

## 巴斯夫和同济大学联合研究：中国 95 后偏爱黑色

### ■ 中国高校学生的偏好揭示了消费者行为的衍变及未来汽车行业的趋势

中国香港/中国上海/日本东京—2016 年 8 月 23 日—巴斯夫和同济大学设计创意学院联合开展的一项最新研究显示，中国 95 后年轻人赋予黑色新的定义。该研究对 100 名出生于 1995 年以后的同济大学学生进行了生活方式、颜色和汽车偏好等方面的调研；对汽车行业而言，这些因素都是重要的趋势指标。双方将进一步分析研究结果，并将其纳入巴斯夫年度色彩趋势报告中。

巴斯夫涂料部亚太区首席色彩设计师松原千春解释道：“巴斯夫作为涂料供应商和色彩专家，不仅向汽车行业客户提供色彩相关的最新商业情报——例如年度汽车色彩报告，还提供终端消费者分析等增值服务。中国是非常重要的汽车零售市场，因此我们希望在中国的思想意识和价值观场景中，为客户提供关于本土消费者对于汽车和色彩设计偏好的解读。同济大学是中国的重点高校之一，这里的学生聪明且具有国际视野。与同济大学合作开展这项研究对于我们非常有意义。”

同济大学设计创意学院副教授杨文庆表示：“本次研究样本中的学生代表了中国未来的中产阶级：他们受过良好教育，思想成熟，文化意识较强，是未来的中国消费者阶层。通过充分了解他们的生活方式以及对汽车和色彩的偏好，我们能够预测他们的消费偏好和行为，这将会影响未来汽车行业的发展趋势。这也是我们首次与巴斯夫合作，他们对色彩的热爱给我们留下了深刻印象。我们双方都将受益于此次联合研究，并期待在未来展开更多合作。”

2016 年 8 月 23 日

#### 媒体联络

田丽君 女士（上海）  
电话：+86 21 20392268  
[tanya.tian@basf.com](mailto:tanya.tian@basf.com)

曾嘉雯（香港）  
电话：+852 27316089  
[phoebe.tsang@basf.com](mailto:phoebe.tsang@basf.com)

巴斯夫（中国）有限公司  
中国上海浦东江心沙路 300 号  
邮编：200137  
电话：(021) 2039 1000  
[www.basf.com](http://www.basf.com)

部分主要研究结果：

### **黑色成为新的流行色：代表低调、雅致、冷静和时尚的态度**

虽然玫瑰金色的智能手机销量在去年大幅增长，但至少从本次研究的结果来看，粉色并未成为年轻人的新宠。受访者之所以选择黑色，是因为它代表低调、雅致、冷静和时尚的态度。与前几代人不同的是，95 后并未将黑色视为威望和等级的象征。

### **外观的重要性仅次于价格；环保型汽车倍受欢迎**

在车型方面，SUV（运动型多用途车）依然深受欢迎，这一点在女性受访者中表现尤为明显。而 20% 的男性受访者更偏爱跑车。研究还显示，受访者在购车时越来越注重环保，较之传统汽油车，他们更偏爱环保型汽车（电动或混动车）。

价格是影响购车决策的首要因素，外观紧随其后。对于 95 后而言，价格并非可控因素，因此外观（指包括色彩在内的汽车设计）就成为了一项重要的决策因素。巴斯夫将在本次研究结果的基础上，就设计对未来车主购车决策的重要性进行总结并深入分析其影响。

### **关于巴斯夫涂料部**

巴斯夫涂料业务部在全球范围内致力于创新及可持续的汽车原厂漆、汽车修补漆、工业涂料和建筑装饰漆的开发、生产和销售。我们开发领先的功能性解决方案以推动性能、设计和全新应用，以满足全球合作伙伴的需求。巴斯夫在欧洲、北美、南美和亚太地区拥有生产基地，并通过这一网络实现各团队协作，共享专业技术、知识和资源，从而服务于世界各地的客户。2015 年，涂料业务部全球销售额达到约 32 亿欧元。正如我们的宗旨“Solutions beyond your imagination – Coatings by BASF”。如需了解更多关于涂料业务部的信息，敬请访问 [www.basf-coatings.com](http://www.basf-coatings.com)。

### **关于巴斯夫**

在巴斯夫，我们创造化学新作用——追求可持续发展的未来。我们将经济上的成功、社会责任和环境保护相结合。巴斯夫在全球约有 112,000 名员工，为几乎所有国家、所有行业客户的成功作出贡献。我们的产品分属五大业务领域：化学品、特性产品、

功能性材料与解决方案、农业解决方案、石油与天然气。2015 年巴斯夫全球销售额超过 700 亿欧元。巴斯夫的股票在法兰克福（BAS）、伦敦（BFA）和苏黎世（AN）证券交易所上市。欲了解更多信息，请访问：[www.basf.com](http://www.basf.com)

**图片说明：**

巴斯夫和同济大学设计创意学院联合开展研究，调研中国 95 后年轻人对于生活方式、颜色和汽车偏好等方面的偏好。