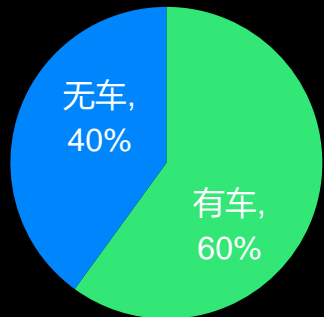
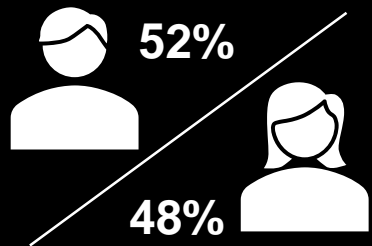


J.D. POWER | 君迪

疫情对消费者 购车意愿影响调查

2020年3月





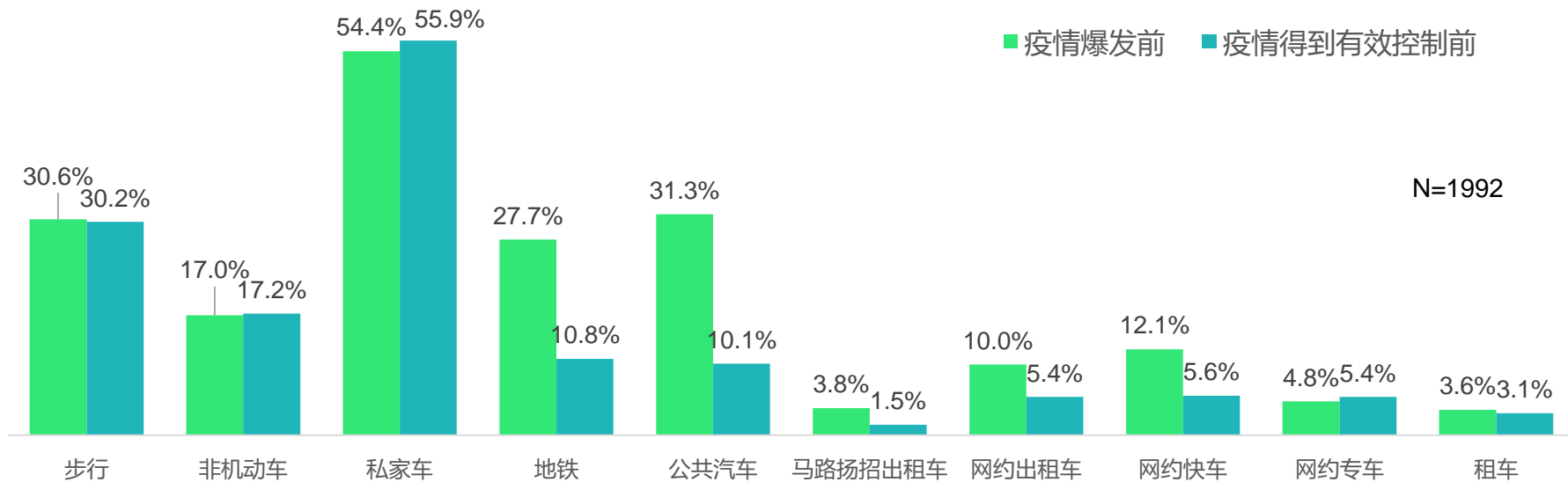
关于该调查

- **调研背景和内容：**旨在了解新冠肺炎疫情对中国消费者购车意愿、购车考虑因素的影响
- **样本收集情况：**本次调研采用线上调研方式，样本收集工作于2020年2月24日至2月28日进行，共计回收1,992个有效样本
- **调研目的：**帮助汽车行业了解新冠肺炎疫情下消费者的购车意愿与购车考虑因素，从而更好地制定销售和服务计划以应对新冠肺炎疫情给车企造成的巨大冲击

受疫情影响，公共交通出行意愿明显降低，私家车出行比例基本不变

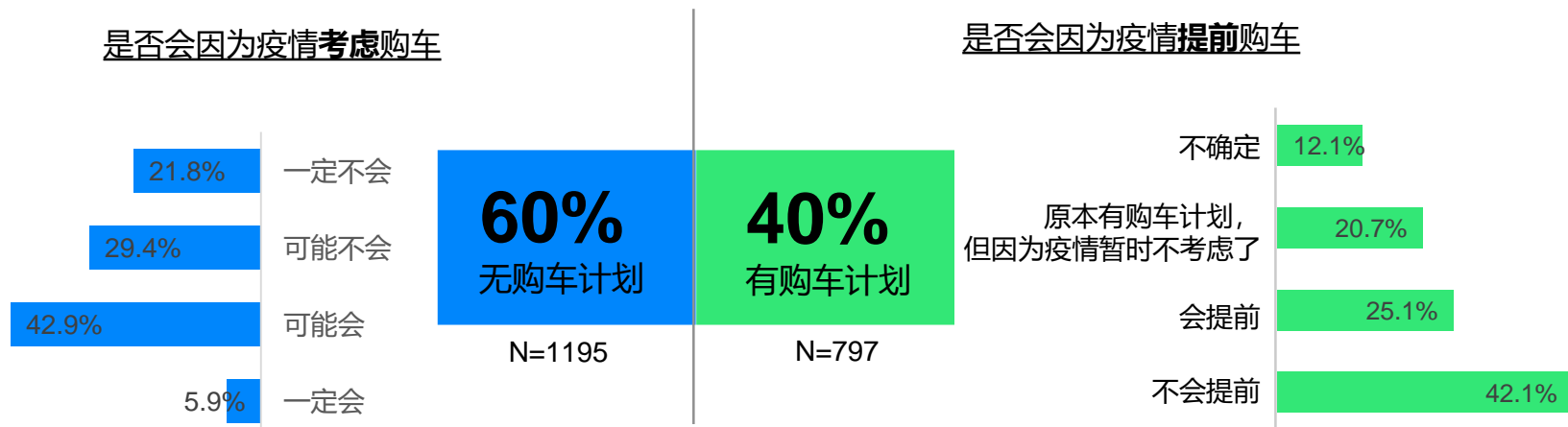
- 在疫情影响下，受访者选择公共交通工具出行的意愿明显降低；网约车出行也受到一定程度影响；选择私家车出行的意愿与疫情爆发前的使用情况较为一致，未出现明显波动。

受访消费者在疫情爆发前使用的交通工具 vs. 疫情得到有效控制前倾向于使用的交通工具



近半数无计划购车者考虑购车, 1/4计划购车者购车时间提前

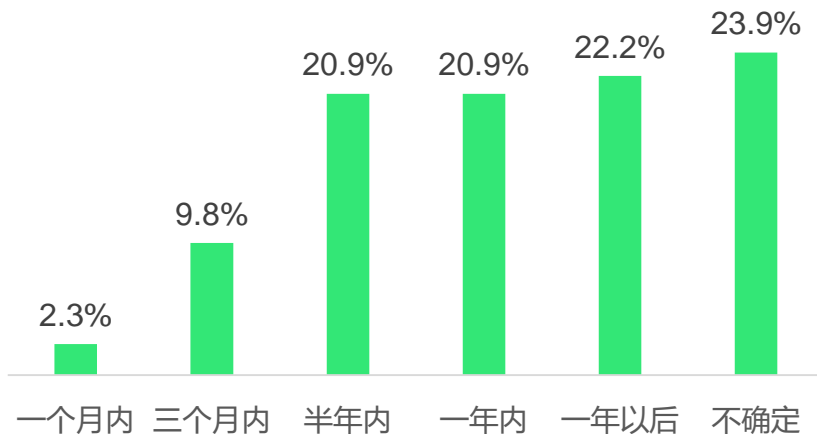
- 受疫情影响, 原本无购车计划的受访者中, 近半数 (48.8%) 表示“可能会”或“一定会”购车; 在原本就有购车计划的受访者中, 1/4明确表示将提前购车, 四成 (42.1%) 表示不会提前, 另有1/5原本有购车计划的群体因为疫情取消了购车计划。



消费者考虑购车，但不会仓促购车

- 有购车计划的受访者中，仅三成（33%）计划在未来半年内购车。两成（22.2%）受访者将购车时间定在一年以后，另有23.9%表示不确定购车时间。可见，短期内汽车行业难以依靠消费需求反弹迎来车市转机。

受访意向购车者计划购车时间

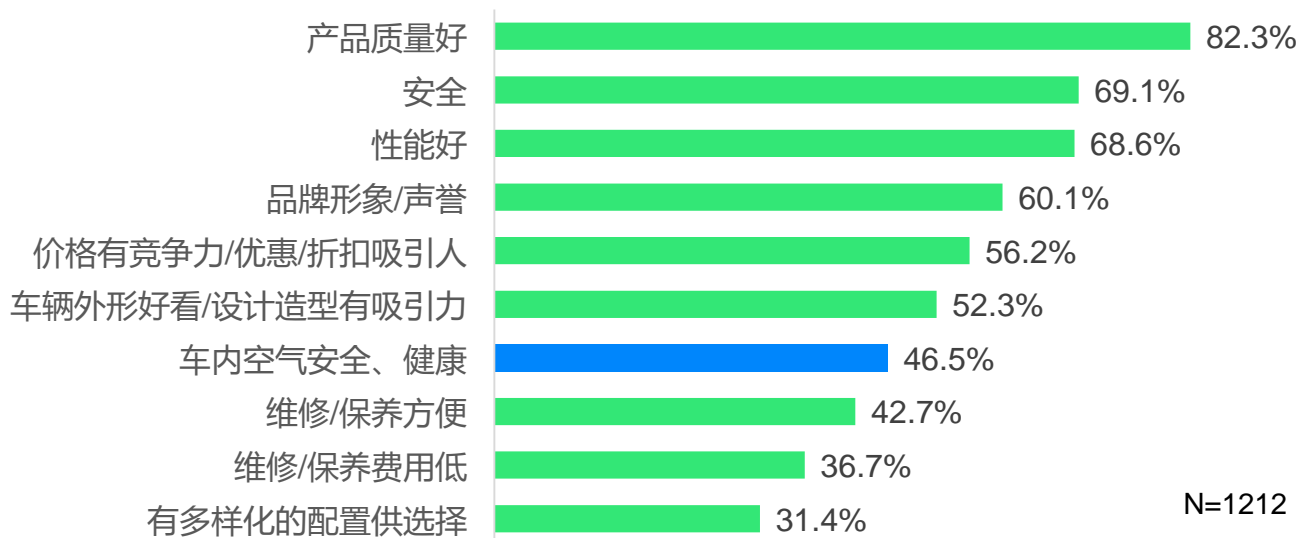


N=1212

质量和安全是关键购车考虑因素，车内空气安全成又一考量重点

- 中国消费者的前三大购车考虑因素是质量（82.3%）、安全（69.1%）和性能（68.6%），但疫情使车内空气安全和健康上升成为购车时的又一考量重点（46.5%）。厂商以车内空气健康、安全为产品卖点有助于抓住消费者心理。

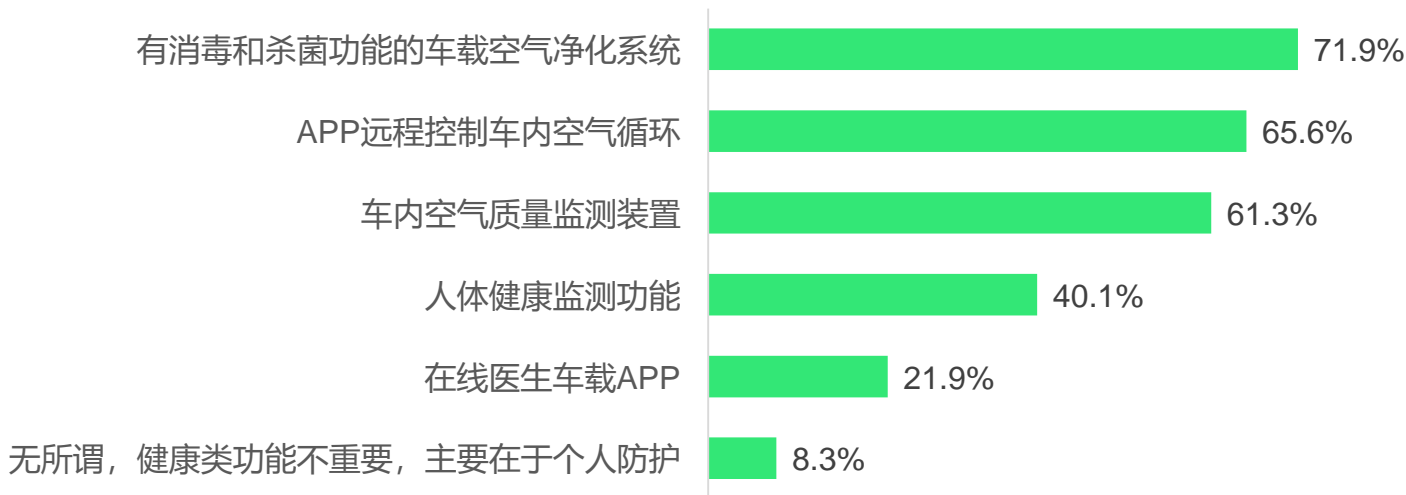
受访意向购车者的购车考虑因素TOP 10



意向购车者期待各种类型的健康类功能和配置

- 有消毒和杀菌功能的车载空气净化系统（71.9%）、APP远程控制车内空气循环（65.6%）和车内空气质量监测装置（61.3%）是意向购车者最关注的健康类功能和配置。

用户购车时会关注的健康类功能和配置

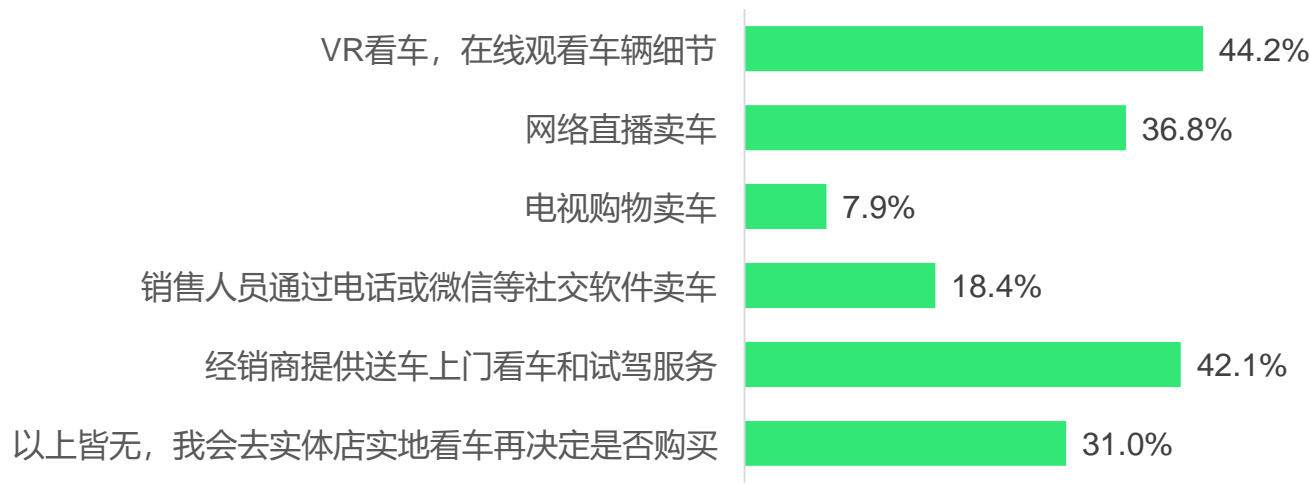


N=1212

VR看车和网络直播卖车等线上销售方式受追捧

- 受疫情影响，各类在线购车方式成为消费者的必然选择。原本只是作为辅助购车方式的VR看车（44.2%）受到青睐，网络直播卖车（36.8%）一炮而红。在线看车与上门试驾服务相结合，为厂商提供了新的销售思路。但也应注意，三成意向购车者还是高度依赖实体店看车。

对意向购车者有吸引力的销售方式

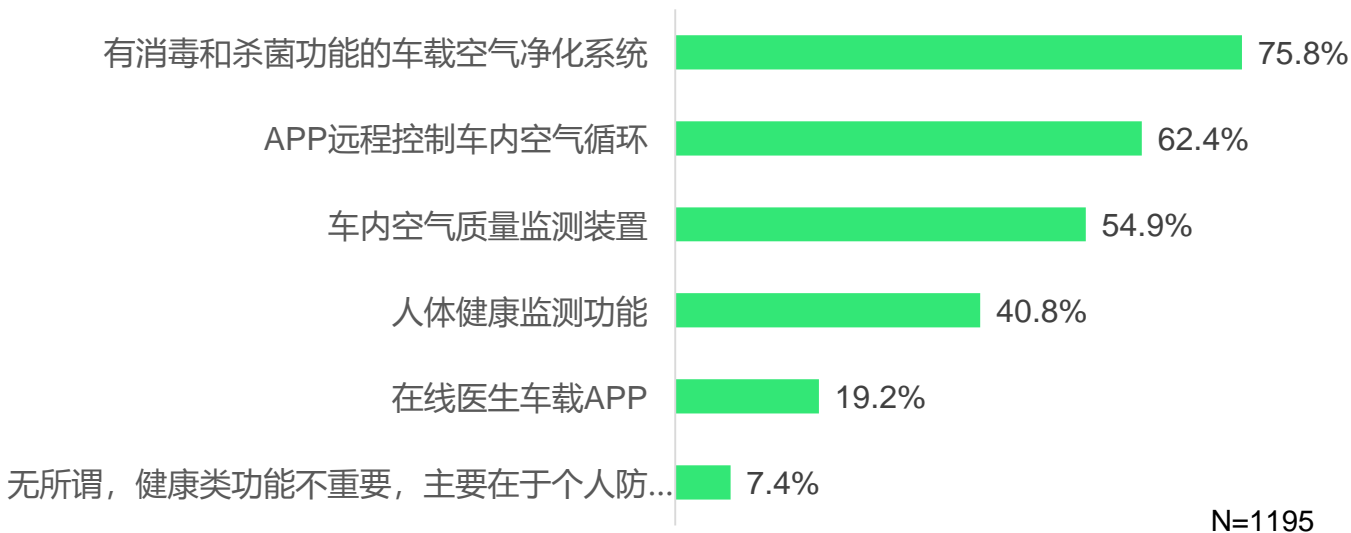


N=1212

有车一族希望车内增加空气净化类和健康类配置

- 受访的有车一族也希望在车内增加空气净化和空气质量监测装置。除此以外，人体健康监测功能和在线医生等与健康相关的功能和配置也愈发受到车主重视。

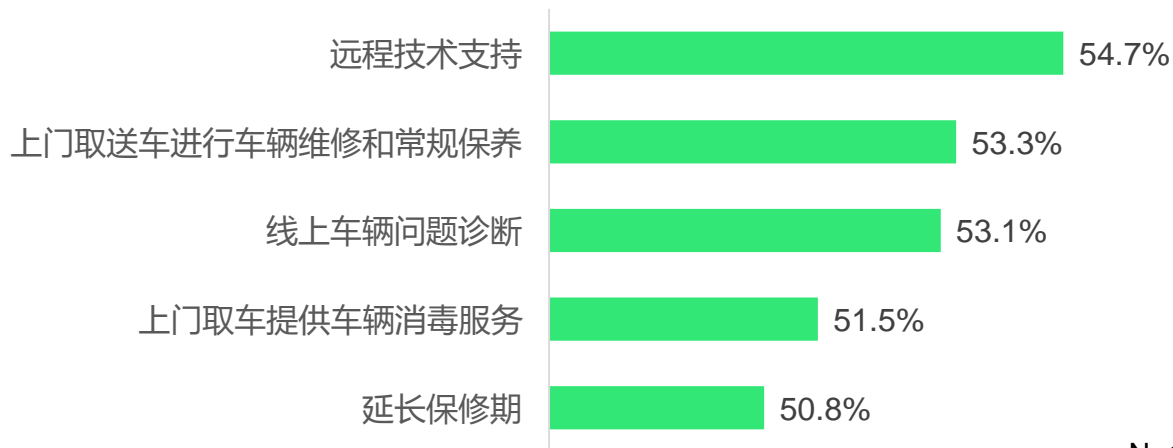
车主希望在私家车上安装的健康类功能和配置



厂商线上服务能力和数字化能力重要性凸显

- 特殊时期，车主希望汽车品牌和经销商提供远程技术支持（54.7%）和线上车辆问题诊断服务（53.1%），以尽量减少进店频次。线上服务需求对厂商的数字化能力提出了更高的要求。此外，五成车主希望经销商提供上门取送车保养或消毒服务，经销商应把握上门服务机会，创造新的服务需求。

车主希望疫情期间品牌和经销商提供的服务



N=1195

感谢观看!

J.D. Power (君迪) 是一家全球领先的消费者洞察、市场研究和咨询、数据及分析服务企业, 致力于帮助企业提升客户满意度, 进而推动业绩增长并提高利润。公司成立于1968年, 在北美、南美、亚太和欧洲地区设有多个办公室。

J.D. Power拥有一流的行业标杆研究、高水准的定制研究和咨询服务、先进的数据分析能力, 并以“独立和公正”享誉业界。

更多信息更多信息, 请访问 china.jdpower.com

联系我们: china.marketing@jdpa.com



J.D. Power官方微信



J.D. Power官方微博