

农村彩电市场潜力巨大 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/20/2021_2022__E5_86_9C_E6_9D_91_E5_BD_A9_E7_c25_20280.htm 目前，我国消费需求不足的主要表现和重要原因是农村消费乏力。为了解农村彩电销售的情况和趋势，推动农村市场的启动和繁荣，促进我国消费需求的增长，日前，国家统计局中国经济景气监测中心会同农村调查总队，对18685个农村家庭进行了调查。结果表明，农村彩电市场潜力巨大，进一步地，关键在于提高农民收入和改变农民的消费习惯。农村家庭彩电普及率37% 据调查，有彩电的农村家庭占37.3%。其中，购买时间在5年及以内的占72.3%，6年到10年占24.2%，10年以上占3.5%。也就是说，农村家庭彩电绝大部分是在20世纪90年代后半期，即最近5年内购买的；20世纪90年代前半期购买的农村家庭只有近四分之一（表1）。购买因素在于广告和服务 那么，有彩电的农村家庭对现有彩电的认知渠道是什么呢？调查表明：通过亲友推荐、商店摆货和电视广告认知彩电的比例最高，分别为34.0%、32.7%、30.5%（表2）。此外，参考广播广告、报刊广告的分别为2.1%和0.7%。据此看来，靠质量和服务赢得消费者信任和推荐、靠商店摆货以直观、形象面对顾客、靠快捷的电视广告吸引顾客，是消费者购买彩电、以及厂商销售彩电的三个主要渠道。而购买彩电的当时，考虑质量的占50%，考虑品牌、价格的分别占24%和19.1%，此外，考虑功能、服务的分别占4.5%和2.4%（表3）。表明彩电质量是大多数居民购买彩电考虑的因素，特别是在我国彩电品牌效应已较充分体现和彩电价格较低等情况下，厂家、商家生产和销

售的彩电质量因素越来越重要。 明年彩电市场前景看好 我国农村家庭至今还未购买彩电的占62.7%（表4）。如果按1997年我国23406.2万户乡村户数计，相当于还有14675.7万户还没有购买彩电。其原因，59.5%的家庭表示不需要，33.8%的家庭表示钱不够，6.2%的家庭没有使用条件，另外0.3%和0.2%的家庭因为没有满意的和购买不方便（表5）。可见，在彩电质量和购买渠道基本有了保障的情况下，影响农村彩电消费的主要因素集中在农民收入、消费习惯和基础设施上。近几年收入增长缓慢制约了农民对彩电这一娱乐品的消费，没有彩电的农村家庭中近六成农民表示不需要彩电的事实，从一个方面反映和折射出农民收入水平不高的状况。但与此同时，就农民目前的收入水平与城市居民当时相同收入水平相比较，农民目前的彩电消费也还是远远低于城市居民当时的彩电消费，这进一步表明，农民不需要彩电还有一个传统的消费习惯和心理问题。此外，农村通电落后和缺少电视接收装置等也是影响农民购买彩电的因素。调查表明了这样一个事实：随着党和政府提高农民收入和改善农村基础设施条件政策的落实，以及农民传统消费心里和习惯的改善，农村彩电市场将逐步趋旺。在准备购买彩色电视的农村家庭中，3.7%准备在今年购买，96.3%会在2001年购买（表6），因此，明年农村市场彩电销售前景看好。

表1:购买彩电时间：5年及以内 72.3% 6-10年内 24.2% 10年及以上 3.5% 表2:现有彩电认知渠道: 亲友推荐 34.0% 商店摆货 32.7% 电视广告 30.5% 广播广告 2.1% 报刊广告 0.7% 表3:购买当时考虑因素: 质量 50.0% 品牌 24.0% 价格 19.1% 功能 4.5% 服务 2.4% 表4:是否有彩色电视机? 有 37.3% 没有 62.7% 表5:未购买彩电原因: 不需要 59.5% 钱不

够 33.8% 没条件 6.2% 不满意 0.3% 购买不便 0.2% 表6:近两年
购买彩电的时间: 2000年 3.7% 2001年 96.3% 100Test 下载频道开
通, 各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com