# 

面对汽车的消费心理

汽车

浣滆

鍙戝竷浜庯細2006/11/05 15:09

曾几何时,汽车绝对是大富人家的奢侈品。现在,中国富足的人多了,汽车对于他们来说可能就是必需品。在改革开放以后,中国经济快速增长,居民消费能力不断提高,现在中国已经成为全球最大的汽车消费市场之一。出于兴趣,笔者参加过全国不少大大小小的汽车车展,了解到中国汽车消费者存在一些显著的消费特点。

#### 追赶时髦型

城市里的居民随着收入的提高,生活水平的改善,街道上的私家轿车越来越多,不少市民有了购买家用轿车的目标,他们多数是有了摩托车或电瓶车一段时间后才有此消费念头,特别是看到一些经济型轿车在城市里兴起的时候,年轻人一旦收入上能够满足基本型的汽车消费时,为了赶上时髦和潮流,小型的经济型轿车就成为了他们购车的目标。即使是开着个QQ在路上,也让人感觉和骑着名牌摩托车的人不在一个等级,成为了时髦的"有车一族",自我有一种走在潮流前端的优越感。据我了解,不少人还是为了买第一辆车才去考的驾照,就是为成为"有车一族"才去购买汽车的人不在少数。

#### 攀比风气型

有些当了企业小老板的人,看到身旁的企业朋友或是同行竞争的老板都开起了XX车,自己若是还没有汽车,面子上过不去,不管公司盈利有几何,买一辆轿车势在必行。如果某个与自己企业竞争的老板新买了一款档次更高的新车,他可能就按涞不住,也买一款同档次或更高档些的新车,可能不是同一品牌,但在档次级别上要是对等的。这些攀比型汽车消费者认为,若是自己大部分生意上的伙伴都升级了驾座,自己不跟进就觉得不入流,低人一等。

### □碑消费型

有些汽车消费者可能自己本身也是汽车爱好者,在没有经济能力买车之前就看好了哪款车的口碑,日后经济能力跟上后就锁定了该款车型。还有很多消费者很看重公众的传播口碑,他们的消费心理比较理性,不一味的追求个性。首先打听这车是不是有很多人买,服务是不是很好,是不是有比较可靠的品牌等等。这些消费者在消费前都要征询亲戚朋友的意见,并且比较看重他们的评价。这些消费者看车时通常都带上几个参谋,这几个参谋要么是有些汽车知识的,要么是比较了解汽车行业的,他们若评价不高,消费者可能就认为其口碑跟不上而放弃购买该款汽车。

## 持币待购型

在车市价格极不稳定的今年,无形中又在助长这部分消费者的心理,这些消费者用车不急,善于精打细算,消费比较理性。关注汽车市场的动态已经很长时间了,看中了一款车型,又怕这车没多久又要进一步降价了,所以迟迟没有购买。频繁降价、言而无信的车型更是让他们不放心购买。

当然汽车的消费特点远不止这些,大多还是为了宜工宜私的需要而购买。不管出于哪一种消费心

态,大家买车用车,成为了"有车一族"	,总还是代表了生活品质的提高。