

对汽车消费者进行调查报告 汽车消费者 购买心理分析的调查报告(优质5篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

对汽车消费者进行调查报告篇一

近日，中国循环经济协会可再生能源专委会(creia)委托益普索市场咨询有限公司(ipsos)对中国十座主要城市的3000名消费者进行访问，发现中国消费者对于购买“绿色电力”的意愿空前地强烈。

“绿色电力”是指来自风能、太阳能和生物质能等可再生能源产生的电力。中国可再生能源近年来发展迅猛，风电和太阳能光伏发电的累计装机容量都居世界第一。但火电仍是中国电力结构中的大头，占中国全国发电量的74%，其中大部分是煤电。随之而来的空气污染与碳排放问题成为中国社会之痛。

该调查结果显示，中国公众高度关注空气污染问题，认为“绿色电力”有助于减少污染，并愿意为之付出更高的电费。但消费者的意愿能否改变中国电力格局，目前并不明朗。

多花些钱，买更清洁的电

在所有城市中，受访者表现出对环境污染问题的高度关切。超过四成的受访者表示“非常关心”目前中国国内的环境状况。空气污染所受到的关注程度最高，远远超过气候变化问题所受到的关切。

公众对于“绿色电力”的态度似乎与他们对空气污染的深恶痛绝有关。超过九成的受访者认为绿色电力能够在一定程度上降低空气污染。

该调查显示，受访者对于购买“绿色电力”的愿意强烈。超过九成(97.6%)的受访者表示愿意购买“绿色电力”，其中四成(40.7%)表示一定会购买。北京消费者的购买意愿强于其他城市。

对汽车消费者进行调查报告篇二

瑞士信贷研究院公布一份研究报告，电子商务市场增长与智能手机日益普及相结合，电子商务机遇在中国市场。

移动互联网提升电子商务服务，消费者可以在雨林深处一键购物。据瑞士信贷研究部的新报告，新兴市场在线购物人数上升31%，按照这个增长率，新兴市场主要八个国家电子商务市场将从201万亿美元增长到2025年2.5万亿美元。

这个数字取决于移动互联网接入世界各地消费者用户，例如在巴西，91%消费者访问互联网，从56%上升至84%。咱们中国、俄罗斯、土耳其等市场中，大约80%以上消费者使用互联网。

过去五年来，越来越多消费者使用互联网购物，制定旅游计划，使用银行互联网金融服务，不仅如此，瑞士信贷研究认为，新兴市场中，越来越多年轻消费者、中低收入消费者使用互联网。移动网络购物成为受欢迎活动之一，在线游戏、即时通讯、访问音乐、观看视频、社交媒体。

在线购物日益增长为全球零售商带来新机遇，许多零售商加快了数字商业发展速度，瑞士研究信贷认为，市场至少有五个机遇。

1、发展最快的电子商务市场

瑞士研究认为，咱们中国是电子商务最大市场，有超过60%消费者使用线上购物，这为零售商提供了客户基础，许多消费者更习惯于线上购物，预期到2025年市场将增长到2.5万亿美元。印度、土耳其等市场的电子商务增长也较快，在印度，50%消费者线上购物，而仅32%，土耳其线上购物从%上升到2016年32%，去年，巴西零售支出下降6.2%，但电子商务支出增长8%。

2、移动设备不断优化

据瑞士信贷，新兴市场有超过50%消费者使用移动互联网，在中国、巴西、土耳其，使用手机购物的消费者达到80%，而根据谷歌研究表明，新兴市场的智能手机购物市场潜力超过美国市场和英国市场。零售商投资移动网络采购和配送。

3、技术创新提升金融服务

技术人员正在考虑如何优化信用卡与其它非现金支付方式，根据研究数据，中国市场、印度市场、墨西哥市场、南非市场、俄罗斯市场，90%以上交易使用现金，在英国47%交易使用现金，在美国55%市场交易使用现金，零售商通过技术创新提高付款方式，包括货到付款、在当地商店付款或预付账单，提高借记卡的移动网络服务。

4、传统实体零售商制定了多渠道服务

电子商务市场不断发展，在许多市场，例如印度、墨西哥，许多传统实体零售商推出多渠道服务，亚马逊两年前进入墨西哥市场，20推出免费送货和视频流服务。在新兴市场中，80%消费者使用互联网社交媒体，研究报名，通过网络购物越来越常见普及。

5、用户体验

聪明零售商通过移动互联网投资，以吸引消费者线上购物。瑞士信贷研究院根据多个品牌电子商务平台深入数据分析，用户体验付款与交付系统，为潜力市场提供机会，许多实体商店正积极拓展线上支付与线下实体店多渠道方式，看好新兴市场潜力。

对汽车消费者进行调查报告篇三

目前，我国的汽车市场处于轿车将要普及化的发展阶段的前期，但国内汽车消费却持续低迷。从发达国家的历史看，在汽车进入家庭的过程中，收入和价格起着决定性的作用。许多人认为中国家用轿车的普及也要从价格低廉的微型车开始，而且国内大部分汽车生产企业也沿着这条路子走来发展，但效果却令人并不满意。那么，我们不禁要问，为什么发达国家的历史经验拿到我们国家就不适用呢？原因就在于，时代不同了，人的生活水平提高了，况且我们与发达国家的汽车消费观念和消费政策也不同，我国居民的消费需求已与祖先们有了很大不同。正是由于居民的消费需求改变了，我们不能再按以前的那些需求理论来指导企业的生产。认识到这些特征，将对今后我国汽车工业的发展有很大的帮助。一、现阶段，我国汽车消费者需求的现状。

（一）消费者对汽车的购买欲望现状

一相题为“我需要汽车吗”的消费者心态调查。分析调查结果，得出结论大致与上述结果相似。其中，回答“现在我不需要汽车”的比例高达70.3%；回答“今后我可能需要汽车”的比例有47.3%。调查虽不能表明目前国内汽车消费者需求的全部，但它们都给了我们一个共同的想法：就目前来讲，我国消费者对购车的欲望还不是很强。

（二）消费者对汽车的购买能力现状

依照目前我国居民已有的收入水平，如果要购买一辆家用汽车，他们的购买力还是很有限的。但就已经购买家用汽车的家庭来看，他们的购车档次却都集中在中挡车。这种消费者的收入水平与消费水平不相匹配的现象，也就构成了目前我国汽车市场上消费者“购买力”的一大特征，尽管其中包含贷款消费。

（三）消费者消费汽车的相关环境现状

目前阻碍汽车进入家庭的’因素不只是收入水平，诸如市场供给、消费政策等相关环境因素的影响不容忽视。

经过统计和分析，目前我国汽车消费环境主要存在着三大问题：

1. 市场上小型车可选性相对较大，而大多数中国人需要的国产中挡车可选性却比较小
2. 各种汽车消费政策不完善（消费税、信贷等）
3. 汽车保险制度很不完善

二、汽车消费者需求的现状分析及优化对策。

（一）消费者购买欲望的现状分析及优化对策

1. 现状分析

消费者对汽车的购买欲望一方面受到收入水平的影响，这点无可质疑。根据马斯洛的需要五个层次理论，只有人们在获得较低层次的需要满足后，才会产生较高层次需要满足的欲望。对我国消费者而言，按大部分人的收入水平是买不起轿车的，就算是买得起轿车也用不起。这就使得我国有相当多的消费者要买车只能是想想而已。在这种情况下，他们的购

车欲望自然不会很强烈。

另一方面，消费者对汽车的购买欲望还受到特定消费观念的影响。就目前而言，国内大部分汽车消费者的消费观念还很落后，主要可以概括为两个方面：一是把消费汽车放在身份的位置上。这种观念把消费汽车作为身份地位的象征。一是把消费汽车看成是“超前消费”或是一种“时尚”。这种观念并没有考虑他们出自何种目的买车，当中从众心理起着较大的作用。就是由于这些落后的消费观念，导致有部分消费者有较强的消费汽车的欲望，尽管他们还没有足够的钱买车。

2. 优化对策

要想提高消费者对购买汽车的欲望，归根到底就是要提高消费者的收入水平。只有当消费者的收入上升到一定档次时，他才会有购买汽车的欲望。然而在收入水平不可能短期飞速发展时，要提高消费者的购买欲望的另一个有效途径是改变消费者的汽车消费观念，通过引导消费者的汽车消费观念来引导消费者消费汽车。还可以通过汽车租赁业务出租汽车或按分期付款的方式购买汽车，从而刺激消费者想拥有、购买汽车的欲望。克莱斯勒总裁艾柯卡在20世纪60年代刚接管该公司时，就是采取这种方式使本公司汽车的市场占有率迅速增长的。

在市场经济条件下，我们不能强迫消费者买什么，不买什么。需求是无法阻挡的。我们不能强迫消费者去认同或购买某种汽车，我们只能去生产消费者喜欢或需要的汽车。在弄清楚消费者需要什么样的汽车后，企业就可以决定生产什么样的汽车，为谁生产这些汽车和怎样来生产这些汽车。全文在分析完我国目前汽车市场上的消费者需求后，提出了现阶段我国汽车工业的发展思路，概括为：以生产国产中高档轿车为主，以年龄在30-50岁之间的消费者为主要消费对象，同时兼顾公务车市场，在宣传正确的汽车消费观念时，走国产轿车的精品名牌之路。

对汽车消费者进行调查报告篇四

2. 北斗星汽车广告语——身处自然环保之旅

3. qq汽车广告语——秀我本色想快乐，找qq

4. spark汽车广告语——只代表你

5. 爱迪尔汽车广告语——生活要有ideal

6. 奥拓汽车广告语——处处为您着想好车有限惊喜无限

7. 福莱尔汽车广告语——空间远远超出想象

8. 福莱尔福星汽车广告语——e时代e车

9. 松花江汽车广告语——千万里我追求你

10. 赛马汽车广告语——生活随心而动

11. 普莱特汽车广告语——一步到位的好车

12. 吉利汽车广告语——造老百姓买得起的好车七彩豪情亮丽人生

13. 猎豹汽车广告语——猎豹汽车永不让你失望超乎你想象的高度低于你期望的价格

14. 红旗汽车广告语——坐红旗车，走中国路

15. 红旗明仕商务版汽车广告语——打造商务新概念

16. gl8汽车广告语——路上公务舱商旅新境界

17. 奥德赛汽车广告语——驾驭生活新景观
18. 瑞风汽车广告语——现代人现代车
19. 江铃汽车广告语——全顺一路安全到家
20. 富利卡汽车广告语——自主生活新空间

对汽车消费者进行调查报告篇五

2. 赛纳汽车广告语———常规由我定动感与美感无须取舍
3. 宝来汽车广告语———驾驶者之车快并快乐着
4. 阳光汽车广告语———体验阳光生活
5. 日产汽车广告语———超越平凡，卓越优逸
6. 福美来汽车广告语———和谐灵动，君子风范和谐生活新成员
7. 千里马汽车广告语———雷霆动力，纵情千里
8. 千里马ii汽车广告语———心有多野未来就有多远
9. 威驰汽车广告语———领先科技的全球轿车让生活乐在新风
10. 飞度汽车广告语———外在动人，内在动心
11. 依兰特汽车广告语———给我一个美名送你一部靓车
12. 菲亚特西耶娜汽车广告语———有成就，也有情趣多彩人生路激情

13. 周末风汽车广告语——空间超乎想象生活飞越平凡
14. 赛欧汽车广告语——优质新生活
15. 菱帅汽车广告语——人性化科技
16. polo汽车广告语——“同polo一样古怪精灵”
17. 嘉年华汽车广告语——一路激情共精彩
18. 威姿汽车广告语——超越期待的经典车
19. 高尔夫汽车广告语——很生活——世界经典两厢车杰作天成一见如故