# 影响我国家用轿车需求的因素分析

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2025-04-11

*摘要：笔者是轿车 工业 的业外人士，对我国轿车工业的过去、现在和未来趋势了解不多，本文采用微观 经济 学的一些基本 方法 对 影响 我国家用轿车需求的各种因素进行简要的 分析 ，从中找出最主要的影响因素供政府及其车辆管理部门、家用轿车的制造...*

摘要：笔者是轿车 工业 的业外人士，对我国轿车工业的过去、现在和未来趋势了解不多，本文采用微观 经济 学的一些基本 方法 对 影响 我国家用轿车需求的各种因素进行简要的 分析 ，从中找出最主要的影响因素供政府及其车辆管理部门、家用轿车的制造商和销售商决策时 参考 。

近几年来，我国的轿车工业 发展 很快，轿车市场的供需状况发生了非常大的变化，主要表现在以下几个方面，一是不少新的轿车制造商进入了轿车生产行业，市场上出现了不少新的轿车品牌，轿车市场的竞争程度有所增加，轿车在品牌、车型、价格、性能、内部装饰及外观方面的差别化有所增加，为消费者提供了更多的选择机会；二是轿车的价格普遍有所下降。轿车不再是我国老百姓不敢问津的奢侈品，家用轿车的潜在顾客迅速增加；三是对家用轿车的需求迅速增加。我国不少大中城市的富裕家庭、 企业 的高层白领和东南沿海富足地区的一些富裕农民家庭已经圆了自己的轿车梦，不少大中城市中等以上收入的家庭对购置家用轿车津津乐道，待价而沽。

目前 ，影响我国家用轿车需求的因素有哪些？哪些又是最主要的影响因素？政府及其车辆管理部门、家用轿车的制造商和销售商在决策时应该着重考虑哪些因素才能采取合适的对策，从而进一步改善我国家用轿车市场的供求关系、提高供给能力，保障供给质量，创造和刺激对家用轿车的需求，从而促进我国轿车工业的健康稳步发展。

笔者认为，目前影响我国家用轿车需求的因素主要来自轿车本身、制造商、销售商、潜在顾客、周边环境及相关产品六个方面。

一、来自轿车本身的影响因素

来自轿车本身的影响因素很多，归纳起来主要有轿车的价格、预期价格、品种、颜色、外观、内部装饰效果、品牌、行驶性能、安全性能、性能价格比以及舒适性、经济性等等。

目前我国国民收入总体水平还不高，轿车的价格仍然是影响消费者对轿车需求的主要因素，轿车的需求量与其价格呈反方向变化，即轿车的需求量随其价格的升高而减少，随其价格的降低而增加。随着我国轿车生产技术水平的不断提高，生产规模的持续扩大，轿车生产成本会逐步降低，加之我国加入WTO后进口轿车关税税率会逐步降低，关贸壁垒会逐步取消，进口轿车必然对国内轿车工业产生剧烈的冲击，这样未来我国轿车市场的竞争程度会越来越加剧，轿车的价格会有较大幅度的下降，未来对轿车的需求会稳步增加。

轿车的预期价格也是对当前轿车需求的一个比较重要的影响因素。未来轿车的价格将会有较大幅度下降的趋势，一定程度上造成不少消费者呈待价而沽的态势，减少了当前对轿车的需求。

轿车的品种、颜色、外观、内部装饰效果、品牌是影响消费者对轿车需求的几个因素。随着我国国民收入的持续增加，人民生活水平的不断提高，人们对家用轿车越来越产生了差别化需求，人们特别是青年人越来越追求个性化，对轿车需求的层次会越来越高。

轿车的行驶性能及其运行时的主要参数是轿车制造商赖以生存与发展的基础，是消费者购置轿车时必须考虑的主要因素，是影响单一品牌轿车需求的主要因素。

众所周知， 交通 事故是当代人类的第一杀手。由于设计、制造等制造商的原因使得轿车的安全性能得不到有效保障造成交通事故频发是轿车制造商及其所生产的轿车的第一杀手。

轿车的性能价格比是影响轿车需求的另外一个重要因素。性能价格比高的轿车容易被市场所接受，容易受到消费者的欢迎，需求趋势看好，未来的发展空间也大。

舒适性是消费者选择轿车购置时必须考虑的一个因素。目前，我国仍处在 社会 主义初级阶段，消费者总体收入水平并不高，轿车的舒适性还不是影响轿车需求的主要因素。随着人们生活水平的逐步提高，轿车的舒适性越来越被消费者所重视。

经济性是当前消费者选择轿车品牌和车型时必须考虑的一个重要因素。轿车的经济性比如每百公里耗油量的多少、备品备件的价格等都会直接影响轿车的运行成本，都是影响轿车需求的重要因素。

二、来自制造商的影响因素

来自制造商的影响因素主要有制造商的生产规模、营销能力、过去的业绩、在公众中的形象、公众对制造商的发展预期以及轿车出厂后的服务质量。

一般说来，制造商的生产规模越大，分摊到每辆轿车的生产成本就越低，制造商的利润空间和降价空间就越大，只有盈利能力强的制造商才能将自身的事业作大作好，才能向消费者提供良好的产品和服务。制造商的生产规模大，轿车的产量高，意味着社会上拥有该种品牌轿车的用户比较多，备品备件购置、车辆修理和维护保养就会比较方便。因此，制造商的生产规模是影响其所产轿车需求的重要因素。

制造商的营销能力无疑是影响其产品需求的一个主要因素，制造商的营销能力强，其产品的需求量就大已是不争的事实，在此不再赘述。

制造商过去的业绩及其在公众中的形象也影响到其产品的需求。制造商过去取得过比较好的业绩，企业及其产品在公众心目中有良好的形象，消费者对其产品有认同感，消费者购买其产品有安全感，消费者在进行购买轿车决策时首先考虑的就是购买过去有比较好的业绩并且在公众心目中有着良好形象的制造商所生产的产品。

公众对制造商的发展预期也是影响制造商产品需求的一个因素。公众认为某个轿车制造商有着良好的发展前景，消费者购买其产品就比较放心，相信其有能力提供比较完善的售后服务。相反，如果制造商缺乏发展潜力，濒临倒闭，消费者购买了其产品，万一发生 问题 ，解决起来会非常困难。

制造商产品出厂后的服务质量是影响制造商产品需求的一个重要因素。几乎全部消费者不是轿车行业的专家，没有能力也没有手段在购买轿车前对轿车的各项性能逐一进行检测，很有可能买到质量不合格或质量有缺陷的产品。如果制造商有完善的出厂后服务，发生问题后就比较容易得到解决。这样，消费者就愿意购买服务质量比较高的制造商的产品，因而其产品的需求量就大。

三、来自销售商的 影响 因素

与制造商类似，销售商的经营规模、营销能力、营销策略、过去的销售业绩、在公众心目中的形象及其售后服务质量是影响其所经营的轿车需求的主要因素，这个 问题 比较容易理解，在此不再详细讨论。

四、来自潜在顾客的影响因素

来自潜在顾客的对家用轿车的影响因素主要包括潜在顾客的当前收入水平、将来的收入和消费预期、职业、偏好及消费观念。

目前 ，对于我国不少大中城市中等以上收入的家庭、 企业 的高层白领和东南沿海富足地区的一些富裕的农民家庭而言，收入水平已经不再是影响其对轿车需求的因素或主要因素。对于其他消费者而言，收入水平仍然是影响其对轿车需求的主要因素或决定性因素。

潜在顾客将来的收入和消费预期是目前影响我国家用轿车需求的一个非常重要的因素。目前，我国不少城乡居民家庭在银行有不少的存款，购置一辆普通家用轿车在购买能力方面不存在问题，主要障碍来自两个方面，一是我国正处在由传统的计划 经济 向 社会 主义市场经济过渡时期，劳动和就业市场不太稳定，许多家庭对未来可能得到的收入难以估计，为了稳妥起见，不敢动用家里的存款去购置家用轿车；二是我国目前的社会保障体系仍不完善，居民在子女 教育 、住房及医疗方面花销很大，未来究竟在以上三个方面要花多少钱，一般人难以估计，对未来消费预期的模糊性直接影响了上述家庭购置家用轿车的积极性。

潜在顾客的职业、偏好和消费观念也是影响轿车需求的一些因素。例如政府机关和国有企业高层领导干部都配有公车，其家庭一般就不需要购买私车，而大部分民营企业领导和演艺界人士为了出行方便，一般就需要购买私车。有的人特别喜欢车辆，在购买能力许可的前提下，宁可适当减少一些其它消费，也要购置一部车，以实行自己的夙愿。我国从古到今历来崇尚节俭，自己省下来的钱留给子孙后代，更不花未来才能挣来的钱，这种消费观念对我国轿车需求的影响很大。

五、来自周边环境的影响因素

潜在顾客的家庭其他成员、亲戚、邻居、朋友及同事等周边人群对购买家用轿车的看法和态度会促进或动摇潜在顾客购置家用轿车的决心，这是不言而喻的。

潜在顾客居住在城市还是乡村，居住在大中城市还是小城市或者县城对潜在顾客是否真正购置家用轿车会产生影响。居住在大中城市的家庭活动范围大，轿车的用途广，而居住在其它地方的家庭活动范围小，轿车的用途就小，轿车用途的大小是决定消费者是否购买轿车的重要原因。潜在顾客居住地与工作地点之间的距离及其附近的 交通 状况也会影响到其对轿车的需求。

过路费、过桥费征收情况和停车场的方便程度及停车收费情况也是影响家用轿车需求的因素。我国目前除海南省外，较高等级的公路都设有收费站，有的省市收费标准比较高，影响了家用轿车的需求或使用，拥有轿车的家庭出远门时一般改乘公共交通工具，其缘由大部分是出于经济的考虑。我国除近年来新建的高标准小区外，原来建造的居民住房没有考虑设置车库，这给拥有家庭轿车或想拥有家庭轿车的城市家庭晚上泊车带来了很大困难，一定程度上影响了城市消费者对轿车的需求。

我国有权管理车辆的部门比较多，与车辆相关的证件也比较多，证件办理手续比较繁杂，不少车管部门工作效率和工作质量比较差，浪费了车主不少宝贵时间，有不少人认为自己买辆车太麻烦，因而影响了对轿车的有效需求。

我国目前车辆服务机构比较健全，加油、车辆维护保养、车辆修理及购买备品备件非常方便，这促进了大众对轿车的需求

六、来自相关产品的影响因素

公共交通及家庭用其它交通工具等轿车替代品的价格及使用成本是影响潜在顾客对家用轿车需求的因素。一般说来，公共交通越发达，家庭用其它交通工具的价格及使用成本越低廉，消费者对家用轿车的需求就越小。

轿车燃油、润滑油、备品备件、车辆维护保养和修理的价格无疑直接影响轿车的运行成本，也是影响家用轿车需求的一些因素。

通过以上 分析 我们不难看出，目前影响我国家用轿车需求的最主要因素是轿车的预期价格、潜在顾客将来的收入和消费预期、轿车制造商和销售商的服务质量、交通费征收情况及车辆管理部门服务情况。

针对目前影响我国家用轿车需求的最主要因素，笔者建议我国政府、车辆管理部门、轿车的制造商和销售商积极采取相应的对策，从而提高我国消费者对家用轿车的需求，有利于我国轿车 工业 的健康稳定 发展 。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn