

小装饰左右女性选择 汽车消费初显"她"时代

汽车

浣滆

鍙戝竷浜庯細2006/10/09 17:48

曾几何时,汽车与女性之间的关系,似乎总是停留在"香车美女"的浅薄层面。长久以来有这么一个说法:"女人住在时装中,男人住在汽车里"。且不管这句话源自何处,但它告诉我们,在过去的几十年里,女人与汽车的距离一度是那么的遥远。可是,随着时代的发展,女人与汽车之间的关系在不经意间发生着微妙的变化:女性逐渐成为汽车消费市场上的生力军,女性用车热潮已经在全球范围蔓延开来。汽车消费

"她"时代的来临,将影响着汽车行业内部的产业结构和竞争车型的发展变化。

"她时代"悄然形成

据美国CNW市场调查公司的一份调查显示,在美国,新车买主中有49%为女性,二手车买主中有55%为女性,同时女性影响着80%的家庭购车决策。在欧洲,30%的新车买主为女性。另据调查,中国女性购车族在短短几年内,已经迅速成为国内汽车消费市场的一股中坚力量。在中国已经拥有家用轿车的消费者中,男性占48.6%,女性占51.4%,女性比例高于男性。目前,中国每年有160多万辆新车属于女性消费者。中国的女性汽车消费市场发展潜力巨大,问鼎世界最大女性汽车消费市场也指日可待。中国汽车消费"她时代"悄然形成,任何生产厂家对此都不可视而不见。

"她时代"商机无限

两年前如果谁冒失地说某厂家的某款车型是"女性车",厂家一般都会很愤怒,因为在厂家看来,如果把产品定位于女性将有可能失去大部分的男性消费群体。而目前,这种状况正在发生着巨大的变革,超过1000万的女性拥有驾照,每年还以200多万的数量在增长。女性汽车消费市场这块大蛋糕,让众多汽车生产商垂涎欲滴。目前中国女性在个人购车中的决定作用越来越大,这个市场的风向标,已经引起了国内外汽车生产厂家的注意。业内人士纷纷认为:"女性在汽车消费市场中扮演的角色越来越重要,这给汽车市场带来了新的机遇。

"她时代"消费特点

虽然女性汽车消费市场存在无限商机,但也不能就此认定只要生产女性轿车就能获得利润。只有在准确把握女性汽车消费心理及特点的前提下,厂家才能生产出能"俘获"女性芳心的轿车。据调查,女性在购车时有这样几个明显特点。女人对汽车的喜好,大多都来自于对其外形的痴迷,或许大多数的女人总是比较感性的,在买车这件事上也不例外。男性更多地关注于车的动力性能、操控性能等实际问题,而女性则更多地凭感觉去选车,外形、颜色、甚至一个小小的装饰就能左右女性的选择。

摘自《华西都市报》