

和微型轿车销量的对比来看,轿车总销量下降,微型轿车的市场占有率就上升;相反,轿车总销量上升,微型轿车的市场占有率就下降。这说明微型轿车的市场需求比较稳定。虽然即将实施的燃油税政策极有利于微型轿车,但微型轿车如果不能在私人用车市场取得进展的话,那么预计1999年微型轿车的市场份额仍会维持1998年的水平,难以出现大的突破。

2.5 微型轿车的用户流向分析

微型轿车以其购买费用和使用费用相对低廉的优势,一直在出租车市场保持较高的份额,然而随着各地出租车市场特别是大中城市市场的相对饱和及更新市场的不断提高档次,留给微型轿车的市场越来越小;在私人用车市场,从全国范围看,目前的购车行为还难说普及,购车者多为高薪阶层,考虑到身份、地位及攀比心理,微型轿车受青睐的程度并不很高。另外,由于微型轿车与普及型轿车的价格差距对现阶段购车者来讲并不是选择车型的主要考虑因素,而且微型轿车在一些地区还受到一定程度的限制,国家对个人购买微型轿车又没有优惠的待遇等等,也是造成微型轿车占有率相对较低的原因之一。公务用车一直是微型轿车很难涉足的领域,加之公务用车制度的改革和企业普遍效益不佳,使微型轿车更是无用武之地。商务

用车历来是中高级轿车的传统市场,租赁业的兴起又使得很多公司改养车为租车。这几个反面的原因,使微型轿车需求受到一定程度的限制。但这并不意味着微型轿车市场的萎缩,轿车保有量相对较低的中西部地区将给微型轿车一个广阔的拓展空间。

2.6 微型轿车的区域流向分析

微型轿车的销售区域由于受到一些地方政策的限制,表现出非常大的不平衡性,和各地的经济发展水平、道路状况等相关程度并不明显,夏利车在东北、西北、华北地区销售的集中度比较高,而奥拓车则以西南为主战场,云雀车由于销量较少,流向很难统计。

2.7 微型轿车的用户评价

微型轿车的用户以私人为主,且大多用于运营,连续使用时间比较长,对车的评价特别是对车本身质量、配件供应状况等方面的评价很值得厂家参考。从车的外观质量看,铃木奥拓的面漆质量在用户中的口碑较突出,从车身造型上,夏利和奥拓不相上下。在使用过程中,3种微型轿车的年平均维修频次相差无几,从维修力量、配件供应及相应的费用情况比较,由于夏利车的保有量大、维修站数量多、配件供应网络完善,用户对其满意率比较高。

1999年中国轮胎市场研讨会论文

正新推出高性能轮胎 Maxxis

英国《轮胎和配件》1999年3期52页报道:

在正新最近推出的一系列新产品中有一些是高性能子午线轮胎。以Maxxis为品名的新型MAV-1具有有向花纹,为60,55和50系列。正新声称,这种轮胎具有优异的操纵性能和乘坐舒适性,而且噪声比较低。

MA701是另一新款轮胎,有80和70系列,而65和60系列的H速度级轮胎也即将面市。其它Maxxis品牌的高性能轮胎包括H速度级的858AA,UA602和UA603;V速度级的MA551。

(涂学忠摘译)

EIU公布轮胎报告

英国《欧洲橡胶杂志》1999年181卷5期4

页报道:

英国经济情报局(EIU)公布了最新的《世界轮胎工业分析》报告。该报告预测,世界上最大的3家轮胎公司——普利司通、米其林和固特异生产的轮胎到2005年将占有世界轮胎市场的70%,而1999年仅占有54%。

3家中型轮胎公司——大陆、倍耐力和住友生产的轮胎所占世界市场份额从1997年的20%,减小为1999年的16%,而且以后将进一步减小。

研究人员说,轮胎生产将向工厂规模更小、生产效率更高的方向发展。最典型的实例是米其林的C3M。固特异的IMPACT和普利司通栃木厂的方法与C3M类似,而倍耐力和大陆走的是另一条路子。

(涂学忠摘译)