润滑油广告客户资料，了解各品牌在当地市场的地位，从而选择当地最具实力的品牌和分销商；
- C、终端分销商包括换油中心、养护中心、快修站、服务站、特约维修站、零售商等终端渠道；
- D、防冻液的调查结合在润滑油调查中完成。

6. 项目执行时间

根据委托方的时间安排，为确保项目能够保质保量按期完成，我们确定整个项目执行时间为40个工作日：

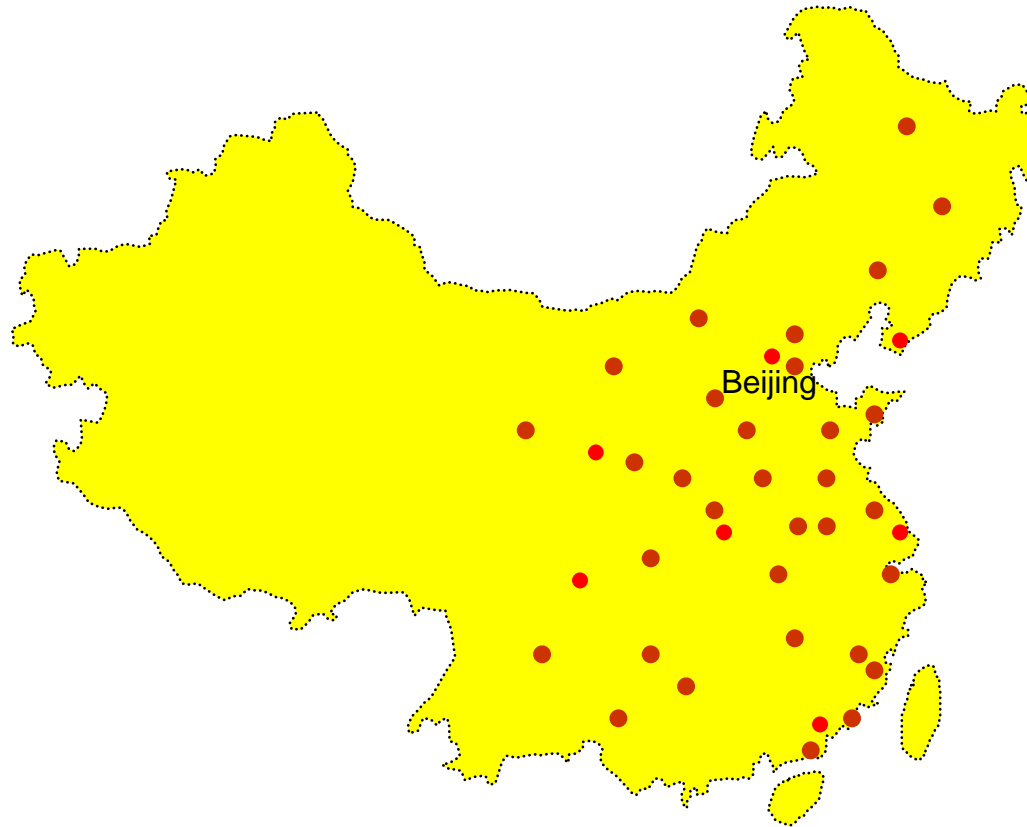
项目进度安排	主要工作和任务	执行时间（工作日）
项目准备阶段	<ul style="list-style-type: none"> ● 制定详细项目实施方案 ● 收集相关信息资料 ● 样本初选及确定 ● 问卷设计及测试 ● 调查人员培训 	5
调查实施阶段	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费者问卷调查 ● 终端分销商调查 ● 专家咨询 	16
数据处理分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 问卷录入处理 ● 数据库及分析模型建立 ● 市场分析与研究 ● 专家咨询 	12
报告撰写	<ul style="list-style-type: none"> ● 综合研究成果，撰写研究报告 ● 研究报告制作 	5
提交报告	<ul style="list-style-type: none"> ● 项委托方提交调研报告 	1
客户说明会	<ul style="list-style-type: none"> ● 解释、说明调研报告结论 	1
合计		40

关于慧聪

慧聪国际资讯有限公司汽车市场信息研究所是专业的市场研究咨询机构，长期致力于中国汽车市场的调查与研究，积累了丰富的资料和数据。同时，慧聪集团在中国45个大中城市设有分公司，拥有遍布全国主要城市的汽车商情信息网。依据该网络，慧聪汽车市场信息研究所与国内汽车主管及相关部门、汽车生产企业、汽车经销商、汽车维修企业、汽车用户都保持长期友好合作关系，掌握比较可靠的数据渠道。最近一、二年来，慧聪汽车技术与市场信息研究所先后为许多国内外著名企业完成多项汽车市场调研项目，**包括发展环境研究、市场状况及产品发展趋势研究、价格状况及竞争策略研究、营销渠道状况研究、广告与传播研究、售后服务状况研究、管理顾问咨询等课题**，得到客户的广泛好评，也证明了慧聪的研究实力能够满足客户的要求。

我们将一如既往地本着“客户第一”的原则，通过我们的努力，将最好的研究报告提交给客户，愿我们的服务能够使您满意！

慧聪遍布全国的商情网络



慧聪在全国拥有45家分支机构

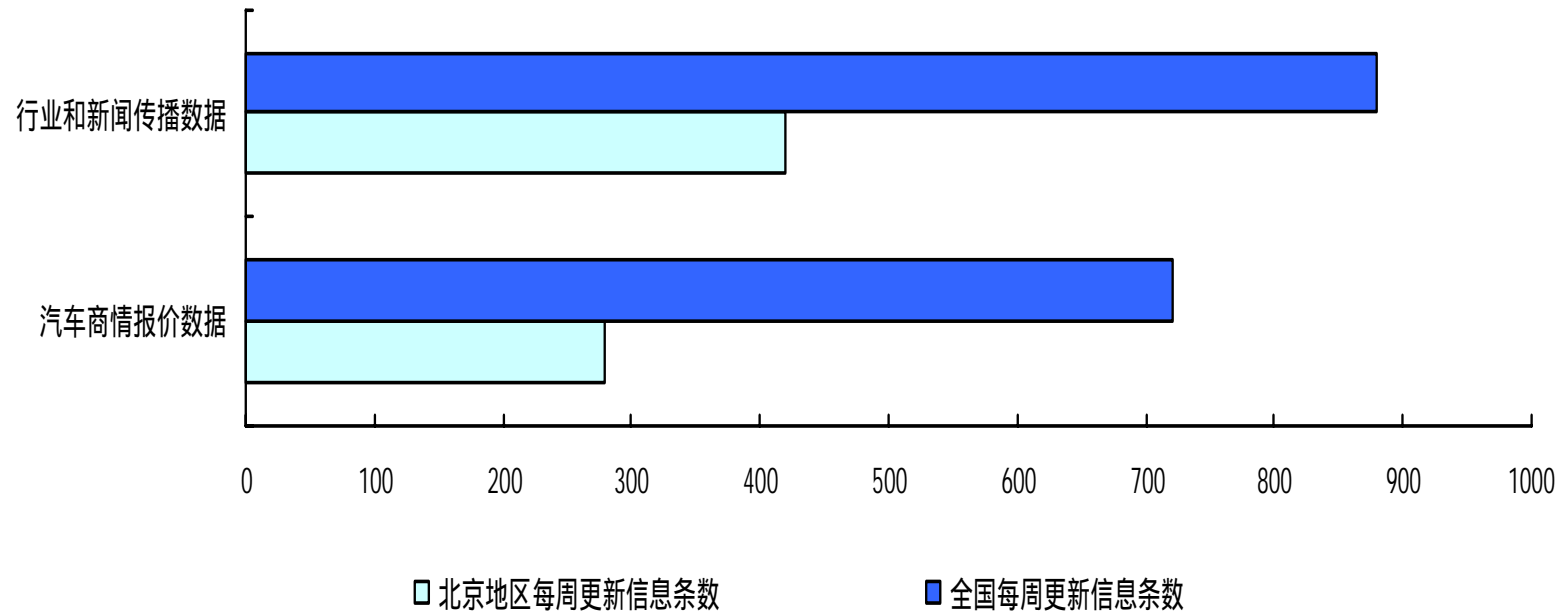
慧聪每周出版的刊物超过60种

慧聪的刊物订阅者和网络

用户合计超过3万

慧聪汽车商务网和慧聪的动态信息系统

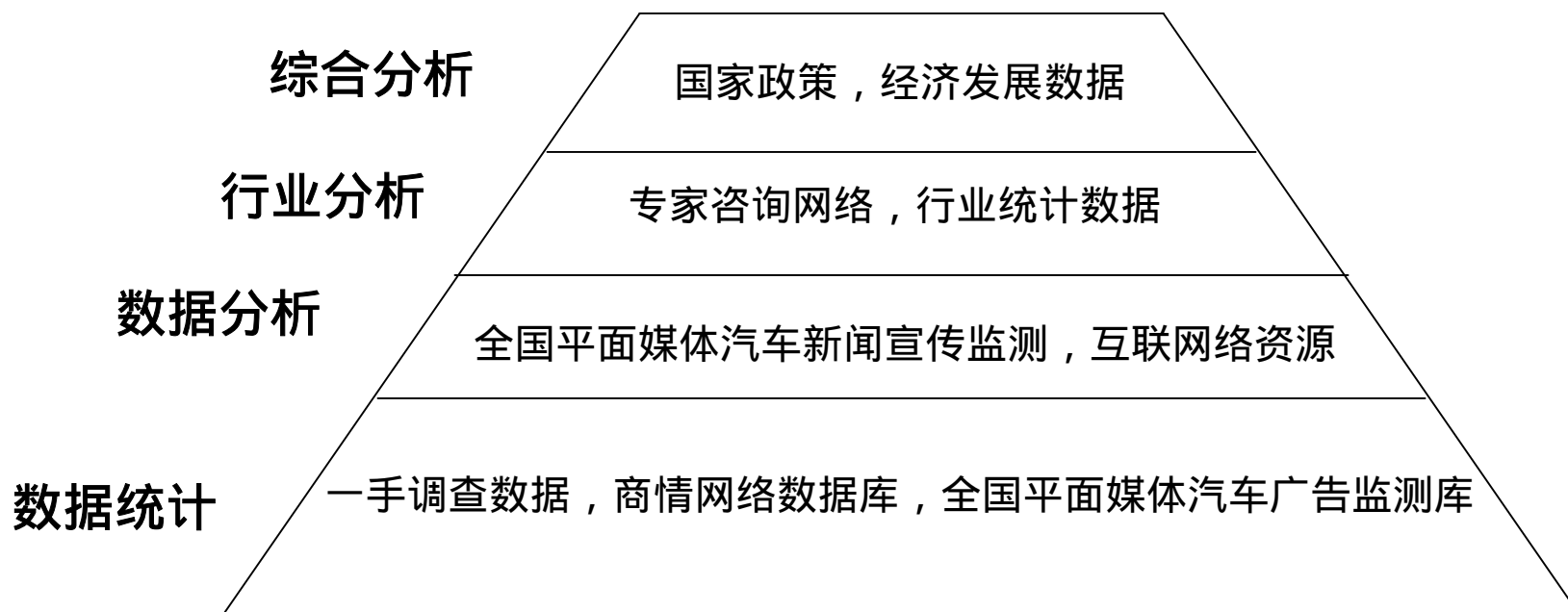
汽车行业专业商务网：慧聪网 www.auto.hc360.com



慧聪每天都要对汽车市场数据进行更新和整理，形成研究分析的基础。

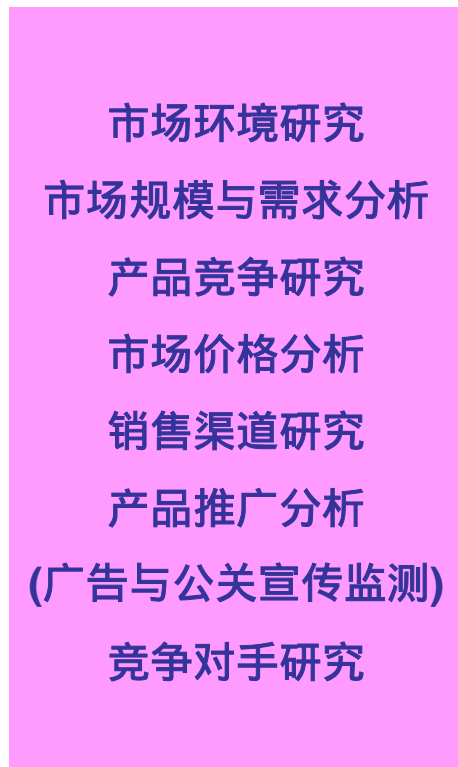
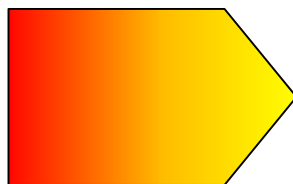
慧聪的汽车市场研究

慧聪的汽车市场数据结构和研究层次



慧聪的汽车市场研究

慧聪专注的研究领域



慧聪完成的部分市场调研项目

项目名称	项目名称
车用润滑油市场调查	****品牌交通信息终端市场需求调查
中国商用车市场价格调查	中国高档轻型客车市场研究报告
中国车用发动机市场调查报告	微型轿车新闻传播动态跟踪监测月度报告
北京地区汽车三滤市场价格调查	****汽车有限公司广播广告监播月度报告
1998年上半年中国汽车市场分析报告	皮卡用户市场调查报告
1998年中国大陆汽车市场研究报告	中国客车市场调查报告
北京微型汽车市场调查	部分城市汽车润滑油经销商调查
****品牌轿车零部件市场价格调查	1997年中国汽车市场研究报告
轻型客车用户调查(轻型客车用户数据库)	1998年上半年中国轮胎市场调查
1998汽车市场年度报告	1998年上半年中国润滑油市场调查
北京****品牌轿车备件市场调查	北京私家车市场调查
****品牌汽车广告促销效果调查	1998年中国汽车市场调查
1998年中国汽车维修设备市场调查	1999年中国汽车市场研究报告

联系我们

地 址: 北京市海淀区西直门北大街42号华星大厦A座6层
电 话: (010) 82211906, 82297020
传 真: (010) 82211910
网 址: www.auto.hc360.com
邮 编: 100088